UNIVERSIDA NACIONAL DE LOJA
AREA JURDICA SOCIAL Y DMINISTRATIVA
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Titulo

PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA COMPRA DE LA FRANQUICIA DISENSA Y SU EJECUCIÓN EN LA CIUDAD DE CATAMAYO, DE LA PROVINCIA DE LOJA.

Tesis de Grado Previa a la Obtención del Título en Magister en Administración de Empresas

AUTORA:

Consuelo Margarita Jumbo Benítez

DIRECTOR:

Dr. Cesar Jaramillo Mg.Sc.

LOJA ECUADOR
2013

CERTIFICACION

DR. CESAR JARAMILLO, DOCENTE DEL NIVEL DE POSTGRADO DEL ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, Y DIRECTOR DE TESIS.

CERTIFICA:

Que la tesis titulada **PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA COMPRA DE LA FRANQUICIA DISENSA Y SU EJECUCIÓN EN LA CIUDAD DE CATAMAYO, DE LA PROVINCIA DE LOJA,** presentada por la señorita Consuelo Margarita Jumbo Benítez ha sido revisada durante la ejecución y determinando que el trabajo investigativo está correctamente elaborado, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

Dr. Cesar Jaramillo Mg. Sc.

AUTORIA

Yo, Consuelo Jumbo declaro ser autora 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.

Autora: Consuelo Margarita Jumbo Benítez

Firma: _____

Cédula: 1103209936

Fecha: Septiembre 2013

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTORA, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Consuelo Margarita Jumbo Benítez, declaro ser autora de la tesis titulada: **"PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA COMPRA DE LA FRANQUICIA DISENSA Y SU EJECUCIÓN EN LA CIUDAD DE CATAMAYO, DE LA PROVINCIA DE LOJA"**, como requisito para obtener el grado de Magister en Administración de Empresas; 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 puedan consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con los cuales tenga convenio la Universidad.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 05 días del mes de Septiembre del dos mil trece, firma la autora.

Firma: _____

Autora: Econ. Consuelo Margarita Jumbo Benítez

Cédula: 1103209936

Dirección: Loja, Cdla. Época: Calle Francia y Av. de los Paltas.

Mail: cmjumbo1@yahoo.es

Teléfonos: 072- 107457- 0999585430

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Dr. César Jaramillo

Tribunal de Grado: Ing. Víctor Ríos - Presidente

Ing. Rocío Toral Tinitana - Vocal

Ing. Ney Alfredo Gallardo - Vocal

DEDICATORIA

La presente tesis va dedicada con un sano orgullo y amor a Dios, quien ha puesto en mi vida a muchas personas que de una u otra forma han sido un aporte para alcanzar todas mis metas, a mis padres, y hermanos, por impulsarme a salir adelante en mis objetivos propuestos y no dejarme vencer por los obstáculos que se presentan en la vida, sino a mirar a un horizonte al cual se debe llegar.

Consuelo Margarita

AGRADECIMIENTO

Al culminar el presente trabajo investigativo y en condición de autora quiero dejar constancia mi profundo agradecimiento, primeramente a Dios, a mis queridos padres, y hermanos, por su apoyo incondicional pues sin sus consejos y sugerencias no hubiese sido posible alcanzar con éxito esta nueva meta propuesta.

También agradezco a la Universidad Nacional de Loja, a sus docentes, quienes supieron impartir sus conocimientos, en especial agradezco a mi director de tesis, quien guio la realización de la presente Tesis.

Consuelo Margarita

1. TÍTULO

PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA COMPRA DE LA FRANQUICIA DISENSA Y SU EJECUCIÓN EN LA CIUDAD DE CATAMAYO, DE LA PROVINCIA DE LOJA.

2. RESUMEN

La ejecución del proyecto de inversión para la implementación de la Disensa San José se desarrollará en el cantón Catamayo, en la Parroquia del mismo nombre. El estudio empieza con conocimientos generales sobre las franquicias, resaltando el nombre de Disensa como la primera franquicia ecuatoriana en américa latina; se conoce que llegó a posicionarse en el mercado por el set de productos que ofrece y por la calidad en la prestación del servicio. A nivel de Ecuador se encuentra en casi todas las ciudades del país, pues cualquier persona puede adquirir la franquicia, solo basta que tenga mercado, sin convertirse en la competencia directa para los demás franquiciados, ya que Disensa analiza y evalúa la funcionalidad de la nueva franquicia a instalarse.

El estudio fue realizado en función de la opinión manifestada por los 122 propietarios de viviendas que solicitaron los permisos de construcción en el I. Municipio del Cantón Catamayo, ante quienes se identificó una demanda insatisfecha de cemento, hierro, cables eléctricos, tubos, codos, empaste para interiores y exteriores, cerámica, lavamanos, etc., materiales de construcción que pueden ser cubiertos por la Disensa San José Cía. Ltda.

Para posesionarse en el mercado, inicialmente se ha preparado un plan de publicidad, enfocado en pautaje estratégico en emisoras radiales clave

que de acuerdo al estudio tienen mayor audiencia entre ellas: Semillas de Amor, WG Milenio, Boquerón y Cariamanga. También se publicitará en la prensa local por inauguración, se diseñará pancartas flexibles full color, se entregarán hojas volantes, cuyo presupuesto asciende a $. 11.731,70.

El estudio técnico describe la macro y micro localización, identificando como lugar estratégico la Parroquia San José, por su potencial crecimiento habitacional. En el tamaño se hace mención al nivel de inversión requerido para la implementación de la Disensa, el espacio físico con las adecuaciones de descarga, bodega, área de exhibición y oficinas administrativas. Además se describe la maquinaria con su correspondiente capacidad instalada.

En el estudio financiero se detalla el valor de la inversión en activos fijos, diferido y capital de trabajo requerido, lo que da un total de $. 404.041,88; que será financiado en un 50.50% con capital propio y un 49.50% con capital financiado por la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Policía Nacional a cinco años plazo a una tasa de interés del 11%.

En la parte económica se determina los costos y gastos en los que incurrirá para la operatividad normal de la Disensa durante los cinco años de vida útil del proyecto. De igual manera se determina los ingresos que se generarán por concepto de ventas y comercialización de los materiales de construcción.

A continuación se determina el Punto de Equilibrio, es decir el nivel de ventas, en el que la Disensa San José Cía. Ltda., cubrirá sus costos y gastos, sin incurrir ni en pérdidas ni ganancias. Así tenemos que en el año 1, la Disensa San José, trabajando con el 34,56% de capacidad instalada y generando un ingreso por ventas de $. 426,081.00 no incurre ni en pérdidas ni ganancias; mientras que en el año 5, debe trabajar con el 28,58% y generar un ingreso de $. 433.953.84 para no perder ni ganar.

Finalmente en el estado de resultados o de pérdidas y ganancias se tiene una utilidad líquida a partir del año 1; se observa que éstas disminuyen para el año 2, debido a que a los funcionarios se les paga lo correspondiente a los fondos de reserva.

La evaluación financiera del proyecto, parte del flujo de caja y se la ha realizado en dos escenarios: Con financiamiento y sin financiamiento.

En el escenario con financiamiento los indicadores de evaluación financiera son: TIR = $. 51,32%; VAN = $. 577.145,52; B/C = 2.43; lo que quiere decir que la rentabilidad interna que generará el proyecto será del $. 51.32%, que es rentable y mucho mayor al costo de oportunidad del capital; el saldo líquido que quedará al final del a vida útil del proyecto, luego de recuperar sus inversiones, cubrir sus costos y gastos será de $. 577.145,52; el Beneficio Costo de $. 2,43 significa que por cada dólar invertido en el

proyecto gana $. 1 dólar con 43 centavos. El periodo de recuperación del capital será en 3 años, 9 meses y 7 días.

En lo referente al análisis de sensibilidad y al encontrar el punto de quiebre, se observa que el proyecto soporta un incremento máximo del 6% en costos y una disminución en ventas del 5%.

En el escenario sin financiamiento los indicadores financieros son: TIR = 43,47%; VAN = 457.812,72; B/C = $. 2.13, que indica que el proyecto es rentable; el periodo de recuperación de la inversión es en 3 años. 8 meses y 22 días.

El análisis se sensibilidad, nos indica que el proyecto soporta máximo un incremento del 8% en costos y una disminución de los ingresos de 7%.

En las conclusiones se establece que invertir en el proyecto es rentable, conforme lo demuestran los indicadores de evaluación financiera.

Se recomienda ejecutar el proyecto, preferentemente con financiamiento, por la disponibilidad de la liquidez, el bajo costo del dinero y las facilidades de pago.

ABSTRACT

The implementation of the investment project for the implementation of the Disensa San Jose will be held at the Canton Catamayo. The study begins with a general knowledge of the franchise, highlighting the name as the first franchise Disensa Ecuador in Latin America.

The research was conducted according to the opinion expressed by the 122 homeowners who requested building permits in the I. Catamayo Canton Township, to whom was identified unmet demand for building materials that can be covered by the San Jose Disensa Co.Ltd.

The positioning of the new company will be based on the plan of advertising and corporate identity manual , you will spot radio announcements and advertising , will be advertised in the local press the inauguration, flexible design full color banners , flyers will be delivered , whose budget amounts to $. 11731.70.

The technical study describes the macro and micro localization, identifying the strategic place, in the size referred to the level of investment required for the implementation of the Disensa, physical space adaptations discharge, etc. and describes the machinery with capacities installed.

In the financial study detailing the value of the investment in fixed assets, deferred and working capital required , giving a total of $. 404,041.88, to be funded with a 50.50 % equity and 49.50 %.

In determining the economic costs and expenses to be incurred during the five year life of the project. Similarly determines the revenue generated from sales.

Then determined the equilibrium point, in the level of sales, in which the San Jose Disensa Co. Ltd., cover their costs and expenses, without incurring either gain or loss. So, in year 1, the Disensa San Jose, working with 34.56% of installed capacity and generated sales revenue of $. 426,081.00 or incurs no loss, no gain , while in year 5 , should work with the 28.58 % and generate an income of $. 433.953.84 to break even.

Finally in the income statement you have a net profit from year one, observing that they decrease for year 2, because the officials are paid the corresponding reserve funds.

The financial evaluation of the project, part of the cash flow and has been carried out in two stages: Funded and unfunded on stage with funding financial evaluation indicators are: IRR = $. 51.32 %, NPV = $. 577,145.52,

B / C = 2.43, which means that the internal rate of return generated by the project will be $. 51.32 % , which is profitable and much larger than the opportunity cost of capital, the fluid balance be at the end of a project's life, after recovering their investments to cover its costs and expenses will be $. 577,145.52, the Benefit Cost $. 2.43 means that for every dollar invested in the project earns $. $ 1 to 43 cents. The capital recovery period will be in three years, nine months and seven days.

With regard to sensitivity analysis and to find the breaking point, it appears that the project supports a maximum of 6% increase in costs and a decrease in sales of 5%. On stage unfunded financial indicators are: IRR = 43.47 %, NPV = 457,812.72, B / C = $. 2.13, indicating that the project is profitable, the PRC is in 3 years. 8 months and 22 days.

The sensitivity analysis, indicates that the project supports maximum 8% increase in costs and a decrease in revenue of 7 %.

The conclusions are set to invest in the project is profitable, as seen in the financial evaluation indicators.

We recommend running the project preferably funded by the availability of liquidity, low cost of money and credit facilities.

3. INTRODUCCIÓN

Los proyectos de inversión son horizontes de desarrollo o emprendimiento empresarial, que parte del estudio minucioso de una realidad identificada como una necesidad, que obviamente debe ser satisfecha mediante una inversión, la cual es ejecutable si los respectivos estudios demuestran un alto nivel de aceptación y los parámetros de evaluación financiera niveles aceptables de rentabilidad. El éxito está en aplicar los estudios realizados y canalizar la inversión.

El presente proyecto analiza una realidad del mercado de la construcción en la ciudad de Catamayo y sus parroquias rurales como son: el Tambo, Guayquichuma, San Pedro de la Bendita, Zambi, lugares que constantemente demandan materiales de construcción, debido al desarrollo turístico en el Cantón Catamayo y crecimiento habitacional al entorno.

En este sentido el proyecto de inversión para la compra de la Franquicia Disensa y su ejecución en la ciudad de Catamayo, de la provincia de Loja, se constituye en una alternativa de solución para proveer y abastecer la creciente demanda de materiales de construcción, ofreciendo un set completo de productos para la construcción y acabados, para todos los ambientes, con atención personalizada y servicio de calidad.

La Disensa San José estará ubicada en el cantón Catamayo, en la Parroquia urbana del mismo nombre, zona estratégica debido a su alta concentración poblacional, considerada como una alternativa para descongestionar la concentración de oficinas de instituciones públicas y privadas, lo cual la vuelve una parroquia atractiva y adecuada para establecer una residencia habitacional en el hermoso valle de Catamayo.

El proyecto parte con la revisión de la literatura, con temas referentes a disensa como franquicia, en la cual se destaca que es la primera en américa latina, en materiales de construcción y es ecuatoriana, se revisa publicaciones y artículos en los cuales se destaca como una franquicia en constante crecimiento debido a la seriedad de sus políticas, variedad de productos y calidad en la prestación del servicio.

A continuación se describe la metodología utilizada, en la cual constan los métodos de investigación, que permitieron el análisis de las particularidades de la población encuestada que corresponde a los 122 personas que solicitaron los permisos de construcción, se analizó sus necesidades, gustos y preferencias de una forma particular y se generalizó para la población objeto de estudio.

El estudio de mercado se realizó en función de las 122 encuestas aplicadas a los solicitantes de los permisos de construcción en el I. Municipio de Catamayo, con los cuales se determinó que existe una demanda

insatisfecha que podrá ser cubierta con la ejecución del proyecto. En este punto se determinó, que los actuales franquiciados deben mejorar su calidad en la prestación del servicio y ofrecer variedad.

En el estudio técnico se identificó la localización estratégica, a nivel macro y micro localización, privilegiando a la Parroquia San José debido a su alta concentración habitacional a nivel familiar, empresarial e institucional. El tamaño del espacio físico y su correspondiente capacidad instalada requieren de un determinado nivel de inversión, con área y distribución de espacios físicos adecuados tanto para zona de descarga, bodega, área de exhibición, despacho y administración, de acuerdo a lo establecido en los planos arquitectónicos.

El estudio económico permitió determinar los costos y presupuestos requeridos para mantener un inventario de materiales directos e indirectos, de acuerdo a los requerimientos de la población en estudio. También se determinó el presupuesto de gastos administrativos en los que incurrirá la operatividad de la Disensa y por ende los ingresos que provendrán a través de la puesta en marcha del proyecto. Seguidamente se determinó el punto de equilibrio, en su respectivo punto de quiebre, el cual indica que la empresa soportará un determinado incremento de costos y una disminución de sus ventas. A continuación se calculó el flujo de caja, identificando claramente las entradas y salidas de dineroq, para terminar con el estado de pérdidas y ganancias.

En cuanto a la organización administrativa la disensa San José Cía. Ltda., contará con la Junta General de Socios, conformada por dos socios; gerente general o administrador (a); un asesor jurídico externo, una secretaria, un conserje guardián; una contadora, una cajera, un jefe de ventas, un bodeguero, y un despachador, funcionarios responsables de operatividad de las actividades comerciales de la disensa San José.

En el estudio financiero se detalla la inversión y el financiamiento, con la respectiva evaluación financiera, que determina la viabilidad de la inversión. La inversión total asciende a $. 404.041,88, que será financiada en un 50,50% con capital propio y el 49, 50% mediante préstamo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Policía Nacional a 5 años plazo a una tasa de interés del 11%. Los indicadores de evaluación financiera se han calculado en dos escenarios: con financiamiento y sin financiamiento:

En el escenario con financiamiento indican que el valor actual neto al final de la vida útil, será de VAN = $. 577.145,52; la Tasa Interna de Retorno será: TIR = 51,32% que es mayor al costo de oportunidad del capital (11%); el Beneficio Costo B/C = $. 2,43 y el Periodo de Recuperación de Inversión o capital es PRC es 3 años, 9 meses y 7 días; lo que indica que el proyecto es atractivo y rentable.

En el escenario sin financiamiento también se observa indicadores atractivos: VAN = 457.812,72; TIR = 43,47¸ B/C = $. 2.13

El análisis de sensibilidad también fue realizado en los dos escenarios, indicando en el primer caso (escenario con financiamiento) que el proyecto soporta máximo un incremento en costos del 6% y una disminución de los ingresos en el 5%; mientras que para el caso sin financiamiento soporta un incremento máximo del 8% en costos y una disminución de los ingresos del 7%.

Finalmente en las conclusiones se establece que invertir en el proyecto es rentable, conforme lo demuestran los indicadores de evaluación financiera con financiamiento; también puede ejecutarse sin financiamiento que igualmente sigue siendo atractivo, a pesar que la TIR baja en 7,85%; el VAN en 20,68% y el B/C indica que por cada dólar invertido se dejará de ganar 0,30 centavos.

Para el caso del análisis de sensibilidad en el escenario **con financiamiento**, se demuestra que el proyecto no es sensible si se incrementan los costos hasta 6% y disminuyen los ingresos hasta 5%; mientras que en el escenario **sin financiamiento** el proyecto no es sensible si se incrementan los costos hasta 8%, y si disminuyen los ingresos en 7%, es decir en 2. % más, cuya diferencia es mínima en comparación con la rentabilidad.

Por lo tanto, se recomienda ejecutar el proyecto, preferente con financiamiento, por la disponibilidad de la liquidez, el bajo costo del dinero y las facilidades de pago.

4. REVISIÓN DE LITERATURA

4.1. FRANQUICIA DISENSA EN EL MUNDO

Concepto de Franquicia: La CECOD la define como un sistema de distribución según el cual una empresa, cuyo titular sea una persona jurídica o física, se dirige como si formara parte de una vasta organización con una marca nacional, un emblema, unos equipamientos, unos productos y unos servicios estándares[1].

La definición ofrecida por la Comisión de la CEE indica que "por franquicia se entenderá un conjunto de derechos de propiedad intangible relativos a marca, denominaciones comerciales, rótulos, modelos, diseños, derechos de autor, "Know-How" o patentes, que deberán explotarse para la reventa de productos o la prestación de servicios a los usuarios finales, y que incluye, por lo menos: el empleo de una denominación o rótulo comercial y una presentación uniforme de las instalaciones contractuales, la comunicación por el franquiciador al franquiciado de un Know-how sustancial, que pueda conferir a este una ventaja comparativa, y la prestación continua por el franquiciador al franquiciado de asistencia comercial o técnica durante la vigencia del acuerdo"[2].

---

[1] http://ecyl.galeon.com/FRANQUICIADOR.htm:Comisión Española para el Desarrollo y Defensa del Franquiciado (CECOD)

[2] http://ecyl.galeon.com/FRANQUICIADOR.htm, Asociación Española de Franquiciadores (CEE):

El concepto de Franquicia Disensa desea transformar la tradicional, y algunas veces no óptima, manera de atender a los clientes interesados en comprar materiales de construcción, la búsqueda de una estandarización de servicios, productos y procedimientos nos llevan a lograr un mejoramiento continuo en el canal de distribución. El reto es mantener los estándares alcanzados y mejorar día a día para beneficio de los consumidores finales a través de este concepto comercial innovador para este tipo de negocios. De esta manera, Disensa se convierte en la primera franquicia de materiales de construcción en el mundo.[3]

D i s e n s a pone a su disposición una red de locales franquiciados en donde el cliente encontrará una amplia gama de productos con mejor relación calidad – precio y alto estándar a atención al cliente.

4.2. BURÓ DE LOS FRANQUICIADORES DE LA ASOCIACIÓN ECUATORIANA DE FRANQUICIAS

Constituye al momento el máximo y obligatorio nivel de consulta de los Organismos de Gobierno de la Asociación, para definir sus acciones estratégicas. Al momento conforman esta Comisión representantes de 14 franquicias de diferente tipo: DISENSA, FARMACIAS CRUZ

[3] http://www.disensa.com/

AZUL/FARMACIAS COMUNITARIAS, KOKTELITOS, LA TABLITA DEL TARTARO, LOS CEBICHES DE LA RUMIÑAHUI, PIMS, YOGURT PERSA/YOGURTITO, FRANQUICIAS DINADEC, WALL STREET INSTITUTE, PAÑALERAS POTOTIN, NEW HORIZONS Y BIT COMPANY. Presentamos a continuación el perfil de cada una de las franquicias del Ecuador que son parte de este ente.

DISENSA: Es una de las dos franquicias con mayor número de unidades

franquiciadas en el Ecuador. Con más de 500 puntos es la más importante red de comercialización de materiales de construcción en el país y la primera franquicia de este tipo en el mundo. Sus productos y servicios están enfocados a cubrir las más altas expectativas de sus clientes, cumpliendo siempre con los más exigentes estándares de calidad. Su fortaleza se centra en el grupo humano que compone la red Disensa y que forma un canal de distribución con cobertura en todo el territorio nacional. Son distribuidores de las mejores marcas de productos para la construcción en el país[4].

[4] http://www.aefran.org/comisionfranquiciadores.html

Cuentan con 15 oficinas regionales ubicadas en Guayaquil (San Eduardo y La Garzota), Quito (Norte y Sur), Cuenca, Ambato, Babahoyo, Esmeraldas, Loja, Machala, Manta, Portoviejo, Quevedo, Santa Elena y Santo Domingo. Con más de 500 franquiciados en todo el país, lo que le permite ser el líder en la comercialización de materiales de la construcción en el Ecuador. Visite el website: www.disensa.com

FARMACIAS CRUZ AZUL Y FARMACIAS COMUNITARIAS del Grupo

DIFARE, con más de 700 locales franquiciados, constituyen la red más grande de franquicias del Ecuador y una de las más antiguas. Desde el año 1996 el Grupo Difare fue la primera empresa que propuso la idea a las farmacias de unirse para comprar en conjunto y obtener mejores descuentos. La dolarización, el crecimiento de cadenas independientes y la desaparición de farmacias en los 3 últimos años, aceleraron la concentración del mercado y crearon el ambiente ideal para lograr el objetivo de conformar una cadena. Es así como el 1ro de Noviembre del 2000, se inauguró la cadena Farmacias Cruz Azul, hoy, la cadena de farmacias más grande del país. Posteriormente lanzaron el concepto de Micro franquicia FARMACIAS COMUNITARIAS.

En Febrero del 2006 la Presidencia de la República les premió con el galardón de PIONEROS EN LA FRANQUICIA como reconocimiento al esfuerzo, la calidad, la constancia, y al trabajo en equipo. Visite su website www.farmaciascruzazul.com

KOKTELITOS: Es una franquicia del Ecuador con origen en Guayaquil, que cuenta con más de dos décadas en el mercado ecuatoriano. Es un negocio exitoso, rentable y de expansión comercial. El concepto se origina en la producción y comercialización de más de treinta tipos distintos de "Cócteles", basados en la mezcla de los más diversos productos.

El negocio nació en el año 1983 en la ciudad de Guayaquil. En 1985 se instaló con una sucursal en la ciudad de Salinas; y cuatro años más tarde, en 1989, una segunda sucursal del mismo negocio en la ciudad de Guayaquil. De aquel año en adelante, inició su interprovincialización abriendo sucursales en Quito, Cuenca y Ambato todas en el año 1998; y finalmente, en el año 2000, dos sucursales más en el Centro Comercial Malecón 2000 en Guayaquil. En el año 2005 inicia su proceso de franquicia

con un primer local en la ciudad de Loja y Manabí, habiéndose otorgado además la región de Manabí y Los Ríos.

Actualmente, KOKTELITOS cuenta con 12 establecimientos en completo funcionamiento. Su interés es abarcar todo el territorio nacional convirtiendo a esta franquicia en una fuente generadora de empleo y una posibilidad de inversión que requiere de poco capital. Visite el sitio web. www.koktelitos.com

LA TABLITA DEL TÁRTARO: Una Franquicia del Ecuador con sede principal en Quito, nace en 1996 de la idea de jóvenes ecuatorianos sensibles a la necesidad de una comida sana, de calidad, a precios asequibles y atendida de una manera rápida, implementaron este producto en los patios de comidas de los principales centros comerciales del Ecuador, por lo que LA TABLITA GROUP CIA. LTDA. crea una marca que brinda las características sano/calidad con la rapidez en la producción y servicio.

Se concibe desde un primer momento como una operación únicamente para patios de comida, pero al no abastecer la demanda se inaugura un restaurante LA TABLITA DEL TARTARO con la misma filosofía de rapidez y calidad. Ahora LA TABLITA DEL TARTARO cuenta con locales en centros

comerciales del Ecuador, y líder con este producto y servicio. Visite el sitio: www.latablitadeltartaro.com

LOS CEBICHES DE LA RUMIÑAHUI: La Franquicia de Ecuador con matriz

en la ciudad de Quito, es la primera franquicia de comida del mar del País e inclusive de América Latina, en lo que se refiere a Cebiches. Sus promotores son originarios de Portoviejo, Provincia de Manabí, y toma el nombre de uno de los barrios más populares de Quito-Ecuador (el mismo que a su vez tomó del nombre del Inca con mayor liderazgo del imperio incásico: Rumiñahui), es aquí donde se abre el primer local de la cadena.

Actualmente es la cadena de comidas del mar más grande del Ecuador, cuenta con más de 20 años de experiencia y alrededor de 30 locales distribuidos en las principales ciudades del país, adicionalmente cuenta con un centro de acopio y distribución de materia prima que cumple con todas las normas técnicas de manejo de alimentos. Sus platos tienen la sazón de la costa ecuatoriana que es reconocida como la región que más contribuye a la tradición culinaria del País. Cuentan con fórmulas propias,

las salsas son el acompañante ideal que dan ese toque tan especial a algunos de sus platos y la combinación de condimentos y especias exóticas que son el diferenciador de la sazón costeña.

La Secretaría de la Producción de la Presidencia de la República y la Asociación Ecuatoriana de Franquicias designaron a Los Cebiches de la Rumiñahui como Pionera de la Franquicia ecuatoriana. Visite el sitio web: www.lcrcebiches.com

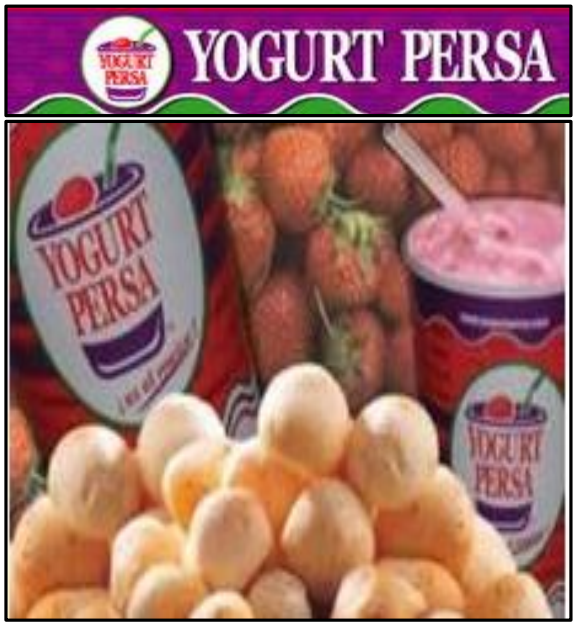
Pim´s: El Restaurante Pim´s reconocido internacionalmente, fue

inaugurado en Quito el 21 de marzo de 1.981 por L. Alejandro Baraya C. y María del Carmen Almeida. Cuenta con más de veinticinco años de experiencia y más de 250 items de productos en su menú, el cual por su versatilidad puede integrar platos regionales en la zona donde se instale un establecimiento Pim´s. Actualmente cuenta con 5 restaurantes.

Como fundador de la “Asociación Ecuatoriana de Franquicias” (AEFRAN), El 1º de Febrero del 2006 y a través del ministerio de la producción, Pim´s fue galardonado en la ciudad de Guayaquil por la presidencia de la república de Ecuador como “Marca Pionera de la franquicia Ecuatoriana”

En todos sus locales, Pim´s, dentro de un contexto nacional conjuga la trattoría italiana, el bistró francés y el púb inglés. Pim´s es a un mismo tiempo el pasado y el presente. Visite el sitio web: www.grupopims.com

YOGURT PERSA: Es la primera franquicia que se desarrolló en Ecuador,



a raíz de la creación de la Asociación Ecuatoriana de Franquicias en el año 1997. La Franquicia, ahora con aprox. 25 puntos, empezó a formalizarse en el año 1998. El concepto fue creado hace más de 27 años por Fereidoun Mansouri, de origen Iraní, quien con su familia inició un local tipo microempresa en el Barrio del Astillero de la ciudad de Guayaquil, para después convertirse en una cadena y franquicia nacional de comida rápida basada en el Yogurt (tipo congelado) y el Pan de Yuca. Estos dos productos estrellas, originarios de medio Oriente y de la

Provincia de Manabí en Ecuador, son los que constituyen la mayor atención de los consumidores. Ahora, la empresa Yogurt Persa Franchising Corporation es la encargada de promover la concesión de franquicias a lo largo del País y para la expansión internacional, han optado por inicialmente preparar la exportación del Pan de Yuca, habiendo creado la marca Yucabites. El grupo Persa posee además una planta de lácteos de alta tecnología, y un centro de abastecimiento para proveer de todos los productos que requieren los locales a nivel nacional. Fueron reconocidos por la Secretaría de la Producción de la Presidencia de la República como Pioneros de la Franquicia Ecuatoriana. Crearon además la Micro Franquicia denominada Yogurt Tito que comercializa los mismos productos en base a una inversión mínima. Visite el sitio web: www.yogurtpersa.com

FRANQUICIAS DINADEC: Es una joven franquicia del Ecuador, con alta experiencia. Encargada de los procesos de distribución de los productos de Sab Miller - Cervecería Nacional, en Ecuador, esta franquicia engloba a los antiguos distribuidores, pero en un formato que incluye altos procesos

de capacitación a los miembros de la red, procesos de estandarización bien definidos y atención privilegiada al franquiciado. Sab Miller ha generado procesos de desarrollo de franquicias en otros Países por lo que la experiencia que se aplique en esta franquicia ecuatoriana se la hace bajo estándares internacionales y conocimientos previos.

4.3. ENTREVISTA SOBRE FRANQUICIAS EN EL ECUADOR

La entrevista realizada por Jonathan Machado, Redactor de Negocios, Diario Hoy, publicado el 07 de Febrero del 2013[5]…

1. **Número de Franquicias en el país:** Existen alrededor de 200 franquicias, la mayoría concentradas en Quito y Guayaquil. De éstas, 35 son nacionales y el resto son extranjeras.
2. **Sector Económico que más franquicias tiene:** Es el de los alimentos, que presenta el mayor número de empresas, seguido del de las empresas farmacéuticas; siendo la cadena de Farmacias Cruz Azul la que más cadenas tiene, con aproximadamente 800 locales.
3. **Que tan rentable es tener una franquicia?**

   Obviamente hay ganancias tanto para el franquiciante como para el franquiciado, el conocimiento y la experiencia del franquiciante en la industria. El primero obtiene el crecimiento de su marca. También gana

[5] http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/en-ecuador-podemos-encontrar-franquicias-que-tienen-una-inversion-de-12-mil-hasta-mas-de-1-millon-573615.html

muchos beneficios como por ejemplo, el derecho de entrada al país, regalías y fondo de publicidad. El franquiciado ingresa a un negocio ya probado en el mercado. Esta cualidad hace que el riesgo sea menor. Además existe mayor probabilidad de éxito aprovechando el conocimiento y la experiencia del franquiciante en la industria.

4. **De cuánto es la inversión?.**

   La inversión va desde $. 12 mil hasta un millón o más

5. **¿Qué sector crece más?**

   Las empresas del sector alimenticio, se entiende que este sector, porque el ser humano tiene la necesidad de alimentarse, razón por cual se observa la llegada constante de empresas internacionales y la creación de pequeños negocios locales.

6. **Negocio que presenta mayor oportunidad de crecimiento.**

   Cualquier negocio exitoso de alimentos, servicios, textiles, etc., puede ser franquiciable siguiendo los pasos adecuados; en nuestro país el tema de las Microfranquicias (franquicias de baja inversión) tienen un enorme potencial de desarrollo. Hay mucha gente que quiere tener un negocio propio con una marca consolidada pero no tiene mucha capacidad de inversión.

7. **Problemas que ven los empresarios en el país**

   La visión de un empresario franquiciador internacional es aumentar su presencia en nuevos países. Ellos tienen el conocimiento necesario

para adaptarse a las condiciones y leyes de cada país. A más de eso, es necesario aclarar que cuando una franquicia internacional llega, la inversión es de un empresario nacional. No es siempre pero sí es la mayoría de casos.

8. **Diálogos mantenidos con el Gobierno para dinamizar la actividad de las franquicias:**

   Se han mantenido conversaciones el Ministerio de la Producción, ellos quieren apoyar la promoción de las franquicias ecuatorianas para expansión nacional e internacional; para ello es necesario que las entidades gubernamentales y los gobiernos autónomos descentralizados analicen e investiguen la potencialidad del sistema de franquicias. Con esos estudios se puede apoyar e incentivar directamente la generación de más franquicias ecuatorianas. Esto es fundamental por la generación de fuentes de empleo y una mayor dinamización de la economía. Es necesaria la vinculación de las Cámaras de la Producción en proyectos de desarrollo de franquicias. También se necesita la participación de las Universidades para estudiar este tipo de estrategia de expansión empresarial. Por lo tanto, el Gobierno central, las empresas y las universidades deben trabajar en conjunto para conseguir una mayor generación de franquicias ecuatorianas con miras a la expansión nacional y luego internacional.

9. **Cuántas franquicias han salido del país?**

   Es difícil hablar de un número pero los motivos son varios; ya que la franquicia es un negocio que minimiza el riesgo, las empresas conocen el mercado, sin embargo existen factores que podrían provocar problemas en la operación del negocio como: falta de soporte del franquiciante, limitada capacitación del franquiciado, la escasa supervisión del franquiciante y la falta de adaptación del producto o servicio ofrecido.

10. **Cuáles son las franquicias ecuatorianas en el extranjero?**

    Las de exportación son casi escasas, se puede mencionar a Pinto y Disensa

11. **Sobre el desenvolvimiento del sector?**

    Es positiva la llegada de las franquicias extranjeras a nuestro país. Sin embargo, ya es hora de desarrollar franquicias ecuatorianas con miras a la expansión nacional y luego internacional. También debemos difundir las ventajas del sistema de franquicias, para que los empresarios que tienen un negocio exitoso entren a este mundo. La posibilidad de crear franquicias fortalece las empresas, incrementa sus ventas y genera empleo, que es lo que más requiere nuestro país.

12. **No hay capital para apostar por el desarrollo de las micro franquicias?**

    Las franquicias de baja inversión o micro franquicias no han mostrado

un crecimiento debido a la falta de capitales para invertir. Oscar León, experto en Marketing Empresarial, señala que no todas los negocios son franquiciables. Se necesita de estudios de mercado para no fracasar en el negocio. Él comenta que por esta razón hay franquicias que nacen y mueren al poco tiempo. Otra de las causas es la falta de capital para que las personas inviertan. Las micro franquicias que han triunfado son porque han logrado un buen manejo económico y administrativo. También explica que es necesario que los negocios se adapten a las necesidades del mercado en el que nacen o al que llegan.

León indica que pese a que las franquicias gozan de grandes inversiones en publicidad no hay garantías de éxito.

María Cristina Castillón, catedrática de Marketing, dice que hay casos de franquicias mundiales que fracasan por no dar servicios que requieren los mercados locales. Para ella, el servicio de valor agregado que pueda brindar una micro franquicia es lo que puede generar éxito. "Si una pequeña franquicia brinda más y mejores servicios tendrá más clientes. Esto también se aplica a las grandes empresas, que muchas veces se conforman con los estándares que se dan en la empresa matriz".

La franquicia es un negocio que minimiza el riesgo, ya que las empresas conocen el mercado. Sin embargo, siempre pueden presentarse factores que podrían provocar problemas en la operación del negocio. Los más comunes son la falta de soporte del franquiciante, la poca capacitación de franquiciado, la escasa supervisión del franquiciante y la falta de adaptación del producto o servicio ofrecido.

4.4. NOTICIAS PUBLICADAS SOBRE DISENSA EN EL ECUADOR

4.4.1. DISENSA LLEGA A FÓRMULA UNO COMO SPONSOR DE EQUIPO:

Disensa pasó a convertirse en el 2011 en la primera marca de origen ecuatoriano en estar en la Fórmula 1 como patrocinador de un equipo. Y lo ha hecho como uno de los sponsor 'premium' de la escudería Sauber, que tiene entre sus pilotos al japonés Kamui Kobayashi y al mexicano Sergio Pérez[6].

Los propietarios de la marca Disensa, que ahora se maneja bajo un sistema de franquicias de materiales de construcción que se creó en Ecuador, negociaron el patrocinio, con la posibilidad de que continúe.

[6] http://disensa.com/main/images/nov-dic.pdf, el Universo, domingo 2 de Octubre del 2011

Así, el nombre de Disensa consta en los monoplazas y en el vestuario del equipo Sauber, que también tiene entre sus recientes patrocinadores a empresas mexicanas como Claro, Telmex y otras que se han visto atraídas por la presencia del piloto Pérez.

El monto de la inversión para este patrocinio no ha sido revelado. Pero, especialistas en este deporte, señalan que las marcas pueden pagar cifras millonarias para aparecer en la Fórmula 1. Así, por ejemplo, la marca México, creada por la Secretaría de Turismo para promocionar ese país, acordó pagar 2,9 millones de dólares para estar en el carro de Sauber.

Esa cifra, según la prensa mexicana, representa aproximadamente el 7% de la cantidad que recibió este año el equipo por parte de sus sponsors mexicanos, que suman unos 45 millones aproximadamente.

Detrás de la incursión de Disensa en la Fórmula 1 se busca que la marca tenga una mayor exposición en otros países y crear expectativas sobre su nombre.

De hecho, Disensa ha anunciado que ya tiene 2.000 franquicias en América Latina, 500 de las cuales están en diferentes ciudades de Ecuador.

"El modelo de franquicia fue desarrollado completamente en Ecuador, y ante el éxito que se ha tenido en los 5 años en el mercado ecuatoriano, algunos países vecinos desean que se los apoye para desarrollar algo

similar", indicó Fernando Enderica, gerente Adfranec, empresa que maneja la franquicia máster de Disensa en el país.

México y Costa Rica están en la mira para el desarrollo del negocio de Disensa, que en el 2005 el grupo Holcim decidió franquiciar. Actualmente, la firma CESI tiene toda la propiedad intelectual del modelo de negocio.

Como sponsor de Sauber, Disensa también intenta sacar ventaja y potenciar su negocio en Ecuador, en el que espera crecer este año un 7%. Según Enderica, en Ecuador la afición hacia la Fórmula 1 se ha incrementado y al ser patrocinador de la escudería Sauber apuntan a fomentarlo.

Sauber envió a Ecuador un carro y un simulador que fue exhibido en una reunión de franquiciados de Disensa a fines de agosto. Y en estas semanas ha comenzado una gira de exhibición en centros comerciales de Quito y Guayaquil.

A la par, Disensa está desarrollando una promoción en la que por cada 30 dólares de compra se puede obtener stickers para llenar una cartilla y participar por viajes a la final de la Fórmula 1. Con esta espera generar un mayor tráfico de compra en los almacenes.

4.4.2. LA FRANQUICIA DISENSA BRILLO POR SU EXHIBICIÓN: QUITO CONSTRUCCIÓN 2005

Del 12 al 16 de Octubre, el Centro de Exposiciones Cemexpo en la ciudad de Quito, tuvo 59 representantes de la industria de la construcción nacional, al llevarse a cabo la Exhibición Internacional de la Construcción y Decoración del Hogar Quito Construcción 2005[7].

En el evento se encontraban importantes invitados, entre ellos Paco Moncayo, Alcalde del Distrito Metropolitano de Quito, Joaquín Zevallos,

Secretario de la Producción, Diego Del Castillo, presidente de la Cámara de la Construcción de Quito, Oscar Peters, Presidente de HPP Ecuador y Dick Van Raams donk, Gerente General de HPP Ecuador.

[7] http://disensa.com/main/images/nov-dic.pdf

El Alcalde de Distrito Metropolitano de Quito inauguró la exhibición después de dirigir unas emotivas palabras en donde resaltó las necesidades del Ecuador en los momentos actuales y felicitó a todas las empresas participantes de la exhibición por su aporte al desarrollo del país.

La reciente estrenada franquicia Disensa sobresalió en la exhibición con una réplica exacta de uno de sus locales franquiciados, que poco a poco van llenando las distintas plazas del Ecuador y sobresalen por su llamativo diseño estandarizado para todos los locales que son parte de este sistema innovador.

El concepto de franquicia en el Ecuador en el mercado de la construcción es relativamente nuevo, por lo que Disensa se convierte así en un pionero a nivel nacional. El poseer un sistema de franquicia le ha permitido a Disensa tener un mayor control

de los estándares de calidad en cuanto a atención al cliente, e imagen de sus instalaciones.

En el stand de Disensa, los productos que estuvieron en constante exposición durante los 4 días que duró la feria fueron: cemento Rocafuerte de Holcim, agregados Holcim, tuberías, accesorios y t-anques de PVC de plastigama de Amanco; Agregados de calizas huayco, bloques y adoquines de bloqcim, adoquines de color de hormipos; techos metálicos techofuerte de rooftec de. Ecuador; perfilería metálica de IPAC; cables eléctricos de electrocables S.A.; clavos y alambre ideal de alambrec, soldadura indura del Indura del Ecuador y morteros enlumax y pegabloc de Intaco. Además, se obsequiaron folletos informativos de los diversos productos que la franquicia distribuye, además de camisetas y gorras. La exhibición Quito Construcción 2005, llegó a su fin el domingo 16 de Octubre, con la esperada rifa de la camioneta cero kilómetros que Holcim Ecuador donó.

4.5. FRANQUICIA DISENSA EN EL ECUADOR

4.5.1. Generalidades.

En el Ecuador se ha dado un gran paso en la comercialización de materiales de construcción, con la primera franquicia en el mundo para este tipo de negocio.

El objetivo es ofrecer una amplia gama de productos y servicios para la construcción, brindándoles opciones de compra ventajosas a todos los clientes. De esta manera, Disensa entrega un mayor número de productos, individualmente o en paquetes, a costos competitivos y mediante una atención personalizada que permite evaluar la satisfacción del cliente.

Continuando con el concepto de oferta total, la canasta de productos ofrecida a los consumidores finales se centra en productos para la construcción y demás productos de la industria. Se quiere realizar este proyecto para ofrecerles a los habitantes del cantón de la península la oportunidad de escoger los mejores materiales de construcción que existen en el país y así sentirse seguros que su construcción será todo un éxito utilizando los mejores materiales.

Presentamos a los nuevos franquiciados Disensa

Distribuidora Durán de Ángel Padilla
Durán

Carquin Cía. Ltda. de Patricia Quintero
Guayaquil

Oricorp de Emilio Serrano - Milagro

Proconstrucción de Antonio y Elizabeth Jairada
Guayaquil

El sistema de franquicia permite unificar estándares de calidad y atención al cliente en todos nuestros puntos de venta, beneficiando principalmente al consumidor. Para atender a los clientes interesados en comprar materiales de construcción, ofreciendo productos de alta calidad y con una estandarización de servicios y procedimientos que llevan a lograr un mejoramiento continuo en el canal de distribución y así los clientes se sientan identificados con los productos Disensa y por ende se concienticen que los mejores productos de construcción los encuentran en la franquicia. Para Disensa lo ideal es mantener los estándares alcanzados y el reto es mejorar la calidad en la prestación del servicio día a día para beneficio de los consumidores finales. Esto hace que el proyecto se convierta en una manera atractiva de generar ganancias por el debido aumento del sector de la construcción a nivel de este cantón.

4.5.2. Descripción de la franquicia.

La franquicia Disensa, es la más importante red de comercialización de materiales de construcción en el país y la primera franquicia de este tipo en

el mundo. Los productos y servicios que ofrece están enfocados a cubrir las más altas expectativas de los clientes, cumpliendo siempre con los estándares de calidad. La fortaleza se centra en el grupo humano que compone la red Disensa y que forma un canal de distribución con cobertura en todo el territorio nacional. Son los distribuidores de las mejores marcas de productos para la construcción en el país.

Con el concepto de Franquicia se desea transformar la tradicional, y algunas veces no óptima, manera de atender a los clientes interesados en comprar materiales de construcción, la búsqueda de una estandarización de servicios, productos y procedimientos nos llevan a lograr un mejoramiento continuo en el canal de distribución. El reto es mantener los estándares alcanzados y mejorar día a día para beneficio de los consumidores finales a través de este concepto comercial innovador para este tipo de negocios. De esta manera, Disensa se convierte en la primera

franquicia de materiales de construcción en el mundo. Con la Franquicia Disensa, cualquier persona puede tomar la decisión de aperturar un punto de venta, ya que de cierta manera tiene asegurando el éxito para su negocio. Los interesados cuentan con el soporte necesario partiendo desde el momento de elegir el sitio indicado para ubicar su punto, el diseño e implementación física de su local, capacitación en los materiales de construcción que la franquicia maneja, herramientas tecnológicas para la operación de su negocio, manuales de operación y servicio al cliente, que le permitirán a los postulantes un rápido aprendizaje de los puntos clave de este negocio.

Como parte de las herramientas que le permitirán operar de manera eficiente su negocio, los franquiciados cuentan con un servicio de compras online para el abastecimiento de los materiales de construcción, software especialmente diseñado para administrar este tipo de negocio, manuales de políticas y procedimientos y una imagen llamativa, homogénea e innovadora para sus locales, que permiten sean reconocidos en cualquier parte del país y diferenciados de los competidores.

En el Ecuador se ha dado un paso adelante en la comercialización de materiales de Construcción, con la primera franquicia en el mundo para este tipo de negocio. Disensa pone a su disposición una red de locales

franquiciados en donde el cliente encontrará una amplia gama de productos con la mejor relación calidad-precio y un alto estándar de atención al cliente.

El poseer un sistema de franquicia le ha permitido a Disensa tener un mayor control de los estándares de calidad en cuanto a atención al cliente, e imagen de sus instalaciones.

Misión.

Ofrecer un alto nivel en los estándares de calidad, imagen y servicio para alcanzar la satisfacción del cliente, de una manera eficiente y competitiva con la mejor relación precio/valor, participando responsablemente en el mercado de la construcción y contribuyendo así con el mejoramiento de la calidad de vida del cantón Catamayo.

Visión.

Fortalecer la presencia de la franquicia Disensa San José Cía. Ltda. en el cantón Catamayo, haciendo frente a la competencia y a la amenaza de la entrada de nuevos productos y servicios, con procesos de ventas orientados a la excelencia en la atención y el servicio al cliente, alcanzando liderazgo en la venta de materiales de construcción para Loja y la provincia.

4.5.2.1. Obligaciones del Franquiciador

- ✓ Disponer de una marca, producto o servicio debidamente registrado e introducido en el mercado con éxito probado y que pueda ser fácilmente transmisible.
- ✓ Saber transmitir a sus franquiciados el *know how* de la franquicia.
- ✓ Contar con la infraestructura suficiente para proporcionar el servicio adecuado a las necesidades.
- ✓ Estar asesorado permanentemente de los últimos avances, tanto a nivel técnico como de marketing.
- ✓ Saber evaluar las diferentes zonas geográficas.
- ✓ Capacidad financiera y solvencia profesional.
- ✓ Disponer de tiendas piloto, como mínimo tres, que demuestren la rentabilidad de la franquicia al franquiciado.
- ✓ Tener el correspondiente *package* o manual operativo, que garantice el éxito comercial y económico de la transacción.
- ✓ Proporcionar exclusividad de zona, que facilite, sin ninguna reticencia, la lista completa de sus franquiciados.
- ✓ Que su rentabilidad no dependa exclusivamente de los cánones de adhesión o de la venta inicial de maquinaria.
- ✓ Que la actividad que desarrolla se sitúe en un mercado en expansión y duradero y no esté basada en una demanda temporal, moda pasajera o cotice a la baja.

- ✓ Que su concepto se adapte plenamente a la demanda de un *target* amplio.
- ✓ Que lleve a cabo una selección esmerada de sus franquiciados y opere un crecimiento ajustado a sus medios.
- ✓ Que dedique esfuerzos potentes para incrementar la notoriedad de su marca.
- ✓ Que garantice a sus franquiciados unos servicios permanentes de seguimiento, comunicación interna, investigación, apoyo y marketing.
- ✓ Que su contrato respete el equilibrio entre las partes y defina claramente las reglas de juego.
- ✓ Y, por último, que asuma en todos los terrenos un compromiso total con sus franquiciados". [8]

4.5.2.2. Requisitos para ser franquiciado.

- ✓ Ser comerciante de materiales para la construcción, establecido en el lugar de expendio.
- ✓ Disponer de un local convenientemente ubicado y estar dispuesto a hacer las adecuaciones necesarias sugeridas por Disensa según sus requerimientos, para lo que se facilitará los

[8] http://www.marketing-xxi.com/obligaciones-del-franquiciador-y-del-franquiciado-74.htm

planos de diseño. Se sugiere que las bodegas tengan 100m^2 de superficie y las oficinas de 40m^2

- ✓ Disponer de suficiente capital de trabajo para poder manejar la gama de productos que distribuye Disensa. Este dato deberá será verificable.
- ✓ Estar afiliado a la Cámara de Comercio (registro comercial).
- ✓ Poseer registro único de contribuyentes.
- ✓ Presentar cédula de ciudadanía y certificado de votación.
- ✓ Presentar referencias bancarias tanto de la empresa, así como de su representante legal y accionistas.
- ✓ No constar en central de riesgo como deudor, categorías: b,c,d,e.
- ✓ Tener obligaciones tributarias al día.
- ✓ Presentar estados financieros del SRI de los últimos 3 años de la empresa que busca obtener la franquicia, o en el caso de ser una empresa nueva, presentar estados financieros de su accionista mayoritario.
- ✓ Poseer referencias personales y comerciales afines con el negocio.
- ✓ Ser una persona o empresa reconocida en el medio.

- ✓ Dirigir solicitud escrita al Gerente General de Disensa, acompañada de fotografías del local, con indicación de ubicación, capacidad de bodega y más facilidades.
- ✓ Si es una compañía, deberá presentar las escrituras de su constitución y documento de representación legal.
- ✓ Presentar la nómina de las personas autorizadas a emitir órdenes de compra y dependientes del negocio (registro de firmas).
- ✓ Compromiso firmado mediante carta, a usar sistema de facturación SAFDI.
- ✓ Obligatoriedad de asistir a los cursos de capacitación de SAFDI y compras en línea.
- ✓ Contar con permisos de funcionamiento municipales – sanitarios, u otros vigentes[9].

4.5.2.3. Beneficios que obtienen los franquiciados con el sistema de franquicia.

El sistema de franquicia permite unificar estándares de calidad y atención al cliente en todos los puntos de venta, beneficiando principalmente al consumidor.

[9] http://www.disensa.com/html/catalogo/franquicias/requisitos.html

También a los operadores les da la oportunidad de obtener un negocio regulado y con controles de compras, inventarios, ventas, módulos tributarios y ante todo la ventaja de contar con los mejores proveedores de materiales de construcción en el país como son: Holcim, Andec, Amanco, Intaco, Hormipisos, Electrocables, IPAC, Calizas Huayco, Indura, Rooftec del Ecuador, Ideal Alambrec, Bloqcimlmesco.

4.5.2.4. Preparación de carpeta para solicitud de aprobación

4.5.2.4.1. Personas Naturales:

- Registro único de contribuyentes
- Cédula de ciudadanía y certificado de votación
- Referencias bancarias y tarjetas de crédito
- No constar en la central de riesgos como deudor
- Tener obligaciones tributarias al día
- Presentar información financiera de los tres últimos años de su actividad comercial
- Anexar originales de 3 referencias comerciales y 3 referencias personales
- Enviar comunicación al Gerente General de Adfranec, según formato anexo, acompañada de fotografías del local, con ubicación, metraje de bodega y más facilidades del local
- Llenar formato de solicitud, archivo anexo

4.5.2.4.2. Personas Jurídicas:

- Copia del registro único de contribuyentes
- Copia de las escrituras de constitución de la empresa
- Copia del nombramiento del representante legal de la empresa
- Nómina de accionistas, última información presentada a la Superintendencia de Compañías
- CCO, certificado de cumplimiento de obligaciones ante la Superintendencia de Compañías
- Copias de las cédulas y certificados de votación del Representante Legal y accionistas
- Copia de los EE.FF. del SRI de 3 últimos años de la empresa que busca obtener la franquicia; o en el caso de ser una empresa nueva, presentar EE.FF. de su accionista mayoritario
- Referencias bancarias de la empresa, accionistas y Representante Legal en originales
- Poseer 3 referencias personales del Representante Legal y su accionista mayoritario. Además 3 referencias comerciales afines al negocio. Estos documentos deben ser originales
- Enviar comunicación al Gerente General de Adfranec, según formato anexo, acompañado de fotografías del local, con ubicación, metraje de bodega y más facilidades del local
- Llenar formato solicitud, archivo anexo.

4.6. ANTECEDENTES GENERALES DEL CANTÓN CATAMAYO

Catamayo es un cantón ubicado en la provincia de Loja, Ecuador, se caracteriza por los insuperables paisajes naturales en los que se destaca una flora y fauna exuberantes. Posee los valles más fértiles, de inagotable abundancia agrícola de la Región, los mismos que son bañados por dos ríos, Boquerón y Guayabal.

Cuenta con innumerables atractivos tanto naturales como turísticos y culturales etc., su clima es delicioso con un tinte veraniego lo que hace de esta ciudad el destino ideal para quien busca disfrutar de unas vacaciones en un ambiente agradable rodeado de esplendorosos valles y paisajes naturales.

Por su ubicación geográfica se ha convertido en una ciudad de paso hacia todos los lugares de Ecuador, además de poseer el Aeropuerto Ciudad de Catamayo , medio con el que comunica a Loja con el resto del País, es por

esto que **Catamayo** se muestra como una urbe siempre lista a recibir al visitante o simplemente ser el lugar donde los viajeros hacen su parada para descansar un momento y deleitarse con el sabor único de su deliciosa gastronomía, la misma que la encuentran en diferentes restaurantes de la urbe catamayense; su gente es amable y trabajadora constituyéndose en un factor importantísimo para el desarrollo de la Ciudad.

El cantón Catamayo, a lo largo de su historia, se ha destacado en los campos del saber y cultura, el arte, las letras, la música, especialmente en el ámbito artesanal; sus hombres y mujeres han sabido cultivar estos campos y colocar a Catamayo en un sitio predilecto, dentro y fuera del país. En la actualidad existen personas nativos y habitantes en Catamayo que tratan de mantener en alto la característica cultural.

Se caracteriza por ser un cantón con una sociedad de alto nivel que poco a poco con la ayuda de los alcaldes y desde luego de sus habitantes han incrementado Centros Educativos de gran prestigio, Empresas, tales como DECORTEJA, MALCA, lugares turísticos, como AGUAMANIA, LOS ALMENDROS, entre otros; los mismos que han aportado con el desarrollo social y cultural. Los nuevos proyectos del Alcalde actual, Arquitecto Marco Salinas es atraer el turismo ya que sería un gran aporte económico para este cantón, además nuestro querido cantón cuenta con una fauna y flora único, siendo esta solo una de las muchas razones por las cuales debemos

dar a conocer nuestro cantón a toda la provincia de Loja y el País. EL desarrollo social del cantón ha sido con el aporte de personas extrañas y propias, que han buscado la igualdad social.

4.6.1. PARROQUIAS URBANAS

1. SAN JOSÉ: En esta parroquia se encuentra la Iglesia de San José, edificación aislada e independiente, ocupa media cuadra en el centro de la Parroquia, su planta arquitectónica está formada por un solo cuerpo, adicionalmente tiene unas buenas habitaciones contiguas que sirven como oficinas y habitación de los sacerdotes.

En el área médica, existe un subcentro de salud, atienden un médico y una enfermera.

4.6.2. PARROQUIAS RURALES

1. **EL TAMBO:** El área urbana se encuentra sectorizada por el parque central y en sus alrededores por viviendas y pequeños comercios. La infraestructura educativa e instituciones de gobierno se encuentran en la urbe de la parroquia.

2. **GUAYQUICHUMA:** En el Prado que es la cabecera parroquial se encuentra configurada una zona netamente de vivienda, con la incorporación del centro de salud y algunas instituciones educativas.

3. **SAN PEDRO DE LA BENDITA:** El área urbana se encuentra configurada de una forma en donde el sector céntrico se desarrolla un área comercial combinada con vivienda y en los alrededores la zona de

residencia. La infraestructura educativa e instituciones de gobierno se encuentran en el contorno de la urbe.

4. **ZAMBI:** En el área urbana se encuentra zonificada el área residencial dentro de la cual existe área verde y recreación, así como también las instituciones educativas.

4.6.3. EL MERCADO DE LA CONSTRUCCION EN CATAMAYO

La demanda de la construcción en Catamayo ha venido en constante crecimiento tanto a nivel de familias como por parte de la municipalidad.

Así el I. Municipio de Catamayo ha realizado los siguientes proyectos:

- ✓ Construcción del centro de abasto del pequeño productor
- ✓ Estudios para la ampliación del mercado central de Catamayo
- ✓ Renovación de la nave de carnes y mariscos del mercado central de Catamayo y Baterías Sanitarias
- ✓ Construcción del centro de acopio mayorista en la parroquia urbana San José
- ✓ Gestión para la construcción y remodelación del nuevo aeropuerto para Catamayo
- ✓ Construcción de talleres y bodega municipal 1era. Etapa (cubierta)
- ✓ Construcción de unidades sanitarias integrales en los barrios La Chora, Libertad y la Arada

- ✓ Construcción de alcantarillado sanitario sector buena vista
- ✓ Ampliación de la red de agua potable, barrio Trapichillo, sector el Recreo
- ✓ Ampliación de las redes de distribución barrio Catamayo
- ✓ Construcción de alcantarillado sanitario vial al aeropuerto
- ✓ Construcción del sistema de agua potable para Zambi
- ✓ Construcción de alcantarillado sanitario en la vía al Guayabal desde el puente sobre la quebrada seca de Trapichillo hasta el ingreso a Monterrey, entre otros.

También ha realizado obras de equipamiento deportivo, educativo, comunal tanto en la ciudad de Catamayo como en las Parroquias urbanas y rurales. En lo referente a la vivienda existe un Plan de Vivienda para la ciudad de Catamayo con FIDECOMISO DEL BIES.

Por tanto la población de Catamayo y sus Parroquias se constituyen en potenciales demandantes de los materiales de construcción.

4.6.4. COMPETENCIA DE DISENSA EN CATAMAYO

La competencia se enfoca a todos los negocios que tengan que ver con la venta de materiales de construcción como los son las ferreterías y lugares

donde comercializan cemento, hierro, y demás materiales que se necesitan para la construcción. A continuación fotografías de los oferentes.

FRANQUICIADOS DISENSA EN EL CANTÓN CATAMAYO

Como se observa en las fotos de los franquiciados de Juan Altamirano, Luis Guerrero y Enrique Ullauri, ofrecen los productos de la Canasta Disensa, pero competencia directa será Juan Altamirano, por el monto de inversión y la totalidad de sus productos para la venta y comercialización.

5. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1. MATERIALES

Se utilizó los siguientes materiales:

- Laptop,
- Cámara fotográfica,
- Flash memory,
- Calculadora,
- Suministros y materiales de oficina
- Material Bibliográfico

5.2. METODOLOGIA

Para el desarrollo del presente trabajo será necesaria la utilización de los siguientes métodos y técnicas:

1. Método Científico: Este método permitió levantar información, investigar datos y confirmarlos mediante conclusiones**.**

2. Método Deductivo: La aplicación de este método permite, a través del análisis general, establecer conclusiones particulares, acerca de la población objeto de estudio.

3. Método Analítico Sintético: Mediante este método se realizó un estudio de cada una de las partes del desarrollo del proyecto: estudio de mercado, estudio técnico, estructura legal y administrativa y el análisis financiero.

Para la recopilación, análisis y procesamiento de datos se utilizó técnicas como:

a. Observación Directa: Permitió observar el nivel de oferta, la calidad, calidez, eficacia y eficiencia con que los franquiciados Disensa de la ciudad de Catamayo atienden a sus clientes; también tener una visión general de la capacidad de inversión que se debe tener para ejecutar el proyecto. Por último identificar estratégicamente la localización exacta del proyecto.

b. Encuestas: Fueron aplicadas a los 122 propietarios de la construcción, de acuerdo a los permisos de construcción otorgados por el Departamento de Planificación del I. Municipio en el año 2012; los propietarios se los localizó en las parroquias urbanas y rurales del cantón Catamayo. Finalmente la aplicación de la encuesta permitió determinar la demanda, la oferta y la competencia que tendrán los productos de la Canasta Disensa en la Parroquia San José del cantón Catamayo.

Población

La población o Universo la constituye el total de permisos de construcción otorgados por el Departamento de Planificación del I. Municipio de Catamayo en el año 2012.

Para determinar el incremento porcentual de permisos de construcción se ha calculado la tasa de crecimiento. Seguidamente la fórmula:

T= $\left(\frac{P1}{P0} * 100\right) - 100$

En donde:

T = Tasa de crecimiento de los permisos de construcción (59,52%)

P_1 = Permisos de construcción en el año actual (134)

P_0 = Permisos de construcción en el año pasado (84)

A continuación el cálculo de la tasa de crecimiento

$$T_{2007\ al\ 2008} = \left(\frac{134}{84} * 100\right) - 100$$

$T_{2007\ al\ 2008}$ = **59,52%**

En el siguiente cuadro se presentan los cálculos respectivos para los años posteriores:

CUADRO Nº. 1

PERMISOS DE CONSTRUCCIÓN OTORGADOS POR EL DPTO. DE PLANIFICACIÓN DEL I. MUNICIPIO DE CATAMAYO		
AÑOS	**Nº. PERMISOS**	**TASA CRECIMIENTO**
2007	84	
2008	134	59,52
2009	147	9,70
2010	190	29,25
2011	182	-4,21
Enero - Agosto 2012	127	
Fuente: Dpto. Planificación I. de Municipio Catamayo, Sep.2012		
Elaboración: La Autora		

Según se puede observar en el cuadro anterior del 2007 al 2008 existe un incremento en el número de permisos de construcción otorgados del 59,52%; del 2008 al 2009 se incrementa apenas el 9,70%; del 2009 al 2010

sube en 29,25%; mientras que del 2010 al 2011 disminuye en 4,21%, dato que se lo considera como referencia para el 2012 por el último año y por considerar el comportamiento actual de la población.

Tamaño de la muestra

Para determinar el número de encuestas a aplicar, a los 127 permisos de construcción otorgados de Enero a Agosto del 2012, se le disminuye el 4,21%, por la disminución de permisos que se dieron en el último año, y por considerar el comportamiento actual de la población. Con ello se determinó la muestra o número de encuestas a aplicar de la siguiente manera:

n = 127 * (-4,21%)

n = 122 Encuestas

Las 122 encuestas fueron aplicadas a los propietarios de la construcción ubicados en las parroquias urbanas y rurales del cantón Catamayo.

Entrevista: Se la utilizó para determinar la oferta y se la realizó a los franquiciados Disensa en el Cantón Catamayo. A continuación los oferentes.

CUADRO Nº. 2

OFERENTES DISENSA EN EL CANTÓN CATAMAYO		
Nº.	**NOMBRE**	**DIRECCIÓN**
1.	Juan Altamirano	Perimetral P. Eliseo Arias Carrión y 24 de Mayo
2.	Luis Guerrero	Av. Isidro Ayora entre 9 de Oct. y 18 de Nov.
3.	Enrique Ullauri	Simón Bolívar entre Av. Catamayo y 1ero. de Mayo
Fuente: Inv. Directa		
Elaboración: La Autora		

Teniendo la información base se procedió al ordenamiento, clasificación y sistematización para la presentación mediante cuadros, gráficos necesarios para poder dar mayor coherencia a los resultados.

Una vez sistematizada la información se procedió a realizar el análisis técnico, que partiendo del estudio de mercado se determinó el tamaño de la franquicia Disensa y su localización.

Para el tamaño de la planta, al aplicar las encuestas se conoció la demanda del producto y en función de ello se determina la capacidad de producción.

En cuanto a la organización y ejecución de las actividades de la franquicia se cuenta con todos los elementos necesarios como terrenos, equipos, maquinaria, materia prima, talento humano, etc. que permitan un óptimo desenvolvimiento de todas las actividades dentro de la empresa.

La ejecución del proyecto requiere de una inversión que en este caso será financiada con capital propio y capital ajeno.

Para los cinco años de vida útil del proyecto se llegó a establecer los ingresos percibidos por concepto de venta de los productos de la Canasta Disensa, tomando en cuenta la capacidad instalada y los precios de venta establecidos por la competencia. Para determinar los costos totales de operación del proyecto, se determinaron los costos de producción, gastos de venta, de administración y financieros. Una vez determinados los

ingresos, costos y gastos, se determinó el punto de equilibrio y el estado de pérdidas y ganancias.

En la evaluación financiera para conocer la liquidez del proyecto se elaboró un flujo de caja en función de los ingresos y egresos generados en los diferentes años de operación. Para determinar la rentabilidad que generará la inversión, se calculó el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno, la Relación Beneficio Costo, y para saber en qué tiempo se va a recuperar la inversión, se calculó el periodo de recuperación de la inversión. Finalmente se concluyó con el análisis de sensibilidad para conocer en qué medida soportará el proyecto un incremento de costos o disminución de ingresos. Este tipo de análisis se lo realizó en dos escenarios: con financiamiento y sin financiamiento.

En lo referente al estudio administrativo y legal se determinó la organización legal y administrativa de la franquicia, con sus respectivos niveles jerárquicos así como los organigramas y el manual de funciones.

Finalmente y dando término al trabajo investigativo se elaboraron las conclusiones y recomendaciones.

6. RESULTADOS

El objetivo de estudio de mercado en un proyecto consiste en estimar la cuantía de los bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción, que la población del cantón Catamayo está dispuesta a adquirir a determinados precios.

Esta cuantía representa la demanda desde el punto de vista del proyecto y se especifica para un periodo determinado, dado que la demanda variará con el nivel general de precios.

6.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Conocer los gustos, necesidades y preferencias de los productos de la canasta Disensa por parte de los demandantes de la construcción.
- Establecer el precio adecuado para que los productos de la canasta Disensa compitan en las condiciones más favorables en el mercado de la construcción del cantón Catamayo.
- Determinar el nivel de competencia y el porcentaje de mercado que atienden los franquiciados Disensa.
- Determinar la demanda insatisfecha de los productos de la canasta Disensa en el cantón Catamayo.
- Conocer los medios de distribución y transporte de materiales, requeridos por los clientes de la franquicia Disensa

- Establecer una estrategia de mercado que permita que la comercialización de los productos de la Canasta Disensa lleguen al cliente sin incremento de precios.

6.2. DEMANDA:

La demanda constituye los deseos o necesidades que tienen los consumidores o clientes para adquirir un bien o servicio a un precio determinado; en este caso de los productos de la Canasta Disensa, siempre y cuando posean poder de compra, ya que las necesidades son ilimitadas y los recursos limitados.

6.3. DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

Determinó las siguientes interrogantes

- Cuál es el segmento de mercado que atenderá Disensa José Cía. Ltda. en el cantón Catamayo.
- Cuáles son las características del mercado
- Dónde están ubicados los clientes de la Disensa José Cía. Ltda.

Es así que el mercado objetivo está compuesto por 122 personas que de Enero a Agosto del 2012 sacaron permisos para construir en las parroquias urbanas y rurales del Cantón Catamayo.

6.4. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

El estudio de mercado realizado en el cantón Catamayo, ayudó a determinar las necesidades, gustos y preferencias de compra de materiales de construcción de los usuarios.

Para conocer la demanda actual se aplicó 122 encuestas a los propietarios de viviendas que han decido construir su casa en las parroquias urbanas y rurales del cantón Catamayo.

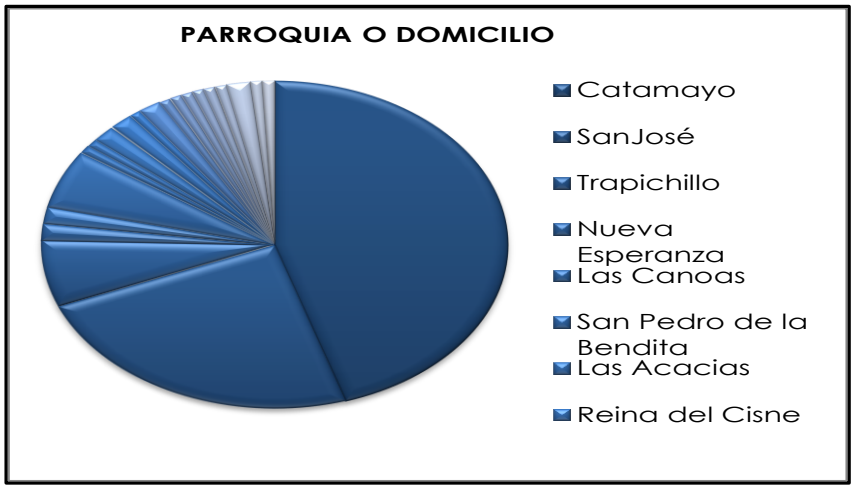
6.5. RESULTADO DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS USUARIOS/CLIENTES DEL MERCADO DE LA CONSTRUCCIÓN EN EL CANTÓN CATAMAYO.

1. SEÑALE CON UNA X, LA PARROQUIA O EL LUGAR DE SU RESIDENCIA

CUADRO Nº. 3

Nº. DE USUARIOS DEL MERCADO DE LA CONSTRUCCIÓN ENCUESTADOS EN EL CANTÓN CATAMAYO	
PARROQUIA/BARRIO	**Nº. ENCUESTAS APLICADAS**
Catamayo	55
SanJosé	29
Trapichillo	8
Nueva Esperanza	2
Las Canoas	2
San Pedro de la Bendita	7
Las Acacias	1
Reina del Cisne	1
Lotización Isabel Arias	2
El Recreo	2
Eliseo Arias Carrión	1
Lotización Ximena Vela	2
Lotización Alicia Bermeo	1
Vía al Aeropuerto	1
Lotización Carlos Luzuriaga	1
San Antonio	1
Vía a Loja	1
La Cruz	1
La Florida	2
Los Almendros	1
Los Ceibos	1
TOTAL	**122**
Fuente: Dpto. Planificación I. Municipio Catamayo	
Elaboración: La Autora	

GRÁFICO Nº. 1



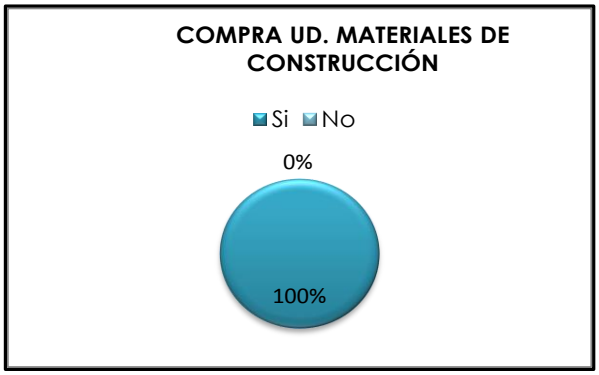
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los permisos de construcción otorgados, observamos que el 45,08% de los encuestados han construido en la parroquia urbana de Catamayo, el 23,77% en la parroquia San José; el 6,56% en Trapichillo; el 5,74% en San Pedro de la Bendita; el 1,64% en: Nueva Esperanza, Las Canoas; Lotización Isabel Arias, el Recreo, Lotización Ximena Vela y la Florida y el 0,82% en las Acacias, Reina del Cisne, Eliseo Arias Carrión y restantes.

2. ¿COMPRA UD. MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN?

CUADRO Nº. 4

COMPRA UD. MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN		
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
Si	122	100,00
No	0	0,00
TOTAL	**122**	**100,00**
Fuente: Encuesta		
Elaboración: La Autora		

GRÁFICO Nº. 2



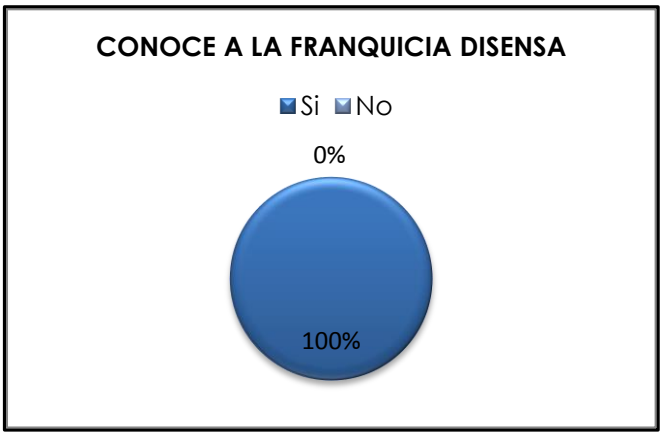
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 100% manifestó que si compra, lo que representa a los 122 usuarios que solicitaron los permisos de construcción.

3. ¿CONOCE A LA FRANQUICIA DISENSA?

CUADRO Nº. 5

CONOCE A LA FRANQUICIA DISENSA		
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
Si	122	100,00
No	0	0,00
TOTAL	**122**	**100,00**
Fuente: Encuesta		
Elaboración: La Autora		

GRÁFICO Nº. 3



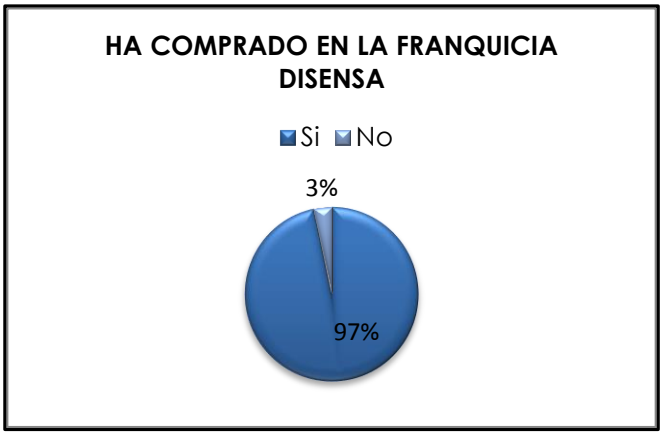
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Al preguntarles a los usuarios del mercado de la construcción si conocen a la franquicia Disensa, el 100% manifestó que sí.

4. ¿HA COMPRADO MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN LA FRANQUICIAS DISENSA EN CATAMAYO?

CUADRO Nº. 6

HA COMPRADO MATRIALES DE CONSTRUCCIÓN EN LA FRANQUICIA DISENSA		
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
Si	118	96,72
No	4	3,28
TOTAL	**122**	**100,00**
Fuente: Encuesta		
Elaboración: La Autora		

GRÁFICO Nº. 4



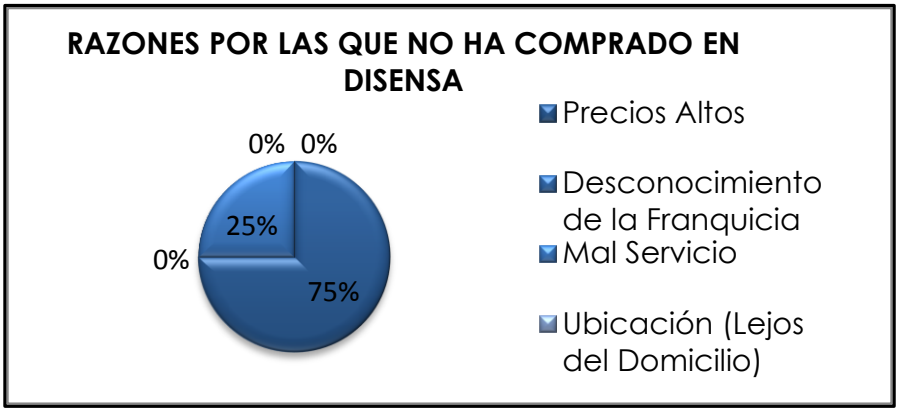
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De la población objeto de estudio, tenemos que el 97% ha comprado en las franquicias Disensa ubicadas en el cantón Catamayo, mientras que el 3% no lo ha hecho por las razones que se indican en la siguiente pregunta.

5. RAZONES POR LAS CUALES NO HA COMPRADO EN DISENSA

CUADRO Nº. 7

RAZONES POR LAS CUALES NO HA COMPRADO EN DISENSA		
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
Precios Altos	3	2,46
Desconocimiento de la Franquicia	0	0,00
Mal Servicio	1	0,82
Ubicación (Lejos del Domicilio)	0	0,00
Otros	0	0,00
TOTAL	**4**	**3,28**
Fuente: Encuesta		
Elaboración: La Autora		

GRÁFICO Nº. 5



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De los resultados de la pregunta anterior y tomando en cuenta que únicamente el 3% no compra en las franquicias Disensa en Catamayo, observamos que el 75% no compra porque considera que los precios son altos y el 25% restante porque dan un mal servicio.

6. EL SERVICIO BRINDADO POR LOS FRANQUICIADOS DISENSA EN CATAMAYO LO CONSIDERA

CUADRO Nº. 8

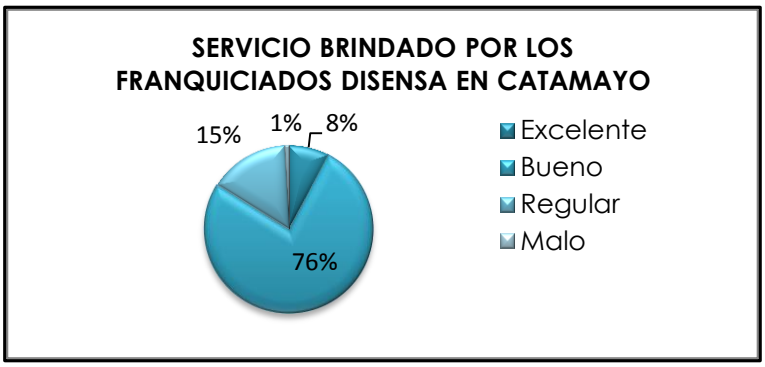
SERVICIO BRINDADO POR LOS FRANQUICIADOS EN CATAMAYO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Excelente	9	7,63
Bueno	90	76,27
Regular	18	15,25
Malo	1	0,85
TOTAL	**118**	**100,00**

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº. 6



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Al preguntar a los usuarios de la construcción que han comprado en las franquicias Disensa en Catamayo, ¿cómo? consideran la calidad del servicio brindado por éstas, en su gran mayoría, el 76% opinan que es bueno; el 15% regular, apenas un 8%

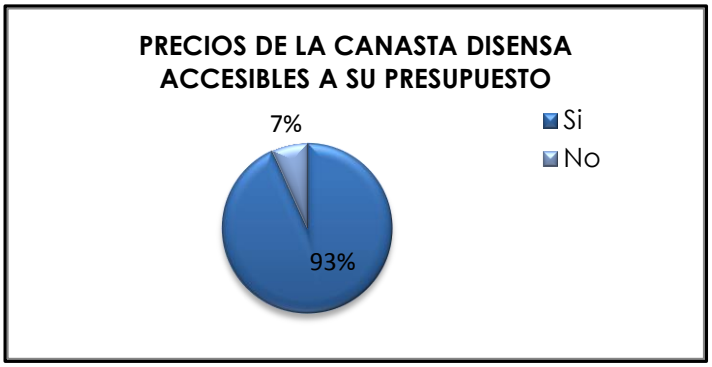
excelente y el 1% malo; lo cual indica que la calidad del servicio necesariamente debe mejorar.

7. CONSIDERA QUE LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS DE LA CANASTA DISENSA SON ACCESIBLES A SU PRESUPUESTO

CUADRO Nº. 9

PRECIOS CANASTA DISENSA ACCESIBLES A SU PRESUPUESTO		
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
Si	110	93,22
No	8	6,78
TOTAL	**118**	**100,00**
Fuente: Encuesta		
Elaboración: La Autora		

GRÁFICO Nº. 7



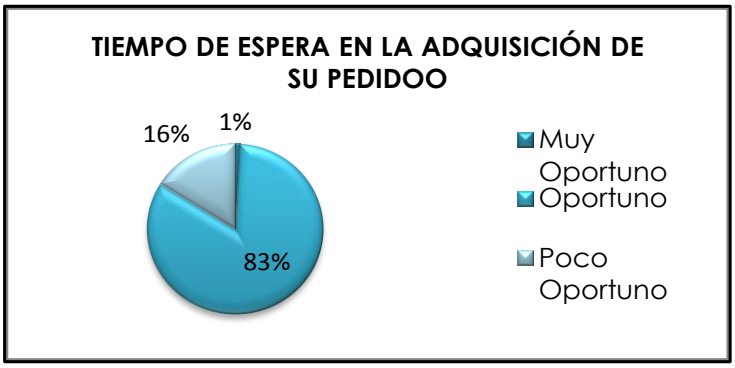
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De los usuarios de la construcción que han comprado en las franquicias Disensa en Catamayo, el 93% considera que los precios son accesibles a su presupuesto, mientras que un 7% considera que no. Por lo tanto, el precio de venta debe ser similar al de la competencia y no disparar precios que rompan la fidelidad de los clientes.

8. TIEMPO DE ESPERA EN LA ADQUISICIÓN DE SU PEDIDO LO CONSIDERA

CUADRO Nº. 10

TIEMPO DE ESPERA EN ADQUISICIÓN DE SU PEDIDO		
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
Muy Oportuno	1	0,85
Oportuno	98	83,05
Poco Oportuno	19	16,10
TOTAL	**118**	**100,00**
Fuente: Encuesta		
Elaboración: La Autora		

GRÁFICO Nº. 8



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Al preguntarles a los clientes de las Franquicias Disensa, como consideran el tiempo de espera en la adquisición de su pedido, el 83% manifiesta que es oportuno, el 16% poco oportuno y apenas un 1% muy oportuno. Esto recalca nuevamente el mejoramiento de la calidad del servicio, ya que los usuarios manifiestan que

lo que exigen es el pago de la factura y luego ellos despachan cuando tienen tiempo.

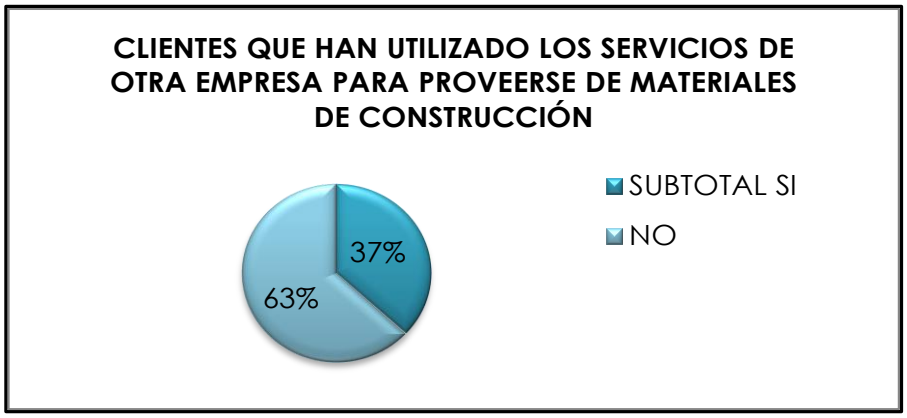
9. ¿HA UTILIZADO LOS SERVICIOS DE OTRA EMPRESA PARA ADQUIRIR LOS MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN?

CUADRO Nº. 11

HA UTILIZADO LOS SERVICIOS DE OTRA EMPRESA PARA ADQUIRIR MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN

DESCRIPCIÓN		CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	FerriElectric	18	14,76
	Yalene Guerrero	7	5,74
	Quizhpe	3	2,46
	Todos	9	7,38
	No Recuerda	8	6,56
Subtotal SI		**45**	**36,89**
NO		**77**	**63,11**
TOTAL		**122**	**100,00**
Fuente: Encuesta			
Elaboración: La Autora			

GRÁFICO Nº. 9

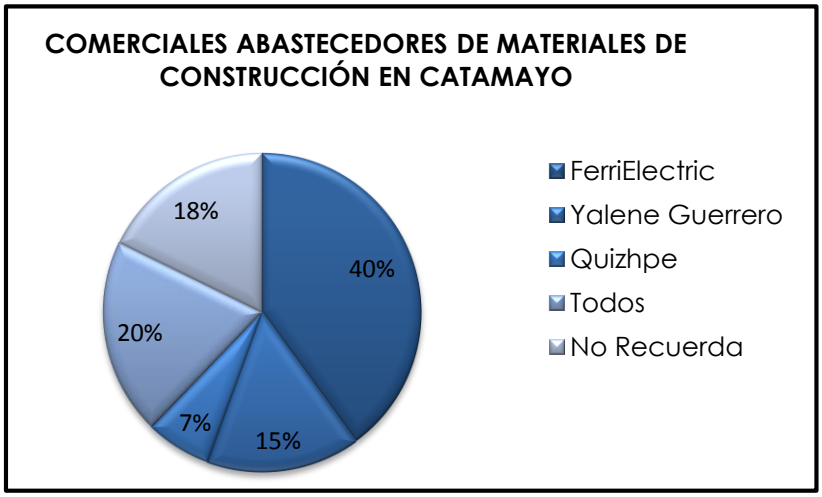


ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Al preguntarle a la población en estudio si utiliza los servicios de otra empresa para proveerse se materiales de construcción, un 63% respondió que no; mientras que un 37% que sí, y se detallan a continuación.

CUADRO Nº. 12

COMERCIALES ABASTECEDORES DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN CATAMAYO		
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
FerriElectric	18	40
Yalene Guerrero	7	16
Quizhpe	3	7
Todos	9	20
No Recuerda	8	18
TOTAL	**45**	**100**
Fuente: Encuesta		
Elaboración: La Autora		

GRÁFICO Nº. 10



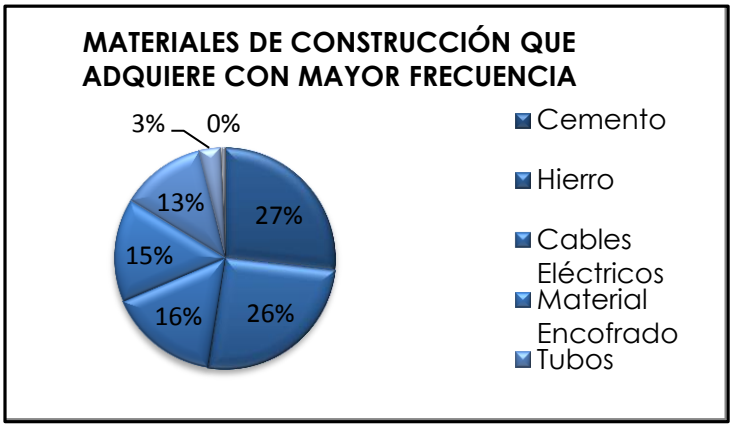
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De los clientes de la construcción que utilizan los servicios de otras empresas para proveerse de los materiales, tenemos que el 40% compra en FerriElectric; el 20% en todas las ferreterías que existen en Catamayo; el 18% no recuerda nombres, el 16% donde Yalene Guerrero y el 7% donde don Quizhpe.

10. ¿QUÉ TIPO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN ADQUIERE CON MAYOR FRECUENCIA?

CUADRO Nº. 13

MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN QUE ADQUIERE CON MAYOR FRECUENCIA		
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
Cemento	33	26,81
Hierro	31	25,71
Cables Eléctricos	20	16,04
Material Encofrado	19	15,16
Tubos	15	12,53
Bloques	4	3,08
Adoquines	0	0,22
Otros	1	0,44
TOTAL	**122**	**100,00**
Fuente: Encuesta		
Elaboración: La Autora		

GRÁFICO Nº. 11



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los criterios de la población en estudio, tenemos en que primer lugar, el 27% compra cemento, en segundo lugar un 26% hierro, en tercer lugar un16% adquiere cables eléctricos; en cuarto lugar un 15% material de encofrado; un 13% tubos; un 3% bloques, un 0,22% adoquines y finalmente un 0,44% otros materiales como cerámica.

11. ¿SI SE INSTALARIA UNA FRANQUICIA DISENSA EN CATAMAYO EN LA QUE SE LE OFREZCA TODO LO NECESARIO PARA LA CONSTRUCCIÓN Y ACABADOS UD. LE COMPRARÍA?

CUADRO Nº. 14

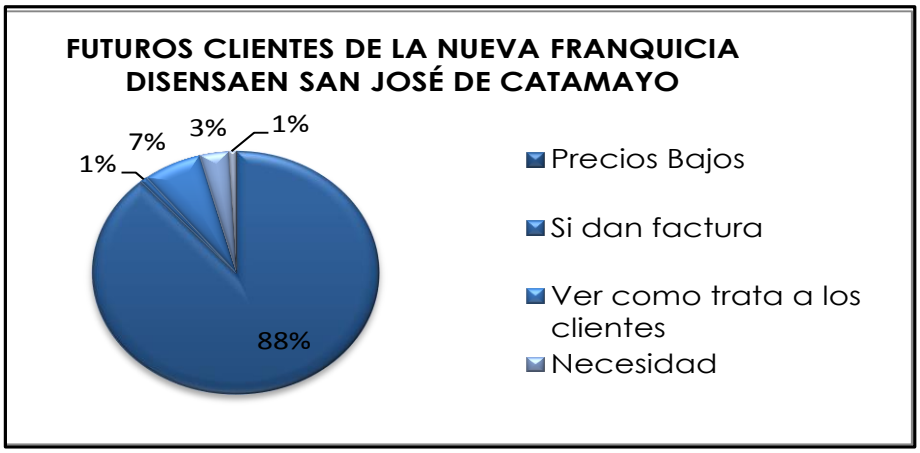
FUTUROS CLIENTES DE LA NUEVA FRANQUICIA DISENSA EN SAN JOSÉ DE CATAMAYO

DESCRIPCIÓN		CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	Precios Bajos	108	88,52
	Si dan factura	1	0,82
	Ver como trata a los clientes	8	6,56
	Necesidad	4	3,28
	Cercanía al domicilio	1	0,82
Subtotal SI		**122**	**100,00**
NO		**0**	**0,00**
TOTAL		**122**	**100,00**

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº. 12



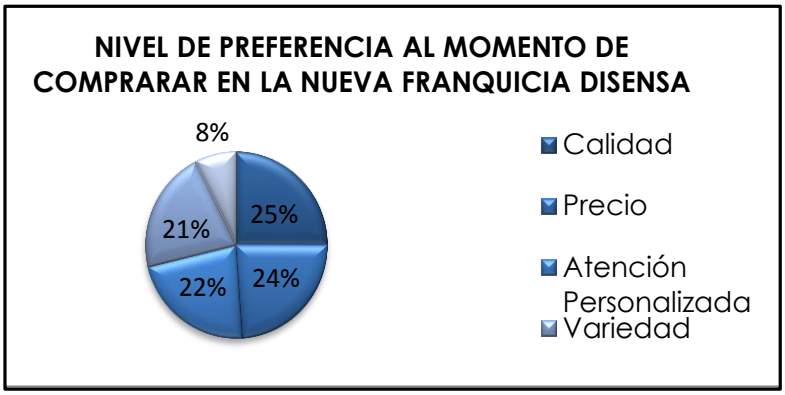
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Toda la población encuestada está dispuesta a comprar sus materiales de construcción en la nueva franquicia Disensa que estará ubicada en la Parroquia San José del cantón Catamayo, junto al estadio de la liga cantonal siempre y cuando en un 88% ofrezca a precios más bajos, un 7% lo haría por la novedad y ver como tratan al cliente, un 3% por necesidad finalmente un 0,82% si les otorgan factura y también porque viven en San José, que les queda más cerca.

12. INDIQUE SU NIVEL DE PREFERENCIA ANTE LOS SIGUIENTES PUNTOS AL MOMENTO DE ELEGIR EL LUGAR DE COMPRA DE LOS MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN

CUADRO Nº. 15

NIVEL DE PREFERENCIA AL MOMENTO DE COMPRAR EN LA NUEVA FRANQUICIA DISENSA		
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
Calidad	31	25,05
Precio	29	23,82
Atención Personalizada	27	22,38
Variedad	26	21,36
Transporte	9	7,39
TOTAL	**122**	**100,00**
Fuente: Encuesta		
Elaboración: La Autora		

GRÁFICO Nº. 13



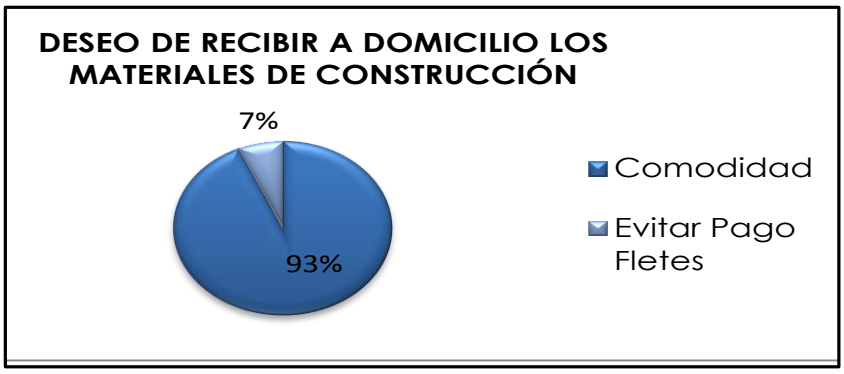
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El nivel de preferencia de los clientes con respecto a los productos de la canasta Disensa es en primer lugar la calidad en un 25%; un 24% en segundo lugar prefiere el precio; en tercer lugar un 22% la atención personalizada; en cuarto lugar un 21% la variedad y en quinto un 8% considera el transporte.

13. LE GUSTARIA QUE EL NUEVO LOCAL DE DISENSA SE ENCARGUE DE TRASLADAR SUS MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN HASTA SU DOMICILIO O LUGAR DESEADO

CUADRO Nº. 16

DESEO DE RECIBIR A DOMICILIO LOS MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN			
DESCRIPCIÓN		**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
SI	Comodidad	114	93.44
	Evitar Pago Fletes	8	6.56
Subtotal SI		122	100.00
NO		0	0.00
TOTAL		**122**	**100.00**
Fuente: Encuesta			
Elaboración: La Autora			

GRÁFICO Nº. 14



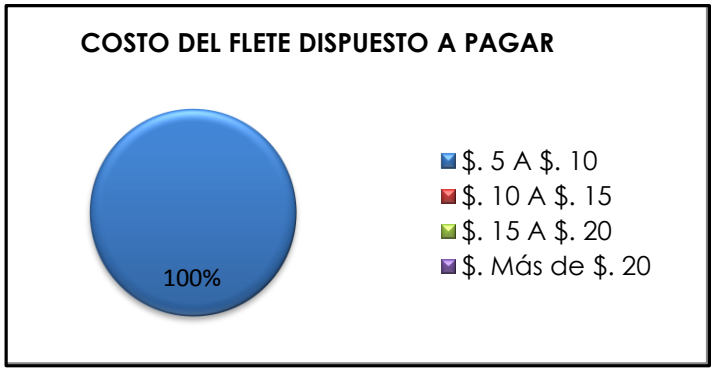
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De la totalidad de los clientes que están dispuestos a comprar en la nueva franquicia Disensa, el 100% espera que los materiales de construcción se le entreguen a domicilio, quienes en un 93% lo prefieren por comodidad y un 7% para evitar el pago de fletes.

14. SI SU RESPUESTA A LA PREGUNTA ANTERIOR FUE AFIRMATIVA, INDIQUE EL COSTO DEL FLETE QUE ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO

CUADRO Nº. 17

COSTO DEL FLETE DISPUESTO A PAGAR		
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
$. 5 A $. 10	122	100
$. 10 A $. 15	0	0
$. 15 A $. 20	0	0
$. Más de $. 20	0	0
TOTAL	**122**	**100**
Fuente: Encuesta		
Elaboración: La Autora		

GRÁFICO Nº. 15



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: La totalidad de los clientes esperan que el costo mínimo del flete sea de $. 5 a $. 10.

15. INDIQUE SU NIVEL DE PREFENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL QUE LE GUSTARIA ESCUCHAR/VER LA PUBLICIDAD DE LA NUEVA FRANQUICIA DISENSA

CUADRO Nº.18

PREFERENCIA DE LA PUBLICIDAD POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN		
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**PORCENTAJE**
Radio	32	26,42
TV	31	25,34
Prensa	30	24,26
Hojas Volantes	29	23,99
TOTAL	**122**	**100,00**
Fuente: Encuesta		
Elaboración: La Autora		

GRÁFICO Nº. 16

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Al preguntarles a los clientes la preferencia de los medios de comunicación para escuchar o ver la publicidad, manifestaron en primer lugar un 27% la radio; en segundo lugar un 25% Tv; y en tercer y cuarto lugar un 24% tanto la prensa como hojas volantes.

16. DE ACUERDO A LA CONTESTACIÓN DE LA PREGUNTA ANTERIOR INDIQUE CUAL ES EL MEDIO DE COMUNICACIÓN MAS AGRADABLE PARA ESCUCHAR/VER LA PUBLICIDAD.

CUADRO Nº. 19

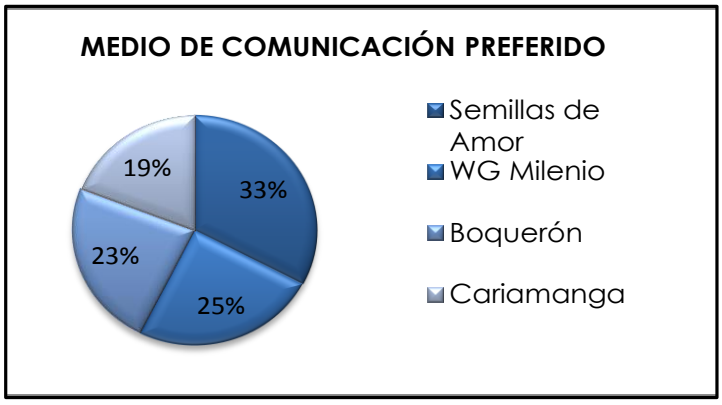
MEDIO DE COMUNICACIÓN PREFERIDO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Semillas de Amor	40	32,76
WG Milenio	30	24,57
Boquerón	29	23,55
Cariamanga	23	19,11
TOTAL	**122**	**100,00**

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº. 17



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: A la publicidad, los futuros clientes la prefieren escuchar, en primer lugar un 33% por radio Semillas de Amor; en segundo lugar un 25% por WG Milenio; en tercer lugar un 24% radio Boquerón y en cuarto lugar un 19% radio Cariamanga.

7. DISCUSIÓN

7.1. ESTUDIO DE MERCADO

7.1.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Está determinada por la cantidad de bienes y/o servicios que los individuos están dispuestos a adquirir en un periodo de tiempo determinado, a un precio dado.

7.1.1.1. PROMEDIO DE CONSUMO (Per. Cápita)

Está determinado por la cantidad de productos o servicios, en este caso de la canasta Disensa que las personas consumen o utilizan para construir su casa. Cabe destacar que para sacar con una mayor precisión la cantidad de materiales utilizados por vivienda se ha considerado una vivienda tipo de dos plantas con dos departamentos independientes y con un área de construcción de 230m^2. Los datos son bajo criterio técnico de un Ingeniero Civil, tomando en consideración los materiales de mayor demanda de los usuarios en la etapa de la construcción. Veamos a continuación:

CUADRO º. 20

PROMEDIO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN UTILIZADOS POR VIVIENDA CONSTRUIDA DE DOS DEPARTAMENTOS EN EL CANTÓN CATAMAYO			
MATERIALES	**UNIDADES DE MEDIDA**	**CANTIDAD DE MATERIALES UTILIZADOS POR DPTO**	**TOTAL DE MATERIALES UTILIZADOS POR VIVIENDA CONSTRUIDA**
CEMENTO	sacos	412	651
HIERRO	kg		
Varillas 12 mm	u	210	315
Varillas 8 mm	u	52	78
CABLES ELÉCTRICOS			
Alambre sólido # 10	m	140	140
Alambre sólido # 8	m	40	40
Alambre sólido # 12	m	240	240
TUBERIA DE DESAGUE			
110 mm x 3 m	u	8	16
50 mm x 3 m	u	3	6
75 mm x 3 m	u	6	12
160 mm x 3 m	u	8	16
CODOS			
110 mm	U	8	16
50 mm	U	3	6
75 mm	U	6	12
160 mm	U	8	16
BLOQUES	U	450	900
ALAMBRE DE AMARRE	u	7	7
OTROS			
Empaste			
De interiores	U	20	20
De exteriores	U	7	7
Cerámica	m^2	154	308
Inodoros	U	2	4
Lavamanos	U	2	4
Tinas de baño	U	1	1
Fregaderos	u	1	2

Fuente: Encuesta e Inv. Directa

Elaboración: La Autora

7.1.1.2. **DEMANDA POTENCIAL:** Está conformada por la totalidad de bienes o servicios, en este caso de materiales de construcción que podrían adquirir las personas que construyen en el cantón Catamayo. Para obtener la demanda potencial se tomó en cuenta la población total que en este caso constituyen los 122 usuarios que solicitaron los permisos de construcción. Al consultarles si compran materiales de construcción, el 100% respondió que sí. Veamos a continuación:

CUADRO Nº. 21

DEMANDA POTENCIAL	
Población Total que solicitó permisos de construcción en el I. Municipio de Catamayo	122
% de la Población que compra materiales de construcción	100%
TOTAL	**122**
Fuente: Cuadro Nº. 1 y 5	
Elaboración: La Autora	

7.1.1.3. DEMANDA EFECTIVA: Es la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado, ya que en muchas ocasiones los clientes encuentran o encontramos restricciones debido a la situación económica, nivel de ingresos, escasez del ahorro u otros factores que limitan la adquisición de los materiales de construcción, aunque el cliente desee o los necesite.

Para determinar la demanda efectiva se tomó en cuenta el porcentaje de usuarios de la construcción que están dispuestos a comprar dichos

materiales en la Disensa San José Cía. Ltda. que estará ubicada en la parroquia San José del cantón Catamayo.

CUADRO Nº. 22

DEMANDA EFECTIVA	
Demanda Potencial	122
% familias que implantarse la nueva Franquicia Disensa en San José de Catamayo están dispuestos a comprarle	100%
TOTAL	**122**
Fuente: Cuadro Nº. 14 y 20	
Elaboración: La Autora	

7.1.1.4. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA TOTAL DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN EL CANTÓN CATAMAYO

Para obtener la obtener la Demanda Proyectada de los materiales de construcción se proyecta los permisos de construcción, sacando la tasa de crecimiento promedio de los permisos de construcción que se detalla a continuación.

CUADRO Nº. 23

TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO DE LOS PERMISOS DE CONSTRUCCIÓN OTORGADOS POR DPTO. PLANIFICACIÓN DEL I. MUNICIPIO DE CATAMAYO		
AÑOS	**Nº. PERMISOS DE CONSTRUCCIÓN**	**TASA CRECIMIENTO**
2007	84	
2008	134	59,52
2009	147	9,70
2010	190	29,25
2011	182	-4,21
Enero-Agosto 2012	127	
Suman		**94,27**
TASA CRECIMIENTO PROMEDIO		**23,57%**
Fuente: Dpto. Plan. del I. de Municipio Catamayo, Sep.2012		
Elaboración: La Autora		

Luego se proyecta la demanda potencial y la demanda efectiva tomando como referencia el criterio de la población descrito en los cuadros Nº. 21 – 22. Para obtener la demanda proyectada de cada tipo de materiales que se utilizan en la construcción se multiplica la demanda efectiva por el consumo promedio descrito en el cuadro Nº. 20. Los cálculos respectivos constan en los anexos Nº. 1 – 23.

Seguidamente se presenta la demanda proyectada consolidada para todos los tipos de materiales de construcción de mayor requerimiento por parte de la población en estudio.

CUADRO Nº. 24

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA TOTAL

L DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN PARA EL CANTÓN

CATAMAYO

DEMANDA PROYECTADA																							
AÑOS	CEMENTO	HIERRO		CABLES ELECTRICOS			TUBOS				CODOS				BLOQUES	ALAMBRE DE AMARRE	OTROS MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN						
		8 mm	12 mm	ALAMBRE SÓLIDO Nº. 8	ALAMBRE SÓLIDO Nº. 10	ALAMBRE SÓLIDO Nº. 12	50mm	75mm	110mm	160mm	50mm	75mm	110mm	160mm			EMPASTE DE INTERIORES	EMPASTE DE EXTERIORES	CERÁMICA	INODOROS	LAVAMANOS	TINAS DE BAÑO	FREGADEROS
0	79.422	9.516	38.430	4.880	17.080	29.280	732	1.464	1.952	1.952	732	1.464	1.952	1.952	109.800	854	2.440	854	37.576	488	488	122	244
1	98.142	11.759	47.488	6.030	21.106	36.181	905	1.809	2.412	2.412	905	1.809	2.412	2.412	135.680	1.055	3.015	1.055	46.433	603	603	151	302
2	121.274	14.530	58.681	7.452	26.080	44.709	1.118	2.235	2.981	2.981	1.118	2.235	2.981	2.981	167.660	1.304	3.726	1.304	57.377	745	745	186	373
3	149.858	17.955	72.512	9.208	32.228	55.247	1.381	2.762	3.683	3.683	1.381	2.762	3.683	3.683	207.177	1.611	4.604	1.611	70.901	921	921	230	460
4	185.180	22.187	89.603	11.378	39.824	68.269	1.707	3.413	4.551	4.551	1.707	3.413	4.551	4.551	256.009	1.991	5.689	1.991	87.612	1.138	1.138	284	569
5	228.826	27.417	110.722	14.060	49.210	84.360	2.109	4.218	5.624	5.624	2.109	4.218	5.624	5.624	316.350	2.460	7.030	2.460	87.612	1.406	1.406	351	703
	862.701	**103.365**	**417.436**	**53.008**	**185.527**	**318.047**	**7.951**	**15.902**	**21.203**	**21.203**	**7.951**	**15.902**	**21.203**	**21.203**	**1.192.675**	**9.276**	**26.504**	**9.276**	**387.510**	**5.301**	**5.301**	**1.325**	**2.650**

Fuente: Anexos Nº. 1 - 23

Elaboración: La Autora

7.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta es considerada como la cantidad de bienes y servicios que los empresarios, productores, u oferentes están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado y a un precio determinado.

Para conocer la oferta existente en el sector se ha realizado una entrevista a los propietarios Disensa que trabajan en Catamayo, cuyos nombres y direcciones se describieron en el cuadro Nº. 2. A continuación algunas imágenes de los negocios.

GRÁFICO Nº. 18

DISENSA JUAN ALTAMIRANO

GRÁFICO Nº. 19

DISENSA ENRIQUE ULLAURI

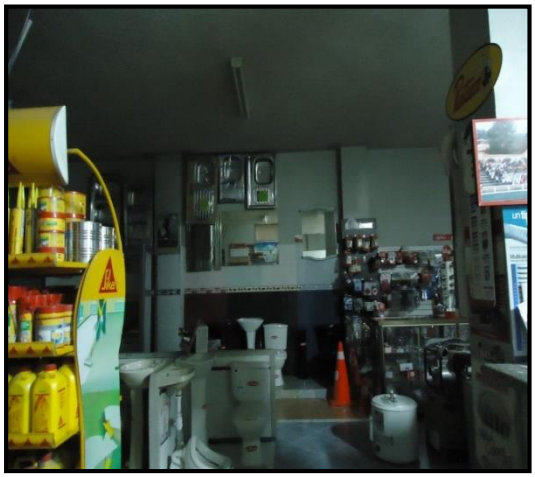
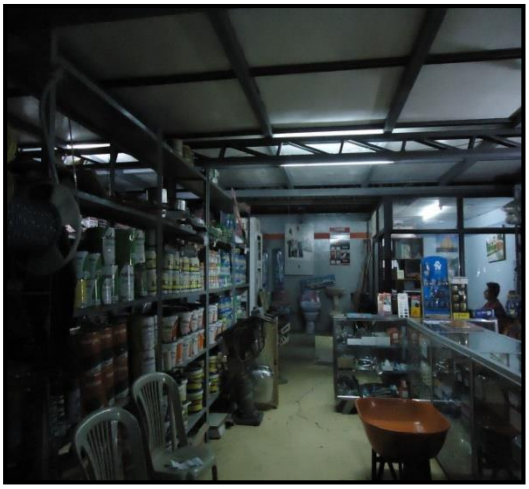


GRÁFICO Nº. 20

DISENSA LUIS GUERRERO



7.2.1 RESULTADOS DE LA ENTREVIASTA APLICADA A LOS FRANQUICIADOS DISENSA EN EL CANTÓN CATAMAYO

En la investigación realizada se pudo determinar que existen tres franquiciados Disensa que se dedican a venta de los productos de la Canasta Disensa. También existen pequeñas ferreterías, pero en este caso no se convierten en la competencia directa para Disensa San José Cía. Ltda.

Los franquiciados Disensa cubren las expectativas de los clientes de la construcción y les ofertan todos los materiales requeridos y sus acabados a precios módicos y con facilidades de pago en el caso de clientes conocidos y solventes. Seguidamente la oferta de materiales de los franquiciados Disensa en Catamayo.

CUADRO Nº. 25

PROMEDIO DE VENTA DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN POR LOS FRANQUICIADOS DISENSA EN EL CANTÓN CATAMAYO			
MATERIALES	**UNIDADES DE MEDIDA**	**CANTIDAD DE MATERIALES VENDIDOS POR MES**	**TOTAL DE MATERIALES VENDIDOS AL AÑO**
CEMENTO	sacos	6500	78000
HIERRO	kg		
Varillas 12 mm	u	2880	34560
Varillas 8 mm	u	720	8640
CABLES ELÉCTRICOS			
Alambre sólido # 8	m	400	4800
Alambre sólido # 10	m	1200	14400
Alambre sólido # 12	m	2000	24000
MATERIAL DE ENCOFRADO			
TUBERIA DE DESAGUE			
50 mm x 3 m	u	60	720
75 mm x 3 m	u	100	1200
110 mm x 3 m	u	80	960
160 mm x 3 m	u	15	180
CODOS			
50 mm x 3 m	U	60	720
75 mm x 3 m	U	100	1200
110 mm x 3 m	U	80	960
160 mm x 3 m	U	15	180
BLOQUES	U	1200	14400
ALAMBRE DE AMARRE	u	30	360
OTROS			
Empaste			
De interiores	U	100	1200
De exteriores	U	60	720
Cerámica	m^2	1200	14400
Inodoros	U	26	312
Lavamanos	U	26	312
Tinas de baño	U	2	24
Fregaderos	u	16	192
Fuente: Inv. Directa			
Elaboración: La Autora			

Para la proyección de la oferta se tomó en cuenta el crecimiento de las ventas anuales del año 2012 de cada franquiciado y se sacó una tasa promedio equivalente al 17%. A continuación el cálculo respectivo.

CUADRO Nº. 26

TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO DE VENTAS FRANQUICIADOS DISENSA EN CATAMAYO		
Nº.	**NOMBRE**	**% Δ Ventas Anual**
1.	Juan Altamirano	22
2.	Luis Guerrero	14
3.	Enrique Ullauri	14
Tasa Promedio Crecimiento Ventas		**17**
Fuente: Inv. Directa a Enero 2013		
Elaboración: La Autora		

Seguidamente la proyección de la oferta para los cinco años de vida útil del proyecto.

CUADRO Nº. 27

PROYECCIÓN DE LA OFERTA TOTAL DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN PARA EL CANTÓN CATAMAYO

OFERTA PROYECTADA																							
AÑOS	CEMENTO	HIERRO		CABLES DE CABLES ELECTRICOS			TUBOS				CODOS				BLOQUES	ALAMBRE DE AMARRE	OTROS MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN						
		8 mm	12 mm	ALAMBRE SÓLIDO Nº. 8	ALAMBRE SÓLIDO Nº. 10	ALAMBRE SÓLIDO Nº. 12	50mm	75mm	110mm	160mm	50mm	75mm	110mm	160mm			EMPASTE DE INTERIORES	EMPASTE DE EXTERIORES	CERÁMICA	INODOROS	LAVAMANOS	TINAS DE BAÑO	FREGADEROS
0	78.000	8.640	34.560	4.800	14.400	24.000	720	1.200	960	180	720	1.200	960	180	14.400	360	1.200	720	14.400	312	312	24	192
1	91.260	10.109	40.435	5.616	16.848	28.080	842	1.404	1.123	211	842	1.404	1.123	211	16.848	421	1.404	842	16.848	365	365	28	225
2	106.774	11.827	47.309	6.571	19.712	32.854	986	1.643	1.314	246	986	1.643	1.314	246	19.712	493	1.643	986	19.712	427	427	33	263
3	124.926	13.838	55.352	7.688	23.063	38.439	1.153	1.922	1.538	288	1.153	1.922	1.538	288	23.063	577	1.922	1.153	23.063	500	500	38	308
4	146.163	16.190	64.762	8.995	26.984	44.973	1.349	2.249	1.799	337	1.349	2.249	1.799	337	26.984	675	2.249	1.349	26.984	585	585	45	360
5	171.011	18.943	75.771	10.524	31.571	52.619	1.579	2.631	2.105	395	1.579	2.631	2.105	395	31.571	789	2.631	1.579	31.571	684	684	45	360
	718.134	**79.547**	**318.189**	**44.193**	**132.579**	**220.964**	**6.629**	**11.048**	**8.839**	**1.657**	**6.629**	**11.048**	**8.839**	**1.657**	**132.579**	**3.314**	**11.048**	**6.629**	**132.579**	**2.873**	**2.873**	**213**	**1.707**
Fuente: Anexos Nº. 1 - 23																							
Elaboración: La Autora																							

7.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA

Del análisis de la oferta y la demanda, por diferencia determinamos la demanda insatisfecha, la misma que será cubierta con la Disensa San José, ubicada en la parroquia del mismo nombre del Cantón Catamayo.

7.3.1 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Se refiere a la cantidad de bienes o servicios que probablemente el mercado consuma en los años futuros. La demanda insatisfecha resulta de la diferencia entre la oferta y la demanda.

CUADRO Nº. 28

BALANCE ENTRE DEMANDA Y OFERTA DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN EL CANTÓN CATAMAYO

DEMANDA INSATISFECHA																							
AÑOS	CEMENTO	HIERRO		CABLES DE CABLES			TUBOS				CODOS				BLOQUES	ALAMBRE DE AMARRE	OTROS MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN						
		8 mm	12 mm	ALAMBRE SÓLIDO Nº. 8	ALAMBRE SÓLIDO Nº. 10	ALAMBRE SÓLIDO Nº. 12	50mm	75mm	110mm	160mm	50mm	75mm	110mm	160mm			EMPASTE DE INTERIORES	EMPASTE DE EXTERIORES	CERÁMICA	INODOROS	LAVAMANOS	TINAS DE BAÑO	FREGADEROS
0	1.422	876	3.870	80	2.680	5.280	12	264	992	1.772	12	264	992	1.772	95.400	494	1.240	134	23.176	176	176	98	52
1	6.882	1.650	7.053	414	4.258	8.101	62	405	1.289	2.201	62	405	1.289	2.201	118.832	634	1.611	213	29.585	238	238	123	77
2	14.500	2.703	11.372	881	6.368	11.856	132	593	1.666	2.734	132	593	1.666	2.734	147.947	811	2.083	318	37.665	318	318	153	110
3	24.932	4.117	17.160	1.520	9.164	16.808	228	840	2.146	3.395	228	840	2.146	3.395	184.114	1.035	2.682	458	47.837	421	421	192	153
4	39.016	5.997	24.841	2.384	12.840	23.296	358	1.165	2.752	4.214	358	1.165	2.752	4.214	229.025	1.317	3.440	642	60.628	553	553	239	209
5	57.815	8.474	34.951	3.536	17.639	31.741	530	1.587	3.519	5.229	530	1.587	3.519	5.229	284.779	1.671	4.399	882	56.041	722	722	307	343
	144.567	**23.818**	**99.248**	**8.815**	**52.949**	**97.082**	**1.322**	**4.854**	**12.365**	**19.546**	**1.322**	**4.854**	**12.365**	**19.546**	**1.060.096**	**5.962**	**15.456**	**2.647**	**254.931**	**2.428**	**2.428**	**1.112**	**944**

Fuente: Cuadros Nº. 24 y 27

Elaboración: La Autora

De acuerdo al cuadro anterior proyectado para los cinco años de vida útil del proyecto, observamos que existe una demanda insatisfecha desde el año cero en adelante, lo cual garantiza la viabilidad del proyecto.

7.4. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

La comercialización de los productos de la Canasta Disensa se la realizará considerando los elementos de la mezcla de mercado que son: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

7.4.1. PRODUCTO

Producto es "todo aquello, bien o servicio, que sea susceptible de ser vendido. Depende de los siguientes factores: La línea (Por ejemplo, calzado para varones), la marca (el nombre comercial) y por su supuesto, la calidad"[10]

La Disensa San José comercializará los productos básicos de la Canasta de alta rotación como: HOLCIM, Cemento Rocafuerte, Hormigones Rocafuerte, Hierros Anec, tuberías para construcción Plastigama, Productos Ideal Alambrec, Bloques y Adoquines, Hormipisos, etc. y estarán orientados a cubrir la demanda existente en el mercado, lo que a su vez, permitirá generar fuentes de empleo directa e indirectamente a un gran número de familias.

[10] ROMERO, Ricardo. Marketing.

Las fuentes de abastecimiento de los productos Disensa, serán los mejores proveedores de materiales de construcción en el país como son: Holcim, Andec, Amanco, Intaco, Hormipisos, Electrocables, IPAC, Calizas Huayco, Indura, Rooftec del Ecuador, Ideal Alambrec, Bloqcimlmesco.

7.4.1.1. LA MARCA

San José Cia. Ltda.
Franquiciado Disensa

Nace de la unión isotipo que representa las viviendas que en un futuro inmediato demandarán materiales de construcción y acabados; se refuerza en la tipografía convertida en trazos. San José Cía. Ltda. Tiene personalidad única, utiliza el color cian y funciona independientemente de disensa para generar adhesión, rápida identificación y vinculación.

7.4.1.1.1. INTEGRACIÓN DE LA MARCA

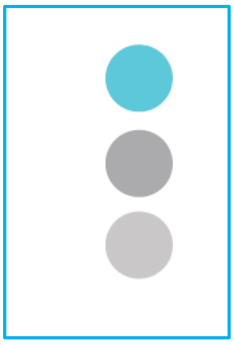
Consiste en asociar las viviendas al nombre comercial San José Cía Ltda., Franquiciado Disensa, que está inscrito en un rectángulo con modularidad

de 1,5x por 9x unidades y los ángulos quedan implícitos por los valores en los ejes respectivos.

7.4.1.2. LOGOTIPO

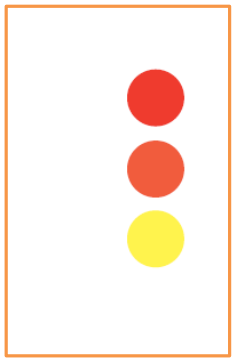
Es la integración de la marca a una frase que nos diferencia de la competencia: Contiene imagen, nombre comercial de la empresa y el slogan.

7.4.1.3. COLORES CORPORATIVOS



Colores Dominantes: Son el cian y el gris en dos tonalidades, los mismos que dominarán las composiciones de la comunicación visual, además se identifican con los colores metálicos de los materiales de construcción.

Como el objetivo es posicionar la marca San José Cía. Ltda. los colores corporativos dominantes deben ser utilizados estratégicamente en las aplicaciones de tal manera que no cauce lejanía de la marca disensa.



Colores Subordinados: Estos son el rojo, naranja y amarillo, los mismos que complementan la marca por ser los corporativos de disensa; y serán representativos de las áreas restantes y donde se apliquen deberán complementar mas no opacar a la marca San José Cía. Ltda. Se han dividido en dos grupos: principales y secundarios; los principales son los colores corporativos de disensa y los secundarios son los colores corporativos de San José Cía. Ltda.

7.4.1.4. ESTRATEGIAS DEL SERVICIO

- Incluir el transporte en la compra de los productos para generar valor agregado
- Complementar la línea de productos con accesorios y acabados para la construcción, realizando contactos con varios proveedores para ofrecer productos de calidad con precios competitivos.
- Proporcionar a los clientes el servicio de asesoría al momento de comprar
- Realizar campañas de lanzamiento y capacitación de nuevos productos orientadas a los consumidores directos (profesionales, estudiantes de carreras afines, Departamentos de Planificación Urbana de Municipios, albañiles).

7.4.2. PRECIO

Es principalmente el monto monetario de intercambio asociado a la transacción, aunque también incluye formas de pago, crédito, descuentos, etc. Los precios de venta al público serán los referenciales, establecidos por el franquiciante.

GRÁFICO N°. 21

PRODUCTOS CON PRECIOS DE EXHIBICIÓN

7.4.2.1. ESTRATEGIAS DEL PRECIO

- Diseñar políticas de crédito acordes a las preferencias de los clientes y solvencia financiera
- Ofrecer descuentos por volumen de compra
- Exponer la lista de precios a la vista de los clientes

A continuación la lista de precios de los productos que demandan los clientes de Disensa en Catamayo, al 25 de Mayo del 2013.

San José Cia. Ltda.
Franquiciado Disensa

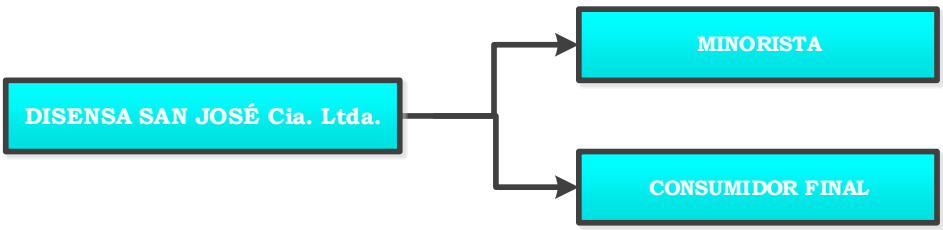
LISTA DE PRECIOS	
PRODUCTO	***PRECIO***
CEMENTO	$7.85
HIERRO	
Varillas 12 mm	$12.85
Varillas 8 mm	$6.85
CABLES ELÉCTRICOS	
Alambre sólido # 10	$72.95
Alambre sólido # 8	$131.85
Alambre sólido # 12	$43.95
TUBERIA DE DESAGUE	
110 mm x 3 m	$12.95
50 mm x 3 m	$8.90
75 mm x 3 m	$80.90
160 mm x 3 m	$28.90
CODOS	
110 mm	$4.90
50 mm	$3.90
75 mm	$4.90
160 mm	$6.80
BLOQUES	$0.48
ALAMBRE DE AMARRE	$32.90
OTROS	
Empaste de interiores	$8.95
Empaste de exteriores	$18.90
Cerámica	$13.30
Inodoros	$136.00
Lavamanos	$89.00
Tinas de baño	$200.00
Fregaderos	$ 182.00

Fuente: Inv . Directa, Franquiciado Disensa, 25 Mayo 2013

Elaboración: La Autora

7.4.3. PLAZA

Se define ¿cómo...? ¿Dónde...? comercializar el producto o el servicio que se ofrece. La plaza es un elemento imprescindible para que el producto sea accesible para el consumidor considerando que el producto llegue al lugar, momento y en las condiciones adecuadas. Disensa San José Cía. Ltda. seguirá el siguiente canal de comercialización:



7.4.3.1. ESTRATEGIAS DE PLAZA

- Incrementar la distribución al por mayor
- Proporcionar a los clientes información sobre los productos
- Capacitar y motivar al personal para que brinde excelente atención al cliente
- Estar pendientes y constante inspección de nuevos proyectos habitacionales.

7.4.4. PROMOCIÓN

Es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales. La mezcla de promoción está constituida por promoción de ventas, fuerza de ventas, publicidad y relaciones públicas.

7.4.4.1. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

- Entregar premios por montos de compra
- Realizar un sorteo entre los clientes por fechas especiales
- Entregar calendarios empresariales por las compras hechas en navidad
- Ubicar anuncios publicitarios en autobuses de transporte urbano
- Para lograr la fidelidad del cliente por tres compras consecutivas en el año por montos establecidos se otorgará productos

(termografiados como: esferos, metros, nivel; serigrafía en gorras, camisetas, casco, impermeables).

- Promocionar la mercadería de la Disensa San José través de productos identificativos en miniaturas útiles de alguna manera para los usuarios.
- En el proceso de compra, complementar el servicio con la exhibición virtual del ambiente con el producto adquirido
- Organizar una fiesta por navidad para los hijos de los clientes

A continuación se presenta la termografía que marcará la presencia de Disensa San José Cía. Ltda.

GRÁFICO N°. 22

TERMOGRAFIA

San José

San José Cía. Ltda.
Franquiciado Disensa

San José Cía. Ltda.
Franquiciado Disensa

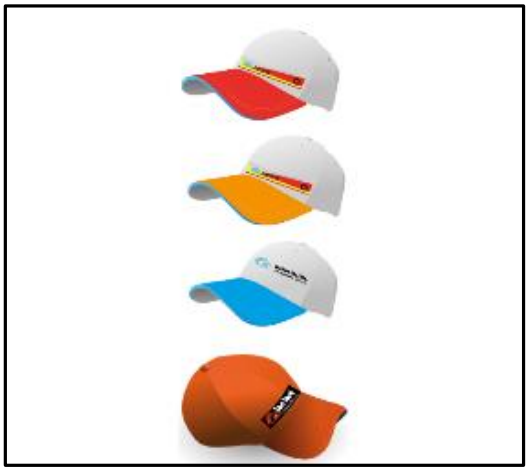
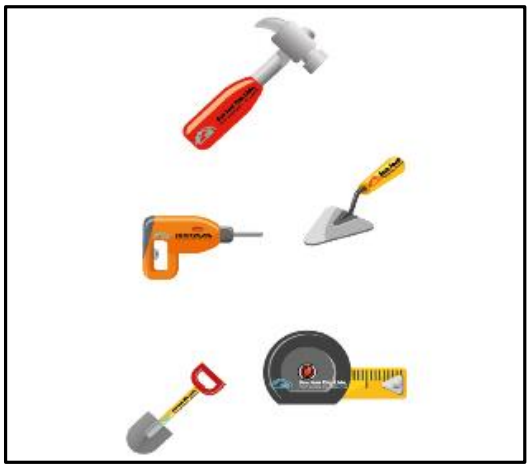


GRÁFICO N°. 23

ARTICULOS PUBLICITARIOS Y PROMOCIONALES



Para lograr los objetivos propuestos Disensa San José Cía. Ltda. Franquiciado Disensa, va a adoptar la estrategia de empresa seguidora en el mercado, puesto que utilizará las tácticas y aplicará sus capacidades específicas para conseguir crecimiento en el mercado.

La Disensa se fundamentará en los productos y programas de marketing de la empresa líder con el objetivo de mejorarlos. También optará por vender en otros mercados a efecto de evitar una confrontación directa con la líder. Sin embargo al adoptar las estrategias planteadas, la empresa tendrá la posibilidad de convertirse en retadora en el futuro.

7.4.5. PUBLICIDAD

Se la dará a conocer en los medios de comunicación de mayor preferencia: radios, TV, prensa local, pantallas left, vallas publicitarias, hojas volantes. A continuación el plan de publicidad.

CUADRO Nº. 29

PLAN DE PUBLICIDAD DE LA DISENSA SAN JOSÉ A IMPLANTARSE EN EL CANTÓN CATAMAYO

META	ESTRATEGIA	TÁCTICA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO DE EJECUCIÓN
Lograr que la Disensa San José Cía. Ltda. sea reconocida a nivel local y provincial	Realizar pautaje estratégico para captar audiencia de compradores clav es en las radios: Semillas de Amor, WG Milenio, Boquerón y Cariamanga que serán publicados de lunes a v iernes en los noticiarios, partidos de fútbol, campeonatos deportiv os, festiv idades cív icas y programas especiales	* Diseñar y difundir los guiones que contienen los mensajes publicitarios. * Realizar guiones estratégicos con personajes popularizados haciendo mención a los productos mas rotativ os	Contratar los medios de comunicación	Gerencia General y Jefe de Ventas	El tiempo de ejecución y difusión de la publicidad será 3 v eces al día en los noticiarios de lunes a v iernes, horas pico antes y durante la transmición de ev entos deportiv os y festiv idades cív icas y programas especiales
	Posicionar la Disensa San José en el mercado local	Direccionar al cliente a la Disensa San José geográficamente	* Ubicar una v alla publicitaria a 300 m antes de la entrada a San José * Ubicar otra v alla publicitaria a 500 m (CEPE por ser un ito conocido) antes de llegar a Disensa San José * Ubicar señalética en la ruta del transporte urbano que llegue al estadio como refencia para llegar a la empresa * Ubicar en el google maps mediante gps la ubicación exacta de la Disensa San José		Las v allas serán ubicadas 15 días antes de la inauguración de la empresa, con tendencia a innov ar a trav és del tiempo
	Lanzar campañas publicitarias en la TV	Realizar el spot telev isiv o para promocionar un mes antes la inauguración de la empresa	Contratar el pautaje en ECOTEL TV Y UV Telev isión		Las campañas publicitarias en la TV serán pasadas de lunes a v iernes en los noticiarios de la noche 7 días antes de la inauguración
		Realizar el spot telev isiv o para promocionar los productos de la empresa			Las campañas publicitarias en la TV serán pasadas de lunes a v iernes en los noticiarios de la noche
	Publicar en la prensa local la inauguración de la Disensa San José	* Diseñar la publicación de inauguración en 1/8 de página f/c	Contratar la publicación en la prensa local en la sección clasificados		La publicación se la realizará por 3 días consecutiv os prev ios a la
		* Diseñar poster b/n A4, A3, A2, A1 y A0de los productos que se ofertarán en la empresa	Contratar la publicación en la prensa local en la sección noticias locales		La publicación en la prensa se realizará dos v eces por mes
	Diseñar e imprimir pancartas flexibles full color	Hacer una pancarta en panaflex enrollable indicando la empresa, la ubicación y productos	Ubicar la pancarta estratégicamente lugares específicos como: I.Municipio de Catamayo, Bancos, CNT, etc..		El panaflex tendrá una rotación cuatrimestral en función de ofertas y lanzamiento de nuev os productos
	Entregar hojas v olantes, exclusiv as por inauguración de la Disensa San José	Diseñar el modelo de la hoja v olante en colores metálicos con diagramación en D tamaño A5	Repartir la hoja v olante en: Municipio Catamayo,Bancos, Unidades Educativ as, etc..		La repartición de la hoja v olante será una v ez por apertura de la empresa
	Entregar hojas v olantes b/n, en fechas exclusiv as: Festiv idades de cantonización y en la Peregrinación de la Virgen del Cisne en Catamayo	Diseñar el modelo de la hoja v olante b/n tamaño A5	Contratar equipo de logística identificado con la imagen corporativ a de la empresa y repartir la hoja v olante a la gente que concurre al desfile cív ico y a la romería		La repartición de la hoja v olante será en el momento del desfile y en la estadía de la Sagrada Imagen en Catamayo durante el 18 y 19 de Agosto

Costo de implementación	Resultados Esperados
$ 11,731.70	* Posicionamiento de la Disensa San José en el mercado de la construcción
	* Mayor concurrencia de la clientela
	* Incremento de v entas
	* Mayores ganancias

Fuente: Inv . Directa
Elaboración: La Autora

7.4.5.1. PLAN DE PUBLICIDAD

OBJETIVO: REALIZAR LA PUBLICIDAD DE LA DISENSA SAN JOSÉ EN EL CANTÓN CATAMAYO

Meta:

Lograr que la Disensa San José ubicada en la parroquia urbana del mismo nombre del Cantón Catamayo, sea reconocida a nivel local y parroquial, con el fin de posicionarse en el mercado y por ende captar mayor número de clientela**.**

Objetivo:

Desarrollar un plan de publicidad para la Disensa San José de tal manera que le permita posicionarse en la mente de los clientes del mercado de la construcción en el Cantón Catamayo.

Estrategia:

Para alcanzar el objetivo planteado se ha propuesto planificar mensajes publicitarios que permitan a Disensa San José del Cantón Catamayo ser reconocida a nivel local y parroquial. Los medios de comunicación seleccionados son los que prefieren los clientes. Así tenemos radio: Semillas de Amor, WG Milenio, Boquerón y Cariamanga, también se contratará espacios en la TV, se publicitará en páginas amarillas, vallas publicitarias, página web, pantallas left; además se publicará por la prensa y se entregará hojas volantes.

Actividades:

Las actividades que permitirán cumplir esta estrategia son:

1. Investigar los medios de comunicación radiales y televisivos reconocidos y que mantengan precios módicos.
2. Realizar el menaje publicitario
3. Contratar el medio de comunicación
4. Elaborar la publicación que se realizará en la prensa
5. Diseñar y realizar la hoja volante
6. Repartir las hojas volantes en los diferentes lugares del cantón Catamayo

Políticas:

1. Innovar constantemente el mensaje publicitario
2. Evitar gastos innecesarios

Responsable:

Los Accionistas de la Disensa San José

El Administrador de la empresa

El medio de comunicación

7.4.5.2. PRESUPUESTO

A continuación se presenta el plan de acción expresado en términos financieros y que debe cumplirse bajo la responsabilidad de la empresa.

CUADRO Nº. 30

San José Cia. Ltda.
Franquiciado Disensa

PRESUPUESTO DEL PLAN PUBLICIDAD

ACTIVIDADES	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Realización del spot publicitario radial	1.00	$ 150.00	$ 150.00
Cuñas radiales		$ 100.00	$ 100.00
Realización del spot publicitario televisivo	1.00	$ 400.00	$ 400.00
Publicidad TV	2.00	$ 700.00	$ 1,400.00
Diseño e impresión de panaflez	3.00	$ 150.00	$ 450.00
Publicación en la prensa por inauguración	3.00	$ 60.00	$ 180.00
Publicación mensual en la prensa para posicionamiento	3.00	$ 40.00	$ 120.00
Diseño de la hoja volante de inauguración	1.00	$ 15.00	$ 15.00
Diseño de la hoja volante de posicionamiento	1.00	$ 15.00	$ 15.00
Impresión de la hoja volante para inauguración	1,000.00	$ 0.04	$ 40.00
Copias de la hoja volante para posicionamiento	1,000.00	$ 0.02	$ 20.00
Sorteos	1.00	$ 2,500.00	$ 2,500.00
Plumas, llaveros	100.00	$ 500.00	$ 500.00
Camisetas	200.00	$ 7.50	$ 1,500.00
Fiesta para de navidad para hijos de clientes	1.00	$ 800.00	$ 800.00
Gorras	200.00	$ 4.50	$ 900.00
Productos disensa en minuaturas	50.00	$ 2.00	$ 100.00
Valla publicitaria principal	1.00	$ 800.00	$ 800.00
Rótulo lumiso para el local	1.00	$ 500.00	$ 500.00
Valla publicitaria secundaria	1.00	$ 500.00	$ 500.00
Señalética	2.00	$ 200.00	$ 400.00
Subtotal			**$ 11,390.00**
3 % Imprevistos			**$ 341.70**
TOTAL			**$ 11,731.70**

Fuente: Inv. Directa
Elaboración: La Autora

Conclusión:

Dando cumplimiento a cada una de estas actividades se logrará que San José Cía. Ltda., Franquiciado Disensa, se posicione y se convierta en una Franquicia líder en el mercado de la construcción del Cantón Catamayo.

DESARROLLO DEL OBJETIVO

MENSAJE PUBLICITARIO

Contenido: La información que contendrá el mensaje publicitario es: marca del producto, nombre de la empresa, logotipo, ubicación y teléfono. A continuación parte del desarrollo de la publicidad:

GRÁFICO N°. 24

DESARROLLO DE LA PUBLICIDAD

7.5. ESTUDIO TÉCNICO

Permite determinar los requerimientos y necesidades que se incluyen al momento de tomar una decisión de invertir, incluye aspectos como: el tamaño y diseño de la planta, la localización e ingeniería del proyecto.

7.5.1. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

Consiste en determinar la capacidad de producción y los requerimientos de bienes que tenga la empresa y el demandante respectivamente en un tiempo establecido.

7.5.1.1. CAPACIDAD INSTALADA

Se refiere a la capacidad de producción que tiene la empresa para cubrir la demanda insatisfecha.

A continuación se presenta el cuadro de la capacidad instalada para el año 1 y para los demás años como anexos Nº. 24 al 27 respectivamente.

CUADRO Nº. 31

CAPACIDAD INSTALADA EL AÑO 1			
DEMANDA INSATISFECHA	**DEMANDA INSATISFECHA**	**CAPACIDAD UTILIZADA**	**% PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO**
Cemento	6.882	6882	100%
Hierro 8 mm	1.650	1650	100%
Hierro 12 mm	7.053	7053	100%
Alambre Sólido Nº. 8	414	414	100%
Alambre Sólido Nº. 10	4.258	4258	100%
Alambre Sólido Nº. 12	8.101	8101	100%
Tubos 50mm	62	62	100%
Tubos 75mm	405	405	100%
Tubos 110mm	1.289	1289	100%
Tubos 160mm	2.201	2201	100%
Codos 50mm	62	62	100%
Codos 75mm	405	405	100%
Codos 110mm	1.289	1289	100%
Codos 160mm	2.201	2201	100%
Bloques	118.832	118832	100%
Alambre de Amarre	634	634	100%
Empaste de interiores	1.611	1611	100%
Empaste de exteriores	213	213	100%
Cerámica	29.585	29585	100%
Inodoros	238	238	100%
Lavamanos	238	238	100%
Tinas de baño	123	123	100%
Fregaderos	77	77	100%
Fuente: Inv. Directa			
Elaboración: La Autora			

INTERPRETACIÓN: La capacidad utilizada para todos los años permitirá cubrir el 100% de la demanda insatisfecha; razón por la cual la participación del mercado es del 100%, debido a que los productos de la canasta Disensa todos son rotativos, con una rotación de inventario mensual.

7.5.1.2. CAPACIDAD UTILIZADA.- Es el rendimiento de la producción con la que se hace trabajar la maquinaria y está en función de la demanda insatisfecha a cubrir, durante un periodo de vida útil de la empresa.

CUADRO Nº. 32

CAPACIDAD UTILIZADA EN EL AÑO 1			
AÑO	**CAPACIDAD INSTALADA**	**% CAPACIDAD INSTALADA**	**CAPACIDAD UTILIZADA**
Cemento	573	8,33%	48
Hierro 8 mm	138	8,33%	11
Hierro 12 mm	588	8,33%	49
Alambre Sólido Nº. 8	35	8,33%	3
Alambre Sólido Nº. 10	355	8,33%	30
Alambre Sólido Nº. 12	675	8,33%	56
Tubos 50mm	5	8,33%	0
Tubos 75mm	34	8,33%	3
Tubos 110mm	107	8,33%	9
Tubos 160mm	183	8,33%	15
Codos 50mm	5	8,33%	0
Codos 75mm	34	8,33%	3
Codos 110mm	107	8,33%	9
Codos 160mm	183	8,33%	15
Bloques	9.903	8,33%	825
Alambre de Amarre	53	8,33%	4
Empaste de interiores	134	8,33%	11
Empaste de exteriores	18	8,33%	1
Cerámica	2.465	8,33%	205
Inodoros	20	8,33%	2
Lavamanos	20	8,33%	2
Tinas de baño	10	8,33%	1
Fregaderos	6	8,33%	1
Fuente: Inv. Directa			
Elaboración: La Autora			

INTERPRETACION: Al tratarse de productos rotativos, es decir que salen a la venta inmediatamente, (en menos de un mes), se puede decir que se aprovecha un 8,33% de la capacidad instalada permanentemente todos los años de vida útil del proyecto; lo que quiere decir que con este aprovechamiento ya se cubre la demanda insatisfecha. Esto nos da la sugerencia para la inversión en la construcción del galpón, área de exhibición y bodega, que no necesariamente deben ser áreas grandes con la finalidad de optimizar recursos financieros.

Los demás cuadros que reflejan el aprovechamiento de la capacidad instalada constan como anexos desde el Nº. 28 – 31.

7.5.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Es el lugar estratégico donde se va a ubicar la Disensa San José, para lo cual se ha considerado algunos factores como: ubicación, medios de transporte y comunicación, servicios básicos, entre otros.

7.5.2.1. FACTORES:

El lugar donde estará ubicada la Disensa San José es estratégico, pues se encontrará en una de las parroquias urbanas más importantes de Catamayo y con un futuro potencial grande; ésta parroquia a la fecha se encuentra con importantes adelantos urbanísticos y algunas instituciones públicas como: Registro Civil, Banco de Fomento, UPC entre otras privadas

también se han trasladado a este lugar. Además muchas familias se han decido por comprar un terreno en el mencionado lugar. Esto nos asegura la creciente demanda de materiales de construcción. También se dice que está en un sitio estratégico porque se estará ubicada junto al Estadio de la Liga Cantonal, por donde circula el bus urbano que une al resto de barrios con el centro de Catamayo. No está por demás decir los que hay la disponibilidad de todos los servicios básicos.

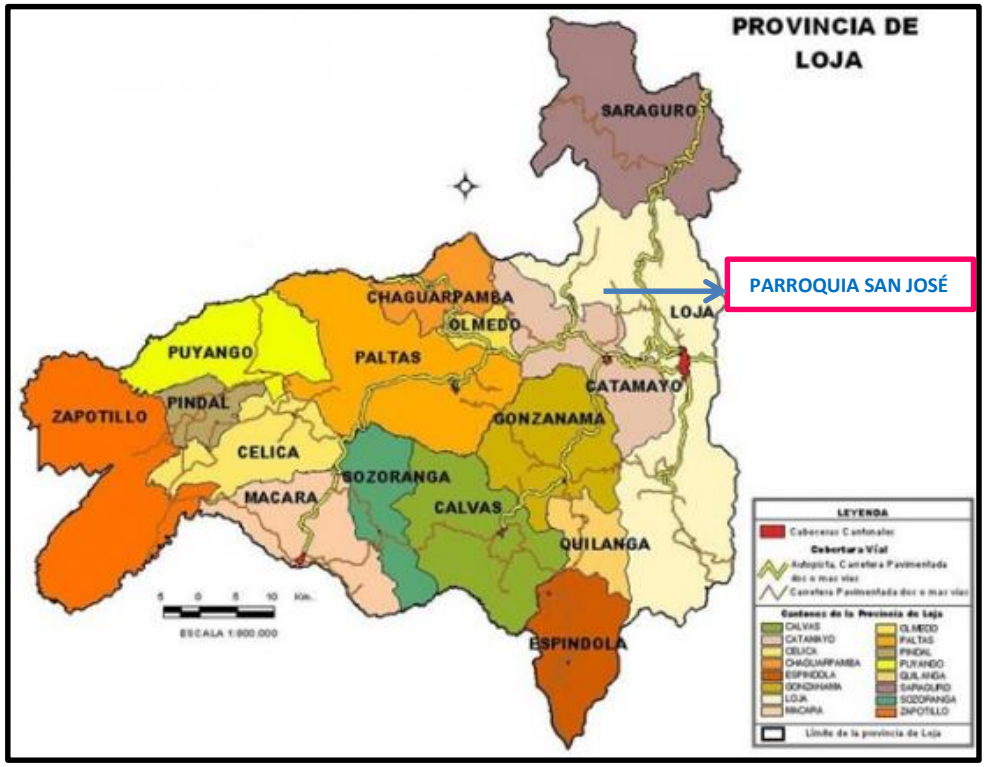
Finalmente la empresa contará con el recurso humano, tecnológico y técnico, necesarios para el desarrollo de las diferentes actividades.

7.5.2.2. MACRO LOCALIZACIÓN

Se ha analizado detenidamente los factores y se ha conseguido una localización óptima de la Disensa, pues estará ubicada en la Parroquia San José, Cantón Catamayo, provincia de Loja, en la Región Sur del Ecuador.

GRÁFICO Nº. 25

UBICACIÓN CARTOGRÁFICA DE LA PARROQUIA SAN JOSÉ

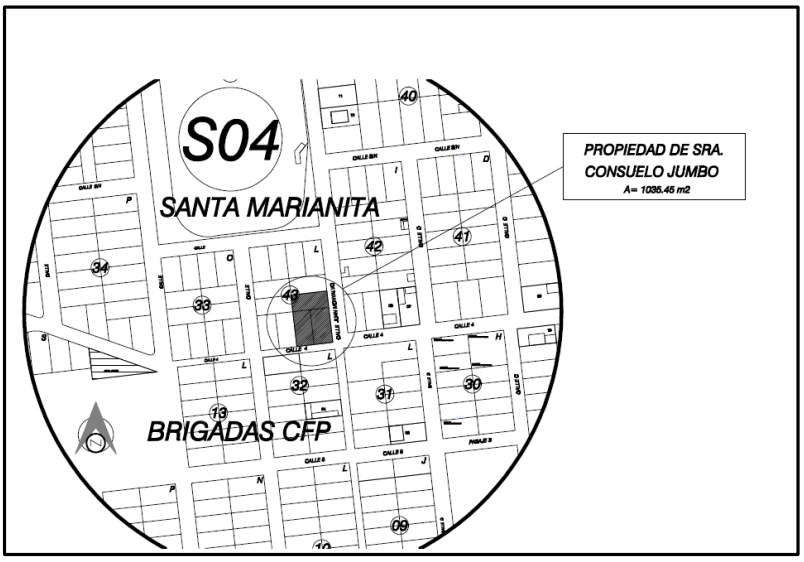


7.5.2.3. MICRO LOCALIZACIÓN

La Disensa San José estará ubicada en el Cantón Catamayo, Parroquia San José, urbanización Santa Marianita, en las calles La Merced y Juan Montalvo, junto al Estadio de la Liga Cantonal. Es un lugar de fácil acceso vehicular y se cuenta con el espacio físico adecuado para la venta y comercialización de los productos de la Canasta Disensa.

GRÁFICO Nº. 25 A

LOCALIZACIÓN ESTRATÉGICA DEL TERRENO



7.5.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

Se refiere a la instalación y funcionamiento de la Disensa San José, indicando el proceso de abastecimiento, ventas y comercialización de los productos de la Canasta Disensa, así como la infraestructura, maquinaria y equipos necesarios y la distribución de la planta.

7.5.3.1. PROCESO DE PRODUCCIÓN

En este caso no se trata de un proceso de producción, en el que se dé la transformación de la materia prima en un producto terminado, más bien se trata de un proceso de comercialización de un producto terminado. Las empresas proveedoras son Holcim, Andec, Plastigama de Amanco, Intaco,

Hormipisos, Electrocables, IPAC, Calizas Huayco, Indura, Rooftec del Ecuador, Ideal Alambrec, Imesco, Bloqcim, etc., para ello es necesario la participación del recurso humano.

El proceso de venta y comercialización es el siguiente:

1. **ESCASEZ DE LOS PRODUCTOS DE LA CANASTA DISENSA EN INVENTARIOS**

Se refiere al agotamiento de las existencias en stock de los productos de la canasta Disensa debido a su demanda. Este inventario inmediatamente debe ser abastecido.

2. **SOLICITUD DE COMPRA DE LOS PRODUCTOS VÍA INTERNET POR LOS FRANQUICIADOS DISENSA.**

En función de los requerimientos del mercado, en este caso de los clientes de la construcción cada franquiciado vía electrónica envía la solicitud de requerimiento de materiales, con la finalidad de mantener en existencia los productos que el cliente demande.

3. **DÉBITO DE LA TARJETA ELECTRÓNICA**

Al momento de conformarse la franquicia Disensa debe cumplir con los requisitos solicitados por Adfranec, entre ellos solicitar una tarjeta electrónica con un cupo establecido de acuerdo a las ventas que realice. Entonces al momento de presentar una solicitud de compra, Adfranec

debita automáticamente de la tarjeta electrónica el costo total del pedido y despacha los materiales.

4. ENVIÓ DE LA FACTURA ELECTRÓNICA POR PARTE DE ADFRANEC

Una vez realizado el débito por la compra respectiva, Adfranec envía electrónicamente la factura despachada al franquiciado.

5. RECEPCIÓN DE LA FACTURA POR PARTE DEL FRANQUICIADO VÍA ELECTRÓNICA

El franquiciado recepta la factura despachada y procede a verificarla.

6. ENVÍO DEL CAMIÓN DEL FRANQUICIADO A RETIRAR LOS PRODUCTOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Una vez verificada la factura el franquiciado envía su carro de carga hasta la ciudad de Guayaquil para que retire los materiales comprados.

7. ALMACENAMIENTO DEL PRODUCTO EN BODEGA Y ÁREAS DE EXHIBICIÓN

Una vez que el carro de carga ha retirado los materiales y se encuentra ya en la ciudad de destino, los bodegueros y personal de ventas proceder a organizar y a exhibir los productos.

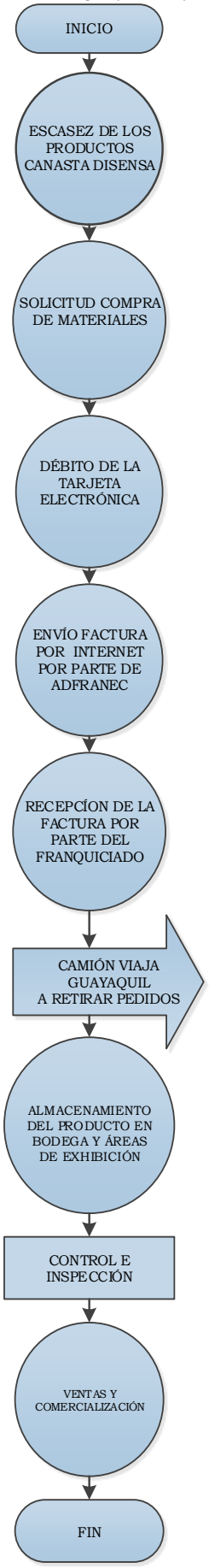
8. CONTROL E INSPECCIÓN

Se refiere al control de calidad de los productos listos para ofrecerse al público, verificando el estado, las condiciones, la calidad, la presentación y acabado de los mismos.

9. VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE LA CANASTA DISENSA

De acuerdo a los requerimientos que presente el cliente, el personal de ventas lo asesora y guía en la compra y la empresa se encarga de transportarle los productos hasta su domicilio. Seguidamente se presenta el flujo de proceso.

GRÁFICO N°. 26
FLUJOGRAMA DE PROCESO DISENSA SAN JOSÉ CÍA. LTDA.



7.5.3.2. REQUERIMIENTO DE LA DISENSA

1. Terreno: Se posee una extensión de 1038 m^2 para la construcción del espacio físico de la Disensa San José.

2. Edificio: Poseerá los siguientes ambientes: nave industrial, área de exhibición, oficinas, bodega, guardianía, servicios higiénicos.

3. Maquinaria y Equipo de la Planta: Se adquirirá: montacargas, vehículo, plataforma.

4. Productos de la Canasta Disensa: Cemento, hierro, tubos, codos, alambre sólido, alambre de amarre.

5. Otros materiales de construcción: Empaste de interiores, empaste de exteriores, cerámica, inodoros, lavamanos, tinas de baño, fregaderos.

7. Software: Con la compra de la franquicia proveerán del Sistema administrativo SADI.

8. Personal Administrativo y de Ventas: Contará con los siguientes profesionales: Administrador, Asesor Jurídico, Contador, Secretaria, Jefe de Ventas, Jefe de Bodega, Chofer, Conserje, Cajero, Despachador.

9. Suministros de oficina: Perforadora, grapadora, resmas de papel, boom, grapas, cd, carpetas, archivadores, esferos, lápices.

10. Equipo de oficina: Se adquirirá: Sumadora, teléfono.

11. Equipo de computación: Se comprará de acuerdo a los requerimientos computadoras e impresoras para cada funcionario.

12. Muebles y enseres de oficina: Se adquirirán escritorios, sillones giratorios, archivadores, sillas.

13. Útiles de aseo: Trapeador, escoba, detergente, desinfectante, ambientadores, papel higiénico.

7.5.3.3. CARACTERÍSTICAS DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO DE DISENSA

PLATAFORMA: Se utilizan para el transporte de carga general, en este caso cemento y hierro y otros productos de acuerdo a las condiciones del mismo, que no requieren protección contra el medio ambiente. A continuación el vehículo usado tipo camión a adquirir.

GRÁFICO Nº. 27

PLATAFORMA

FICHA TECNICA:

Subtipo: Camión Mediano (6 a 15 Ton)	**Marca:** Mitsubishi
Modelo: Fuso 7.5Tn.	**Precio Actual:** $27,990
Año: 2009	**Recorrido:** 90,000 kms.
Color: Blanco	**Motor (Cilindraje):** 3908 CC
Transmisión: Manual	**Sistema de Climatización:** N/A
Vidrios: N/A	**Tapizado:** Tela
Dirección: Hidráulica	**Tracción:** 4 x 2
Placa: Pichincha	**Combustible:** Diesel

MONTACARGAS: Son utilizados para levantar objetos pesados, se usan mucho en las industrias y pueden ser de elevador normal o de elevador expandido para subir cargas a mayor altura usando un par de horquillas para introducirlas en los espacios de plataformas de madera donde se ponen las cargas. Montacargas usado a adquirir se presenta en la siguiente imagen.

GRÁFICO Nº. 28

MONTACARGAS

FICHA TECNICA.-

NRO. 107	***INFORMACION ADICIONAL***
Marca: TOYOTA.	**Tipo de mástil**: Triple
Motor: Toyota 4Y de 2200cc **Modelo:** 7FGU30. **Capacidad:** 3.0 Toneladas. **Tipo Combustible:** Gas / Gasolina.	**Tres palancas de operación:** - Palanca para elevar y bajar uñas - Palanca para inclinación de torre - Palanca para desplazamiento lateral de uñas
Llantas: Macizas.	**Tipo de mástil**: Triple
Número de Horas: 5400 horas. Y **Altura de Elevación:** 4.80 metros.	**Dimensiones de llantas:** - Posteriores: 650 - 10 pulgadas - Delanteras: 28x9 - 15 pulgadas
Año: 2007.	
Número de Serie: 70380	**SAS:** Sistema de Estabilidad Activo
Tamaño de las uñas: 1.20 metros **Garantía:** 6 meses / 500 horas **Precio:** $22,857.14	**Dimensiones de montacargas**: - Largo sin uñas: 2,9 metros - Ancho: 1,4 metros - Altura: 2,15 metros

7.5.3.4. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Para poder operar la Disensa San José requiere de un espacio físico de 750m^2, distribuido en ambientes de: oficina, bodega, galpón, y estacionamiento, como consta en los planos arquitectónicos. (Ver Anexo N°. 34).

7.6. ESTUDIO LEGAL Y ADLMINISTRATIVO DE LA DISENSA

7.6.1. ORGANIZACIÓN LEGAL

La Disensa San José Cía. Ltda., será una franquicia que se dedique a la comercialización de productos para la construcción, con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio propio, de derecho privado, con domicilio en la Parroquia San José, en la ciudad de Catamayo, provincia de Loja y se rige por las siguientes leyes.

Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno y su Reglamento

Registro Único del Contribuyente

Ley de Equidad Tributaria

Código de Comercio

Código de Trabajo

Ley de Seguridad Social

Ordenanzas Municipales

7.6.2. RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA

La razón social de la empresa será “DISENSA SAN JOSÉ” CÍA LTDA.

7.6.3. DOMICILIO

La empresa tendrá su domicilio permanente en la Parroquia San José de la ciudad de Catamayo, provincia de Loja.

7.6.4. OBJETO SOCIAL

El objeto principal y actividad a que se dedicará la empresa es a la venta y comercialización de materiales y acabados para la construcción.

7.6.5. CAPITAL SOCIAL

Para la implementación de la Disensa San José Cía. Ltda. se contará con el aporte de tres socios con un capital propio de $. 204.041.88 y mediante fuente de financiamiento externo mediante un préstamo a la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Policía Nacional por un total de $. 200.000 USD.

7.6.6. TIEMPO DE DURACIÓN

La empresa tiene un periodo de vida útil de cinco años, partiendo desde la fecha de inscripción de la escritura pública de creación en el registro mercantil en la ciudad de Loja.

7.6.7. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

Tiene que ver con el desempeño y delegación de funciones de todos los empleados de los funcionarios de una empresa.

7.6.8. NIVELES JERÁRQUICOS DE AUTORIDAD

Son los que regirán la administración de la empresa, se encuentran definidos de acuerdo al tipo de la misma y estarán regidos por la Ley de Compañías. La empresa tendrá los siguientes niveles:

Nivel Legislativo: Es el nivel superior de la empresa. Está representado por la junta general de socios y son los que se encargarán de emanar, leyes, políticas y reglamentos dentro de la misma; así como establecer sus metas y objetivos.

Nivel Ejecutivo: Es el que se encarga de planificar, organizar, dirigir y contralar las actividades de la empresa. También tiene la función de cumplir y hacer cumplir los planes, metas y objetivos de la empresa. En el caso de la Disensa San José estará representado por un (a) administrador (a).

Nivel Asesor: Estará conformado por el Asesor Jurídico externo, el mismo que orientará las decisiones de carácter judicial de la Disensa San José.

Nivel de Apoyo: Como su nombre lo dice es el nivel que apoya la realización de las actividades administrativas de la empresa de forma eficiente y eficaz. En este caso, estará conformado por la secretaria, conserje-guardián.

Nivel Operativo: Es el que operativiza, transforma y materializa las disposiciones emanadas desde la parte administrativa de la empresa. Para

el caso de la Disensa San José está relacionado con las áreas de contabilidad y ventas.

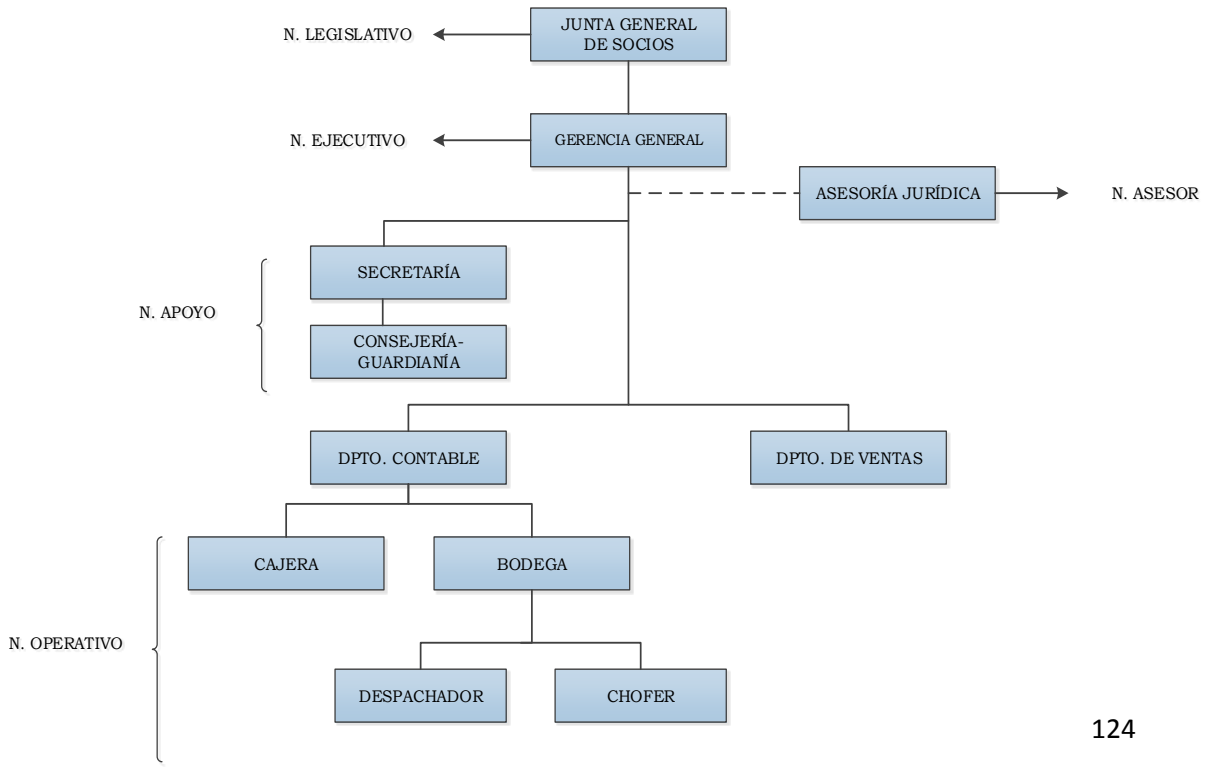
7.6.9 ORGANIGRAMAS

La Disensa San José para el desempeño eficiente de sus actividades, utilizará en su estructura organizativa organigramas, los cuales tendrán la función de determinar los niveles de posición de cada área de trabajo de la empresa. Entre éstos están:

7.6.9.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Es la representación gráfica de la estructura administrativa de la empresa en donde se refleja la división de funciones, niveles jerárquicos, línea de autoridad y canales de comunicación de la misma.

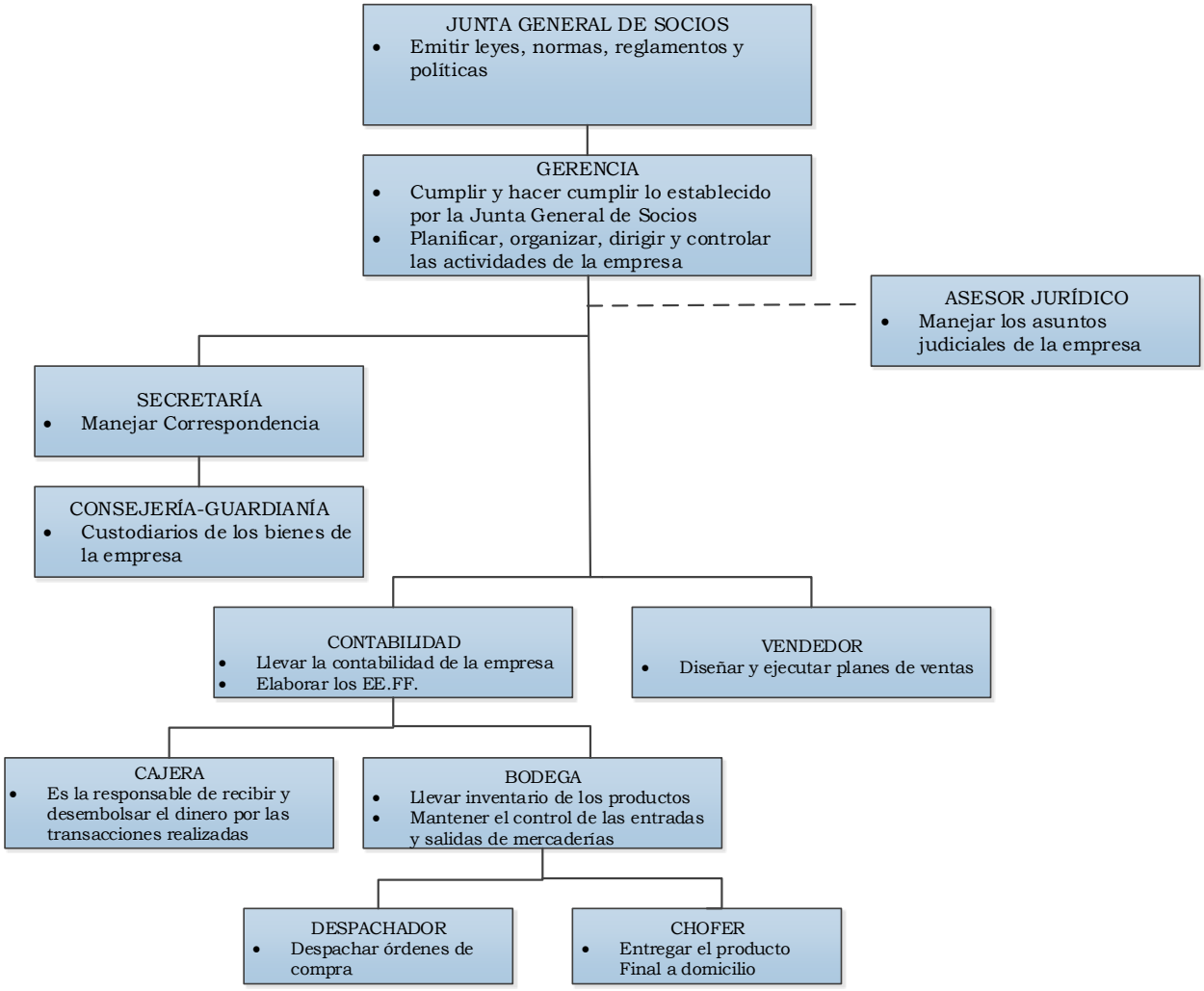
GRÁFICO Nº. 29
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL
DISENSA SAN JOSÉ CÍA. LTDA.



7.6.9.2. ORGANIGRAMA FUNCIONAL

Es la representación gráfica de cada una de las funciones de la unidad administrativa, encabezadas por las de mayor nivel jerárquico y seguidas por las de menor trascendencia.

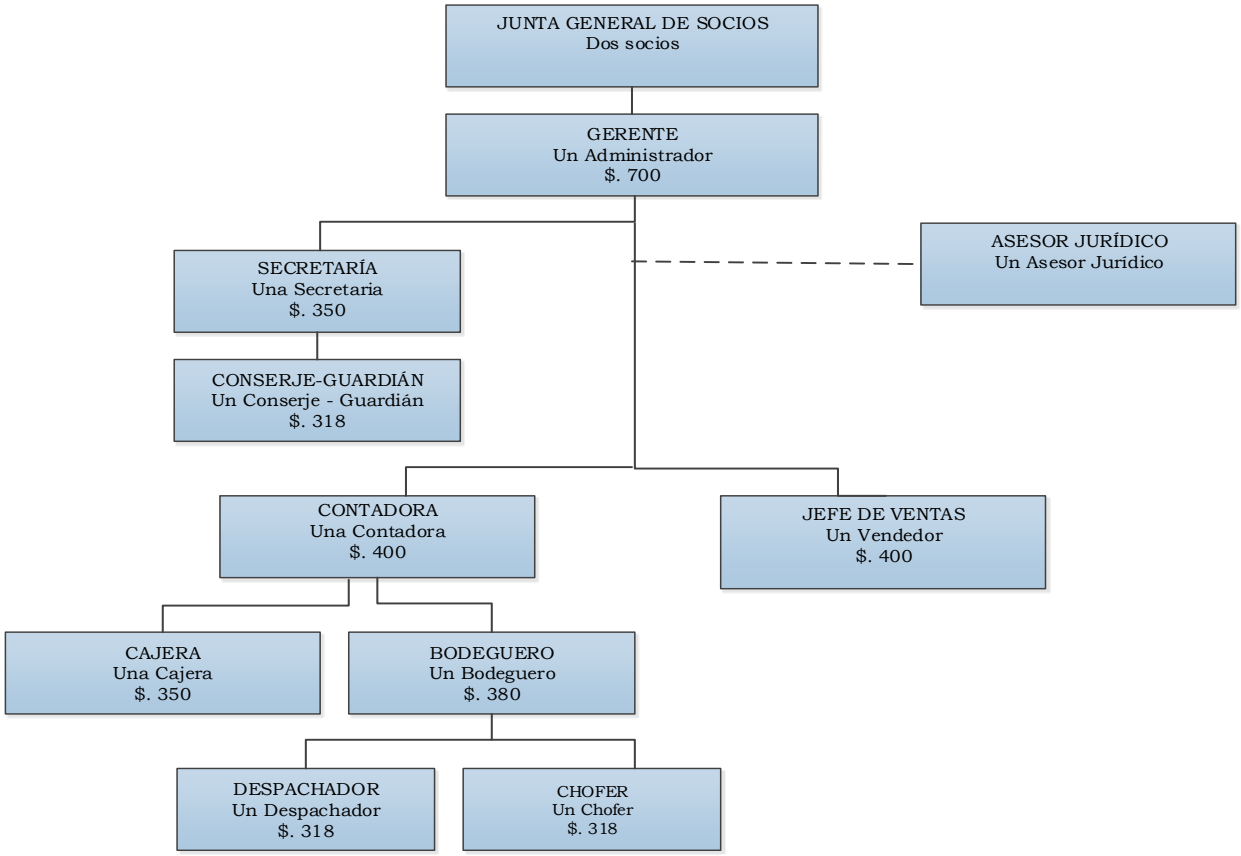
GRÁFICO Nº. 30
ORGANIGRAMA FUNCIONAL
DISENSA SAN JOSÉ CÍA. LTDA.



7.6.9.3. ORGANIGRAMA POSICIONAL

Es la representación gráfica en donde se detallan aspectos como: puesto, número de empleados.

GRÁFICO Nº. 31
ORGANIGRAMA POSICIONAL
DISENSA SAN JOSÉ CÍA. LTDA.



7.6.9.4. MANUAL DE FUNCIONES

Se refleja la información relacionada con las funciones y tareas que debe realizar cada funcionario en su puesto de trabajo y unidad administrativa. En el manual se describe: Código, Título del puesto, naturaleza del trabajo, funciones, características, requisitos.

DESCRIPCIÓN PUESTOS DE TRABAJO Y SUS FUNCIONES

CÓDIGO 001
TÍTULO DEL PUESTO: JUNTA GENERAL DE SOCIOS
SUPERIOR INMEDIATO:
SUBALTERNOS: TODO EL PERSONAL
NATURALEZA DEL TRABAJO
Planificación, organización, ejecución y control de las actividades generales de la empresa
FUNCIONES PRINCIPALES
* Emitir leyes, normas y políticas, así como también reglamentos que aseguren el desempeño eficiente de la empresa
* Convocar y Asistir a las reuniones
* Acordar acerca de la disolución anticipada de la compañía
CARACTERÍSTICAS DEL CARGO
Legislar las políticas que guién la línea de acción de la empresa
REQUISITOS
* Disponer de capital para invertir

San José Cia. Ltda.
Franquiciado Disensa

CÓDIGO 002

DEPARTAMENTO: ADMINISTRACION GENERAL
TÍTULO DEL PUESTO: GERENTE
SUPERIOR INMEDIATO: JUNTA GENERAL DE SOCIOS
SUBALTERNOS: TODO EL PERSONAL

NATURALEZA DEL TRABAJO

Operativizar el proceso administrativo en el ámbito de la gestión empresarial

FUNCIONES PRINCIPALES

*Cumplir y hacer cumplir lo establecido por la junta general de socios
* Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa
* Representar a la empresa ante entidades y organismos nacionales sobre aspectos legales, financieros y organizativos
* Nombrar al personal de la empresa señalando atribuciones y responsabilidades
* Formular y emitir políticas de funcionamiento y desarrollo empresarial que regulen y permitan orientar y conducir con mayor seguridad las actividades por la empresa
* Vigilar por la adecuada administración de la empresa en relación a su naturaleza

CARACTERÍSTICAS DEL CARGO

* Llevar el control directivo de la empresa
* Presentar informes a la junta general de socios
* Representar a la empresa en eventos programados

REQUISITOS

Educación: Economista, Ing. Comercial o carrera a fin que tenga conocimiento en administración de empresas
Experiencia: Dos años en actividades afines
Excelentes relaciones interpersonales

San José Cia. Ltda.
Franquiciado Disensa

CÓDIGO 003

DEPARTAMENTO: ASESORIA JURIDICA
TÍTULO DEL PUESTO: ASESOR JURÍDICO
SUPERIOR INMEDIATO: JUNTA GENERAL DE SOCIOS/GERENTE
SUBALTERNOS: TODO EL PERSONAL

NATURALEZA DEL TRABAJO

Brindar asesoría legal durante el desemvolvimiento de la empresa

FUNCIONES PRINCIPALES

* Manejar los asuntos judiciales de la empresa
* Revisar y analizar las actividades relacionadas con los derechos, acciones, de los socios, reglamentación, aplicación del manual de funciones y otras...
* Realizar cobros judiciales a los clientes que mantengan cuentas pendientes.
* Representar conjuntamente con el Gerente judicial y extrajudicialmente a la empresa

CARACTERÍSTICAS DEL CARGO

* Guiar a la empresa en aspectos legales de acuerdo a lo que establece la Ley y la Superintendencia de Compañías.
* Representar a la empresa en eventos programados

REQUISITOS

Educación: Doctor en Jurisprudencia o Abogado
Experiencia: Dos años en actividades afines
Manejo de relaciones interpersonales
Pertenecer al colegio de Abogados

San José Cia. Ltda.
Franquiciado Disensa

CÓDIGO 004

DEPARTAMENTO: ADMINISTRACIÓN GENERAL
TÍTULO DEL PUESTO: SECRETARIA
SUPERIOR INMEDIATO: GERENTE

NATURALEZA DEL TRABAJO

Realizar actividades de secretaría y de apoyo al nivel directivo

FUNCIONES PRINCIPALES

* Manejar correspondencia
* Realizar mecanografía, despachar y atender la correspondencia con diplomacia de forma eficiente y eficaz.
* Manejar la agenda del administrador y atender al público que solicite información
* Convocar a sesiones a petición del gerente o de la junta general de socios
* Controlar la asistencia del personal

CARACTERÍSTICAS DEL CARGO

* Establecer buenas relaciones con el personal de la empresa y público en general
* Ser responsable eficiente y eficaz en el desempeño de su trabajo

REQUISITOS

Educación: Secretaria Ejecutiva Bilingüe
Experiencia: Un año en actividades afines
Manejo de relaciones interpersonales

San José Cia. Ltda.
Franquiciado Disensa

CÓDIGO 005

DEPARTAMENTO: ADMINISTRACION GENERAL
TÍTULO DEL PUESTO: CONSERJE - GUARDIA
SUPERIOR INMEDIATO: GERENTE

NATURALEZA DEL TRABAJO

Realizar las labores de conserjería, custodia de la empresa y legalización de trámites administrativos

FUNCIONES PRINCIPALES

* Realizar la limpieza diaria de los muebles y enseres de oficina en la empresa
* Entregar y receptar correspondencia de la empresa
* Supervisar y controlar todas las actividades diarias del departamento
* Presentar informes de los requerimientos del departamento al administrador

CARACTERÍSTICAS DEL CARGO

* Colaborar esporádicamente en la ejecución de las actividades sencillas de la oficina
* Vigilar la entrada de personas que ingresan a la empresa

REQUISITOS

Educación: Bachiller, en cualquiere especialidad
Experiencia: Saber denvolverse en el conglomerado social y realizar la limpieza de la empresa

San José Cia. Ltda.
Franquiciado Disensa

CÓDIGO 006

DEPARTAMENTO: CONTABILIDAD
TÍTULO DEL PUESTO: CONTADOR(A)
SUPERIOR INMEDIATO: GERENTE

NATURALEZA DEL TRABAJO
Manejar correctamente el sistema integrado de contabilidad de la empresa

FUNCIONES PRINCIPALES
* Llevar la contabilidad de la empresa
* Realizar roles de pago y trámites contables
* Elaborar la emisión de cheque para efectuar los pagos de cuentas por pagar
* Prepar los estados financieros
* Presentar informes y análisis contables, económicos y financieros para análisis y toma de decisiones de gerencia y junta general de socios

CARACTERÍSTICAS DEL CARGO
* Ser responsable y mantener amplio conocimiento del sistema que maneja la Disensa, así como de la parte contabley tributaria

REQUISITOS
Educación: Contador(a) Público(a) autorizada
Experiencia: Un año en actividades afines

San José Cia. Ltda.
Franquiciado Disensa

CÓDIGO 007

DEPARTAMENTO: CONTABILIDAD
TÍTULO DEL PUESTO: CAJERO(A)
SUPERIOR INMEDIATO: CONTADOR (A)

NATURALEZA DEL TRABAJO
Manejar correctamente el sistema integrado de caja de la disensa

FUNCIONES PRINCIPALES
* Recibir los pagos de los clientes
* Mantener un registro de estos pagos
* Preparar el reporte de caja diariamente
* Saludará siempre a los clientes con una sonrisa amistosa
* Atenderá a los clientes vía teléfono
* Procesar los pagos con las tarjetas de débito/crédito apropiadamente
* Hacer la conciliación del total de los pagos con el total de las ventas
* Responsabilidades adicionales asignadas o solicitadas por el gerente

CARACTERÍSTICAS DEL CARGO
* Tener una personalidad amigable, cálida y extrovertida, excelente habilidad para hablar,escuchar y ser excepcional en las matemáticas y manejo de tiempo

REQUISITOS
Educación: Ser bachiller o tecnólogo en contabilidad o mercadotecnia
Experiencia: Un año en actividades afines

San José Cia. Ltda.
Franquiciado Disensa

CÓDIGO 008

DEPARTAMENTO: BODEGA
TÍTULO DEL PUESTO: BODEGUERO
SUPERIOR INMEDIATO: CONTADOR

NATURALEZA DEL TRABAJO

Garantizar la ejecución de todos los procesos de almacenaje, carga, descarga, armado y clasificación de las mercaderías, controlando la exactitud de las entradas y salidas, manteniendo el orden y limpieza de la bodega, asegurando una operación eficiente y un servicio oportuno al área comercial.

FUNCIONES PRINCIPALES

* Organización, direccción y control de los inventarios, recursos humanos y materiales, procesos e infraestructura del departamento de bodega
* Clasificar los productos basándose al movimiento, línea de producto y rotación de las mismas
* Salvaguardar la mercadería almacenada, garantizando de que el personal que se encuentre en bodega sea el autorizado
* Dirigir eficazmente los despachos de mercadería
* Verificar y cuadrar periódicamente el saldo físico con el saldo computacional de secciones asignadas, de existir alguna diferencia deberán efectuar revisión de documentos, movimiento de artículo y todo lo necesario para solucionar el problema y dejarlo archivado para efectos de registro
* Controlar y revisar mercadería que ingresa y sale de bodega, reportando todo lo ocurrido en los libros de controles internos
* Presentar informes de inventario a su inmediato superior y a contabilidad

CARACTERÍSTICAS DEL CARGO

* Conservar el orden y la higiene adecuada en el área de bodega

REQUISITOS

Educación: Bachiller, con conocimientos en contabilidad
Tener cursos de capacitación en contabilidad
Experiencia: Un año en funciones análogas

San José Cia. Ltda.
Franquiciado Disensa

CÓDIGO 009

DEPARTAMENTO: BODEGA
TÍTULO DEL PUESTO: CHOFER
SUPERIOR INMEDIATO: BODEGUERO

NATURALEZA DEL TRABAJO

Transporte y entrega de productos

FUNCIONES PRINCIPALES

* Transportar y entregar oportunamente los productos de la empresa a domicilio
* Trasladar los pedidos a otra bodega
* Velar por seguridad de los productos
* Estar pendiente del control y mantenimiento del vehículo

CARACTERÍSTICAS DEL CARGO

* Portar la respectiva licencia de manejo
* El camión o plataforma debe portar extintor, botiquín, triángulo de seguridad y otros dispuestos por las leyes de tránsito
* Cumplir las ordenanzas de circulación de las ciudades, las leyes de tránsito vigentes, así como cumplir las instrucciones de los departamentos de seguridad industrial

REQUISITOS

Educación: Chofer Profesional
Experiencia: Un año por lo menos

San José Cia. Ltda.
Franquiciado Disensa

CÓDIGO 010

DEPARTAMENTO: BODEGA
TÍTULO DEL PUESTO: DESPACHADOR
SUPERIOR INMEDIATO: BODEGUERO

NATURALEZA DEL TRABAJO
Ofrecer al cliente un servicio de calidad en las órdenes de despacho

FUNCIONES PRINCIPALES
* Llevar control de inventarios
* Saber facturar
* Atender al cliente en órdenes de despacho

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE
* Supervisar el área y constar que la descarga se haya hecho de forma correcta

REQUISITOS
Educación: Bachiller en contabilidad
Experiencia: Saber denvolverse en el conglomerado social

San José Cia. Ltda.
Franquiciado Disensa

CÓDIGO 011

DEPARTAMENTO: VENTAS
TÍTULO DEL PUESTO: VENDEDOR
SUPERIOR INMEDIATO: GERENTE

NATURALEZA DEL TRABAJO
Llevar la planificación, organización, dirección, coordinación y control de las actividades que se realiza para la publicidad de empresa, de los productos y de las ventas

FUNCIONES PRINCIPALES
* Estructurar el plan y programa de ventas
* Asesorar a los directivos de la empresa sobre estrategias de marketing para incrementar las ventas
* Elaborar un presupuesto de ventas mínimas anuales en el mercado existente
* Presentar informes de ventas a su inmediato superior y a contabilidad
* Atender y gestionar los reclamos de los clientes
* Mantener y cuidar de su área asignada, entendiéndose: limpieza, etiquetado y presentación del producto

CARACTERÍSTICAS DEL CARGO
* Atender a los clientes que requieran información sobre ventas y sobre los productos
* Visitar a los clientes y entregar el producto oportunamente

REQUISITOS
Educación: Tecnólogo en mercadotecnia
Tener cursos de capacitación en ventas
Experiencia: Un año en funciones de ventas
Excelentes relaciones interpersonales

7.7. ESTUDIO FINANCIERO

En el estudio financiero se determinó el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, es decir, el monto de la inversión, los costos y gastos requeridos, así como el nivel de ingresos que generará la implementación de la franquicia Disensa San José Cía. Ltda. en la Parroquia San José del Cantón Catamayo. A través de la evaluación financiera se determinó la rentabilidad que proporcionará el proyecto analizado bajo los dos escenarios (con financiamiento y sin financiamiento) mediante los indicadores de evaluación como son: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y Beneficio Costo. También se realizó el análisis de sensibilidad, incrementando los costos y disminuyendo los ingresos, hasta encontrar el punto de quiebre.

A continuación el estudio de cada una de las variables:

7.7.1. INVERSIONES

Constituyen los desembolsos de dinero que necesarios para la implementación y puesta en marcha de la empresa, están integrados por las inversiones que se realizan en bienes que van a ser utilizados en la operación normal y que se requieren para ofertar un servicio de calidad.

La estructura de las inversiones del proyecto se ha desglosado en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

7.7.1.1. ACTIVOS FIJOS

Constituyen los bienes con los que contará la Disensa San José Cía. Ltda. sujetos a depreciación; en el proyecto alcanzan un total de $. 291.001,13 comprende rubros como: compra del terreno, construcción y adecuación e instalaciones del espacio físico de la Disensa, maquinaria y equipos, vehículo, muebles y enseres de oficina, equipo de oficina, equipo de computación, como se detalla a continuación.

TERRENO: El terreno está ubicado en la Lotización Santa Marianita de la Parroquia Urbana José del Cantón Catamayo, provincia de Loja; junto al Estadio de la liga Cantonal. El espacio corresponde a los lotes Nº 93, Nº 94 y Nº 95 con un área 338 m^2, 364m^2 y 337,50m^2 respectivamente dando una área total de 1035,45 m^2,. A continuación el presupuesto de inversión en el terreno.

CUADRO Nº. 33

PRESUPUESTO DE TERRENO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	3	$ 11.000,00	$ 33.000,00
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			**$ 33.000,00**
Fuente: Inv. Directa			
Elaboración: La Autora			

CONSTRUCCIÓN Y ADECUACIÓN DEL ESPACIO FÍSICO: El espacio físico estará distribuido de una manera óptima, tanto en la parte administrativa como operativa, es decir dispondrá de oficinas de atención al público, áreas de exhibición, galpón, bodega y área de estacionamiento. El presupuesto de construcción y adecuación es el siguiente.

CUADRO N°. 34

PRESUPUESTO CONSTRUCCION DISENSA SAN JOSE

Propietario: Consuelo Margarita Jumbo Benitez

Sector: Parroquia San Jose de Catamayo

Fecha: 30-06-2013

AREA DEL TERRENO (M2):	796.78m2
PORCENTAJE DE AVANCE EJECUTADO	0.00%
AREA DE CONSTRUCCIÓN I(M2):	**750.00m2**
TIEMPO DE EJECUCIÓN PREVISTO EN DIAS	**90.0 Días**

RUBROS	PRESUPUESTO TOTAL DE LA OBRA			
	U.	CANTIDAD	P. UNITARIO	C. TOTAL
1.0 Planificacion:				$ 2,500.00
2.0 Trabajos Preliminares:				$ 300.75
Limpieza de la Obra y desalojos	m2	0.00	$ 0.95	$ 0.00
Replanteo	m2	401.00	$ 0.75	$ 300.75
3.0 Excavaciones y Rellenos:				**$ 1,048.20**
Excavación de cimientos	m3	50.00	$ 9.46	$ 473.00
Excavación de plintos	m3	45.00	$ 9.46	$ 425.70
Relleno compactado con material del sitio	m3	23.00	$ 6.50	$ 149.50
3.0 Estructura				**$ 40,577.86**
Replantillos de Hormigon Simple de 180 Kg/ Cm2, 15 cm piedra y 5 cm	m3	9.50	$ 95.00	$ 902.50
Acero de refuerzo en Planta baja, fy= 4.200 Kg/ Cm2	Kg	8000.00	$ 1.80	$ 14,400.00
Hº Sº En plintos.	m3	22.50	$ 156.04	$ 3,510.90
Hormigón en vigas, f'c= 210 Kg/Cm2+ Encofrado	m3	12.50	$ 163.41	$ 2,042.63
Hormigón en cadenas inferiores, f'c= 210 Kg/Cm2+ Encofrado	m3	20.50	$ 154.94	$ 3,176.27
Hormigón en columnas.f'c=210 Kg/Cm2+ Encofrado	m3	16.00	$ 158.14	$ 2,530.24
Hormigón en muros.f'c=210 Kg/Cm2+ Encofrado	m3	0.00	$ 159.00	$ 0.00
Cimientos de piedra	m3	22.50	$ 90.83	$ 2,043.68
Revestimiento de escaleras con: mortero 1:3, e=2.5 Cms.	m2	44.50	$ 9.20	$ 409.40
MESON DE COCINA e=5cm 210 kg/cm2 + RECUBRIMIENTO DE GRANIT	m	2.25	$ 161.00	$ 362.25
losa aliviandada e=15 cm fy= 4200 kg/cm2 incluye encofrado	m	320.00	$ 35.00	$ 11,200.00
4.0 Contrapisos, Mampostería, revestidos:				**$ 28,037.24**
Contrapisos, H.S. fc= 180 Kg/ Cm2, e= 2.5 Cms, (incluye vereda)	m2	400.00	$ 15.00	$ 6,000.00
Masillado losa y pisos en planta baja, mortero:1:3, e= 2.5 Cms.	m2	200.00	$ 2.80	$ 560.00
Mampostería de Ladrillo Panelon en Planta Baja	m2	700.00	$ 15.65	$ 10,955.00
Enlucidos horizontales de losa	m2	308.00	$ 7.28	$ 2,242.24
Revestido de pared vertical	m2	1200.00	$ 6.90	$ 8,280.00
5.0 Instalaciones:AA-PP, AA-SS,AA-LL				**$ 6,981.06**
Tuberia agua potable Pvc. De 1/2"	Ml	150.00	$ 3.50	$ 525.00
Puntos de agua fría, con tubería:	Pto	40.00	$ 13.50	$ 540.00
6. Instalaciones sanitarias : de aguas Lluvias y Sanitarias				
Bajantes de aguas lluvias, con tubería: 110 mms, Tuberia Plastigama	Ml	50.00	$ 6.73	$ 336.50
Bajantes de aguas servidas, con tubería: 110mms, Tuberia Plastigam	Ml	50.00	$ 6.73	$ 336.50
Desagues de aguas servidas, con tubería:110 mms, Tuberia Plastigar	Pto	14.00	$ 16.29	$ 228.06
Desagues de aguas servidas, con tubería:75 mms,	Pto	150.00	$ 15.11	$ 2,266.50
Canalización exterior, con tubería: 160 mms, Tuberia Plastigama	Ml	125.00	$ 8.26	$ 1,032.50
Cajas de revisión, de: 60x 60 Cms, inclye tapa	U	22.00	$ 78.00	$ 1,716.00

7. Instalaciones eléctricas, telefónicas				**$ 900.00**
Luces, Focos Normales	U	50.00	$ 8.00	$ 400.00
Tomacorrientes	U	25.00	$ 18.00	$ 450.00
Tablero de 12 Breakers	U	1.00	$ 50.00	$ 50.00
8.0 Acabados Interiores:				**$ 32,878.75**
Puertas interiores, en:Mdf, con marcos de madera, con cerradura Sen	U	14.00	$ 125.00	$ 1,750.00
Ventanería de: alumnio y Vidrio claro de 3-4 Mms.	m2	82.00	$ 55.00	$ 4,510.00
Revestimiento Paredes, con: Empaste	m2	500.00	$ 3.06	$ 1,530.00
Revestimiento Paredes, con: Empaste exterior	m2	300.00	$ 3.79	$ 1,137.00
Entablados de: parquet de Almendro	m2	12.00	$ 22.00	$ 264.00
Porcelanato de 60*60 cm SALA-COMEDOR- ENTRADA	m2	150.00	$ 25.00	$ 3,750.00
Ceramica: cocina y piso y Pared de baños baños	m2	200.00	$ 17.00	$ 3,400.00
Pintura Solamente Interior, marca: Pintuco, dos colores por habitacion	m2	700.00	$ 2.00	$ 1,400.00
Pintura latex caucha exterior	m2	200.00	$ 2.50	$ 500.00
Lavamanos, color: Beige, marca: Edesa	U	25.00	$ 55.00	$ 1,375.00
Inodoros, color: Beige, marca: Edesa (incluye Bidet)	U	15.00	$ 82.00	$ 1,230.00
Fregadero de cocina: Doble pozo, marca: Teka	U	2.00	$ 72.00	$ 144.00
Ducha de baño, tipo: Sencilla, incluye mescladora	U	2.00	$ 35.00	$ 70.00
Lavandería	U	1.00	$ 130.00	$ 130.00
Closets de madera	m	30.00	$ 160.00	$ 4,800.00
Muebles de cocina altos	m	45.00	$ 145.00	$ 6,525.00
Muebles de cocina altos	m	2.25	$ 135.00	$ 303.75
Limpieza de la Obra y desalojos	Glb	1.00	$ 60.00	$ 60.00
9.0 CUBIERTA DE ESTRUCTURA METALICA				**$ 64,739.52**
Replanteo	m2	400	$ 0.75	$ 300.00
9.1 Excavaciones y Rellenos:	m3			$ 0.00
Excavación de cimientos	m3	25	$ 9.80	$ 245.00
Excavación de plintos	m3	35	$ 9.80	$ 343.00
Relleno compactado con material del sitio		20	$ 6.90	$ 138.00
9.2. Estructura				
Replantillos de Hormigon Simple de 180 Kg/ Cm2, 15 cm piedra y 5 cm	m3	9.50	$ 95.00	$ 902.50
Cimientos de piedra	m3	22.50	$ 90.83	$ 2,043.68
Acero de refuerzo en Planta baja, fy= 4.200 Kg/ Cm2	Kg	2500.00	$ 1.80	$ 4,500.00
H° S° En plintos.	m3	6.50	$ 156.04	$ 1,014.26
Hormigón en vigas, f'c= 210 Kg/Cm2+ Encofrado	m3	3.50	$ 163.41	$ 571.94
Hormigón en cadenas inferiores, f'c= 210 Kg/Cm2+ Encofrado	m3	12.00	$ 154.94	$ 1,859.28
Hormigón en columnas.f'c=210 Kg/Cm2+ Encofrado	m3	13.50	$ 158.14	$ 2,134.89
Acero estructural	m3	6500.00	$ 2.50	$ 16,250.00
Cimientos de piedra	m3	22.50	$ 90.83	$ 2,043.68
Still panel para cubierta	m2	400.00	$ 9.50	$ 3,800.00
9.3 Contrapisos, Mampostería, Albañilería:				
Contrapisos, H.S. fc= 180 Kg/ Cm2, e= 2.5 Cms, (incluye vereda)	m2	450.00	$ 15.00	$ 6,750.00
Mampostería de Ladrillo Panelon en Planta Baja	m2	250.00	$ 15.65	$ 3,912.50
Revestido de pared vertical	m2	350.00	$ 6.90	$ 2,415.00
9.4. Instalaciones:AA-PP, AA-SS,AA-LL				**$ 0.00**
Tuberia agua potable Pvc. De 1/2"	Ml	150.00	$ 3.50	$ 525.00
Puntos de agua fría, con tubería:	Pto	5.00	$ 13.50	$ 67.50
9.5.Instalaciones sanitarias : de aguas Lluvias y Sanitarias				**$ 0.00**
Bajantes de aguas lluvias, con tubería: 110 mms, Tuberia Plastigama	Ml	60.00	$ 6.73	$ 403.80
Bajantes de aguas servidas, con tubería: 110mms, Tuberia Plastigam	Ml	0.00	$ 6.73	$ 0.00
Desagues de aguas servidas, con tubería:110 mms, Tuberia Plastigar	Pto	0.00	$ 16.29	$ 0.00
Desagues de aguas servidas, con tubería:75 mms,	Pto	0.00	$ 15.11	$ 0.00
Canalización exterior, con tubería: 160 mms, Tuberia Plastigama	Ml	125.00	$ 8.26	$ 1,032.50
Cajas de revisión, de: 60x 60 Cms, inclye tapa	U	12.00	$ 78.00	$ 936.00
9.6.Instalaciones eléctricas, telefónicas				**$ 0.00**
Luces, Focos Normales	U	12.00	$ 8.00	$ 96.00
Tomacorrientes	U	12.00	$ 18.00	$ 216.00
9.7. Acabados Interiores:				
Puertas interiores, en:Mdf, con marcos de madera, con cerradura Sen	U	4.00	$ 125.00	$ 500.00
Ventanería de: alumnio y Vidrio claro de 3-4 Mms.	m2	82.00	$ 55.00	$ 4,510.00
Revestimiento Paredes, con: Empaste	m2	200.00	$ 3.06	$ 612.00
Revestimiento Paredes, con: Empaste exterior	m2	100.00	$ 3.79	$ 379.00
Entablados de: parquet de Almendro	m2	12.00	$ 22.00	$ 264.00
Porcelanato de 60*60 cm SALA-COMEDOR- ENTRADA	m2	50.00	$ 25.00	$ 1,250.00
Ceramica: cocina y piso y Pared de baños baños	m2	150.00	$ 17.00	$ 2,550.00
Pintura Solamente Interior, marca: Pintuco, dos colores por habitacion	m2	700.00	$ 2.00	$ 1,400.00
Pintura latex caucha exterior	m2	200.00	$ 2.50	$ 500.00
Lavamanos, color: Beige, marca: Edesa	U	2.00	$ 55.00	$ 110.00
Inodoros, color: Beige, marca: Edesa (incluye Bidet)	U	2.00	$ 82.00	$ 164.00
Son: ciento noventa y siete mil novecientes dieciocho dólares con 99/100 US	**SUBTOTAL**			**$ 176,713.38**
	12%			$ 21,205.61
	TOTAL			**$. 197.918,99**

CUADRO Nº. 35				
DEPRECIACIÓN DEL ESPACIO FÍSICO				
Valor del Activo		$ 197,918.99		
Años de Vida Útil		20		
Porcentaje de Depreciación		5%		
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR EN LIBROS
0	197,918.99	9,895.95		188023.04
1	188,023.04		9401.15	178621.89
2	178,621.89		9401.15	169220.74
3	169,220.74		9401.15	159819.58
4	159,819.58		9401.15	150418.43
5	150,418.43		9401.15	141017.28
6	141,017.28		9401.15	131616.13
7	131,616.13		9401.15	122214.98
8	122,214.98		9401.15	112813.82
9	112,813.82		9401.15	103412.67
10	103,412.67		9401.15	94011.52
11	94,011.52		9401.15	84610.37
12	84,610.37		9401.15	75209.22
13	75,209.22		9401.15	65808.06
14	65,808.06		9401.15	56406.91
15	56,406.91		9401.15	47005.76
16	47,005.76		9401.15	37604.61
17	37,604.61		9401.15	28203.46
18	28,203.46		9401.15	18802.30
19	18,802.30		9401.15	9401.15
20	9,401.15		9401.15	0.00

MAQUINARIA: Constituye el componente tecnológico necesario para operar en la Disensa, el cual permitirá ofertar un servicio de calidad a los clientes, se trata del montacargas. Seguidamente el presupuesto y a continuación la tabla de depreciación, para lo cual se ha utilizado el método de línea recta.

CUADRO Nº. 36					
PRESUPUESTO DE MAQUINARIA					
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL		
Maquinaria (Montacarga)	1	$ 22,857.14	$ 22,857.14		
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			$ 22,857.14		
Fuente: Inv . Directa					
Elaboración: La Autora					
DEPRECIACIÓN DE LA MAQUINARIA					
DATOS:					
Valor Actual =	$ 22,857.14				
Valor Residual =	$ 22,857.14	x	10%	=	$ 2,285.71
Vida Útil =	10				
Depreciación : DP					
DP = (VA - VR) / VU					
DP =	$ 22,857.14	-	$ 2,285.71		
		10			
DP =	**$ 2,057.14**				

CUADRO Nº. 37				
DEPRECIACIÓN DE LA MAQUINARIA				
Valor del Activo		**$ 22,857.14**		
Años de Vida Útil		**10**		
Porcentaje de Depreciación		**10%**		
AÑOS	**VALOR DEL ACTIVO**	**VALOR RESIDUAL**	**DEPRECIACIÓN ANUAL**	**VALOR EN LIBROS**
0	22,857.14	**2,285.71**		20571.43
1	20,571.43		2057.14	18514.28
2	18,514.28		2057.14	16457.14
3	16,457.14		2057.14	14400.00
4	14,400.00		2057.14	12342.86
5	12,342.86		2057.14	**10285.71**
6	10,285.71		2057.14	8228.57
7	8,228.57		2057.14	6171.43
8	6,171.43		2057.14	4114.29
9	4,114.29		2057.14	2057.14
10	2,057.14		2057.14	0.00

VEHICULO: Se constituye en el Activo Fijo necesario y requerido para el transporte, traslado y comercialización de los productos que ofrecerá la Disensa San José Cía. Ltda. El presupuesto de la plataforma a adquirirse, así como la respectiva tabla de depreciación se detalla a continuación.

CUADRO Nº. 38					
PRESUPUESTO DE VEHICULO					
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**		
Vehículo (Plataforma)	1	$ 27,990.00	$ 27,990.00		
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			**$ 27,990.00**		
Fuente: Inv . Directa					
Elaboración: La Autora					
DEPRECIACIÓN DEL VEHICULO					
DATOS:					
Valor Actual =	$ 27,990.00				
Valor Residual =	$ 27,990.00	x	20%	=	$ 5,598.00
Vida Útil =	5				
Depreciación : DP					
DP = (VA - VR) / VU					
DP =	$ 27,990.00	-	$ 5,598.00		
		5			
DP =	**$ 4,478.40**				

CUADRO Nº. 39				
DEPRECIACIÓN DE VEHICULO				
Valor del Activo		**$ 27,990.00**		
Años de Vida Útil		**5**		
Porcentaje de Depreciación		**20%**		
AÑOS	**VALOR DEL ACTIVO**	**VALOR RESIDUAL**	**DEPRECIACIÓN ANUAL**	**VALOR EN LIBROS**
0	27,990.00	**5,598.00**		22392.00
1	22,392.00		4478.40	17913.60
2	17,913.60		4478.40	13435.20
3	13,435.20		4478.40	8956.80
4	8,956.80		4478.40	4478.40
5	4,478.40		4478.40	0.00

MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA: Están integrados por bienes tangibles como escritorios, archivadores, sillas entre otros elementos necesarios para el desempeño administrativo. Seguidamente el presupuesto y la tabla de depreciación.

CUADRO Nº. 40					
PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA					
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**		
Escritorio mediano en L de melamina	3	$ 180.00	$ 540.00		
Escritorio mediano normal en melamina	4	$ 120.00	$ 480.00		
Archivador 4 gabetas en melamina	5	$ 140.00	$ 700.00		
Silla giratoria	6	$ 90.00	$ 540.00		
Silla cromadas	8	$ 40.00	$ 320.00		
Papeleras	6	$ 15.00	$ 90.00		
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			**$ 2,670.00**		
Fuente: Inv. Directa					
Elaboración: La Autora					
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA					
DATOS:					
Valor Actual =	$ 2,670.00				
Valor Residual =	$ 2,670.00	x	10%	=	$ 267.00
Vida Útil =	10				
Depreciación : DP					
DP = (VA - VR) / VU					
DP =	$ 2,670.00	-	$ 267.00		
		10			
DP =	**$ 240.30**				

CUADRO Nº. 41				
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA				
Valor del Activo		**$ 2,670.00**		
Años de Vida Útil		**10**		
Porcentaje de Depreciación		**10%**		
AÑOS	**VALOR DEL ACTIVO**	**VALOR RESIDUAL**	**DEPRECIACIÓN ANUAL**	**VALOR EN LIBROS**
0	2,670.00	**267.00**		2403.00
1	2,403.00		240.30	2162.70
2	2,162.70		240.30	1922.40
3	1,922.40		240.30	1682.10
4	1,682.10		240.30	1441.80
5	1,441.80		240.30	**1201.50**
6	1,201.50		240.30	961.20
7	961.20		240.30	720.90
8	720.90		240.30	480.60
9	480.60		240.30	240.30
10	240.30		240.30	0.00

EQUIPOS DE OFICINA: Constituyen los equipos necesarios que se adquirirá la Disensa San José para la puesta en marcha del negocio. El rubro y la respectiva tabla de amortización se detalla a continuación.

CUADRO Nº. 42					
PRESUPUESTO DE EQUIPOS DE OFICINA					
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL		
Sumadora	2	$ 90,00	$ 180,00		
Teléfono Panasonic con Fax	1	$ 185,00	$ 185,00		
Teléfonos normales	3	$ 20,00	$ 60,00		
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			$ 425,00		
Fuente: Inv. Directa					
Elaboración: La Autora					
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE OFICINA					
DATOS:					
Valor Actual =	$ 425,00				
Valor Residual =	$ 425,00	x	10%	=	$ 42,50
Vida Útil =	10				
Depreciación : DP					
DP = (VA - VR) / VU					
DP =	$ 425,00	-	$ 42,50		
		10			
DP =	**$ 38,25**				

CUADRO Nº. 43				
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE OFICINA				
Valor del Activo		**$ 425.00**		
Años de Vida Útil		**10**		
Porcentaje de Depreciación		**10%**		
AÑOS	**VALOR DEL ACTIVO**	**VALOR RESIDUAL**	**DEPRECIACIÓN ANUAL**	**VALOR EN LIBROS**
0	425.00	**42.50**		382.50
1	382.50		38.25	344.25
2	344.25		38.25	306.00
3	306.00		38.25	267.75
4	267.75		38.25	229.50
5	229.50		38.25	**191.25**
6	191.25		38.25	153.00
7	153.00		38.25	114.75
8	114.75		38.25	76.50
9	76.50		38.25	38.25
10	38.25		38.25	0.00

EQUIPOS DE CÓMPUTO: Son considerados como los elementos necesarios para el desempeño del trabajo. A continuación el presupuesto con su respectiva depreciación.

CUADRO Nº. 44					
PRESUPUESTO DE EQUIPOS DE CÓMPUTO					
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**		
Computadora	7	$ 740,00	$ 5.180,00		
Impresoras matriciales	3	$ 245,00	$ 735,00		
Impresoras multifunción	3	$ 75,00	$ 225,00		
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			**$ 6.140,00**		
Fuente: Inv. Directa					
Elaboración: La Autora					
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE CÓMPUTO					
DATOS:					
Valor Actual =	$ 6.140,00				
Valor Residual =	$ 6.140,00	x	33%	=	$ 2.026,20
Vida Útil =	3				
Depreciación : DP					
DP = (VA - VR) / VU					
DP =	$ 6.140,00 / 3	-	$ 2.026,20		
DP =	**$ 1.371,27**				

CUADRO Nº. 45				
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE CÓMPUTO				
Valor del Activo		**$ 6,140.00**		
Años de Vida Útil		**3**		
Porcentaje de Depreciación		**33%**		
AÑOS	**VALOR DEL ACTIVO**	**VALOR RESIDUAL**	**DEPRECIACIÓN ANUAL**	**VALOR EN LIBROS**
0	6,140.00	**2,026.20**		4113.80
1	4,113.80		1371.27	2742.53
2	2,742.53		1371.27	1371.27
3	1,371.27		1371.27	0.00

REPOSICIÓN DEL EQUIPO DE CÓMPUTO					
Valor Actual del bien	$ 6,140.00				
Tasa inflación promedio anual del 2012 =		5.11%			
Reposición = Valor Actual del bien x Tasa de inflación promedio anual + Valor Actual del bien					
Reposición =	$6,140.00	x	5.11%	+	$ 6,140.00
Reposición =	**$ 6,453.75**				

CUADRO Nº. 46				
DEPRECIACIÓN DE LA REPOSICIÓN DEL EQUIPO DE COMPUTACIÓN				
Valor del Activo		$ 6,453.75		
Años de Vida Útil		3		
Porcentaje de Depreciación		33%		
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR EN LIBROS
0	6,453.75	2,129.74		4324.02
1	4,324.02		1441.34	2882.68
2	2,882.68		1441.34	1441.34
3	1,441.34		1441.34	0.00

A continuación se presenta un cuadro resumen de la depreciación de activos fijos.

CUADRO Nº. 47					
RESUMEN DE DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS					
ACTIVOS	VALOR	AÑOS	V. RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	V. SALVAMENTO
Construcción y Adecuación del Espacio Físico para la empresa	197,918.99	20	$ 9,895.95	$ 9,401.15	$ 150,913.23
Maquinaria (Montacarga)	22,857.14	10	$ 2,285.71	$ 2,057.14	$ 12,571.43
Vehículo (Plataforma)	27,990.00	5	$ 5,598.00	$ 4,478.40	$ 5,598.00
Muebles y Enseres de oficina	2,670.00	10	$ 267.00	$ 240.30	$ 233.75
Equipos de Oficina	425.00	10	$ 42.50	$ 38.25	$ 233.75
Equipos de Cómputo	6,140.00	3	$ 2,026.20	$ 1,371.27	$ 2,026.20
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	$ 258,001.13		$ 20,115.36	$ 17,586.51	$ 171,576.36
Fuente: Cuadros Nº. 34 - 46					
Elaboración: La Autora					
Valor Salvamento = Valor en Libros 5to. Año + Valor residual					

Finalmente el cuadro resumen de activos fijos:

CUADRO Nº. 48	
RESUMEN DE INVERSIONES EN ACTIVO FIJO	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Terreno	$ 33,000.00
Construcción y Adecuación del Espacio Físico para la empresa	$ 197,918.99
Maquinaria (Montacargas)	$ 22,857.14
Vehículo (Plataforma)	$ 27,990.00
Muebles y Enseres de oficina	$ 2,670.00
Equipos de Oficina	$ 425.00
Equipos de Cómputo	$ 6,140.00
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	$ 291,001.13
Fuente: Cuadros Nº. 33, 34, 36, 38, 40,42, 44	
Elaboración: La Autora	

7.7.1.2. ACTIVOS DIFERIDOS

Se conoce como activos diferidos a todos aquellos rubros que son cancelados por anticipado, dentro de ellos tenemos, estudios preliminares, gastos de constitución, marcas, patentes, y legalidad de operación.

CUADRO Nº. 49	
PRESUPUESTO DE ACTIVOS DIFERIDOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Costo de la franquicia	$ 35,000.00
Estudios Prelimares	$ 600.00
Gastos de Constitución	$ 800.00
Permiso de funcionamiento	$ 150.00
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	$ 36,550.00
Fuente: Inv . Directa	
Elaboración: La Autora	

Cabe indicar que el costo de la franquicia es financiado a cinco años con pagos semestrales; los estudios preliminares tienen como objetivo determinar la factibilidad y viabilidad del proyecto; los gastos de constitución están relacionados con la legalidad de las escrituras ante notarías; los permisos de funcionamiento tienen que ver con el permiso de bomberos, Municipio y sanidad. Seguidamente la amortización de los activos diferidos.

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS			
DATOS:			
Total de Activos Diferidos =	$ 36.550,00		
Años vida Útil del proyecto =	5		
CÁLCULO			
AMORTIZACIÓN =	TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		
	AÑOS VIDA ÚTIL DEL PROYECTO		
AMORTIZACIÓN =	$ 36.550,00		
	5		
AMORTIZACIÓN =	**$ 7.310,00**		

7.7.1.3. OTROS ACTIVOS

Constituye parte del inventario de materiales que será financiado con el cupo otorgado de $. 30.000 por Adfranec.

CUADRO Nº. 50	
PRESUPUESTO DE OTROS ACTIVOS	
DESCRIPCIÓN	**VALOR TOTAL**
Inventario (Cupo Otorgado)	$ 30,000.00
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	**$ 30,000.00**
Fuente: Inv . Directa	
Elaboración: La Autora	

7.7.1.4. CAPITAL DE TRABAJO

Es el dinero que se requiere para empezar a operar el primer mes de trabajo. La proyección de los costos y gastos se la realizará con la tasa promedio de inflación anual del año 2012 equivalente al 5,35%, en función de los precios de mercado de las Franquicias Disensa de la ciudad de Catamayo para el caso de los materiales de construcción; y, para las otras variables de acuerdo a lo que la situación lo amerite.

7.7.1.4.1. MATERIA PRIMA DIRECTA

La materia prima es todo aquel elemento que se transforma o incorpora en un producto final. La materia prima es utilizada principalmente en las empresas industriales que son la que fabrican el producto. Las empresas comerciales manejan mercancías; son las encargadas de comercializar los productos que las industrias fabrican; tal es el caso de la Disensa San José que comercializará los siguientes productos que constituirán el inventario de materiales directos que dispondrá en el primer mes para empezar a operar: Debo indicar que las cantidades y los precios son referenciales en función de la demanda insatisfecha presentada en el cuadro N°. 28 y los precios referenciales de Franquiciado Disensa Enrique Ullauri 28 de Abril del 2013.

CUADRO Nº. 51		
PRESUPUESTO DEL INVENTARIO DE MATERIALES DIRECTOS PARA LA OPERACIÓN DE LA DISENSA "SAN JOSÉ"		
DESCRIPCIÓN	**PRESUPUESTO MENSUAL**	**PRESUPUESTO ANUAL**
CEMENTO	$4,650	$55,800.00
HIERRO	$2,800	$33,600.00
Varillas 12 mm	$28,000	$336,000.00
Varillas 8 mm	$7,000	$84,000.00
CABLES ELÉCTRICOS		
Alambre sólido # 10	$500	$6,000.00
Alambre sólido # 8	$2,000	$24,000.00
Alambre sólido # 12	$1,500	$18,000.00
TUBERIA DE DESAGUE		
110 mm x 3 m	$900	$10,800.00
50 mm x 3 m	$500	$6,000.00
75 mm x 3 m	$1,400	$16,800.00
160 mm x 3 m	$200	$2,400.00
CODOS		
110 mm	$900	$10,800.00
50 mm	$500	$6,000.00
75 mm	$1,400	$16,800.00
160 mm	$200	$2,400.00
BLOQUES	$2,500	$30,000.00
ALAMBRE DE AMARRE	$300	$3,600.00
OTROS	$2,000	$24,000.00
Empaste		
De interiores	$1,800	$21,600.00
De exteriores	$3,500	$42,000.00
Cerámica	$4,000	$48,000.00
Inodoros	$300	$3,600.00
Lavamanos	$120	$1,440.00
Tinas de baño	$600	$7,200.00
Fregaderos	$250	$3,000.00
TOTAL	**$ 67,820.00**	**$ 813,840.00**
Fuente: Inv . Directa		
Elaboración: La Autora		

Para la proyección de la inversión, en este caso, el inventario de materiales directos, para los cinco años de vida útil del proyecto, se considera la inversión en el año cero y a ese valor se los proyecta, con la tasa promedio de inflación anual de los últimos cinco años (2008-2012) cuyo valor es de 5,35%.

CUADRO Nº. 52	
INCREMENTO INVENTARIO DE MATERIALES	
AÑOS	INV.MATERIALES DIR.
	5.35%
1	$ 857,380.44
2	$ 903,250.29
3	$ 951,574.18
4	$ 1,002,483.40
5	$ 1,056,116.27
Fuente: Cuadro Nº 51 e INEC	
Elaboración: La Autora	

7.7.1.4.2. MATERIA PRIMA INDIRECTA

Son todos los materiales puestos a la venta, que no se pueden identificar o cuantificar como materiales directos, sino como complementarios al inventario de materiales.

CUADRO Nº. 53				
PRESUPUESTO DE INV.MATERIALES INDIRECTOS PARA LA OPERACIÓN DE DISENSA "SAN JOSÉ"				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	PRESUPUESTO MENSUAL	PRESUPUESTO ANUAL
Tomacorrientes	60	$2.13	$ 127.50	$ 1,530.00
Uniones 1/2	500	$0.38	$ 191.25	$ 2,295.00
Codos 1/2	1,500	$0.38	$ 573.75	$ 6,885.00
Tuberia de abasto inodoro	60	$3.40	$ 204.00	$ 2,448.00
Tuberia de abasto lavabo	60	$3.40	$ 204.00	$ 2,448.00
Llaves de agua	20	$10.20	$ 204.00	$ 2,448.00
Aditivos de limpieza 1 Ltr.	15	$2.55	$ 38.25	$ 459.00
Sifón lavamanos	60	$5.53	$ 331.50	$ 3,978.00
Sifón de frejaderos	12	$5.53	$ 66.30	$ 795.60
Cajetines para pared	250	$0.38	$ 95.63	$ 1,147.50
Cajetines para loza	250	$0.51	$ 127.50	$ 1,530.00
Porcelana	120	$2.13	$ 255.00	$ 3,060.00
Accesorios para sanitario	12	$7.23	$ 86.70	$ 1,040.40
Lijas Nº 150	200	$0.34	$ 68.00	$ 816.00
Lijas Nº 120	200	$0.34	$ 68.00	$ 816.00
Clavos 2 pul	200	$0.72	$ 144.50	$ 1,734.00
Clavos 21/2 pul	200	$0.72	$ 144.50	$ 1,734.00
TOTAL			**$ 2,930.38**	**$ 35,164.50**
Fuente: Inv. Directa				
Elaboración: La Autora				

El inventario de materiales indirectos se proyecta de la misma manera que en el caso anterior.

CUADRO Nº. 54	
INCREMENTO DEL INVENTARIO DE MATERIALES INDIRECTOS	
AÑOS	INV.MATERIALES IND.
	5.35%
1	$ 37,045.80
2	$ 39,027.75
3	$ 41,115.74
4	$ 43,315.43
5	$ 45,632.80
Fuente: Cuadro Nº 53 e INEC	
Elaboración: La Autora	

7.7.1.4.3. PRESUPUESTO DE SERVICIOS BÁSICOS

Aquí se incluyen: agua potable, luz eléctrica, teléfono e internet, cuyos gastos son necesarios para el buen funcionamiento de la Disensa San José. La planilla de H20 se cancelará en el I. Municipio de Catamayo la cantidad de $.21, 60 mensuales; la planilla de luz eléctrica será de acuerdo al costo del KW/H, que para el sector industrial es de 0,072. En cuanto al consumo telefónico, en este caso, se hizo necesario determinar el valor de la llamada por minuto de acuerdo al costo establecido por CNT, cuyo valor por minuto es $. 0,06. A continuación el presupuesto detallado:

CUADRO Nº. 55				
PRESUPUESTO DE SERVICIOS BÁSICOS DISENSA "SAN JOSÉ"				
DESCRIPCIÓN	CONSUMO MENSUAL	COSTO UNITARIO	PRESUPUESTO MENSUAL	PRESUPUESTO ANUAL
Agua Potable metros cúbicos	36.00	$ 0.60	$ 21.60	$ 259.20
Energía Eléctrica KW/H	400.00	$ 0.072	$ 28.80	$ 345.60
Teléfono en minutos	500.00	$ 0.06	$ 30.00	$ 360.00
Servicio de Internet			$ 59.50	$ 714.00
TOTAL			**$ 139.90**	**$ 1,678.80**
Fuente: Inv. Directa, Mayo 2013				
Elaboración: La Autora				

Seguidamente el incremento de cada servicio básico por año:

CUADRO Nº. 56				
INCREMENTO DE SERVICIOS BÁSICOS				
AÑOS	AGUA	LUZ ELÉCTRICA	TELÉFONO	INTERNET
	5.35%	5.35%	5.35%	5.35%
1	$ 273.07	$ 364.09	$ 379.26	$ 752.20
2	$ 287.68	$ 383.57	$ 399.55	$ 792.44
3	$ 303.07	$ 404.09	$ 420.93	$ 834.84
4	$ 319.28	$ 425.71	$ 443.45	$ 879.50
5	$ 336.36	$ 448.48	$ 467.17	$ 926.55
Fuente: Cuadro Nº 55 e INEC				
Elaboración: La Autora				

7.7.1.4.4. SUMINISTROS DE OFICINA

Aquí se registran los materiales y útiles de oficina requeridos para operatividad administrativa de la Disensa. A continuación el detalle de los gastos.

CUADRO Nº. 57				
PRESUPUESTO DE SUMINISTROS DE OFICINA DISENSA "SAN JOSÉ"				
DESCRIPCIÓN	CONSUMO MENSUAL	COSTO UNITARIO	PRESUPUESTO MENSUAL	PRESUPUESTO ANUAL
Esferográficos	4	$ 0.35	$1.40	$16.80
Resmas de papel boom A4	2	$ 4.25	$8.50	$102.00
Lápices	4	$ 0.25	$1.00	$12.00
Carpetas	6	$ 0.35	$2.10	$25.20
Archivadores	4	$ 0.35	$1.40	$16.80
Perforadora	3	$ 3.50	$10.50	$10.50
Engrampadora	3	$ 3.50	$10.50	$10.50
Sacacrapas	3	$ 0.40	$1.20	$1.20
CDs	3	$ 0.40	$1.20	$14.40
Borrador Pelikan	6	$ 0.13	$0.78	$4.68
Cuaderno Espiral 100 hojas grande	2	$ 1.18	$2.36	$14.16
Cajas clips	1	$ 0.25	$0.25	$1.50
Cajas grapas	1	$ 0.40	$0.40	$2.40
Sacapuntas	4	$ 0.65	$2.60	$2.60
Correctores	1	$ 0.60	$0.60	$2.40
TOTAL	**47**		**$ 44.79**	**$ 237.14**
Fuente: Inv . Directa				
Elaboración: La Autora				

CUADRO Nº. 58	
INCREMENTO DE SUMINISTROS OFICINA	
AÑOS	SUMINISTROS OFICINA
	5.35%
1	$ 249.83
2	$ 263.19
3	$ 277.27
4	$ 292.11
5	$ 307.74
Fuente: Cuadro Nº. 57 e INEC	
Elaboración: La Autora	

7.7.1.4.5. ÚTILES DE ASEO

Son los materiales de aseo, requeridos para realizar la limpieza de la Disensa. Seguidamente el detalle de los gastos:

CUADRO Nº. 59				
PRESUPUESTO DE ÚTILES DE ASEO DISENSA "SAN JOSÉ"				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	PRESUPUESTO MENSUAL	PRESUPUESTO ANUAL
Escobas	2	$ 3.50	$7.00	$ 84.00
Trapaeadores	1	$ 4.00	$4.00	$ 48.00
Detergente de 450 gr.	1	$ 1.80	$1.80	$ 21.60
Desinfectante de 1Ltr.	1	$ 2.75	$2.75	$ 33.00
TOTAL	**5**		**$ 15.55**	**$ 186.60**
Fuente: Inv . Directa				
Elaboración: La Autora				

CUADRO Nº. 60	
INCREMENTO DE ÚTILES DE ASEO	
AÑOS	UTILES DE ASEO
	5.35%
1	$ 196.58
2	$ 207.10
3	$ 218.18
4	$ 229.85
5	$ 242.15
Fuente: Cuadro Nº 59 e INEC	
Elaboración: La Autora	

7.7.1.4.6. SUELDOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS:

Constituyen los gastos con los que el empleador retribuye a sus trabajadores como forma de pago por el desempeño de sus actividades normales dentro de la empresa.

CUADRO Nº. 61

SUELDOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS

DESCRIPCIÓN	SUELDO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL (12,15%)	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Administrador	$700.00	$58.33	$26.50	$29.17	$85.05	$899.05	$10,788.60
Contador	$400.00	$33.33	$26.50	$16.67	$48.60	$525.10	$6,301.20
Supervisor de Ventas	$400.00	$33.33	$26.50	$16.67	$48.60	$525.10	$6,301.20
Jefe de Bodega	$380.00	$31.67	$26.50	$15.83	$46.17	$500.17	$6,002.04
Conserje	$318.00	$26.50	$26.50	$13.25	$38.64	$422.89	$5,074.64
Secretaria	$350.00	$29.17	$26.50	$14.58	$42.53	$462.78	$5,553.30
Cajera	$350.00	$29.17	$26.50	$14.58	$42.53	$462.78	$5,553.30
Chofer	$318.00	$26.50	$26.50	$13.25	$38.64	$422.89	$5,074.64
Despachador	$318.00	$26.50	$26.50	$13.25	$38.64	$422.89	$5,074.64
TOTAL GASTOS ADM. Y VENTAS			**$238.50**	**$147.25**	**$429.38**	**$4,643.63**	**$55,723.57**

Fuente: Inv. Directa: Tabla Salarial

Elaboración: La Autora

Para la proyección de los sueldos administrativos y de ventas, se considera de igual manera la tasa de inflación promedio de 5,35% y a partir del segundo año, es decir en el 13avo mes, se suma también el pago de los Fondos de Reserva, que representan el 8,33% del sueldo mensual. A continuación los datos proyec|tados:

CUADRO Nº. 62						
INCREMENTO DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS						
DESCRIPCIÓN	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Administrador	$10,788.60	$11,365.79	$12,673.58	$13,314.18	$13,989.06	$14,700.03
Contador	$6,301.20	$6,638.31	$7,393.30	$7,767.45	$8,161.62	$8,576.88
Supervisor de Ventas	$6,301.20	$6,638.31	$7,393.30	$7,767.45	$8,161.62	$8,576.88
Jefe de Bodega	$6,002.04	$6,323.15	$7,041.29	$7,397.67	$7,773.13	$8,168.67
Conserje	$5,074.64	$5,346.14	$5,950.03	$6,251.35	$6,568.79	$6,903.21
Secretaria	$5,553.30	$5,850.40	$6,513.26	$6,843.00	$7,190.38	$7,556.35
Cajera	$5,553.30	$5,850.40	$6,513.26	$6,843.00	$7,190.38	$7,556.35
Chofer	$5,074.64	$5,346.14	$5,950.03	$6,251.35	$6,568.79	$6,903.21
Despachador	$5,074.64	$5,346.14	$5,950.03	$6,251.35	$6,568.79	$6,903.21
T.GASTOS ADMIN. Y VE	**$ 55,723.57**	**$ 58,705.78**	**$ 65,380.08**	**$ 68,689.81**	**$ 72,176.56**	**$ 75,849.80**
Fuente: Cuadro Nº. 61						
Elaboración: La Autora						

7.7.1.4.7. COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES

Estos gastos están representados por el combustible para la plataforma y el montacargas para el transporte, almacenamiento y comercialización de las mercancías de la Disensa "San José". Además se incluye el costo de los lubricantes requeridos.

CUADRO Nº. 63				
PRESUPUESTO DE COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	PRESUPUESTO MENSUAL	PRESUPUESTO ANUAL
Lubricantes	4	$ 22.00	$88.00	$ 1,056.00
Gasolina Extra	70	$ 1.05	$73.50	$ 882.00
TOTAL	**74**		**$ 161.50**	**$ 1,938.00**
Fuente: Inv . Directa				
Elaboración: La Autora				

CUADRO Nº. 64	
INCREMENTO DE COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	
AÑOS	COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES
	5.35%
1	$ 2,041.68
2	$ 2,150.91
3	$ 2,265.99
4	$ 2,387.22
5	$ 2,514.93
Fuente: Cuadro Nº 63 e INEC	
Elaboración: La Autora	

7.7.1.4.8. PUBLICIDAD

Esta técnica de comunicación masiva, logrará difundir en el público catamayense la calidad y prestación del servicio, así como la venta y comercialización de los productos que ofertará la Disensa "San José", con el objetivo de motivar el consumo. Para determinar el costo se hizo un análisis en función de los medios de los comunicación de mayor aceptación identificados en el análisis de resultados, cuadro N°. 12.

CUADRO Nº. 65
MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	PRESUPUESTO MENSUAL	PRESUPUPESTO ANUAL
Cuñas Radiales	5	$ 20.00	$100.00	$ 1,200.00
Publicidad en TV	3	$ 160.00	$480.00	$ 5,760.00
Prensa Escrita	3	$ 40.00	$ 120.00	$ 1,440.00
Hojas Volantes	1,000	$ 15.00	$ 35.00	$ 140.00
TOTAL			**$ 735.00**	**$ 8,540.00**
Fuente: Inv . Directa				
Elaboración: La Autora				

CUADRO Nº. 66
INCREMENTO DE PUBLICIDAD

AÑOS	PUBLICIDAD
	5.35%
1	$ 8,996.89
2	$ 9,478.22
3	$ 9,985.31
4	$ 10,519.52
5	$ 11,082.32
Fuente: Cuadro Nº. 65	
Elaboración: La Autora	

A continuación se presenta el cuadro resumen del capital de trabajo y el monto total de inversión requerido.

CUADRO Nº. 67	
RESUMEN DEL CAPITAL DE TRABAJO	
DESCRIPCION	**PRESUPUESTO MENSUAL**
Inventario Materiales Directos	$ 67,820.00
Inventario Materiales Indirectos	$ 2,930.38
Servicios Básicos	$ 139.90
Suministros de oficina	$ 44.79
Útiles de Aseo	$ 15.55
Sueldos Administrativos y Ventas	$ 4,643.63
Combustible y lubricantes	$ 161.50
Publicidad	$ 735.00
TOTAL	**$ 76,490.75**
Fuente: Cuadro Nº 51 - 66	
Elaboración: La Autora	

CUADRO Nº. 68	
TOTAL DE INVERSION	
ACTIVOS FIJOS	**VALOR**
Terreno	$ 33,000.00
Construcción y adecuación del Espacio Físico para la empresa	$ 197,918.99
Maquinaria y (Montacarga)	$ 22,857.14
Vehículo (Plataforma)	$ 27,990.00
Muebles y Enseres de Oficina	$ 2,670.00
Equipos de Oficina	$ 425.00
Equipos de Cómputo	$ 6,140.00
SUBTOTAL ACTIVO FIJO	$ 291,001.13
ACTIVOS DIFERIDOS	
Costo de la Franquicia	$ 35,000.00
Estudios Preliminares	$ 600.00
Gastos de Constitución	$ 800.00
Permiso de Funcionamiento	$ 150.00
SUBTOTAL	$ 36,550.00
CAPITAL DE TRABAJO (Mensual)	
Inventario Materiales Directos	$ 67,820.00
Inventario Materiales Indirectos	$ 2,930.38
Servicios Básicos	$ 139.90
Suministros de oficina	$ 44.79
Útiles de Aseo	$ 15.55
Sueldos Administrativos y Ventas	$ 4,643.63
Combustible y lubricantes	$ 161.50
Publicidad	$ 735.00
SUBTOTAL CAPITAL TRABAJO	$ 76,490.75
TOTAL DE INVERSIONES	**$ 404,041.88**
Fuente: Cuadro Nº 48,49 y 67	
Elaboración: La Autora	

7.7.2. FINANCIAMIENTO

Representan los recursos monetarios propios o ajenos con los que se financiará el proyecto; es así que la implementación de la Disensa San José requerirá una inversión total de $. 404.041, 88, que será financiado con un microcrédito en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Policía Nacional del Ecuador a 5 años plazo a una tasa de interés del 11% con pagos mensuales. El monto financiado será por $. 200.000,00, lo que representa el 49,50% y el 50,50%, es decir los $. 204.041,88 será financiado con capital de los accionistas.

CUADRO Nº. 69		
FINANCIAMIENTO		
CAPITAL	TOTAL	PORCENTAJE
Ajeno	$ 200,000.00	49.50%
Propio	$ 204,041.88	50.50%
TOTAL	**$ 404,041.88**	**100.00%**
Fuente: Inv . Directa		
Elaboración: La Autora		

7.7.2.1. AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

En función del capital requerido como fuente de financiamiento se hizo la consulta respectiva en las oficinas de la Coop. de ahorro y Crédito de la Policía Nacional en Loja, en donde el Jefe de Agencia, manifestó que otorgan Crédito PYME desde $. 20.001 hasta $. 200.000 de acuerdo al plan de negocio. Los requisitos para la otorgación del crédito son un aporte de $. 40.000 más el terreno; los parámetros de otorgación son:

Monto: $. 200.000

Plazo: 5 años

Tasa de Interés: 11%

Forma de Pago: Mensual

A continuación la tabla de amortización:

CUADRO N°. 70

AMOTIZACIÓN DEL CRÉDITO

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO POLICIA NACIONAL DEL ECUADOR

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DEL SOCIO: JUMBO BENÍTEZ JORGE

FECHA:

TABLE INFORMATIVA

Producto:	Microcrédito	***Interés:***	11%
Monto:	$ 200,000.00	***Periodicidad de pago:***	Mensual
Plazo:	5 años	***Número de Cuotas:***	60 cuotas

N°.	VENCIMIENTO	CAPITAL	INTERES	DIVIDENDO	CAPITAL REDUCIDO
0	xx				200,000.00
1	xx	$3,333.33	$1,833.33	$5,166.67	196,666.67
2	xx	$3,333.33	$1,802.78	$5,136.11	193,333.33
3	xx	$3,333.33	$1,772.22	$5,105.56	190,000.00
4	xx	$3,333.33	$1,741.67	$5,075.00	186,666.67
5	xx	$3,333.33	$1,711.11	$5,044.44	183,333.33
6	xx	$3,333.33	$1,680.56	$5,013.89	180,000.00
7	xx	$3,333.33	$1,650.00	$4,983.33	176,666.67
8	xx	$3,333.33	$1,619.44	$4,952.78	173,333.33
9	xx	$3,333.33	$1,588.89	$4,922.22	170,000.00
10	xx	$3,333.33	$1,558.33	$4,891.67	166,666.67
11	xx	$3,333.33	$1,527.78	$4,861.11	163,333.33
12	xx	$3,333.33	$1,497.22	$4,830.56	160,000.00
13	xx	$3,333.33	$1,466.67	$4,800.00	156,666.67
14	xx	$3,333.33	$1,436.11	$4,769.44	153,333.33
15	xx	$3,333.33	$1,405.56	$4,738.89	150,000.00
16	xx	$3,333.33	$1,375.00	$4,708.33	146,666.67
17	xx	$3,333.33	$1,344.44	$4,677.78	143,333.33
18	xx	$3,333.33	$1,313.89	$4,647.22	140,000.00
19	xx	$3,333.33	$1,283.33	$4,616.67	136,666.67
20	xx	$3,333.33	$1,252.78	$4,586.11	133,333.33
21	xx	$3,333.33	$1,222.22	$4,555.56	130,000.00
22	xx	$3,333.33	$1,191.67	$4,525.00	126,666.67
23	xx	$3,333.33	$1,161.11	$4,494.44	123,333.33
24	xx	$3,333.33	$1,130.56	$4,463.89	120,000.00
25	xx	$3,333.33	$1,100.00	$4,433.33	116,666.67
26	xx	$3,333.33	$1,069.44	$4,402.78	113,333.33
27	xx	$3,333.33	$1,038.89	$4,372.22	110,000.00
28	xx	$3,333.33	$1,008.33	$4,341.67	106,666.67
29	xx	$3,333.33	$977.78	$4,311.11	103,333.33
30	xx	$3,333.33	$947.22	$4,280.56	100,000.00
31	xx	$3,333.33	$916.67	$4,250.00	96,666.67
32	xx	$3,333.33	$886.11	$4,219.44	93,333.33
33	xx	$3,333.33	$855.56	$4,188.89	90,000.00
34	xx	$3,333.33	$825.00	$4,158.33	86,666.67
35	xx	$3,333.33	$794.44	$4,127.78	83,333.33
36	xx	$3,333.33	$763.89	$4,097.22	80,000.00
37	xx	$3,333.33	$733.33	$4,066.67	76,666.67
38	xx	$3,333.33	$702.78	$4,036.11	73,333.33
39	xx	$3,333.33	$672.22	$4,005.56	70,000.00
40	xx	$3,333.33	$641.67	$3,975.00	66,666.67
41	xx	$3,333.33	$611.11	$3,944.44	63,333.33
42	xx	$3,333.33	$580.56	$3,913.89	60,000.00
43	xx	$3,333.33	$550.00	$3,883.33	56,666.67
44	xx	$3,333.33	$519.44	$3,852.78	53,333.33
45	xx	$3,333.33	$488.89	$3,822.22	50,000.00
46	xx	$3,333.33	$458.33	$3,791.67	46,666.67
47	xx	$3,333.33	$427.78	$3,761.11	43,333.33
48	xx	$3,333.33	$397.22	$3,730.56	40,000.00
49	xx	$3,333.33	$366.67	$3,700.00	36,666.67
50	xx	$3,333.33	$336.11	$3,669.44	33,333.33
51	xx	$3,333.33	$305.56	$3,638.89	30,000.00
52	xx	$3,333.33	$275.00	$3,608.33	26,666.67
53	xx	$3,333.33	$244.44	$3,577.78	23,333.33
54	xx	$3,333.33	$213.89	$3,547.22	20,000.00
55	xx	$3,333.33	$183.33	$3,516.67	16,666.67
56	xx	$3,333.33	$152.78	$3,486.11	13,333.33
57	xx	$3,333.33	$122.22	$3,455.56	10,000.00
58	xx	$3,333.33	$91.67	$3,425.00	6,666.67
59	xx	$3,333.33	$61.11	$3,394.44	3,333.33
60	xx	$3,333.33	$30.56	$3,363.89	0.00
TOTAL		***$200,000.00***	***$55,916.67***	***$255,916.67***	

Fuente: Inv . Directa, Coop. Policía Nacional

Elaboración: La Autora

7.7.3. PRESUPUESTOS PROYECTADOS

7.7.3.1. PRESUPUESTO DE COSTOS

Los presupuestos representan una estimación de los costos y de los gastos; se proyectan para los cinco años de vida útil del proyecto, en función de la tasa promedio de inflación anual de los últimos cinco años (2008-2012) cuyo valor es de 5,35% según el Banco Central del Ecuador.

CUADRO N°. 71

PRESUPUESTOS DE COSTOS Y GASTOS PROYECTADOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN	**$ 912,404.62**	**$ 960,365.65**	**$ 1,010,892.60**	**$ 1,064,122.74**	**$ 1,120,200.70**
Costo Directo					
Materiales Directos	$ 857,380.44	$ 903,250.29	$ 951,574.18	$ 1,002,483.40	$ 1,056,116.27
Gastos Indirectos de Producción					
Materiales Indirectos	$ 37,045.80	$ 39,027.75	$ 41,115.74	$ 43,315.43	$ 45,632.80
Otros Gastos Indirectos					
Combustibles y Lubricantes	$ 2,041.68	$ 2,150.91	$ 2,265.99	$ 2,387.22	$ 2,514.93
Depreciación Espacio Físico	$ 9,401.15	$ 9,401.15	$ 9,401.15	$ 9,401.15	$ 9,401.15
Depreciación Maquinaria (Montacagas)	$ 2,057.14	$ 2,057.14	$ 2,057.14	$ 2,057.14	$ 2,057.14
Depreciación Vehículo (Plataforma)	$ 4,478.40	$ 4,478.40	$ 4,478.40	$ 4,478.40	$ 4,478.40
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	**$ 80,318.85**	**$ 87,592.98**	**$ 91,534.65**	**$ 95,687.13**	**$ 100,061.73**
Sueldo Administrativos y Ventas	$ 58,705.78	$ 65,380.08	$ 68,689.81	$ 72,176.56	$ 75,849.80
Depreciación de Muebles y Enseres oficina	$ 240.30	$ 240.30	$ 240.30	$ 240.30	$ 240.30
Depreciación Equipos de Oficina	$ 38.25	$ 38.25	$ 38.25	$ 38.25	$ 38.25
Depreciación Equipos de Cómputo	$ 1,371.27	$ 1,371.27	$ 1,371.27	$ 1,371.27	$ 1,371.27
Depreciación Reposición Equipos Cómputo	$ 1,441.34	$ 1,441.34	$ 1,441.34	$ 1,441.34	$ 1,441.34
Suministros de Oficina	$ 249.83	$ 263.19	$ 277.27	$ 292.11	$ 307.74
Útiles de Aseo	$ 196.58	$ 207.10	$ 218.18	$ 229.85	$ 242.15
Servicios Básicos					
Agua	$ 273.07	$ 287.68	$ 303.07	$ 319.28	$ 336.36
Luz Eléctrica	$ 364.09	$ 383.57	$ 404.09	$ 425.71	$ 448.48
Teléfono	$ 379.26	$ 399.55	$ 420.93	$ 443.45	$ 467.17
Internet	$ 752.20	$ 792.44	$ 834.84	$ 879.50	$ 926.55
Medios Comunicación para publicidad	$ 8,996.89	$ 9,478.22	$ 9,985.31	$ 10,519.52	$ 11,082.32
Activos Diferidos	$ 7,310.00	$ 7,310.00	$ 7,310.00	$ 7,310.00	$ 7,310.00
GASTOS FINANCIEROS	**$ 19,983.33**	**$ 15,583.33**	**$ 11,183.33**	**$ 6,783.33**	**$ 2,383.33**
Interés del Préstamo	$ 19,983.33	$ 15,583.33	$ 11,183.33	$ 6,783.33	$ 2,383.33
TOTAL	**$ 1,012,706.81**	**$ 1,063,541.97**	**$ 1,113,610.58**	**$ 1,166,593.21**	**$ 1,222,645.76**

Fuente: Cuadro N°. 34 - 66 y N°. 70

Elaboración: La Autora

7.7.3.2. CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

Los costos totales de operación de un proyecto se clasifican como costos fijos y costos variables.

7.7.3.2.1. COSTOS FIJOS:

Son aquellos que se mantienen fijos en el proceso de producción, es decir no varían con el volumen de producción.

7.7.3.2.2. COSTOS VARIABLES:

Son aquellos que varían con el volumen de producción, lo que quiere decir que cambian dependiendo de las fluctuaciones del volumen de ventas.

Seguidamente se presenta la clasificación de los costos totales en fijos y variables:

CUADRO N°. 72

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
COSTOS DE PRODUCCIÓN	**$ 15,936.69**	**$ 896,467.92**	**$ 15,936.69**	**$ 944,428.96**	**$ 15,936.69**	**$ 994,955.91**	**$ 15,936.69**	**$ 1,048,186.05**	**$ 15,936.69**	**$ 1,104,264.00**
Costo Directo										
Materiales Directos		$ 857,380.44		$ 903,250.29		$ 951,574.18		$ 1,002,483.40		$ 1,056,116.27
Gastos Indirectos de Producción										
Materiales Indirectos		$ 37,045.80		$ 39,027.75		$ 41,115.74		$ 43,315.43		$ 45,632.80
Otros Gastos Indirectos										
Combustibles y Lubricantes		$ 2,041.68		$ 2,150.91		$ 2,265.99		$ 2,387.22		$ 2,514.93
Depreciación Espacio Físico	$ 9,401.15		$ 9,401.15		$ 9,401.15		$ 9,401.15		$ 9,401.15	
Depreciación Maquinaria (Montacagas)	$ 2,057.14		$ 2,057.14		$ 2,057.14		$ 2,057.14		$ 2,057.14	
Depreciación Vehículo (Plataforma)	$ 4,478.40		$ 4,478.40		$ 4,478.40		$ 4,478.40		$ 4,478.40	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	**$ 80,318.85**	**$ 0.00**	**$ 87,592.98**	**$ 0.00**	**$ 91,534.65**	**$ 0.00**	**$ 95,687.13**	**$ 0.00**	**$ 100,061.73**	**$ 0.00**
Sueldo Administrativos y Ventas	$ 58,705.78		$ 65,380.08		$ 68,689.81		$ 72,176.56		$ 75,849.80	
Depreciación de Muebles y Enseres oficina	$ 240.30		$ 240.30		$ 240.30		$ 240.30		$ 240.30	
Depreciación Equipos de Oficina	$ 38.25		$ 38.25		$ 38.25		$ 38.25		$ 38.25	
Depreciación Equipos de Cómputo	$ 1,371.27		$ 1,371.27		$ 1,371.27		$ 1,371.27		$ 1,371.27	
Depreciación Reposición Equipos Cómputo	$ 1,441.34		$ 1,441.34		$ 1,441.34		$ 1,441.34		$ 1,441.34	
Suministros de Oficina	$ 249.83		$ 263.19		$ 277.27		$ 292.11		$ 307.74	
Útiles de Aseo	$ 196.58		$ 207.10		$ 218.18		$ 229.85		$ 242.15	
Servicios Básicos										
Agua	$ 273.07		$ 287.68		$ 303.07		$ 319.28		$ 336.36	
Luz Eléctrica	$ 364.09		$ 383.57		$ 404.09		$ 425.71		$ 448.48	
Teléfono	$ 379.26		$ 399.55		$ 420.93		$ 443.45		$ 467.17	
Internet	$ 752.20		$ 792.44		$ 834.84		$ 879.50		$ 926.55	
Medios Comunicación para publicidad	$ 8,996.89		$ 9,478.22		$ 9,985.31		$ 10,519.52		$ 11,082.32	
Activos Diferidos	$ 7,310.00		$ 7,310.00		$ 7,310.00		$ 7,310.00		$ 7,310.00	
GASTOS FINANCIEROS	**$ 19,983.33**		**$ 15,583.33**		**$ 11,183.33**		**$ 6,783.33**		**$ 2,383.33**	
Interés del Préstamo	$ 19,983.33		$ 15,583.33		$ 11,183.33		$ 6,783.33		$ 2,383.33	
TOTAL	$ 116,238.88	$ 896,467.92	$ 119,113.01	$ 944,428.96	$ 118,654.67	$ 994,955.91	$ 118,407.16	$ 1,048,186.05	$ 118,381.75	$ 1,104,264.00
	$ 1,012,706.81		$ 1,063,541.97		$ 1,113,610.58		$ 1,166,593.21		$ 1,222,645.76	

Fuente: Cuadro N°. 71

Elaboración: La Autora

7.7.3.3. PRESUPUESTO DE INGRESOS

Está dado por los ingresos que generará la Disensa a través de la venta de sus productos, es decir de los materiales directos e indirectos para la construcción. Los ingresos se determinan en función de la demanda insatisfecha que representan las cantidades que serán vendidas por los precios de venta vigentes en el mercado al 28 de Abril del 2013. Seguidamente los ingresos por ventas obtenidos tanto de la venta de los materiales directos e indirectos para la construcción.

CUADRO N°. 73 A

INGRESOS POR VENTA DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN

PRODUCTO	PRECIO	CANTIDAD	INGRESOS
CEMENTO	$7.85	1,422	$ 11,162.70
HIERRO			
Varillas 8 mm	$6.85	876	$ 6,000.60
Varillas 12 mm	$12.85	3,870	$ 49,729.50
CABLES ELÉCTRICOS			
Alambre sólido # 8	$131.85	80	$ 10,548.00
Alambre sólido # 10	$72.95	2,680	$ 195,506.00
Alambre sólido # 12	$43.95	5,280	$ 232,056.00
TUBERIA DE DESAGUE			
50 mm x 3 m	$8.90	12	$ 106.80
75 mm x 3 m	$80.90	264	$ 21,357.60
110 mm x 3 m	$11.85	992	$ 11,755.20
160 mm x 3 m	$28.90	1,772	$ 51,210.80
CODOS			
50 mm	$3.90	12	$ 46.80
75 mm	$4.90	264	$ 1,293.60
110 mm	$4.90	992	$ 4,860.80
160 mm	$6.80	1,772	$ 12,049.60
BLOQUES	$0.48	95,400	$ 45,792.00
ALAMBRE DE AMARRE	$32.90	494	$ 16,252.60
OTROS			
Empaste de interiores	$8.95	1,240	$ 11,098.00
Empaste de exteriores	$18.90	134	$ 2,532.60
Cerámica	$13.30	23,176	$ 308,240.80
Inodoros	$136.00	176	$ 23,936.00
Lavamanos	$89.00	176	$ 15,664.00
Tinas de baño	$200.00	98	$ 19,600.00
Fregaderos	$ 182.00	52	$ 9,464.00
TOTAL			**$ 1,060,264.00**

Fuente: Cuadro N°. 28, e Inv . Directa

Elaboración: La Autora

CUADRO N°. 73 B			
INGRESOS POR VENTA MATERIALES INDIRECTOS DE CONSTRUCCIÓN			
PRODUCTO	**PRECIO**	**CANTIDAD**	**INGRESOS**
Tomacorrientes	$2.90	100	$ 3,480.00
Uniones 1/2	$0.85	800	$ 8,160.00
Codos 1/2	$0.85	1,800	$ 18,360.00
Tuberia de abasto inodoro	$4.60	95	$ 5,244.00
Tuberia de abasto lavabo	$4.60	95	$ 5,244.00
Llaves de agua	$15.70	80	$ 15,072.00
Aditivos de limpieza 1 Ltr.	$3.80	85	$ 3,876.00
Sifón lavamanos	$7.80	85	$ 7,956.00
Sifón de frejaderos	$7.80	85	$ 7,956.00
Cajetines para pared	$0.75	290	$ 2,610.00
Cajetines para loza	$0.75	290	$ 2,610.00
Porcelana	$3.60	180	$ 7,776.00
Accesorios para sanitario	$9.50	85	$ 9,690.00
Lijas N° 150	$0.65	300	$ 2,340.00
Lijas N° 120	$0.75	300	$ 2,700.00
Clavos 2 pul	$0.95	300	$ 3,420.00
Clavos 21/2 pul	$0.95	300	$ 3,420.00
TOTAL			**109,914.00**
Fuente: Inv . Directa			
Elaboración: La Autora			

Seguidamente la proyección de los ingresos por venta de materiales directos e indirectos para la construcción durante los cinco años de vida útil del proyecto en función de la tasa promedio de inflación anual de los últimos cinco años (2008-2012) cuyo valor es de 5,35% según el Banco Central del Ecuador.

CUADRO N°. 74	
PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTA DE MATERIALES DIRECTOS E NDIRECTOS PARA LA CONSTRUCCIÓN	
AÑOS	**INGRESOS POR VENTA**
	5.35%
0	$ 1,170,178.00
1	$ 1,232,782.52
2	$ 1,298,736.39
3	$ 1,368,218.78
4	$ 1,441,418.49
5	$ 1,518,534.38
Fuente: Cuadros N°. 73 A y N°. 73 B e INEC	
Elaboración: La Autora	

7.7.3.4. PUNTO DE EQUILIBRIO

Para establecer el punto de equilibrio, predeterminamos el volumen de ventas, en el cual, la Disensa San José no tenga ni pérdidas ni ganancias, ya que a niveles más bajos de este punto se producirán pérdidas, y, en niveles más altos se obtendrán beneficios. Por lo tanto el punto de equilibrio constituye el nivel de ventas en el cual los ingresos por ventas son iguales al total de costos y gastos.

CUADRO N°. 75				
PUNTO DE EQUILIBRIO				
AÑOS	INGRESOS TOTALES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL
1	$ 1,232,782.52	$ 116,238.88	$ 896,467.92	$ 1,012,706.81
2	$ 1,298,736.39	$ 119,113.01	$ 944,428.96	$ 1,063,541.97
3	$ 1,368,218.78	$ 118,654.67	$ 994,955.91	$ 1,113,610.58
4	$ 1,441,418.49	$ 118,407.16	$ 1,048,186.05	$ 1,166,593.21
5	$ 1,518,534.38	$ 118,381.75	$ 1,104,264.00	$ 1,222,645.76
Fuente: Cuadros N°. 72 y N°. 74				
Elaboración: La Autora				

El cálculo del punto de equilibrio se realiza en forma matemática y gráfica.

PUNTO DE EQUILIBRIO PRIMER AÑO

1. MÉTODO MATEMÁTICO

EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{CostoFijo}{VentasTotales - CostosVariables} * 100 = \frac{116.238,88}{1.232.782,52 - 896.467,92} * 100$$

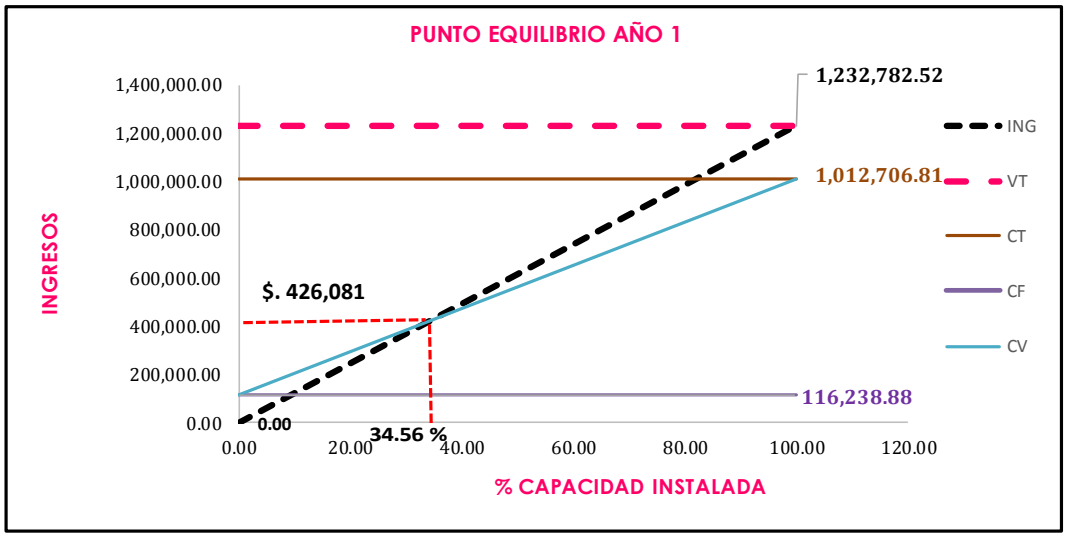
$$PE = \frac{116.238,88}{336.314,60} * 100 = 34,56\%$$

EN FUNCION DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{CostoFijo}{1 - \frac{CostosVariables}{VentasTotales}} = \frac{116.238,88}{1 - \frac{896.467.92}{1.232.782,52}} = \$.426.081,00$$

2. MÉTODO GRÁFICO

GRÁFICO N°. 32



INTERPRETACIÓN: En el año 1, la Disensa San José operando con el 34,56% de su capacidad instalada y generando un ingreso de $. 426.081,00 mediante la venta de materiales directos e indirectos para la construcción no obtiene ni pérdidas ni ganancias.

PUNTO DE EQUILIBRIO QUINTO AÑO

1. MÉTODO MATEMÁTICO

EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{CostoFijo}{VentasTotdes - CostosVariables} * 100 = \frac{118.381,75}{1.518.534,38 - 1.104.264,00} * 100$$

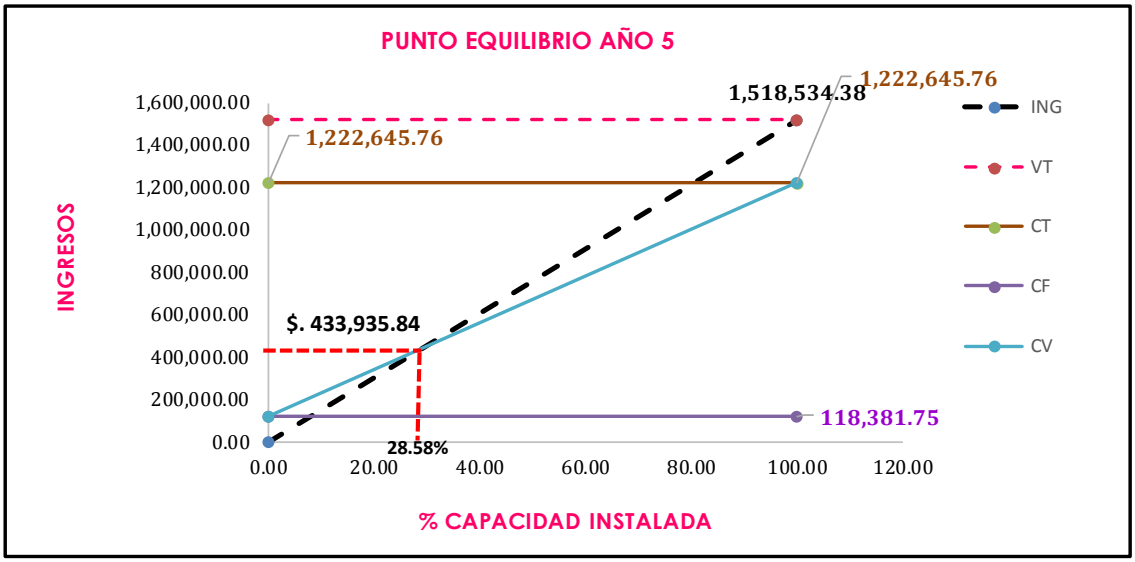
$$PE = \frac{118.381,75}{414.270,38} * 100 = 28,58\%$$

EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{CostoFijo}{1 - \frac{CostosVariables}{VentasTotdes}} = \frac{118.381,75}{1 - \frac{1.104.264,00}{1.518.534,38}} = \$.433.935,84$$

2. MÉTODO GRÁFICO

GRÁFICO N°. 33



INTERPRETACIÓN: En el año 5, la Disensa San José operando con el 28,58% de su capacidad instalada y generando un ingreso de $. 433.935,84 mediante la venta de materiales directos para la construcción no incurre ni en pérdidas ni ganancias.

7.7.3.5. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es un estado financiero que nos permite determinar la utilidad o pérdida neta de un ejercicio contable, durante un determinado período de tiempo.

CUADRO N°. 76

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	**1,232,782.52**	**1,298,736.39**	**1,368,218.78**	**1,441,418.49**	**1,518,534.38**
(-) Costos Fijos	116,238.88	119,113.01	118,654.67	118,407.16	118,381.75
(-) Costos Variables	896,467.92	944,428.96	994,955.91	1,048,186.05	1,104,264.00
(-) Amortizaciones	7,310.00	7,310.00	7,310.00	7,310.00	7,310.00
UTILIDAD NETA	**212,765.72**	**235,194.42**	**254,608.20**	**274,825.28**	**295,888.62**
(-)15% De distribución Utilidad	31,914.86	35,279.16	38,191.23	41,223.79	44,383.29
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	**244,680.57**	**199,915.26**	**216,416.97**	**233,601.49**	**251,505.33**
(-)25%Impuesto a la Renta	61,170.14	49,978.81	54,104.24	58,400.37	62,876.33
UTILIDAD LÍQUIDA	**305,850.72**	**149,936.44**	**162,312.73**	**175,201.12**	**188,629.00**

Fuente: Cuadros N°. 49 y N°. 75 e Inv . Directa

Elaboración: La Autora

7.8. EVALUACIÓN FINANCIERA

Permite conocer la tasa de rendimiento que tiene la empresa sobre sus activos, así como la proporción de fondos no relacionados con el capital utilizado en el negocio.

El análisis financiero constituye una herramienta analítica utilizada por los administradores para tomar decisiones y alcanzar los objetivos planteados.

El tipo de análisis varía de acuerdo a los intereses de cada empresa, ya que constituye un sistema de mayor procesamiento de información en el cual se puede utilizar decisiones bien fundamentadas, puesto que se basa en resultados obtenidos de estudios previstos.

Además la Evaluación Financiera nos permite determinar si un proyecto es factible o no, combinando operaciones matemáticas, a fin de obtener coeficientes de evaluación, lo cual se basa en la obtención de valores actuales de los ingresos y gastos, para luego proyectarlos al futuro. Los criterios de evaluación son: ***VAN, TIR, RELACION BENEFICIO COSTO, PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL Y ANALISIS DE SENSIBILIDAD.***

La evaluación financiera es considerada como la parte más importante de los proyectos de inversión, ya que de los resultados que se obtenga de la misma, dependerá la decisión de ejecutar o no un proyecto.

7.8.1. FLUJO DE CAJA

El flujo de Caja sirve para evaluar con mayor objetividad la liquidez o solvencia de la empresa, proporcionando a los usuarios de los Estados Financieros una base para evaluar la habilidad de la empresa para generar efectivo y en las necesidades de la misma para utilizar dichos flujos. El flujo de caja y su respectiva evaluación se ha realizado en dos escenarios: con financiamiento y sin financiamiento. A continuación el Flujo de Caja con financiamiento:

ESCENARIO CON FINANCIAMIENTO						
CUADRO N°. 77						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO CON FINANCIAMIENTO						
DESCRIPCIÓN	0	1	2	3	4	5
Ingreso por ventas		1,232,782.52	1,298,736.39	1,368,218.78	1,441,418.49	1,518,534.38
Costo de producción (incluye depreciación maquinaria y espacio físico		912,404.62	960,365.65	1,010,892.60	1,064,122.74	1,120,200.70
Gastos de administración y Ventas (incluye equipo oficina, de computación y muebles y enseres)		73,008.85	80,282.98	84,224.65	88,377.13	92,751.73
Gastos Financieros		19,983.33	15,583.33	11,183.33	6,783.33	2,383.33
Amortización Gastos Preoperativos		7,310.00	7,310.00	7,310.00	7,310.00	7,310.00
FLUJO EFECTIVO ANTES TX A TRABAJADORES		**220,075.72**	**235,194.42**	**254,608.20**	**274,825.28**	**295,888.62**
Menos 15% de Beneficio a Trabajadores		33,011.36	35,279.16	38,191.23	41,223.79	44,383.29
FLUJO EFECTIVO ANTES TX A LA RENTA		**187,064.36**	**199,915.26**	**216,416.97**	**233,601.49**	**251,505.33**
Menos 25% de Tx a la Renta		46,766.09	49,978.81	54,104.24	58,400.37	62,876.33
FLUJO DESPUES DE TXS		**140,298.27**	**149,936.44**	**162,312.73**	**175,201.12**	**188,629.00**
Readición de la Depreciación y amortización		24,896.51	24,896.51	24,896.51	24,896.51	24,896.51
Amortización del capital		40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
Inversiones						
Activo Fijo	-291,001.13					
Activo Diferido o Gastos Preoperativos	-36,550.00					
Capital de trabajo	-76,490.75					
Valor de salvamento						171,576.36
Recuperación del capital de trabajo						76,490.75
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-404,041.88	205,194.78	214,832.95	227,209.24	240,097.63	501,592.61
Fuente: Cuadros N°. 71 y N°. 74						
Elaboración: La Autora						

Seguidamente el cálculo de los indicadores de Evaluación Financiera:

INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA			
TIR =	51.32%		
Costo de oportunidad =	11%		
VAN =	$ 577,145.52		
Relación Beneficio Costo =	VP(Flujos Negativos)/VP(Flujos Positivos)		

CUADRO N°. 78		
VALOR ACTUAL		
PERIODO	FEN	VA
0	-404,041.88	$ 404,041.88
1	205,194.78	($ 184,860.16)
2	214,832.95	($ 174,363.24)
3	227,209.24	($ 166,133.44)
4	240,097.63	($ 158,159.74)
5	501,592.61	($ 297,670.80)
Fuente: Cuadro N°. 77	**IBC=**	$ 2.43
Elaboración: La Autora		

7.8.2. VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto del proyecto representa el valor presente de los beneficios después de haber recuperado la inversión realizada en el mismo, más sus costos de oportunidad.

El criterio de análisis debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual a cero o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre los flujos netos que genera el proyecto en relación a la inversión inicial actualizada a la misma tasa.

Los criterios de decisión basados en el VAN son:

Si el VAN es positivo se puede aceptar el proyecto, ya que ello significa que el valor de la empresa aumentará.

Si el VAN es negativo se rechaza la inversión puesto que indica que la inversión perderá su valor en el tiempo.

Si el VAN es igual a cero, la inversión queda a criterio del inversionista ya que la empresa durante su vida útil mantiene el valor de la inversión en términos de poder adquisitivo.

En el presente proyecto para determinar los indicadores de evaluación financiera se ha trabajado con un costo de oportunidad del 11%, que es la tasa de interés pasiva vigente en el mercado financiero para Depósitos a Plazo Fijo y además porque cubre el costo del capital del dinero: Según esto tenemos el siguiente resultado:

VAN = $. 577.145,52

INTERPRETACION: $. 577.145,52; significa en términos actuales, el saldo líquido que le quedará a la Disensa San José, al final de su vida útil, luego de que ha recuperado sus inversiones, costos y gastos**.**

7.8.3. TASA INTERNA DE RETORNO

Constituye la tasa de interés a la que se descuenta los flujos de efectivo creados en la vida económica del proyecto; es la tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial, además se la interpreta como la tasa de descuento más alta que hace que el valor actual neto sea lo más cercano a cero, es decir, que el valor presente de los flujos netos sea igual a la inversión inicial.

Utilizando la TIR como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo se toma en consideración lo siguiente:

Si la TIR es mayor que el costo de capital se acepta el proyecto.

Si la TIR es igual al costo del capital, la ejecución de la inversión del proyecto queda a consideración del inversionista.

Si la TIR es menor que el costo de capital se rechaza el proyecto.

La operatividad de la Disensa San José generará una **TIR = 51,32%;** que es mayor al costo de capital en el mercado financiero (11%).

INTERPRETACION: Una **TIR = $ 51,32%,** significa que la rentabilidad interna que generará el proyecto será del 51,32%, lo que quiere decir que las utilidades reinvertidas en la empresa.

7.8.4. RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Permite medir el rendimiento que se obtiene por cada unidad monetaria invertida, con lo cual se puede decidir si se acepta el proyecto en base a los siguientes parámetros:

B/C mayor que 1 se puede realizar el proyecto

B/C igual a 1 es indiferente realizar el proyecto

B/C menor a 1 no se debe realizar el proyecto

En el presente proyecto, la relación **Beneficio/Costo = 2,43;** lo que significa que por cada dólar invertido, gana $. **1.43** centavos.

7.8.5. PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja y el monto de la inversión. Es necesario actualizar los valores por cuanto ellos serán recuperados en un futuro.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL						
PRC =(Flujo Caja - Inversión Inicial)/ Flujo Caja (úlitmo año)						
	CUADRO N°. 79					
	PERIODO RECUPERACIÓN CAPITAL					
	FLUJO NETO					
	0	$ 404,041.88				
	1	$ 205,194.78				
	2	$ 214,832.95				
	3	$ 227,209.24				
	4	$ 240,097.63				
	5	$ 501,592.61				
	TOTAL	**$ 1,792,969.09**				
	Fuente: Cuadro N°. 77					
	Elaboración: La Autora					
PRC =	**2.7690**					
PRC =	TOTAL	2.7690	**3 AÑOS**			
PRC =	0.7690	*	12	9.2280	=	**9 meses**
PRC =	0.2280	*	30	6.8400	=	**7 Dias**

INTERPRETACIÓN: De acuerdo al indicador calculado, la inversión total se recuperará en 3 años, 9 meses y 7 días.

ESCENARIO SIN FINANCIAMIENTO						
CUADRO N°. 80						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO SIN FINANCIMIENTO						
DESCRIPCIÓN	0	1	2	3	4	5
Ingreso por ventas		1,232,782.52	1,298,736.39	1,368,218.78	1,441,418.49	1,518,534.38
Costo de producción (incluye depreciación maquinaria y espacio físico		912,404.62	960,365.65	1,010,892.60	1,064,122.74	1,120,200.70
Gastos de administración y Ventas (incluye equipo oficina, de computación y muebles y enseres)		73,008.85	80,282.98	84,224.65	88,377.13	92,751.73
Amortización Gastos Preoperativos		7,310.00	7,310.00	7,310.00	7,310.00	7,310.00
FLUJO EFECTIVO ANTES TX A TRABAJADORES		**240,059.05**	**250,777.75**	**265,791.54**	**281,608.61**	**298,271.96**
Menos 15% de Beneficio a Trabajadores		36,008.86	37,616.66	39,868.73	42,241.29	44,740.79
FLUJO EFECTIVO ANTES TX A LA RENTA		**204,050.19**	**213,161.09**	**225,922.81**	**239,367.32**	**253,531.16**
Menos 25% de Tx a la Renta		51,012.55	53,290.27	56,480.70	59,841.83	63,382.79
FLUJO DESPUES DE TXS		**153,037.64**	**159,870.82**	**169,442.10**	**179,525.49**	**190,148.37**
Readición de la Depreciación y amortización		24,896.51	24,896.51	24,896.51	24,896.51	24,896.51
Inversiones						
Activo Fijo	-291,001.13					
Activo Diferido o Gastos Preoperativos	-36,550.00					
Capital de trabajo	-76,490.75					
Valor de salvamento						171,576.36
Recuperación del capital de trabajo						76,490.75
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-404,041.88	177,934.16	184,767.33	194,338.62	204,422.00	463,111.99
Fuente: Cuadros N°. 71 y N°. 74						
Elaboración: La Autora						

ESCENARIO SIN FINANCIAMIENTO			
INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA			
TIR =	43.47%		
Costo de oportunidad =	11%		
VAN =	$ 457,812.72		
Relación Beneficio Costo =	VP(Flujos Negativos)/VP(Flujos Positivos)		
CUADRO N°. 81			
VALOR ACTUAL			
PERIODO	**FEN**	**VA**	
0	-404,041.88	$ 404,041.88	
1	177,934.16	($ 160,301.04)	
2	184,767.33	($ 149,961.31)	
3	194,338.62	($ 142,098.72)	
4	204,422.00	($ 134,659.10)	
5	463,111.99	($ 274,834.42)	
Fuente: Cuadro N°. 80	**IBC=**	$ 2.13	
Elaboración: La Autora			

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL						
PRC =(Flujo Caja - Inversión Inicial)/ Flujo Caja (úlitmo año)						
	CUADRO N°. 82					
	PERIODO RECUPERACIÓN CAPITAL					
	FLUJO NETO					
	0	$ 404,041.88				
	1	$ 177,934.16				
	2	$ 184,767.33				
	3	$ 194,338.62				
	4	$ 204,422.00				
	5	$ 463,111.99				
	TOTAL	**$ 1,628,615.96**				
	Fuente: Cuadro N°. 80					
	Elaboración: La Autora					
PRC =	**2.6442**					
PRC =	TOTAL	2.6442	**3 AÑOS**			
PRC =	0.6442	*	12	7.7304	=	**8 meses**
PRC =	0.7304	*	30	21.9120	=	**22 Dias**

INTERPRETACIÓN: Así mismo los indicadores son atractivos: TIR superior al costo de oportunidad, VAN positivo y el PRC difiere en 1 mes, 15 días.

7.8.6. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Nos permite evaluar si la tasa de rentabilidad del proyecto, se afecta o no, frente acontecimientos eventuales y posibles cambios de una variable dentro del aspecto económico de la empresa.

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos. Por lo tanto, para el análisis se debe considerar un incremento en costos y una disminución de ingresos, para saber hasta qué porcentaje o cual es el punto de quiebre en el que el proyecto soporta como máximo un incremento en costos y una disminución de ingresos. Los criterios de decisión en el análisis de sensibilidad son:

Si el coeficiente de sensibilidad resultante es mayor a la unidad, el proyecto es sensible.

Si el coeficiente de sensibilidad resultante es igual a la unidad, el proyecto es indiferente.

Si el coeficiente de sensibilidad resultante es menor a la unidad, el proyecto no es sensible.

El cálculo del coeficiente de sensibilidad también se lo ha realizado en los dos escenarios: Con financiamiento y sin financiamiento:

7.8.7. ESCENARIOS DE ANÁLISIS

7.8.7.1. ESCENARIO CON FINANCIAMIENTO

La implementación de la Disensa San José Cía. Ltda., requiere una inversión total de $. 404.041,88, de lo cual el 50,50% es con capital propio **($. 204.041,88)** y el 49,50% **($: 200.000)** es con financiamiento mediante crédito en la Coop. de la Policía Nacional. A continuación el Análisis de Sensibilidad considerando el préstamo.

Incrementando los Costos: A los costos totales se procederá a realizarles un incremento hasta encontrar el punto de quiebre. Veamos el cálculo:

CUADRO N°. 83
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DE LA DISENSA SAN JOSE
INCREMENTANDO LOS COSTOS EN 6%

AÑOS	INGRESOS TOTALES	COSTOS TOTALES	INCREMENTO COSTOS	FLUJO NETO	FACT. ACTUAL.(34.40%)	VAN	FACT. ACTUAL.(34.45%)	VAN
0						$ 404,041.88		$ 404,041.88
1	$ 1,232,782.52	$ 1,012,706.81	$ 1,073,469.21	$ 159,313.31	0.7440	$ 118,536.69	0.7438	$ 118,492.61
2	$ 1,298,736.39	$ 1,063,541.97	$ 1,127,354.49	$ 171,381.90	0.5536	$ 94,878.20	0.5532	$ 94,807.64
3	$ 1,368,218.78	$ 1,113,610.58	$ 1,180,427.22	$ 187,791.57	0.4119	$ 77,353.20	0.4115	$ 77,266.93
4	$ 1,441,418.49	$ 1,166,593.21	$ 1,236,588.80	$ 204,829.69	0.3065	$ 62,776.32	0.3060	$ 62,682.99
5	$ 1,518,534.38	$ 1,222,645.76	$ 1,296,004.50	$ 222,529.88	0.2280	$ 50,744.85	0.2276	$ 50,650.57
Fuente: Cuadros N°. 74 N°. 75					**Sumatoria**	$ 404,289.25		$ 403,900.73
Elaboración: La Autora					**VAN**	**$ 247.38**		**-$ 141.15**

TASA DE INCREMENTO **6.00%**
FACTOR ACTUALIZACIÓN VAN + **34.40%**
FACTOR ACTUALIZACIÓN VAN - **34.45%**

CALCULO DE LA NUEVA TIR

$$TIR = Tm + Dt\left(\frac{VANmenor}{VANMenor - VanMayor}\right)$$

Tm = Tasa menor
Dt = Diferencia de tasa
VANmenor = Valor Actual Neto tasa menor
VANmayor = Valor Actual Neto tasa menor

TIR = 34.40% + 0.10% [$ 247.38 / ($ 247.38 - -$ 141.15)]

NUEVA TIR = 34.46%

CALCULO DEL COEFICIENTE DE SENSIBILIDAD

1. Diferencia de Tasa: Se determina de la diferencia que existe entre la TIR Inicial del proyecto y la Nueva TIR

TIR Inicial del Proyecto = 51.32%
Nueva TIR = 34.46%
Diferencia de Tasa = TIR Inicial Proyecto - Nueva TIR
Diferencia de Tasa = 51.32% - 34.46%
TIR Resultante = 16.85%

2. Porcentaje de Variación: Relacionamos la TIR Resultante con la TIR Inicial del Proyecto por 100

% Variación = (16.85% / 51.32%) * 100%
% Variación = 32.84%

3. Se calcula el coeficiente de Sensibilidad: Relacionamos del Porcentaje de Variación con la Nueva TIR

Sensibilidad = 32.84% / 34.46%
S = 0.95

INTERPRETACIÓN: Al realizar el cálculo del coeficiente de sensibilidad con un **incremento en costos de 6%,** y, encontrando el punto de quiebre, se tiene un resultado de **s = 0.95;** lo que significa que el proyecto no es sensible ante un incremento en los costos, o lo que es lo mismo soporta hasta un incremento del 6% en los costos.

Disminuyendo los Ingresos: A los ingresos totales, o lo que es lo mismo, al nivel de ventas se le considerará una baja en ventas, hasta encontrar el punto de quiebre. Seguidamente veamos el cálculo:

CUADRO N°. 84

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DE LA DISENSA SAN JOSE

DISMINUYENDO LOS INGRESOS EN 5%

AÑOS	INGRESOS TOTALES	COSTOS TOTALES	DISMINUYENDO LOS INGRESOS	FLUJO NETO	FACT. ACTUAL.(34.00%)	VAN	FACT. ACTUAL.(34.05%)	VAN
0						$ 404,041.88		$ 404,041.88
1	$ 1,232,782.52	$ 1,012,706.81	$ 1,171,143.40	$ 158,436.59	0.7463	$ 118,236.26	0.7460	$ 118,192.16
2	$ 1,298,736.39	$ 1,063,541.97	$ 1,233,799.57	$ 170,257.60	0.5569	$ 94,819.34	0.5565	$ 94,748.61
3	$ 1,368,218.78	$ 1,113,610.58	$ 1,299,807.85	$ 186,197.26	0.4156	$ 77,385.38	0.4151	$ 77,298.82
4	$ 1,441,418.49	$ 1,166,593.21	$ 1,369,347.57	$ 202,754.36	0.3102	$ 62,885.57	0.3097	$ 62,791.80
5	$ 1,518,534.38	$ 1,222,645.76	$ 1,442,607.66	$ 219,961.90	0.2315	$ 50,912.39	0.2310	$ 50,817.51
Fuente: Cuadros N°. 74 N°. 75					**Sumatoria**	$ 404,238.93		$ 403,848.90
Elaboración: La Autora					**VAN**	**$ 197.06**		**-$ 192.98**

TASA DE DISMINUCIÓN DE INGRESOS **5.00%**

FACTOR ACTUALIZACIÓN VAN + **34.00%**

FACTOR ACTUALIZACIÓN VAN - **34.05%**

CALCULO DE LA NUEVA TIR

$$TIR = Tm + Dt\left(\frac{VANmenor}{VANMenor - VanMayor}\right)$$

TIR = 34.00% + 0.10% [$ 197.06 / ($ 197.06 - -$ 192.98)]

NUEVA TIR = 34.51%

CALCULO DEL COEFICIENTE DE SENSIBILIDAD

1. Diferencia de Tasa: Se determina de la diferencia que existe entre la TIR Inicial del proyecto y la Nueva TIR

TIR Inicial del Proyecto = 51.32%

Nueva TIR = 34.51%

Diferencia de Tasa = TIR Inicial Proyecto - Nueva TIR

Diferencia de Tasa = 51.32% - 34.51%

TIR Resultante = 16.81%

2. Porcentaje de Variación: Relacionamos la TIR Resultante con la TIR Inicial del Proyecto por 100

% Variación = (16.81% / 51.32%) * 100%

% Variación = 32.76%

3. Se calcula el coeficiente de Sensibilidad: Relacionamos del Porcentaje de Variación con la Nueva TIR

Sensibilidad = 32.76% / 34.51%

S = 0.95

INTERPRETACIÓN: Al realizar el cálculo del coeficiente de sensibilidad con una disminución del **5%** en los ingresos o nivel de ventas**,** y, encontrando el punto de quiebre, se tiene un resultado de **s = 0.95;** lo que significa que el proyecto no es sensible ante una disminución de los ingresos, o lo que es lo mismo soporta una disminución en las ventas de hasta el 5%.

7.8.7.2. ESCENARIO SIN FINANCIAMIENTO

Al realizar el análisis de sensibilidad sin financiamiento no se considera el préstamo de $. 200.000 en la Coop. Policía Nacional.

Incrementando los Costos: A los costos totales se procedió a realizarles un incremento hasta encontrar el punto de quiebre. Seguidamente veamos el cálculo:

ESCENARIO SIN FINANCIAMIENTO

CUADRO N°. 85

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DE LA DISENSA SAN JOSE

INCREMENTANDO LOS COSTOS EN 8%

AÑOS	INGRESOS TOTALES	COSTOS TOTALES	INCREMENTO COSTOS	FLUJO NETO	FACT. ACTUAL.(32.35%)	VAN	FACT. ACTUAL.(32.40%)	VAN
0						$ 404,041.88		$ 404,041.88
1	$ 1,232,782.52	$ 992,723.47	$ 1,072,141.35	$ 160,641.17	0.7556	$ 121,376.03	0.7553	$ 121,330.19
2	$ 1,298,736.39	$ 1,047,958.64	$ 1,131,795.33	$ 166,941.06	0.5709	$ 95,304.91	0.5705	$ 95,232.94
3	$ 1,368,218.78	$ 1,102,427.25	$ 1,190,621.43	$ 177,597.36	0.4313	$ 76,606.33	0.4309	$ 76,519.57
4	$ 1,441,418.49	$ 1,159,809.88	$ 1,252,594.67	$ 188,823.82	0.3259	$ 61,540.50	0.3254	$ 61,447.59
5	$ 1,518,534.38	$ 1,220,262.42	$ 1,317,883.42	$ 200,650.96	0.2463	$ 49,410.76	0.2458	$ 49,317.53
Fuente: Cuadros N°. 71 y N°. 75					**Sumatoria**	$ 404,238.52		$ 403,847.83
Elaboración: La Autora					**VAN**	**$ 196.65**		**-$ 194.05**

TASA DE INCREMENTO		**8.00%**
FACTOR ACTUALIZACIÓN VAN +		**32.35%**
FACTOR ACTUALIZACIÓN VAN -		**32.40%**

CALCULO DE LA NUEVA TIR

$$TIR = Tm + Dt\left(\frac{VANmenor}{VANMenor - VanMayor}\right)$$

Tm = Tasa menor

Dt = Diferencia de tasa

VANmenor = Valor Actual Neto tasa menor

VANmayor = Valor Actual Neto tasa menor

TIR = 32.35% + 0.10% [$ 196.65 / ($ 196.65 - -$ 194.05)]

NUEVA TIR = 32.40%

CALCULO DEL COEFICIENTE DE SENSIBILIDAD

1. Diferencia de Tasa: Se determina de la diferencia que existe entre la TIR Inicial del proyecto y la Nueva TIR

TIR Inicial del Proyecto = 43.47%

Nueva TIR = 32.40%

Diferencia de Tasa = TIR Inicial Proyecto - Nueva TIR

Diferencia de Tasa = 43.47% - 32.40%

TIR Resultante = 11.07%

2. Porcentaje de Variación: Relacionamos la TIR Resultante con la TIR Inicial del Proyecto por 100

% Variación = (11.07% / 43.47%) * 100%

% Variación = 25.46%

3. Se calcula el coeficiente de Sensibilidad: Relacionamos del Porcentaje de Variación con la Nueva TIR

Sensibilidad = 25.46% / 32.40%

S = 0.79

INTERPRETACIÓN: El coeficiente de sensibilidad de **s = 0.79;** con un **incremento en costos de 8%,** y, encontrando el punto de quiebre, significa que el proyecto no es sensible ante un incremento en los costos, o lo que es lo mismo soporta hasta un incremento del 8% en los mismos.

Disminuyendo los Ingresos: A los ingresos totales, o lo que es lo mismo, al nivel de ventas se le considerará una disminución, hasta encontrar el punto de quiebre. Seguidamente veamos el cálculo.

CUADRO N°. 86

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DE LA DISENSA SAN JOSE

DISMINUYENDO LOS INGRESOS EN 7%

AÑOS	INGRESOS TOTALES	COSTOS TOTALES	DISMINUYENDO LOS INGRESOS	FLUJO NETO	FACT. ACTUAL.(30.10%)	VAN	FACT. ACTUAL.(30.15%)	VAN
0						$ 404,041.88		$ 404,041.88
1	$ 1,232,782.52	$ 992,723.47	$ 1,146,487.75	$ 153,764.27	0.7686	$ 118,189.30	0.7683	$ 118,143.89
2	$ 1,298,736.39	$ 1,047,958.64	$ 1,207,824.84	$ 159,866.20	0.5908	$ 94,450.02	0.5904	$ 94,377.47
3	$ 1,368,218.78	$ 1,102,427.25	$ 1,272,443.47	$ 170,016.22	0.4541	$ 77,207.32	0.4536	$ 77,118.37
4	$ 1,441,418.49	$ 1,159,809.88	$ 1,340,519.20	$ 180,709.32	0.3491	$ 63,077.05	0.3485	$ 62,980.17
5	$ 1,518,534.38	$ 1,220,262.42	$ 1,412,236.97	$ 191,974.55	0.2683	$ 51,505.92	0.2678	$ 51,407.06
Fuente: Cuadros N°. 74 N°. 75					**Sumatoria**	$ 404,429.61		$ 404,026.97
Elaboración: La Autora					**VAN**	**$ 387.73**		**-$ 14.91**

TASA DE DISMINUCIÓN DE INGRESOS **7.00%**

FACTOR ACTUALIZACIÓN VAN + **30.10%**

FACTOR ACTUALIZACIÓN VAN - **30.15%**

CALCULO DE LA NUEVA TIR

$$TIR = Tm + Dt\left(\frac{VANmenor}{VANMenor - VanMayor}\right)$$

TIR = 30.10% + 0.10% [$ 387.73 / ($ 387.73 - -$ 14.91)]

NUEVA TIR = **31.06%**

CALCULO DEL COEFICIENTE DE SENSIBILIDAD

1. Diferencia de Tasa: Se determina de la diferencia que existe entre la TIR Inicial del proyecto y la Nueva TIR

TIR Inicial del Proyecto = 43.47%

Nueva TIR = 31.06%

Diferencia de Tasa = TIR Inicial Proyecto - Nueva TIR

Diferencia de Tasa = 43.47% - 31.06%

TIR Resultante = **12.41%**

2. Porcentaje de Variación: Relacionamos la TIR Resultante con la TIR Inicial del Proyecto por 100

% Variación = (12.41% / 43.47%) * 100%

% Variación = **28.54%**

3. Se calcula el coeficiente de Sensibilidad: Relacionamos del Porcentaje de Variación con la Nueva TIR

Sensibilidad = 28.54% / 31.06%

S = **0.92**

INTERPRETACIÓN: El coeficiente de sensibilidad de **s = 0.92;** con un **disminución en las ventas de 7%,** y, encontrando el punto de quiebre, significa que el proyecto no es sensible ante una disminución de los ingresos, o lo que es lo mismo soporta una disminución en las ventas de hasta el 7%.

8. CONCLUSIONES

Luego de realizado el presente estudio, se pone a consideración las siguientes conclusiones:

1. El Estudio de Mercado realizado en el cantón Catamayo, permitió identificar que existe una demanda insatisfecha de todos los materiales directos de construcción, razón por la cual existe una demanda proyectada de acuerdo a los Anexos N°. 1 al 23.
2. La Disensa San José Cía. Ltda. para posesionarse en el mercado, desarrollará un plan de publicidad, de acuerdo al cuadro N°. 29, cuyo costo de implementación es de $. 11.731,70, con lo cual se tiene previsto mayor concurrencia de personas, incremento de ventas y mayores ganancias.
3. El Estudio Técnico permitió identificar la macro y micro localización estratégica, al considerar a Catamayo como un puerto comercial que conecta la ciudad de Loja con su provincia y la costa ecuatoriana, y por ende, la Parroquia San José, que es el sector potencial urbano donde se concentrarán gran parte de las instituciones públicas, lo que fomentará el crecimiento habitacional de los ciudadanos.
4. Además el Estudio Técnico en función de la demanda proyectada, permitió diseñar el espacio físico requerido y la maquinaria, necesarios para la ofertar los productos de la Canasta Disensa, lo asciende a una inversión total de $. 404,041.88, de lo cual el 50.50%

($. 204.041,88) será aporte de los socios y, el 49.50% ($. 200.000) será financiado mediante crédito de la Coop. Policía Nacional a una tasa de interés del 11% a cinco años plazo.

5. La implementación de la Disensa San José Cía. Ltda. mediante financiamiento es rentable, puesto que genera una TIR = 51,32% que es mayor al costo de oportunidad del capital (11%), lo que significa que rentabilidad es atractiva. El VAN = $. 577.145,52; que es el saldo líquido que le quedará a la empresa al final de su vida útil, luego de que ha recuperado sus inversiones, costos y gastos. El B/C = $. 2.43; lo que quiere decir que por cada dólar invertido gana $. 1.43. centavos. La recuperación de la inversión se la hará en 3 años; 9 meses, 7 días.
6. La implementación de la Disensa San José sin financiamiento, baja su rentabilidad, la TIR = 43,47%, lo que quiere decir que baja en 7,85%; El VAN = $. 457.812,72; lo que quiere decir que el saldo líquido al final de vida útil bajó en 20.68%; El B/C = $. 2.13; lo que quiere decir que por cada dólar invertido gana $. 1.05. centavos, lo que significa que se dejó de ganar 0.30 centavos por dólar. La recuperación de la inversión se la hará en 3 años; 8 meses, 22 días, cuyo periodo de recuperación casi es igual que con financiamiento.
7. En el escenario **con financiamiento**, el proyecto no es sensible si se incrementan los costos hasta 6% y disminuyen los ingresos hasta

5%; mientras que en el escenario **sin financiamiento** el proyecto no es sensible si se incrementan los costos hasta 8%, es decir en 2. % más y si disminuyen los ingresos 7%, es decir en 2% más, cuya diferencia es mínima en comparación con la rentabilidad.

8. La Disensa San José generará 10 fuentes de empleo: gerente, asesor jurídico, secretaria, conserje - guardián, contadora, vendedor, cajera, bodeguero, despachador y un chofer.
9. Los estudios realizados y los resultados obtenidos permiten concluir que el proyecto atractivo y factible de ejecutar, identificando de ésta manera una oportunidad de inversión para la familia.

9. RECOMENDACIONES

Se establecen las siguientes recomendaciones:

1. Se recomienda la implementación de la Disensa San José en el cantón Catamayo solicitando financiamiento, ya que la rentabilidad es mayor y la recuperación del capital invertido casi es igual al caso sin financiamiento, difieren 2 meses.
2. Para el posicionamiento de la empresa, es necesario la implementación del plan de publicidad, con el propósito de posicionar la imagen corporativa y la calidad en la prestación del servicio en los habitantes de Catamayo.
3. Que la presente investigación sea utilizada como fuente de investigación y que en futuros trabajos se actualicen y amplié información relacionada con el tema.

10. BIBLIOGRAFÍA

- AGUILAR F., Ruth, Metodología de la Investigación Científica, Universidad Técnica Particular de Loja, 1984.
- BACA Urbina Gabriel. Evaluación de Proyectos. 4ta. Edición 2001.
- INFANTE Villareal Arturo. Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión. 9na. Reimpresión, Colombia 1983.
- MIRANDA, Miranda Juan José. Gestión de Proyectos. 4ta. Edición. NASSIR Sapag Chain, Reinaldo. Fundamentos de Preparación y Evaluación de Proyectos.
- KOTTLER, Philips. Estrategia de Marketing. 6ta. Edición. México 2000.
- VARELA V. Rodrigo. Evaluación Económica de Alternativas Operacionales y Proyectos de Inversión. Bogotá 1982.
- ROMERO, Ricardo. Marketing. Editora Palmir E.I.R.L.
- http://api.ning.com/files/NTPFNk1hnKZMpUCrqnB9n9SIwUvlNmZSpZlnUDYbQxUxRY*Ac3pyIHoFnTMZ*dqz7aFlkIVZv7bObCRP5RdPzQqDyuLc6Ihttp://www.marketing-xxi.com/obligaciones-del-franquiciador-y-del-franquiciado-74.htm6d/FuncionesCajero.pdf. http://ecyl.galeon.com/FRANQUICIADOR.htm

11. ANEXOS

ANEXO Nº. 1					
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE CEMENTO EN EL CANTÓN CATAMAYO					
AÑOS	POBLACIÓN POR PERMISOS CONSTRUCCIÓN	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA EFECTIVA	CONSUMO PROMEDIO CEMENTO	DEMANDA PROYECTADA DE CEMENTO
	23.57%	100%	100%		
0	122	122	122	651	79422
1	151	151	151	651	98142
2	186	186	186	651	121274
3	230	230	230	651	149858
4	284	284	284	651	185180
5	351	351	351	651	228826
TOTAL	**1325**	**1325**	**1325**		**862701**
Fuente: Cuadros Nº. 20 -23					
Elaboración: La Autora					

ANEXO Nº. 2					
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE HIERRO DE 8 mm					
EN EL CANTÓN CATAMAYO					
AÑOS	POBLACIÓN POR PERMISOS CONSTRUCCIÓN	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA EFECTIVA	CONSUMO PROMEDIO HIERRO 8	DEMANDA PROYECTADA HIERRO 8 mm
	23.57%	100%	100%		
0	122	122	122	78	9516
1	151	151	151	78	11759
2	186	186	186	78	14530
3	230	230	230	78	17955
4	284	284	284	78	22187
5	351	351	351	78	27417
TOTAL	**1325**	**1325**	**1325**		**103365**
Fuente: Cuadros Nº. 20 -23					
Elaboración: La Autora					

ANEXO Nº. 3					
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE HIERRO DE 12 mm					
EN EL CANTÓN CATAMAYO					
AÑOS	POBLACIÓN POR PERMISOS CONSTRUCCIÓN	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA EFECTIVA	CONSUMO PROMEDIO HIERRO 12 mm	DEMANDA PROYECTADA HIERRO 12 mm
	23.57%	100%	100%		
0	122	122	122	315	38430
1	151	151	151	315	47488
2	186	186	186	315	58681
3	230	230	230	315	72512
4	284	284	284	315	89603
5	351	351	351	315	110722
TOTAL	**1325**	**1325**	**1325**		**417436**
Fuente: Cuadros Nº. 20 -23					
Elaboración: La Autora					

ANEXO Nº. 4

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE ALAMBRE SÓLIDO Nº. 8

EN EL CANTÓN CATAMAYO

AÑOS	POBLACIÓN POR PERMISOS CONSTRUCCIÓN	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA EFECTIVA	CONSUMO PROMEDIO ALAMBRE SÓLIDO Nº. 8	DEMANDA PROYECTADA ALAMBRE SÓLIDO Nº. 8
	23.57%	100%	100%		
0	122	122	122	40	4880
1	151	151	151	40	6030
2	186	186	186	40	7452
3	230	230	230	40	9208
4	284	284	284	40	11378
5	351	351	351	40	14060
TOTAL	**1325**	**1325**	**1325**		**53008**

Fuente: Cuadros Nº. 20 -23

Elaboración: La Autora

ANEXO Nº. 5

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE ALAMBRE SÓLIDO Nº. 10

EN EL CANTÓN CATAMAYO

AÑOS	POBLACIÓN POR PERMISOS CONSTRUCCIÓN	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA EFECTIVA	CONSUMO PROMEDIO ALAMBRE SÓLIDO Nº. 10	DEMANDA PROYECTADA ALAMBRE SÓLIDO Nº. 10
	23.57%	100%	100%		
0	122	122	122	140	17080
1	151	151	151	140	21106
2	186	186	186	140	26080
3	230	230	230	140	32228
4	284	284	284	140	39824
5	351	351	351	140	49210
TOTAL	**1325**	**1325**	**1325**		**185527**

Fuente: Cuadros Nº. 20 -23

Elaboración: La Autora

ANEXO Nº. 6

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE ALAMBRE SÓLIDO Nº. 12

EN EL CANTÓN CATAMAYO

AÑOS	POBLACIÓN POR PERMISOS CONSTRUCCIÓN	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA EFECTIVA	CONSUMO PROMEDIO ALAMBRE SÓLIDO Nº. 12	DEMANDA PROYECTADA ALAMBRE SÓLIDO Nº. 12
	23.57%	100%	100%		
0	122	122	122	240	29280
1	151	151	151	240	36181
2	186	186	186	240	44709
3	230	230	230	240	55247
4	284	284	284	240	68269
5	351	351	351	240	84360
TOTAL	**1325**	**1325**	**1325**		**318047**

Fuente: Cuadros Nº. 20 -23

Elaboración: La Autora

ANEXO Nº. 7

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE TUBERIA DE DESAGUE

(TUBOS 110mmx3m) EN EL CANTÓN CATAMAYO

AÑOS	POBLACIÓN POR PERMISOS CONSTRUCCIÓN	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA EFECTIVA	CONSUMO PROMEDIO DE TUBOS DE 110mmx3m	DEMANDA PROYECTADA DE TUBOS DE 110mmx3m
	23.57%	100%	100%		
0	122	122	122	16	1952
1	151	151	151	16	2412
2	186	186	186	16	2981
3	230	230	230	16	3683
4	284	284	284	16	4551
5	351	351	351	16	5624
TOTAL	**1325**	**1325**	**1325**		**21203**

Fuente: Cuadros Nº. 20 -23

Elaboración: La Autora

ANEXO Nº. 8

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE TUBERIA DE DESAGUE

(TUBOS 50mmx3m) EN EL CANTÓN CATAMAYO

AÑOS	POBLACIÓN POR PERMISOS CONSTRUCCIÓN	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA EFECTIVA	CONSUMO PROMEDIO DE TUBOS DE 50mmx3m	DEMANDA PROYECTADA DE TUBOS DE 50mmx3m
	23.57%	100%	100%		
0	122	122	122	6	732
1	151	151	151	6	905
2	186	186	186	6	1118
3	230	230	230	6	1381
4	284	284	284	6	1707
5	351	351	351	6	2109
TOTAL	**1325**	**1325**	**1325**		**7951**

Fuente: Cuadros Nº. 20 -23

Elaboración: La Autora

ANEXO Nº. 9

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE TUBERIA DE DESAGUE

(TUBOS 75mmx3m) EN EL CANTÓN CATAMAYO

AÑOS	POBLACIÓN POR PERMISOS CONSTRUCCIÓN	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA EFECTIVA	CONSUMO PROMEDIO DE TUBOS DE 75mmx3m	DEMANDA PROYECTADA DE TUBOS DE 75mmx3m
	23.57%	100%	100%		
0	122	122	122	12	1464
1	151	151	151	12	1809
2	186	186	186	12	2235
3	230	230	230	12	2762
4	284	284	284	12	3413
5	351	351	351	12	4218
TOTAL	**1325**	**1325**	**1325**		**15902**

Fuente: Cuadros Nº. 20 -23

Elaboración: La Autora

ANEXO Nº. 10					
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE TUBERIA DE DESAGUE					
(TUBOS 160mmx3m) EN EL CANTÓN CATAMAYO					
AÑOS	**POBLACIÓN POR PERMISOS CONSTRUCCIÓN**	**DEMANDA POTENCIAL**	**DEMANDA EFECTIVA**	**CONSUMO PROMEDIO DE TUBOS DE 160mmx3m**	**DEMANDA PROYECTADA DE TUBOS DE 160mmx3m**
	23.57%	100%	100%		
0	122	122	122	16	1952
1	151	151	151	16	2412
2	186	186	186	16	2981
3	230	230	230	16	3683
4	284	284	284	16	4551
5	351	351	351	16	5624
TOTAL	**1325**	**1325**	**1325**		**21203**
Fuente: Cuadros Nº. 20 -23					
Elaboración: La Autora					

ANEXO Nº. 11					
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE TUBERIA DE DESAGUE					
(CODOS 110mm) EN EL CANTÓN CATAMAYO					
AÑOS	**POBLACIÓN POR PERMISOS CONSTRUCCIÓN**	**DEMANDA POTENCIAL**	**DEMANDA EFECTIVA**	**CONSUMO PROMEDIO DE CODOS DE 110mm**	**DEMANDA PROYECTADA DE CODOS DE 110mm**
	23.57%	100%	100%		
0	122	122	122	16	1952
1	151	151	151	16	2412
2	186	186	186	16	2981
3	230	230	230	16	3683
4	284	284	284	16	4551
5	351	351	351	16	5624
TOTAL	**1325**	**1325**	**1325**		**21203**
Fuente: Cuadros Nº. 20 -23					
Elaboración: La Autora					

ANEXO Nº. 12					
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE TUBERIA DE DESAGUE					
(CODOS 50mm) EN EL CANTÓN CATAMAYO					
AÑOS	**POBLACIÓN POR PERMISOS CONSTRUCCIÓN**	**DEMANDA POTENCIAL**	**DEMANDA EFECTIVA**	**CONSUMO PROMEDIO DE CODOS DE 50mm**	**DEMANDA PROYECTADA DE CODOS DE 50mm**
	23.57%	100%	100%		
0	122	122	122	6	732
1	151	151	151	6	905
2	186	186	186	6	1118
3	230	230	230	6	1381
4	284	284	284	6	1707
5	351	351	351	6	2109
TOTAL	**1325**	**1325**	**1325**		**7951**
Fuente: Cuadros Nº. 20 -23					
Elaboración: La Autora					

ANEXO Nº. 13					
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE TUBERIA DE DESAGUE					
(CODOS 75mm) EN EL CANTÓN CATAMAYO					
AÑOS	**POBLACIÓN POR PERMISOS CONSTRUCCIÓN**	**DEMANDA POTENCIAL**	**DEMANDA EFECTIVA**	**CONSUMO PROMEDIO DE CODOS DE 75mm**	**DEMANDA PROYECTADA DE CODOS DE 75mm**
	23.57%	100%	100%		
0	122	122	122	12	1464
1	151	151	151	12	1809
2	186	186	186	12	2235
3	230	230	230	12	2762
4	284	284	284	12	3413
5	351	351	351	12	4218
TOTAL	**1325**	**1325**	**1325**		**15902**
Fuente: Cuadros Nº. 20 -23					
Elaboración: La Autora					

ANEXO Nº. 14					
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE TUBERIA DE DESAGUE					
(CODOS 160mm) EN EL CANTÓN CATAMAYO					
AÑOS	**POBLACIÓN POR PERMISOS CONSTRUCCIÓN**	**DEMANDA POTENCIAL**	**DEMANDA EFECTIVA**	**CONSUMO PROMEDIO DE CODOS DE 160mm**	**DEMANDA PROYECTADA DE CODOS DE 160mm**
	23.57%	100%	100%		
0	122	122	122	16	1952
1	151	151	151	16	2412
2	186	186	186	16	2981
3	230	230	230	16	3683
4	284	284	284	16	4551
5	351	351	351	16	5624
TOTAL	**1325**	**1325**	**1325**		**21203**
Fuente: Cuadros Nº. 20 -23					
Elaboración: La Autora					

ANEXO Nº. 15					
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE BLOQUES EN EL CANTÓN CATAMAYO					
AÑOS	**POBLACIÓN POR PERMISOS CONSTRUCCIÓN**	**DEMANDA POTENCIAL**	**DEMANDA EFECTIVA**	**CONSUMO PROMEDIO DE BLOQUES**	**DEMANDA PROYECTADA DE BLOQUES**
	23.57%	100%	100%		
0	122	122	122	900	109800
1	151	151	151	900	135680
2	186	186	186	900	167660
3	230	230	230	900	207177
4	284	284	284	900	256009
5	351	351	351	900	316350
TOTAL	**1325**	**1325**	**1325**		**1192675**
Fuente: Cuadros Nº. 20 -23					
Elaboración: La Autora					

ANEXO Nº. 16					
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE ALAMBRE DE AMARRE EN EL CANTÓN CATAMAYO					
AÑOS	**POBLACIÓN POR PERMISOS CONSTRUCCIÓN**	**DEMANDA POTENCIAL**	**DEMANDA EFECTIVA**	**CONSUMO PROMEDIO DE ALAMBRE DE AMARRE**	**DEMANDA PROYECTADA ALAMBRE DE AMARRE**
	23.57%	100%	100%		
0	122	122	122	7	854
1	151	151	151	7	1055
2	186	186	186	7	1304
3	230	230	230	7	1611
4	284	284	284	7	1991
5	351	351	351	7	2460
TOTAL	**1325**	**1325**	**1325**		**9276**
Fuente: Cuadros Nº. 20 -23					
Elaboración: La Autora					

ANEXO Nº. 17					
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE OTROS MATERIALES (EMPASTE DE INTERIORES) EN EL CANTÓN CATAMAYO					
AÑOS	**POBLACIÓN POR PERMISOS CONSTRUCCIÓN**	**DEMANDA POTENCIAL**	**DEMANDA EFECTIVA**	**CONSUMO PROMEDIO DE EMPASTE DE INTERIORES**	**DEMANDA PROYECTADA DE EMPASTE DE INTERIORES**
	23.57%	100%	100%		
0	122	122	122	20	2440
1	151	151	151	20	3015
2	186	186	186	20	3726
3	230	230	230	20	4604
4	284	284	284	20	5689
5	351	351	351	20	7030
TOTAL	**1325**	**1325**	**1325**		**26504**
Fuente: Cuadros Nº. 20 -23					
Elaboración: La Autora					

ANEXO Nº. 18					
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE OTROS MATERIALES (EMPASTE DE EXTERIORES) EN EL CANTÓN CATAMAYO					
AÑOS	**POBLACIÓN POR PERMISOS CONSTRUCCIÓN**	**DEMANDA POTENCIAL**	**DEMANDA EFECTIVA**	**CONSUMO PROMEDIO DE EMPASTE DE EXTERIORES**	**DEMANDA PROYECTADA DE EMPASTE DE EXTERIORES**
	23.57%	100%	100%		
0	122	122	122	7	854
1	151	151	151	7	1055
2	186	186	186	7	1304
3	230	230	230	7	1611
4	284	284	284	7	1991
5	351	351	351	7	2460
TOTAL	**1325**	**1325**	**1325**		**9276**
Fuente: Cuadros Nº. 20 -23					
Elaboración: La Autora					

ANEXO Nº. 19					
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE OTROS MATERIALES (CERÁMICA) EN EL CANTÓN CATAMAYO					
AÑOS	**POBLACIÓN POR PERMISOS CONSTRUCCIÓN**	**DEMANDA POTENCIAL**	**DEMANDA EFECTIVA**	**CONSUMO PROMEDIO DE CERÁMICA**	**DEMANDA PROYECTADA DE CERÁMICA**
	23.57%	100%	100%		
0	122	122	122	308	37576
1	151	151	151	308	46433
2	186	186	186	308	57377
3	230	230	230	308	70901
4	284	284	284	308	87612
5	351	351	351	308	108262
TOTAL	**1325**	**1325**	**1325**		**408160**
Fuente: Cuadros Nº. 20 -23					
Elaboración: La Autora					

ANEXO Nº. 20					
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE OTROS MATERIALES (INODOROS) EN EL CANTÓN CATAMAYO					
AÑOS	**POBLACIÓN POR PERMISOS CONSTRUCCIÓN**	**DEMANDA POTENCIAL**	**DEMANDA EFECTIVA**	**CONSUMO PROMEDIO DE INODOROS**	**DEMANDA PROYECTADA DE INODOROS**
	23.57%	100%	100%		
0	122	122	122	4	488
1	151	151	151	4	603
2	186	186	186	4	745
3	230	230	230	4	921
4	284	284	284	4	1138
5	351	351	351	4	1406
TOTAL	**1325**	**1325**	**1325**		**5301**
Fuente: Cuadros Nº. 20 -23					
Elaboración: La Autora					

ANEXO Nº. 21					
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE OTROS MATERIALES (LAVAMANOS) EN EL CANTÓN CATAMAYO					
AÑOS	**POBLACIÓN POR PERMISOS CONSTRUCCIÓN**	**DEMANDA POTENCIAL**	**DEMANDA EFECTIVA**	**CONSUMO PROMEDIO DE LAVAMANOS**	**DEMANDA PROYECTADA DE LAVAMANOS**
	23.57%	100%	100%		
0	122	122	122	4	488
1	151	151	151	4	603
2	186	186	186	4	745
3	230	230	230	4	921
4	284	284	284	4	1138
5	351	351	351	4	1406
TOTAL	**1325**	**1325**	**1325**		**5301**
Fuente: Cuadros Nº. 20 -23					
Elaboración: La Autora					

ANEXO Nº. 22					
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE OTROS MATERIALES					
(TINAS DE BAÑO) EN EL CANTÓN CATAMAYO					
AÑOS	**POBLACIÓN POR PERMISOS CONSTRUCCIÓN**	**DEMANDA POTENCIAL**	**DEMANDA EFECTIVA**	**CONSUMO PROMEDIO DE TINAS DE BAÑO**	**DEMANDA PROYECTADA DE TINAS DE BAÑO**
	23.57%	100%	100%		
0	122	122	122	1	122
1	151	151	151	1	151
2	186	186	186	1	186
3	230	230	230	1	230
4	284	284	284	1	284
5	351	351	351	1	351
TOTAL	**1325**	**1325**	**1325**		**1325**
Fuente: Cuadros Nº. 20 -23					
Elaboración: La Autora					

ANEXO Nº. 23					
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE OTROS MATERIALES					
(FREGADEROS) EN EL CANTÓN CATAMAYO					
AÑOS	**POBLACIÓN POR PERMISOS CONSTRUCCIÓN**	**DEMANDA POTENCIAL**	**DEMANDA EFECTIVA**	**CONSUMO PROMEDIO DE FREGADEROS**	**DEMANDA PROYECTADA DE FREJADEROS**
	23.57%	100%	100%		
0	122	122	122	2	244
1	151	151	151	2	302
2	186	186	186	2	373
3	230	230	230	2	460
4	284	284	284	2	569
5	351	351	351	2	703
TOTAL	**1325**	**1325**	**1325**		**2650**
Fuente: Cuadros Nº. 20 -23					
Elaboración: La Autora					

ANEXO Nº. 24			
CAPACIDAD INSTALADA EL AÑO 2			
DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD UTILIZADA	% PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Cemento	14,500	14500	100%
Hierro 8 mm	2,703	2703	100%
Hierro 12 mm	11,372	11372	100%
Alambre Sólido Nº. 8	881	881	100%
Alambre Sólido Nº. 10	6,368	6368	100%
Alambre Sólido Nº. 12	11,856	11856	100%
Tubos 50mm	132	132	100%
Tubos 75mm	593	593	100%
Tubos 110mm	1,666	1666	100%
Tubos 160mm	2,734	2734	100%
Codos 50mm	132	132	100%
Codos 75mm	593	593	100%
Codos 110mm	1,666	1666	100%
Codos 160mm	2,734	2734	100%
Bloques	147,947	147947	100%
Alambre de Amarre	811	811	100%
Empaste de interiores	2,083	2083	100%
Empaste de exteriores	318	318	100%
Cerámica	37,665	37665	100%
Inodoros	318	318	100%
Lavamanos	318	318	100%
Tinas de baño	153	153	100%
Fregaderos	110	110	100%
Fuente: Inv. Directa			
Elaboración: La Autora			

ANEXO Nº. 25			
CAPACIDAD INSTALADA EL AÑO 3			
DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD UTILIZADA	% PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Cemento	24,932	24932	100%
Hierro 8 mm	4,117	4117	100%
Hierro 12 mm	17,160	17160	100%
Alambre Sólido Nº. 8	1,520	1520	100%
Alambre Sólido Nº. 10	9,164	9164	100%
Alambre Sólido Nº. 12	16,808	16808	100%
Tubos 50mm	228	228	100%
Tubos 75mm	840	840	100%
Tubos 110mm	2,146	2146	100%
Tubos 160mm	3,395	3395	100%
Codos 50mm	228	228	100%
Codos 75mm	840	840	100%
Codos 110mm	2,146	2146	100%
Codos 160mm	3,395	3395	100%
Bloques	184,114	184114	100%
Alambre de Amarre	1,035	1035	100%
Empaste de interiores	2,682	2682	100%
Empaste de exteriores	458	458	100%
Cerámica	47,837	47837	100%
Inodoros	421	421	100%
Lavamanos	421	421	100%
Tinas de baño	192	192	100%
Frejaderos	153	153	100%
Fuente: Inv. Directa			
Elaboración: La Autora			

ANEXO Nº. 26			
CAPACIDAD INSTALADA EL AÑO 4			
DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD UTILIZADA	% PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Cemento	39,016	39016	100%
Hierro 8 mm	5,997	5997	100%
Hierro 12 mm	24,841	24841	100%
Alambre Sólido Nº. 8	2,384	2384	100%
Alambre Sólido Nº. 10	12,840	12840	100%
Alambre Sólido Nº. 12	23,296	23296	100%
Tubos 50mm	358	358	100%
Tubos 75mm	1,165	1165	100%
Tubos 110mm	2,752	2752	100%
Tubos 160mm	4,214	4214	100%
Codos 50mm	358	358	100%
Codos 75mm	1,165	1165	100%
Codos 110mm	2,752	2752	100%
Codos 160mm	4,214	4214	100%
Bloques	229,025	229025	100%
Alambre de Amarre	1,317	1317	100%
Empaste de interiores	3,440	3440	100%
Empaste de exteriores	642	642	100%
Cerámica	60,628	60628	100%
Inodoros	553	553	100%
Lavamanos	553	553	100%
Tinas de baño	239	239	100%
Fregaderos	209	209	100%
Fuente: Inv. Directa			
Elaboración: La Autora			

ANEXO Nº. 27			
CAPACIDAD INSTALADA EL AÑO 5			
DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD UTILIZADA	% PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Cemento	57,815	57815	100%
Hierro 8 mm	8,474	8474	100%
Hierro 12 mm	34,951	34951	100%
Alambre Sólido Nº. 8	3,536	3536	100%
Alambre Sólido Nº. 10	17,639	17639	100%
Alambre Sólido Nº. 12	31,741	31741	100%
Tubos 50mm	530	530	100%
Tubos 75mm	1,587	1587	100%
Tubos 110mm	3,519	3519	100%
Tubos 160mm	5,229	5229	100%
Codos 50mm	530	530	100%
Codos 75mm	1,587	1587	100%
Codos 110mm	3,519	3519	100%
Codos 160mm	5,229	5229	100%
Bloques	284,779	284779	100%
Alambre de Amarre	1,671	1671	100%
Empaste de interiores	4,399	4399	100%
Empaste de exteriores	882	882	100%
Cerámica	56,041	56041	100%
Inodoros	722	722	100%
Lavamanos	722	722	100%
Tinas de baño	307	307	100%
Fregaderos	343	343	100%
Fuente: Inv. Directa			
Elaboración: La Autora			

ANEXO Nº. 28			
CAPACIDAD UTILIZADA EN EL AÑO 2			
AÑO	**CAPACIDAD INSTALADA**	**% CAPACIDAD INSTALADA**	**CAPACIDAD UTILIZADA**
Cemento	1,208	8.33%	101
Hierro 8 mm	225	8.33%	19
Hierro 12 mm	948	8.33%	79
Alambre Sólido Nº. 8	73	8.33%	6
Alambre Sólido Nº. 10	531	8.33%	44
Alambre Sólido Nº. 12	988	8.33%	82
Tubos 50mm	11	8.33%	1
Tubos 75mm	49	8.33%	4
Tubos 110mm	139	8.33%	12
Tubos 160mm	228	8.33%	19
Codos 50mm	11	8.33%	1
Codos 75mm	49	8.33%	4
Codos 110mm	139	8.33%	12
Codos 160mm	228	8.33%	19
Bloques	12,329	8.33%	1027
Alambre de Amarre	68	8.33%	6
Empaste de interiores	174	8.33%	14
Empaste de exteriores	27	8.33%	2
Cerámica	3,139	8.33%	262
Inodoros	27	8.33%	2
Lavamanos	27	8.33%	2
Tinas de baño	13	8.33%	1
Fregaderos	9	8.33%	1
Fuente: Inv. Directa			
Elaboración: La Autora			

ANEXO Nº. 29			
CAPACIDAD UTILIZADA EN EL AÑO 3			
AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	% CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA
Cemento	2,078	8.33%	173
Hierro 8 mm	343	8.33%	29
Hierro 12 mm	1,430	8.33%	119
Alambre Sólido Nº. 8	127	8.33%	11
Alambre Sólido Nº. 10	764	8.33%	64
Alambre Sólido Nº. 12	1,401	8.33%	117
Tubos 50mm	19	8.33%	2
Tubos 75mm	70	8.33%	6
Tubos 110mm	179	8.33%	15
Tubos 160mm	283	8.33%	24
Codos 50mm	19	8.33%	2
Codos 75mm	70	8.33%	6
Codos 110mm	179	8.33%	15
Codos 160mm	283	8.33%	24
Bloques	15,343	8.33%	1279
Alambre de Amarre	86	8.33%	7
Empaste de interiores	223	8.33%	19
Empaste de exteriores	38	8.33%	3
Cerámica	3,986	8.33%	332
Inodoros	35	8.33%	3
Lavamanos	35	8.33%	3
Tinas de baño	16	8.33%	1
Fregaderos	13	8.33%	1
Fuente: Inv. Directa			
Elaboración: La Autora			

ANEXO Nº. 30			
CAPACIDAD UTILIZADA EN EL AÑO 4			
AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	% CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA
Cemento	3,251	8.33%	271
Hierro 8 mm	500	8.33%	42
Hierro 12 mm	2,070	8.33%	173
Alambre Sólido Nº. 8	199	8.33%	17
Alambre Sólido Nº. 10	1,070	8.33%	89
Alambre Sólido Nº. 12	1,941	8.33%	162
Tubos 50mm	30	8.33%	2
Tubos 75mm	97	8.33%	8
Tubos 110mm	229	8.33%	19
Tubos 160mm	351	8.33%	29
Codos 50mm	30	8.33%	2
Codos 75mm	97	8.33%	8
Codos 110mm	229	8.33%	19
Codos 160mm	351	8.33%	29
Bloques	19,085	8.33%	1590
Alambre de Amarre	110	8.33%	9
Empaste de interiores	287	8.33%	24
Empaste de exteriores	53	8.33%	4
Cerámica	5,052	8.33%	421
Inodoros	46	8.33%	4
Lavamanos	46	8.33%	4
Tinas de baño	20	8.33%	2
Fregaderos	17	8.33%	1
Fuente: Inv. Directa			
Elaboración: La Autora			

ANEXO Nº. 31			
CAPACIDAD UTILIZADA EN EL AÑO 5			
AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	% CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA
Cemento	4,818	8.33%	401
Hierro 8 mm	706	8.33%	59
Hierro 12 mm	2,913	8.33%	243
Alambre Sólido Nº. 8	295	8.33%	25
Alambre Sólido Nº. 10	1,470	8.33%	122
Alambre Sólido Nº. 12	2,645	8.33%	220
Tubos 50mm	44	8.33%	4
Tubos 75mm	132	8.33%	11
Tubos 110mm	293	8.33%	24
Tubos 160mm	436	8.33%	36
Codos 50mm	44	8.33%	4
Codos 75mm	132	8.33%	11
Codos 110mm	293	8.33%	24
Codos 160mm	436	8.33%	36
Bloques	23,732	8.33%	1978
Alambre de Amarre	139	8.33%	12
Empaste de interiores	367	8.33%	31
Empaste de exteriores	73	8.33%	6
Cerámica	4,670	8.33%	389
Inodoros	60	8.33%	5
Lavamanos	60	8.33%	5
Tinas de baño	26	8.33%	2
Fregaderos	29	8.33%	2
Fuente: Inv. Directa			
Elaboración: La Autora			

ANEXO N°. 32

ESTATUTOS DE LA DISENSA SAN JOSÉ

DISENSA "SAN JOSE" CIA LTDA

DATOS GENERALES

RAZON SOCIAL: DISENSA "SAN JOSE" CIA. LTDA

DIRECCION: Catamayo: parroquia San José, Urbanización Santa Marianita, calles la Merced y Juan Montalvo 0131 y Olmedo

TELEFONOS: Domicilio: 593-72107457

Móvil: 0999585430

FAX: 593-72107457

CORREO ELECTRONICO:

disensa.sanjose@gmail.com

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC): 1103209936001

AFILIACIÓN PATRONAL AL IESS: 1103209936001

OBJETIVOS

- Ofrecer una amplia gama de productos y servicios para la construcción.
- Tener costos competitivos para los clientes.
- Atención personalizada para nuestros clientes.
- Implementar una cultura organizacional que contribuya al desarrollo de la empresa.
- Capacitar al cliente interno para mejorar el servicio al público.
- Ampliar la cartera de productos

MISIÓN.

Ser una empresa confiable que proporcione seguridad a sus clientes con productos y servicios de calidad y con valor agregado, promoviendo un ambiente laboral agradable por medio de sistemas de reconocimiento de desempeño, creando plazas de trabajo y garantizando una adecuada rentabilidad a sus dueños.

VISIÓN

Convertirse en la empresa líder en construcción en el **mercado local y nacional dentro de los plazos establecidos**, a través de pilares fundamentales de competitividad como Innovación, Eficiencia y Capacidad de Respuesta, para ofrecer servicios con tecnología de punta y desarrollar nuevos productos acordes a los estándares de clase mundial.

ORGANIGRAMA

La organización administrativa de Disensa San José Cía. Ltda., consta en el Organigrama estructural (Gráfico N°. 29).

ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN

PRIMERA.- COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD. - Intervienen en la celebración de este contrato, los señores: Manuel Jumbo Gómez, Eco. Consuelo Jumbo Benítez, Dr. Jorge Jumbo Benítez; los comparecientes manifiestan ser ecuatorianos, mayores de edad, el primero casado y los siguientes solteros, domiciliados en esta ciudad; y, declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de responsabilidad limitada DISENSA "SAN JOSE" CÍA. LTDA. la misma que se regirá por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

SEGUNDA.- ESTATUTOS DE DISENSA "SAN JOSE" CÍA. LTDA.

CAPITULO PRIMERO

DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD, DOMICILIO, FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN

ARTICULO UNO.- Constituyese en la ciudad de Catamayo, con domicilio en el mismo lugar, provincia de Loja. República del Ecuador, de

nacionalidad ecuatoriana, la compañía de responsabilidad limitada DISENSA “SAN JOSE” CÍA. LTDA.

ARTICULO DOS.- La compañía tiene por objeto y finalidad la comercialización de productos para la construcción.

ARTICULO TRES.- La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

ARTICULO CUATRO.- El plazo de duración del contrato social de la compañía es de veinte años, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta general de socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

CAPITULO SEGUNDO

DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE LA RESERVA LEGAL

ARTICULO CINCO.- El capital social de la compañía es de cuatrocientos dólares, dividido en cuatrocientas participaciones de un dólar cada una, que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por

el presidente y gerente de la compañía. El capital está íntegramente suscrito y pagado en numerario en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

ARTICULO SEIS.- La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta general de socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley y, en tal caso los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios.

ARTICULO SIETE.- El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo efectuará: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

ARTICULO OCHO.- La compañía entregará a cada socio el certificado de aportaciones que le corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libretines acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y número de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable,

la firma y rúbrica del presidente y gerente de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

ARTICULO NUEVE.- Todas las participaciones son de Igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

ARTICULO DIEZ.- Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la cesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios. En caso de cesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo. La compañía formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades liquidas y realizadas.

ARTICULO ONCE.- En las Juntas generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

CAPITULO TERCERO

DE LOS SOCIOS. DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES

ARTICULO DOCE.- Son obligaciones de los socios:

Las que señala la Ley de Compañías:

- Cumplir con las funciones, actividades y deberes que les asigne la Junta general de socios, el presidente y el gerente;
- Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta general de socios; y,
- Las demás que señalen estos estatutos.

ARTICULO TRECE.- Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

- Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta general de socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y, el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto;
- Elegir y ser elegido para los órganos de administración;
- A percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones, lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la compañía:
- Los demás previstos en la ley y en estos estatutos.

ARTICULO CATORCE.- La responsabilidad de los socios de la compañía, por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones Individuales a la compañía, salvo las excepciones de ley.

CAPITULO CUARTO

DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

ARTICULO QUINCE.- El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta general de socios, el presidente y el gerente.

ARTICULO DIECISEIS.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.- La junta general de socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

ARTICULO DIECISIETE.- Las sesiones de junta general de socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta general de socios en la modalidad de junta universal, esto es, que la junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la junta y los

asuntos a tratarse, entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente constituida.

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

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

ARTICULO VEINTE.- El quórum para las sesiones de Junta general de socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital social y. en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se Indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

ARTICULO VEINTIUNO.- Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las

excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

ARTICULO VEINTIDÓS.- Las resoluciones de la Junta general de socios tomadas con arreglo a la ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a todos los socios, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

ARTICULO VEINTITRÉS.- Las sesiones de junta general de socios, serán presididas por el presidente de la compañía y, a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios: actuará de secretarlo el gerente o el socio que en su falta la Junta elija en cada caso.

ARTICULO VEINTICUATRO.- Las actas de las sesiones de junta general de socios se llevarán a computadora, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y reverso, las que llevarán la firma del presidente y secretario. De cada sesión de junta se formará un expediente que contendrá la copia del acta, los documentos que justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

ARTICULO VEINTICINCO.- Son atribuciones privativas de la junta general de socios:

- Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración: y, en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y a estos estatutos:
- Nombrar a la presidenta/e y a la gerenta/e de la compañía, señalándoles su remuneración y, removerlos por causas Justificadas o a la culminación del periodo para el cual fueron elegidos;
- Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarios e Informes que presenten los administradores;
- Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;
- Resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios:
- Acordar la exclusión de socios de acuerdo con las causas establecidas en la ley:
- Resolver cualquier asunto que no sea competencia privativa de la presidenta/e o de la gerenta/e y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía;
- Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presenten sobre las disposiciones del estatuto:
- Acordar la venta o gravamen de tos bienes Inmuebles de la compañía;

- Aprobar los reglamentos de la compañía:
- Aprobar el presupuesto de la compañía;
- Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias, representaciones, establecimientos y oficinas de la compañía:
- Las demás que señalen la Ley de Compañías y estos estatutos.

ARTICULO VEINTISÉIS.- Las resoluciones de la Junta general de socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

ARTICULO VEINTISIETE.- DE LA PRESIDENTA/E.- El o la, presidente será nombrado por la junta general de socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido. Puede ser socio o no.

ARTICULO VEINTIOCHO.- Son deberes y atribuciones de la presidenta/e de la compartía:

- Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e Informar de estos particulares a la junta general de socios:
- Convocar y presidir las sesiones de junta general de socios y suscribir las actas;
- Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de sus políticas;

- Reemplazar a la gerenta/e, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su ausencia o hasta que la Junta general de socios designe un reemplazo y se haya inscrito su nombramiento y, aunque no se le hubiere encargado la función por escrito;
- Firmar el nombramiento de la gerenta/e y conferir certificaciones sobre el mismo;
- Las demás que le señalan la Ley de Compañías, estos estatutos, reglamentos de la compañía y la junta general de socios.

ARTICULO VEINTINUEVE.- DE LA GERENTA/E.- El o La, gerente será nombrado por la Junta general de socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida. Puede ser socio o no.

ARTICULO TREINTA.- Son deberes y atribuciones de la gerenta/e de la compañía:

- Representar legalmente a la compañía en forma Judicial y extrajudicial;
- Conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la compañía;
- Dirigir la gestión económica financiera de la compañía;
- Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía;

- Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos;
- Realizar Inversiones y adquisiciones hasta por la suma de veinte salarios mínimos vitales, sin necesidad de firma conjunta con el presidente. Las adquisiciones que pasen de veinte salarios mínimos vitales, las hará conjuntamente con el presidente, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías;
- Suscribir el nombramiento del presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo;
- Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil;
- Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de junta general;
- Manejar las cuentas bancarias según sus atribuciones:
- Presentar a la Junta general de socios un informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico:
- Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la junta general de socios;
- Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, estos estatutos, los

reglamentos de la compañía y las que señale la Junta general de socios.

CAPÍTULO QUINTO

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

ARTÍCULO TREINTA Y UNO.- La disolución y liquidación de la compañía se regirá por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once; así como por el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

ARTÍCULO TREINTA Y DOS.- No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

DECLARACIONES.- El capital con el que se constituye la compañía DISENSA "SAN JOSE" CIA. LTDA. ha sido suscrito y pagado en su totalidad en la siguiente forma: Sr. Manuel Jumbo, doscientas participaciones de un dólar cada una, con un valor total de doscientos dólares; la Eco. Consuelo Jumbo, cien participaciones de un dólar cada una, con un valor total de cien dólares y el Dr. Jorge Jumbo, cien participaciones de un dólar cada una con un valor total de cien dólares; TOTAL: cuatrocientas participaciones de un dólar cada una, que dan un total de CUATROCIENTAS PARTICIPACIONES DE UN DÓLAR; valor que será depositado en dinero en efectivo en la cuenta «Integración de Capital», del Banco Pichincha, Sucursal en Loja, cuyo certificado se agrega a la

presente escritura como documento habilitante. Los socios de la compañía por unanimidad nombran a la Eco. Consuelo Jumbo, para que se encargue de los trámites pertinentes, encaminados a la aprobación de la escritura constitutiva de la compañía, su inscripción en el Registro Mercantil y convocatoria a la primera junta general de socios, en la que se designarán presidente y gerente de la compañía.

Catamayo, Junio de 2013.

ANEXO N°. 33

PROYECTO DE TESIS

1. TEMA

“ELABORACION DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA COMPRA DE LA FRANQUICIA DISENSA Y SU EJECUCIÓN EN LA CIUDAD DE CATAMAYO, DE LA PROVINCIA DE LOJA”.

2. PROBLEMÁTICA

Un problema grave que atraviesan algunas familias en la provincia de Loja, es la falta de obras de infraestructura física y vial, sumada a ello, la falta de una vivienda, que proviene de la escasez de ingresos por la falta de fuentes de empleo.

La ciudad de Catamayo en los actuales momentos atraviesa una situación similar, pues la gente reclama a las autoridades locales la provisión de servicios públicos relacionados con el abastecimiento de agua potable, asfaltado o adoquinado de vías, construcción de parques, canchas, puentes, remoción de escombros, movimiento de tierra, desbroce, entre otros.

Además este hermoso valle del que muchos lojanos o ecuatorianos hemos disfrutado carece de inversión en actividades productivas, como puede ser en: empresas constructoras, industria de lácteos, textil, de comercio, de servicios profesionales, etc.

A nivel de las familias locales se observa una creciente demanda de viviendas; razón por la cual, el GAD de Catamayo ha incluido en su Plan de Ordenamiento Territorial la organización y formación de ciudadelas y lotizaciones, así como áreas verdes y espacios de recreación, para que las familias adquieran sus lotes y procedan a la construcción de viviendas y puedan disfrutar conjuntamente con su familia de un ambiente de confort y comodidad.

Estos deseos de la población se ven reflejados en los permisos de construcción que han solicitado, pues de acuerdo a la información proporcionada por el Departamento de Planificación del I. Municipio de Catamayo en el mes de Septiembre del 2012, los permisos de construcción del año 2007 al 2008 al aumentado en 59,52%; del 2008 al 2009 en 9,7%; del 2009 al 2010 en 29,25%; del 2010 al 2011 ha disminuido en 4,21%. Por lo tanto, Catamayo requiere reactivar su actividad productiva y con ello dinamizar la economía, emprendiendo en nuevas actividades productivas, generando microempresa, para contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de la población.

Consecuentemente éste mejorar en el hábitat de la ciudadanía catamayense exige la compra o construcción de una vivienda, lo cual lleva implícito la compra de materiales de construcción y de todo tipo de acabados.

Para satisfacer esta demanda en la ciudad existe la presencia de pequeñas ferreterías y tres franquiciados Disensa que no cumplen con todas las expectativas de los clientes, pues se ha observado que su oferta en materiales de construcción es limitada; ya que, a excepción de Juan Altamirano, los otros dos oferentes: Luis Guerrero y Enrique Ullauri, no presentan variedad como para que los demandantes puedan adquirir los materiales y accesorios en un solo lugar, es mas no ofrecen un servicio personalizado.

Así mismo se conoce que no todos franquiciados Disensa administran estratégicamente sus negocios, en algunos casos dejan en manos de sus empleados o funcionarios y no mantienen un control riguroso del movimiento de sus cuentas.

Es así que Catamayo carece de obras de infraestructura física como son calles asfaltadas, aceras y bordillos; de provisión de servicios básicos: agua potable, luz eléctrica y servicio telefónico; y centros de recreación: canchas de uso múltiple, parques, áreas verdes, entre otros.

Las familias no disponen de una vivienda, de un centro de abastos y espacios de recreación. También se suman los requerimientos de las familias lojanas de una casa vacacional para disfrutar momentos de confort con sus seres queridos los fines de semana.

Además de los tres franquiciados Disensa, descritos anteriormente, dos no satisfacen eficaz y eficientemente los requerimientos de materiales de construcción para la población, pues no ofertan todos los productos requeridos para la construcción y acabados en un solo lugar, ocasionado pérdida de tiempo e incomodidad para el usuario.

Siendo así que la ejecución de este proyecto se convierte en una oportunidad empresarial que asegura el éxito del negocio, por ser una de las mejores distribuidores de marcas de productos para la construcción en el país, brindando asesoramiento y capacitación empresarial, es más ofrece cobertura de seguro en todos los ámbitos y a está a nivel nacional.

Complementariamente a ello, brinda un software diseñado para administrar este tipo de negocio, con manuales de políticas y procedimientos, para operación y servicio al cliente, con una imagen corporativa, homogénea e innovadora para sus locales que permiten ser reconocidos en cualquier parte del país y ser diferenciados de los competidores, ya que posee una estandarización de servicios, productos y procedimientos que llevan a un mejoramiento continuo de los canales de distribución. Además como operadora establece contractualmente las características de los equipos, accesorios y mobiliario para desarrollar la franquicia eficientemente.

Los problemas descritos anteriormente crean una perspectiva de lo necesario que es ejecutar correctamente un proyecto de inversión. Por lo expuesto previamente, se ha determinado el siguiente problema: “**LA**

FALTA DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA COMPRA DE LA FRANQUICIA DISENSA Y SU EJECUCIÓN EN LA CIUDAD DE CATAMAYO, DE LA PROVINCIA DE LOJA."

3. JUSTIFICACIÓN

El desarrollo del presente proyecto se lo justifica de la siguiente manera:

JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA

Académicamente el proyecto se justifica porque permite poner en práctica los conocimientos académicos adquiridos en el proceso de estudio a nivel de post-grado impartidos en la Universidad Nacional de Loja, quien orienta sus enseñanzas en una educación de calidad que se interrelacione con el entorno, poniendo énfasis en las empresas. Por tal razón, se ha pensado en un proyecto de inversión que sea ejecutable de acuerdo a las posibilidades económicas y que a la vez permita obtener el título de Magister en Administración de empresas.

JUSTIFICACIÓN TÉCNICA

Técnicamente el proyecto se justifica porque con una administración de calidad administración estratégica y un manejo eficiente de la empresa, ofertando materiales y acabados de calidad para la construcción, brindando un servicio de atención personalizada y dando una aplicación de la teoría de lo obvio (imitar igualar y mejorar) hace necesario elaborar el presente

proyecto de inversión para la posibilidad de compra de la franquicia Disensa y su ejecución en la ciudad de Catamayo, provincia de Loja.

JUSTIFICACIÓN SOCIOECONÓMICA

La elaboración del proyecto de inversión se justifica porque permite determinar el nivel de factibilidad, por cuanto su ejecución, primeramente dinamizará la economía al generar fuentes de empleo y con ello un mejoramiento en los ingresos de la población del sector.

En segundo lugar porque según lo analizado, existe demanda, lo que quiere decir que las ventas aumentarán y con ello la rentabilidad, ya que se proporcionará los instrumentos necesarios para correcta administración, al facilitar las herramientas tecnológicas como software con manuales de políticas y procedimientos y una imagen llamativa, homogénea e innovadora para sus locales, que sean reconocidos en cualquier parte del país y diferenciados de los competidores; a ello se suma el servicio de compras online para el abastecimiento de los materiales para la construcción, contractualmente se establecen las características de los equipos, accesorios y mobiliario para el desarrollo normal de la franquicia.

4. OBJETIVOS

4.1. Objetivo General

Elaborar un proyecto de inversión para la implementación de una franquicia Disensa y su ejecución en la ciudad de Catamayo, de la

provincia de Loja, que permita satisfacer los requerimientos de materiales de construcción.

4.2. Objetivos Específicos

- Realizar el Estudio de Mercado para conocer el nivel de aceptación de la franquicia Disensa, así como, analizar la oferta de materiales de construcción, los precios y los sistemas de comercialización existentes en la población de Catamayo.
- Elaborar el Estudio Técnico para determinar el tamaño, la localización e ingeniería del proyecto que permita la implementación del proyecto.
- Diseñar el estudio administrativo y establecer la organización legal y administrativa de la nueva Franquicia Disensa.
- Realizar el estudio financiero que determine las inversiones, las fuentes de financiamiento, los presupuestos, los estados financieros y el flujo de caja.
- Determinar la evaluación financiera del proyecto de inversión desde el punto de vista económico y financiero para determinar el nivel de rentabilidad que generará la implementación de la franquicia.

5. MARCO TEORICO

5.1. FRANQUICIA

Contrato para otorgar una licencia, mediante el cual una empresa vende un paquete que contiene una marca registrada, maquinaria, materiales y lineamientos administrativos.

5.1.1. FRANQUICIA DISENSA

La franquicia Disensa, es la más importante red de comercialización de materiales de construcción en el país y la primera franquicia de este tipo en el mundo. Los productos y servicios que ofrece están enfocados a cubrir las expectativas de los clientes, cumpliendo siempre con los más exigentes estándares de calidad.

La fortaleza se centra en el grupo humano que compone la red Disensa y que forma un canal de distribución con cobertura en todo el territorio nacional. Son distribuidores de las mejores marcas de productos para la construcción en el país.

Adfranec desea transformar la tradicional, y algunas veces no óptima, manera de atender a los clientes interesados en comprar materiales de

construcción, en un punto de venta estratégico, con una atención personalizada, estandarización de servicios, productos y procedimientos que permitan lograr un mejoramiento continuo en el canal de distribución.

En Disensa, cualquier persona puede tomar la decisión de aperturar un punto de venta, los interesados cuentan con el soporte necesario partiendo

desde el momento de elegir el sitio indicado para ubicar su negocio, el diseño e implementación del espacio físico de su local, capacitación en los materiales de construcción que la franquicia maneja, herramientas tecnológicas para la operación de su negocio, manuales de operación y servicio al cliente, que le permitirán a los postulantes un rápido aprendizaje de los puntos clave de la operadora.

Como parte de las herramientas que le permitirán operar de manera eficiente su negocio, los franquiciados cuentan con un servicio de compras online para el abastecimiento de los materiales de construcción, software especialmente diseñado para administrar este tipo de negocio, manuales de políticas y procedimientos y una imagen corporativa, homogénea e innovadora que permitan ser identificados en cualquier parte del país marcando la diferencia ante la competencia.

La franquicia Disensa se convierte en un negocio pionero a nivel nacional y mundial, al poseer el primer sistema de franquicia de materiales de construcción.

En el Ecuador se ha dado un paso adelante en la comercialización de materiales de Construcción, con la primera franquicia en el mundo para este tipo de negocio. Disensa pone a su disposición una red de locales franquiciados en donde el cliente encontrará una amplia gama de productos con la mejor relación calidad-precio y un alto estándar de atención al cliente.

El poseer un sistema de franquicia le ha permitido a Disensa tener un mayor control de los estándares de calidad en cuanto a atención al cliente, e imagen de sus instalaciones.

5.1.2. BENEFICIOS QUE OBTIENEN LOS FRANQUICIADOS CON ELSISTEMA DE FRANQUICIA

El sistema de franquicia permite unificar estándares de calidad y atención al cliente en todos los puntos de venta, beneficiando principalmente al consumidor

Permite a los operadores obtener un negocio regulado y con controles de compras, inventarios, ventas, módulos tributarios y ante todo la ventaja de contar con los mejores proveedores de materiales de construcción en el país como son: Holcim, Andec, Amanco, Intaco, Hormipisos, Electrocables,

IPAC, Calizas Huayco, Indura, Rooftec del Ecuador, Ideal Alambrec, Bloqcimlmesco

5.1.2.1. REQUSITOS

- Ser comerciante de materiales para la construcción, establecido en el lugar de expendio.
- Contar con todos los permisos de funcionamiento del local
- Se dará preferencia a los postulantes que posean camiones para retirar los productos de las bodegas de proveedores.
- Disponer de suficiente capital de trabajo para poder manejar la gama de productos que distribuye Disensa.
- Estar afiliado a la cámara de comercio
- Disponer de dirección de correo electrónico para envió de comunicaciones.

5.1.2.2. PREPARACIÓN DE CARPETA PARA SOLICITUD DE APROBACIÓN

5.1.2.2.1. PERSONAS NATURALES

- Registro único de contribuyentes
- Cédula de ciudadanía y certificado de votación
- Referencias bancarias y tarjetas de crédito
- No constar en la central de riesgos como deudor
- Tener obligaciones tributarias al día

- Presentar información financiera de los tres últimos años de su actividad comercial
- Anexar originales de 3 referencias comerciales y 3 referencias personales
- Enviar comunicación al Gerente General de Adfranec, según formato anexo, acompañada de fotografías del local, con ubicación, metraje de bodega y más facilidades del local
- Llenar formato de solicitud, archivo anexo

5.1.2.2.2. PARA PERSONAS JURÍDICAS

- Copia del registro único de contribuyentes
- Copia de las escrituras de constitución de la empresa
- Copia del nombramiento del representante legal de la empresa
- Nómina de accionistas, última información presentada a la Superintendencia de Compañías
- CCO, certificado de cumplimiento de obligaciones ante la Superintendencia de Compañías
- Copias de las cédulas y certificados de votación del Representante Legal y accionistas
- Copia de los EE.FF. del SRI de 3 últimos años de la empresa que busca obtener la franquicia; o en el caso de ser una empresa nueva, presentar EE.FF. de su accionista mayoritario

- Referencias bancarias de la empresa, accionistas y Representante Legal en originales
- Poseer 3 referencias personales del Representante Legal y su accionista mayoritario. Además 3 referencias comerciales afines al negocio. Estos documentos deben ser originales
- Enviar comunicación al Gerente General de Adfranec, según formato anexo, acompañado de fotografías del local, con ubicación, metraje de bodega y más facilidades del local
- Llenar formato solicitud, archivo anexo

5.2. TERMINOLOGIA RELEVANTE EN EL PROYECTO

CONCEPTOS

Acabados de construcción: Los acabados de construcción son todos aquellos trabajos que se realizan en una construcción para darle terminación a las obras quedando ésta con un aspecto habitable. Algunos acabados en una construcción serían los pisos, ventanas, puertas, pintura y enyesado de paredes.

Agua potable: Se llama agua potable al agua dulce que tras ser sometida a un proceso de potabilización se convierte en agua potable, quedando así lista para el consumo humano como consecuencia del equilibrado valor que le imprimirán sus minerales**;** de esta manera, el agua de este tipo, podrá ser consumida sin ningún tipo de restricciones.

Alcantarillado: Se denomina alcantarillado (de alcantarilla, que procede del diminutivo hispano-árabe al-gántara, puentecito) o también red de alcantarillado, red de saneamiento o red de drenaje al sistema de estructuras y tuberías usado para la recogida y transporte de las aguas residuales y pluviales de una población desde el lugar en que se generan hasta el sitio en que se vierten al medio natural o se tratan**.**

Asfaltado de vías: Son estructuras construidas por capas de diversos materiales seleccionados, súper puestas, colocadas y compactadas sobre la superficie del terreno. La estructura de un pavimento está concebida

especialmente para la circulación del tráfico automotor, por lo que es una solución económica y eficaz.

Canal de riego: tienen la función de conducir el agua desde la captación hasta el campo o huerta donde será aplicado a los cultivos. Son obras de ingeniería importantes, que deben ser cuidadosamente pensadas para no provocar daños al ambiente y para que se gaste la menor cantidad de agua posible. Están estrechamente vinculados a las características del terreno, generalmente siguen aproximadamente las curvas de nivel de este, descendiendo suavemente hacia cotas más bajas (dándole una pendiente descendente, para que el agua fluya más rápidamente y se gaste menos líquido).

Centros recreativos: Los centros recreativos turísticos se configuran como áreas de gran extensión en las cuales se ubican de forma integral las actividades propias de los parques temáticos de atracciones de carácter recreativo o cultural y usos complementarios deportivos, comerciales, hoteleros y residenciales, con sus servicios correspondientes.

Desarrollo urbanístico: El urbanismo empezó siendo una teoría compleja que interesó desde el primer momento a los estudiosos de la ciudad, y acabó siendo una disciplina que reúne una suma de conocimientos sustanciales relacionados con la construcción y conservación de las ciudades y con el estudio de las relaciones socio-económico-ambientales que tiene lugar dentro del fenómeno urbano, de la que se ocupa

actualmente una multiplicidad de profesionales y de forma exclusiva los urbanistas.

El desarrollo urbanístico se refiere al estudio de la creación, desarrollo, reforma y progreso de los poblados en orden a las necesidades de la vida urbana.

Hormigón o concreto: Es el material resultante de la mezcla de cemento (u otro conglomerante) con áridos (grava, gravilla y arena) y agua. La mezcla de cemento con arena y agua se denomina mortero. Existen hormigones que se producen con otros conglomerantes que no son cemento, como el hormigón asfáltico que utiliza betún para realizar la mezcla. El cemento, mezclado con agua, se convierte en una pasta moldeable con propiedades adherentes, que en pocas horas fragua y se endurece tornándose en un material de consistencia pétrea.

Mantenimiento de vías: El mantenimiento de una carretera consiste en prever y solucionar los problemas que se presentan, a causa de su uso, y así brindar al usuario el nivel de servicio para el que la carretera fue diseñada. La vida de un camino está en función de una adecuada respuesta al mantenimiento para prolongar su vida útil.

Materiales de Construcción: La palabra material pproviene del término latino materialis y hace referencia a lo que tiene que ver con la materia. En el ambiente de la construcción, un material puede ser un bloque de

materia o un componente que se utiliza para edificar ya sea un edificio o cualquier otra construcción y son aquellos componentes que permiten construir o reparar algo; entre los fundamentales se encuentran los ladrillos, arena, vigas y las herramientas que se utilizan para realizar el trabajo; es decir todo aquello sin lo cual no se podría realizar la labor.

Medio Ambiente: Se entiende por medioambiente o medio ambiente al entorno que afecta y condiciona especialmente las circunstancias de vida de las personas o la sociedad en su conjunto.

Mantenimiento de vías: El mantenimiento de una carretera consiste en prever y solucionar los problemas que se presentan, a causa de su uso, y así brindar al usuario el nivel de servicio para el que la carretera fue diseñada. La vida de un camino está en función de una adecuada respuesta al mantenimiento para prolongar su vida útil.

Reactivación del comercio: Debido al auge demográfico y a las nuevas técnicas agrícolas muchos campesinos emigraron a las ciudades buscando nuevas oportunidades. La reactivación del comercio produjo a su vez el desarrollo de los mercados urbanos y de las redes comerciales. Por estas razones, entre los siglos XI y XIII en Europa se dio un auténtico renacimiento de las ciudades y de la vida urbana, unas eran ciudades antiguas que volvían a cobrar fuerza, otras eran de nueva creación.

Tipos de acabados: Existen diferentes tipos de acabados y recubrimientos, los hay elegantes, sencillos, rústicos, coloridos, brillantes, lisos, rugosos y para todos los gustos. Los materiales varían según el tipo de acabado que se desee, pero los más empleados son: barro y cemento (tejas), mármol y cuarzo (incrustaciones), piedra artificial (acabado rústico), pastas acrílicas (texturizados), pinturas de diferentes colores.

Turismo: La palabra turismo se deriva del latín tornus y el sufijo *ismo* se refiere a la acción que realiza un grupo de personas, por lo que etimológicamente puede definirse al turismo como las personas que viajan con la intención de regresar a su domicilio habitual.

Valle: Proviene del latín vallis*,* un valle es una llanura entre montañas o alturas. Se trata de una depresión de la superficie terrestre entre dos vertientes**,** con forma inclinada y alargada.

5.3. ESTUDIO DE MERCADO

5.3.1. Definición de Estudio de Mercado

- Para Kotler, Bloom y Hayes, el **estudio de mercado** "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización"[11]

[11] DERANDALL, Geoffrey, **Principios de Marketing**, Segunda Edición, 2003, Pág. 120.

- Su importancia radica en ser una valiosa fuente de información acerca del mercado, que permite tomar decisiones y crear sobre bases reales, encontrando, dirigiendo y disciplinando acciones que habrán de seguirse y evaluarse[12].
- Randall, define el estudio de mercado de la siguiente manera: "La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing"[13]
- Según Malhotra, los **estudios de mercado** "describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor"[14].

5.3.1.1. Mercado: Es el conjunto de consumidores potenciales que comparten una necesidad y deseos y que podrán estar dispuestos a satisfacerlo a través del intercambio de otros elementos de valor.

5.3.1.2. Demanda y Oferta

5.3.1.2.1. Demanda: Es la cantidad de un bien o servicio que puede ser adquirida en un mercado a cierto precio establecido y durante un periodo de tiempo[15]**.**

---

[12] SAPAG CHAIN, Reinaldo y Nassier, **Preparación y Evaluación de Proyectos**,

[13] PHILIP K., BLOOM Paul y Hayes Thomas, **ElMarketing de Servicios Profesionales,** Primera Edición, 2004, Pág. 98.

[14]MALHOTRA K. Naresh, **Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico**, Segunda Edición, 1997, Págs. 90 al 92.

[15] BERNARD,Y COLLI, J.C. **Diccionario de Administración y Finanzas**

5.3.1.2.2. Oferta: Se le denomina oferta a la cantidad de una mercancía o servicio que entra en el mercado a un precio dado en un periodo de tiempo dado[16].

5.3.1.3. Marketing: El marketing es la orientación empresarial centrada en el cliente[17]. Sus orígenes se remontan al comercio entre los pueblos antiguos. Pero fue recién en la década de los 70 en que se dio una formalización real y sistemática que le proporcionó carácter de ciencia experimental. La definición de marketing más extendida nos dice que es el estudio o investigación de la forma de satisfacer mejor las necesidades de un grupo social a través del intercambio con beneficio para la supervivencia de la empresa.

5.3.1.4. Producto: Es todo aquello que la empresa o la organización realiza o fabrica para ofrecer al mercado y satisfacer determinadas necesidades de los consumidores[18].

5.3.1.5. Distribución o Plaza: Es el camino que se sigue para distribuir el producto o servicio desde el lugar de origen hasta el consumidor final. En otras palabras se define donde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece. Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

---

[16] SELDON , Arthur, PENNACE, **FG: Diccionario de Economía**
[17] SELDON , Arthur, PENNACE, **FG: Diccionario de Economía**
[18] ARELLANO, Rolando, **Marketing,** Enfoque América Latina

5.3.1.6. Precio: Las determinantes principales del precio son los costos generales del servicio, la competencia y el margen de utilidad[19].La política de la empresa puede exigir que el servicio que se vende cubra en su totalidad los gastos de inversión, manteniendo un fin de lucro, o que se puede bajar mediante descuentos para acaparar más el mercado.

5.3.1.7. Publicidad: Es comunicación pagada, por conducto de los diversos medios publicitarios en empresas comerciales, organizaciones no lucrativas o individuales están identificados de alguna manera con el mensaje publicitario. Casi toda publicidad se propone conducir con el tiempo a una venta. A gran parte de la publicidad de nuestros tiempos se le podría llamar más apropiadamente creadora de las imágenes, ya que está concebida para crear o perpetuar la imagen de una marca o de una corporación mercantil.

5.3.2. Tipos de Estudio de Mercado

Los **estudios de mercado** pueden ser cualitativos o cuantitativos[20]:

- **Estudios cualitativos:** Se suelen usar al principio del proyecto, cuando se sabe muy poco sobre el tema. Se utilizan entrevistas individuales y detalladas o debates con grupos pequeños para analizar los puntos de vista y la actitud de la gente de forma un tanto desestructurada, permitiendo que los encuestados hablen por sí mismos con sus propias

[19] ARELLANO, Rolando, **Marketing**. Enfoque América Latina
[20] REANDALL Geoffrey, **Principios de Marketing**, Segunda Edición, 2003, Pág. 122.

palabras. Los datos resultantes de los métodos cualitativos pueden ser muy ricos y fascinantes, y deben servir como hipótesis para iniciar nuevas investigaciones[21].

- Son de naturaleza exploratoria y no se puede proyectar a una población más amplia (los grupos objetivos)[22].
- **Estudios cuantitativos:** Intentan medir, numerar. Gran parte de los estudios son de este tipo: cuánta gente compra esta marca, con qué frecuencia, dónde, etcétera. Incluso los estudios sobre la actitud y la motivación alcanzan una fase cuantitativa cuando se investiga cuánta gente asume cierta actitud[23].

  Se basan generalmente en una muestra al azar y se puede proyectar a una población más amplia (las encuestas)[24].

5.3.3. El Proceso del Estudio de Mercado

Según Kotler, Bloom y Hayes, un proyecto eficaz de **estudio de mercado** tiene cuatro etapas básicas[25] :

[21] REANDALL Geoffrey, **Principios de Marketing**, Segunda Edición, 2003, Pág. 122.
[22] REANDALL Geoffrey, **Principios de Marketing**, Segunda Edición, 2003, Pág. 122.
[23] REANDALL Geoffrey, **Principios de Marketing**, Segunda Edición, 2003, Pág. 122.
[24] PHILIP K., BLOOM Paul y Hayes Thomas, **ElMarketing de Servicios Profesionales,** Primera Edición, 2004, Pág. 98
[25] MALHOTRA K. Naresh, **Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico**, Segunda Edición, 1997, Pág. 95.

1. Establecimiento de los objetivos del estudio y definición del problema que se intenta abordar: El primer paso en el estudio es establecer sus objetivos y definir el problema que se intenta abordar[26] .

2. Realización de investigación exploratoria: Antes de llevar a cabo un estudio formal, los investigadores a menudo analizan los datos secundarios, observan las conductas y entrevistan informalmente a los grupos para comprender mejor la situación actual[27].

3. Búsqueda de información primaria: Se suele realizar de las siguientes maneras:

   - Investigación basada en la observación
   - Entrevistas cualitativas
   - Entrevista grupal
   - Investigación basada en encuestas
   - Investigación experimental

4. Análisis de los datos y presentación del informe: La etapa final en el proceso de estudio de mercado es desarrollar una información y

[26] PHILIP K., BLOOM Paul y Hayes Thomas, **ElMarketing de Servicios Profesionales,** Primera Edición, 2004, Pág. 101.

[27] PHILIP K., BLOOM Paul y Hayes Thomas, **ElMarketing de Servicios Profesionales,** Primera Edición, 2004, Pág. 101.

conclusión significativas para presentar al responsable de las decisiones que solicitó el estudio[28].

5.4. ESTUDIO TÉCNICO

5.4.1. Estudio Técnico: Sirve para hacer un análisis del proceso de producción de un bien o la prestación de un servicio. Incluye aspectos como: materias primas, mano de obra, maquinaria necesaria, plan de manufactura, inversión requerida, tamaño y localización de las instalaciones, forma en que se organizará la empresa y costos de inversión y operación.

5.4.2. Tamaño del proyecto: Este se califica por la capacidad de producción y requerimientos que de los bienes tenga el proyecto y el demandante respectivamente: se deberá definir la selección de:

- Materias primas
- Diseño
- Márgenes de capacidad a utilizar
- Sobrecarga y reserva de la capacidad productiva

Los factores que se deben tomar con base para definir el tamaño del proyecto serán básicamente:

[28] PHILIP K., BLOOM Paul y Hayes Thomas, **ElMarketing de Servicios Profesionales,** Primera Edición, 2004, Pág. 102.

- Tamaño del mercado
- Capacidad de recursos financieros, materiales y humanos
- Problemas de transporte
- Aspectos políticos
- Capacidad administrativa

5.4.3. Localización del proyecto: Consiste en fijar desde el punto de vista económico el establecimiento de la dimensión de la planta; es necesario definir donde se va a producir y considerar la localización del proyecto, teniendo en cuenta la fuente de insumos (materia prima, energía, mano de obra); también se debe analizar el mercado de los productos[29].

5.5. ESTUDIO ADMNISTRATIVO

5.5.1. Estudio Administrativo: Proporciona las herramientas necesarias para administrar adecuadamente una empresa, cuando esta última se encuentra ya en funcionamiento y si aún no se inician las actividades de la misma, marca el rumbo a seguir en la administración de la nueva empresa. Estas herramientas son los llamados manuales administrativos, entre los que se pueden mencionar, sin desestimar a otros, los más importantes como:

[29] SAPAG, Nassier, **Formulación y Evaluación de proyectos**» ECOE EDICIONES, Bogotá,2006, Pág. 17

- Manual de organización
- Manual de funciones
- Manual de Procedimientos
- Manual de administración ambiental

Las empresas que se encuentran en funcionamiento, deben iniciar un estudio administrativo con un diagnóstico administrativo, el cual dará como resultado la identificación de las necesidades en las distintas áreas que componen la empresa, es por ello que se debe contar con otros manuales como: de seguridad e higiene industrial, de mantenimiento, y otros.

Las empresas que inician operaciones deben iniciar su estudio administrativo con la definición de su misión, visión, metas, objetivos, es decir con la definición de una administración estratégica.

5.5.1.1. Organigramas: Es un cuadro de organización que muestra ordinariamente los agrupamientos y otras unidades, también las principales líneas de autoridad y responsabilidad entre estos departamentos y unidades[30].

5.5.1.2. Manual de Funciones: Constituye toda la información respecto a las tareas que debe cumplir cada persona en su puesto de trabajo y unidad administrativa con el fin de obtener una mejor selección de

[30] VAZQUEZ, Víctor Hugo, **Organización Aplicada**

personal para los diferentes cargos de la empresa y sus respectivas funciones.

5.6. ESTUDIO FINANCIERO

5.6.1. Estudio Financiero: Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores (Estudio Técnico y de Mercado) y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.

5.6.1.1. La Inversión del Proyecto: Son los gastos que se generan para aumentar la riqueza futura y posibilitar un crecimiento de la producción. La materialización de la inversión depende del agente económico que la realice[31].

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 entre otros. Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano y largo plazo.

Las inversiones pueden clasificarse en tres categorías: Activos Fijos, Activos Diferidos y Capital de Trabajo.

[31] CORDOVA, Marcial. **Formulación y Evaluación de Proyectos**.

5.6.1.1.1. Activos Fijos: Comprende las inversiones fijas y se genera en el montaje de la empresa.

5.6.1.1.2. Activos Diferidos: Son todos aquellos que se realizan sobre activos constituidos por los servicios y derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto[32].

5.6.1.1.3. Activo Corriente o Capital de Trabajo: Es la designación de los valores en que se debe incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posibles laborar normalmente durante un periodo determinado permitiendo cumplir todas las obligaciones económicas[33].

5.6.2. Estudio Económico: Comprende[34]:

5.6.2.1. Costos de producción: Los costos de producción no son más que un reflejo de las determinaciones realizadas en el estudio. El método de costeo que se utiliza en la evaluación de proyectos se llama costeo absorbente.

5.6.2.2. Costos de administración: Son los costos que provienen para realizar la función de administración de la empresa. Sin embargo tomados en un sentido amplio, no solo significan los sueldos del gerente y de los contadores, auxiliares, secretarias, así como los gastos de oficina en

---

[32] SAPAG CHAIN, Reinaldo y Nassier, **Preparación y Evaluación de Proyectos**, Cuarta Edición, Pág. 126

[33] ARELLANO, Rolando. **Marketing,** Enfoque América Latina.

[34] BACA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, 2006, Pág. 169-173.

general. Una empresa puede contar con direcciones o gerencias de planeación, investigación y desarrollo, recursos humanos, etc.

5.6.2.3. Costos de Venta: En ocasiones el departamento o gerencia de ventas también es llamado de mercadotecnia. En este sentido vender no solo significa hacer llegar el producto al intermediario o consumidor, sino que implica otras actividades como: investigación y desarrollo de nuevos productos adaptados a los gustos y necesidades de los consumidores, el estudio de la estratificación de mercados, las cuotas y el porcentaje de participación de la competencia en el mercado, etc..

5.6.2.4. Costos Financieros: Son los intereses que se deben pagar en relación con los capitales obtenidos en préstamo.

5.6.2.5. Presupuestos: Es un plan que permite predecir el futuro de las organizaciones en términos cuantitativos ya sean en unidades de ventas, unidades de producción y números de empleados[35].

5.6.2.6. Depreciaciones: Es una deducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo. Se utiliza para dar a entender que las inversiones permanentes de la planta han disminuido en potencial de servicio. Para los contadores la depreciación es una manera de asignar el coste de las inversiones a los diferentes ejercicios en los que se produce su uso o disfrute de la actividad empresarial. Los activos se deprecian basándose en criterios económicos, considerando el plazo de tiempo en

[35]http:/www.cepime.es

que se hace uso en la actividad productiva y su utilización efectiva en dicha actividad.

5.6.2.7. Cálculo de Costos Unitarios: Se lo obtiene dividiendo el Costo Total para el # de unidades producidas.

Costo Unitario de Producción = $\frac{Costo\ Total\ de\ Producción}{\#\ de\ Unidades\ Producidas}$

5.6.2.7.1. Costos Fijos y Costos Variables

5.6.2.7.1.1. Costos Fijos: Representan aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el solo hecho de existir, también se puede decir que son aquellos que permanecen constantes por un periodo de tiempo determinado y no guardan relación con los niveles de producción[36].

5.6.2.7.1.2. Costos Variables: Son aquellos valores que incurre la empresa en función a su capacidad de producción, están en relación directa con los niveles de producción, se puede decir que son los que se incrementan conforme aumenta o disminuye el volumen de producción[37].

5.6.2.8. Estimación de ingresos: Los ingresos que genere el proyecto corresponden básicamente a la venta de los bienes o servicios ofrecidos.

[36]ALARCON, César Augusto. **Al Futuro con la Microempresa**.
[37]ALARCON, César Augusto. **Al Futuro con la Microempresa**.

5.6.2.9. Punto de Equilibrio: Se interpreta como el nivel de ingresos en el cual la empresa no obtendrá ni pérdidas ni ganancias. El punto de equilibrio se puede calcular mediante dos métodos[38]:

- Matemáticamente (En función de las ventas y de la Capacidad Instalada).
- Gráficamente

5.6.3. Evaluación Financiera: La evaluación financiera consiste en comparar los costos con los beneficios que estos generan, para así decidir sobre la conveniencia de llevarlos a cabo. Esta pretende abordar el problema de la asignación de recursos en forma explícita, recomendando a través de distintas técnicas que una determinada iniciativa se lleva adelante por sobre otras alternativas de proyectos.

5.6.3.1. Flujo de Caja: Es una herramienta financiera que permite reconocer la verdadera liquidez que tiene la empresa. El flujo de caja nos permite enfrentar las decisiones sobre la compra de activos o el pago de pasivos. En el flujo de caja se consideran los valores correspondientes a depreciaciones o amortizaciones del activo diferido como valores que incrementa la liquidez empresarial, toda vez que ellos no signifiquen egresos durante el ejercicio económico calcular los indicadores del valor

[38]CORDOVA, Marcial. **Formulación y Evaluación de Proyectos**

actual neto y la tasa interna de retorno que son los que permiten tomar una decisión acerca de la inversión a realizar[39].

5.6.3.2. Valor Actual Neto (VAN):

Se define como la sumatoria de los flujos netos multiplicados por el factor de descuento, significa que se traslada al año cero los gastos del proyecto para asumir el riesgo de la inversión. Los criterios de decisión basados en el VAN son:

- Si el VAN es positivo se puede aceptar el proyecto, ya que ello significa que el valor de la empresa aumenta.
- Si el VAN es negativo se rechaza la inversión ya que ello significa que la inversión perderá su valor en el tiempo
- Si el VAN es igual a cero la inversión queda a criterio del inversionista ya que la empresa durante su vida útil mantiene el valor de la inversión en términos de valor adquisitivo.

5.6.3.3. Tasa Interna de Retorno (TIR): Constituye la tasa de interés a la cual debemos descontarlos flujos de efectivo generados por el proyecto, a través de su vida económica para que estos se igualen con la inversión. Utilizamos la TIR como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto.

[39]SAPAG CHAIN, **Administración Financiera**, Loja-Ecuador.2008

- Si la TIR es mayor que el costo de oportunidad o capital se acepta el proyecto.
- Si la TIR es igual al costo de oportunidad o capital la realización de la inversión es a criterio del inversionista.
- Si la TIR es menor al costo de oportunidad o capital se rechaza el proyecto.

5.6.3.4. Relación Beneficio Costo (B/C): Para la determinación de la relación Beneficio Costo B/C se relaciona con los ingresos actualizados frente a los costos actualizados que se producirán durante el periodo del proyecto[40].

- Si B/C es mayor a uno, se acepta el proyecto
- Si B/C es menor que uno, se rechaza el proyecto
- Si B/C es igual a uno, es indiferente

5.6.3.5. Periodo de Recuperación de la Inversión:

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original del capital, dando la pauta para que el inversionista conozca qué tiempo se necesitará para recuperar la inversión.

5.6.3.6. Análisis de Sensibilidad:

[40]SAPAG CHAIN, Reinaldo y Nassier. **Preparación y Evaluación de Proyectos**

Busca medir como afectan situaciones que son relevantes en la economía en que vivimos, intervienen directa e indirectamente en la empresa y que se convierten en incertidumbre para el inversionista, por lo que en un momento determinado se sufre alteraciones principalmente en variables decisivas, esto es cuando aumentan los costos y disminuyen los ingresos.

Los elementos para decidir son:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que 1, el proyecto es sensible
- Cuando del coeficiente de sensibilidad es menor que 1, el proyecto no es sensible
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual 1, el proyecto no sufre ningún efecto.

6. METODOLOGIA

6.1. MÉTODOS:

Para el desarrollo del presente trabajo será necesaria la utilización de los siguientes métodos y técnicas:

1. METODO INDUCTIVO: Permitirá el análisis de las particularidades de la población encuestada que corresponde a los 122 personas que solicitaron los permisos de construcción, de los cuales se analizará las características, necesidades, gustos y preferencias de una forma particular y proceder a la generalización de la información del proyecto.

2. METODO DEDUCTIVO: Parte de la generalidad de la información para luego conocer de cada una de los clientes, las necesidades específicas de materiales de construcción, información necesaria para poner a su disposición los productos de la Canasta Disensa, así como todo tipo de acabados para el terminado y decoración de su casa.

6.2. TECNICAS

El levantamiento de la información se realizará a través de:

6.2.1. LA OBSERVACION DIRECTA:

Permitirá conocer el nivel de adecuación del espacio físico del local, la cartera de clientes que manejan los franquiciados Disensa, la situación económica, su poder de compra, entre otras….

6.2.2. LA ENCUESTA:

Será aplicada a todos los 122 propietarios de la construcción, que de acuerdo a las proyecciones de los permisos de construcción otorgados por el Departamento de Planificación del I. Municipio de Catamayo se darán durante el año 2012.

6.2.3. LA ENTREVISTA:

Se aplicará a los franquiciados Disensa que manejan sus negocios en la ciudad de Catamayo:

CUADRO Nº. 1

OFERENTES DISENSA EN LA CIUDAD DE CATAMAYO		
Nº.	**NOMBRE**	**DIRECCIÓN**
1.	Juan Altamirano	Perimetral P. Eliseo Arias Carrión y 24 de Mayo
2.	Luis Guerrero	Av. Isidro Ayora entre 9 de Oct. y 18 de Nov.
3.	Enrique Ullauri	Simón Bolívar entre Av. Catamayo y 1ero. de Mayo
Fuente: Inv. Directa		
Elaboración: La Autora		

6.2.4. REVISIÓN DE LITERATURA:

Permitirá conocer los fundamentos generales y específicos para la elaboración del proyecto de inversión y el desarrollo del sustento teórico.

6.3. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

POBLACIÓN

La población o Universo la constituye el total de permisos de construcción otorgados por el Departamento de Planificación del I. Municipio de Catamayo.

Se debe indicar que en base a los permisos de construcción se ha calculado la tasa de crecimiento para conocer el incremento porcentual anual de la construcción.

La fórmula de cálculo de la tasa de crecimiento es la siguiente:

T= $\left(\frac{P1}{P0} * 100\right) - 100$

En donde:

T = Tasa de crecimiento de los permisos de construcción (59,52%)

P_1 = Permisos de construcción en el año actual (134)

P_0 = Permisos de construcción en el año pasado (84)

A continuación el cálculo de la tasa de crecimiento

$$T_{2007\ al\ 2008} = \left(\frac{134}{84} * 100\right) - 100$$

$T_{2007\ al\ 2008}$ = **59,52%**

En el siguiente cuadro se presentan los cálculos respectivos para los años posteriores:

CUADRO Nº. 2

PERMISOS DE CONSTRUCCIÓN OTORGADOS POR EL DPTO. DE PLANIFICACIÓN DEL I. MUNICIPIO DE CATAMAYO		
AÑOS	**Nº. PERMISOS**	**TASA CRECIMIENTO**
2007	84	
2008	134	59,52
2009	147	9,70
2010	190	29,25
2011	182	-4,21
Enero - Agosto 2012	127	
Fuente: Dpto. Planificación I. de Municipio Catamayo, Sep.2012		
Elaboración: La Autora		

Según se puede observar en el cuadro anterior del 2007 al 2008 existe un incremento en el número de permisos de construcción otorgados del 59,52%; del 2008 al 2009 se incrementa apenas el 9,70%; del 2009 al 2010 sube en 29,25%; mientras que del 2010 al 2011 disminuye en 4,21%, dato

que se lo considera como referencia para el 2012 por el último año y por considerar el comportamiento actual de la población.

Finalmente para determinar el número de encuestas a aplicar a los 127 permisos de construcción otorgados de Enero a Agosto del 2012, se le disminuye el 4,21% y se obtiene la muestra o encuestas a aplicar. Seguidamente el cálculo:

n = 127 * (-4,21%)

n = 122 Encuestas

El procesamiento de datos se realizará en la hoja de cálculo de Excel; mientras que el análisis e interpretación de resultados se lo presentará a través de cuadros porcentuales y gráficas ya sea de barras o de pastel.

Distribución Muestral

En función de los permisos de construcción concedidos se ubicará a los clientes en la localidad de Catamayo y se les aplicará la encuesta.

Cómo se van a cumplir los objetivos

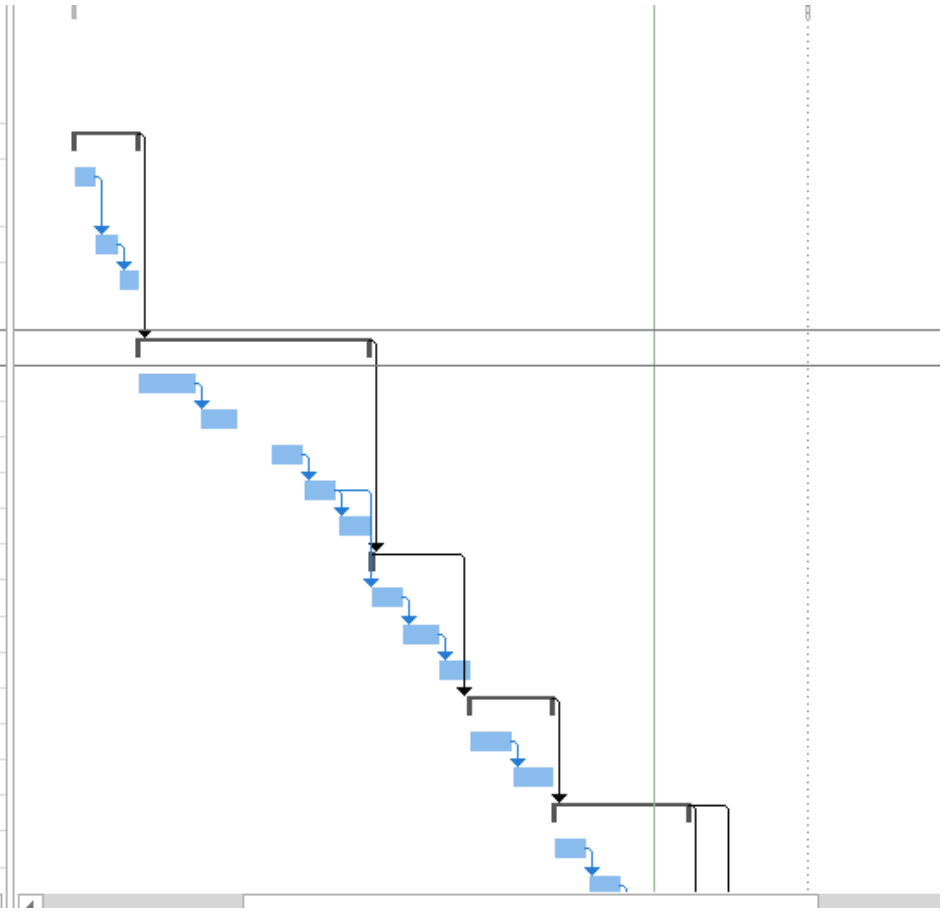
Los objetivos específicos se lograran de la siguiente manera:

1. Para analizar la demanda se diseñará y aplicará la encuesta de acuerdo a los resultados que se pretende lograr a los 122 usuarios que solicitaron el permiso de construcción. La oferta se conocerá mediante una entrevista realizada a los franquiciados Disensa en Catamayo.

2. Se realizará visitas de campo a la ciudad de Catamayo para la identificación estratégica de la localización, ingeniería del proyecto y puesta en marcha de la franquicia, con el respectivo nivel de inversión.
3. Se realizará una visita al Gerente General de Adfranec, (Operadora de la Franquicia) para el asesoramiento legal y administrativo de la franquicia.
4. Considerando los resultados del estudio de mercado, estudio técnico, se determinará el nivel de inversión requerido, y se analizará la posibilidad de buscar financiamiento. Complementariamente a ello se determinará los costos, gastos e ingresos.
5. En función de los resultados obtenidos en el levantamiento de información se conocerá el impacto que generará la ejecución del proyecto económica y financieramente.

7. CRONOGRAMA

PROYECTO DE INVERSIÓN PARA COMPRA DE LA FRANQUICIA DISENSA Y SU EJECUCIÓN EN LA CIUDAD DE CATAMAYO, DE LA PROVINCIA DE LOJA	**265 días**	**lun 01/10/12**	**vie 04/10/13**
REVISIÓN DE LITERATURA	**24 días**	**lun 01/10/12**	**jue 01/11/12**
Antecedentes Generales de la ciudad de Catamayo	8 días	lun 01/10/12	mié 10/10/12
Franquicia Disensa	8 días	jue 11/10/12	lun 22/10/12
Sistema constructivo en la ciudad de Catamayo	8 días	mar 23/10/12	jue 01/11/12
ESTUDIO DE MERCADO	**83 días**	**vie 02/11/12**	**mar 26/02/13**
Análisis de la Demanda	21 días	vie 02/11/12	vie 30/11/12
Demanda Real o Actual	15 días	lun 03/12/12	vie 21/12/12
Demanda Efectiva	12 días	mar 08/01/13	mié 23/01/13
Análisis de la Oferta	12 días	jue 24/01/13	vie 08/02/13
Plan de Comercialización	12 días	lun 11/02/13	mar 26/02/13
ESTUDIO TÉCNICO	**1 día**	**mié 27/02/13**	**mié 27/02/13**
Tamaño del proyecto	12 días	mié 27/02/13	jue 14/03/13
Localización del proyecto	12 días	vie 15/03/13	lun 01/04/13
Ingeniería del proyecto	12 días	mar 02/04/13	mié 17/04/13
ESTUDIO ADMINISTRATIVO	**30 días**	**jue 18/04/13**	**mié 29/05/13**
Constitución legal de la empresa	15 días	jue 18/04/13	mié 08/05/13
Organización Administrativa	15 días	jue 09/05/13	mié 29/05/13
ESTUDIO FINANCIERO	**48 días**	**jue 30/05/13**	**lun 05/08/13**
Inversiones	12 días	jue 30/05/13	vie 14/06/13
Financiamiento	12 días	lun 17/06/13	mar 02/07/13



8. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

PRESUPUESTO

A continuación se presentan los gastos en los que se incurrirá en equipos y materiales durante el desarrollo de la tesis.

CUADRO Nº. 3

EQUIPOS Y MATERIALES	COSTO
Equipo Portátil	$ 800,00
Disco duro externo	$ 150,00
Flash memory	$ 54,00
Papel boom	$ 21,00
Cartucho de tinta	$ 100,00
Perfiles	$ 10,00
Fotocopias	$ 25,00
Anillados	$ 20,00
Empastado	$ 60,00
Alquiler de filmadora	$ 60,00
Supervisión de la Investigación y movilización	$ 500,00
Suman	**$ 1.800,00**

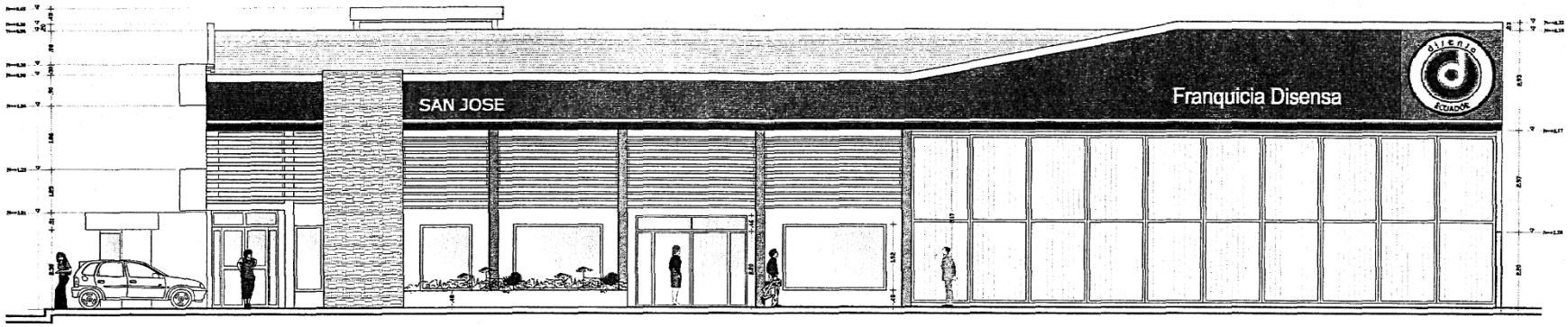
Fuente: Inv. Directa
Elaboración: La Autora

FINANCIAMIENTO

El desarrollo de la investigación será cubierta con recursos propios de la autora.

ANEXO N°. 34

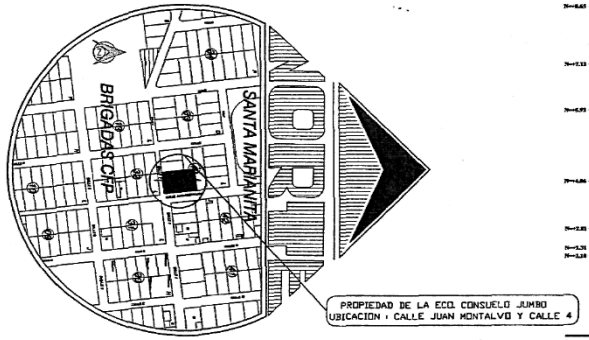
PLANOS ARQUITECTÓNICOS DE LA OBRA CIVIL



FACHADA FRONTAL

PROPUESTA

ESCALA 1-125



UBICACIÓN

ESCALA GRAFICA

FACHADA LATERAL IZQ.

PROPUESTA

ESCALA 1-125

PERSPECTIVA

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
COLUMNAS	Hormigón armado
VIGAS	Hormigón armado
LOSA	Hormigón Armado
PAREDES	Mampostería de ladrillo
ESCALERA	Hormigón armado, estructura metálica
PISOS	Cerámico, piso flotante, OSB
CUBIERTA	Estructuta metálica, galvalumen
REVESTIDO	Pulido liso
INSTALACIONES	Empotradas
VENTANAS	Aluminio y vidrio
PUERTAS	Madera, aluminio y vidrio
TABIQUERIA	Melamina, aluminio y vidrio
ACABADO	Pintado

CUADRO DE AREAS	
AREA TOTAL DEL TERRENO	1039,50 m2
PLANTA BAJA	
VIVIENDA	90,64m2
LOCAL DISENSA	275,50 m2
AREA ALMACENAMIENTO, AREA CARGA Y DESCARGA	478,43 m2
PLANTA ALTA	
VIVIENDA	82,30m2
LOCAL DISENSA	159,72 m2
AREA ALMACENAMIENTO	122,59 m2
TOTAL DE CONSTRUCCIÓN EXISTENTE	1209.18 m2

PROYECTO:

PROPUESTA FRANQUICIA DISENSA SAN JOSE
PARA LA ING. CONSUELO JUMBO

CONTIENE:
- FACHADA FRONTAL
- FACHAD ALATERAL IZQ.
- UBICACIÓN
- CUADRO DE AREAS
- ESPEC. TÉCNICAS

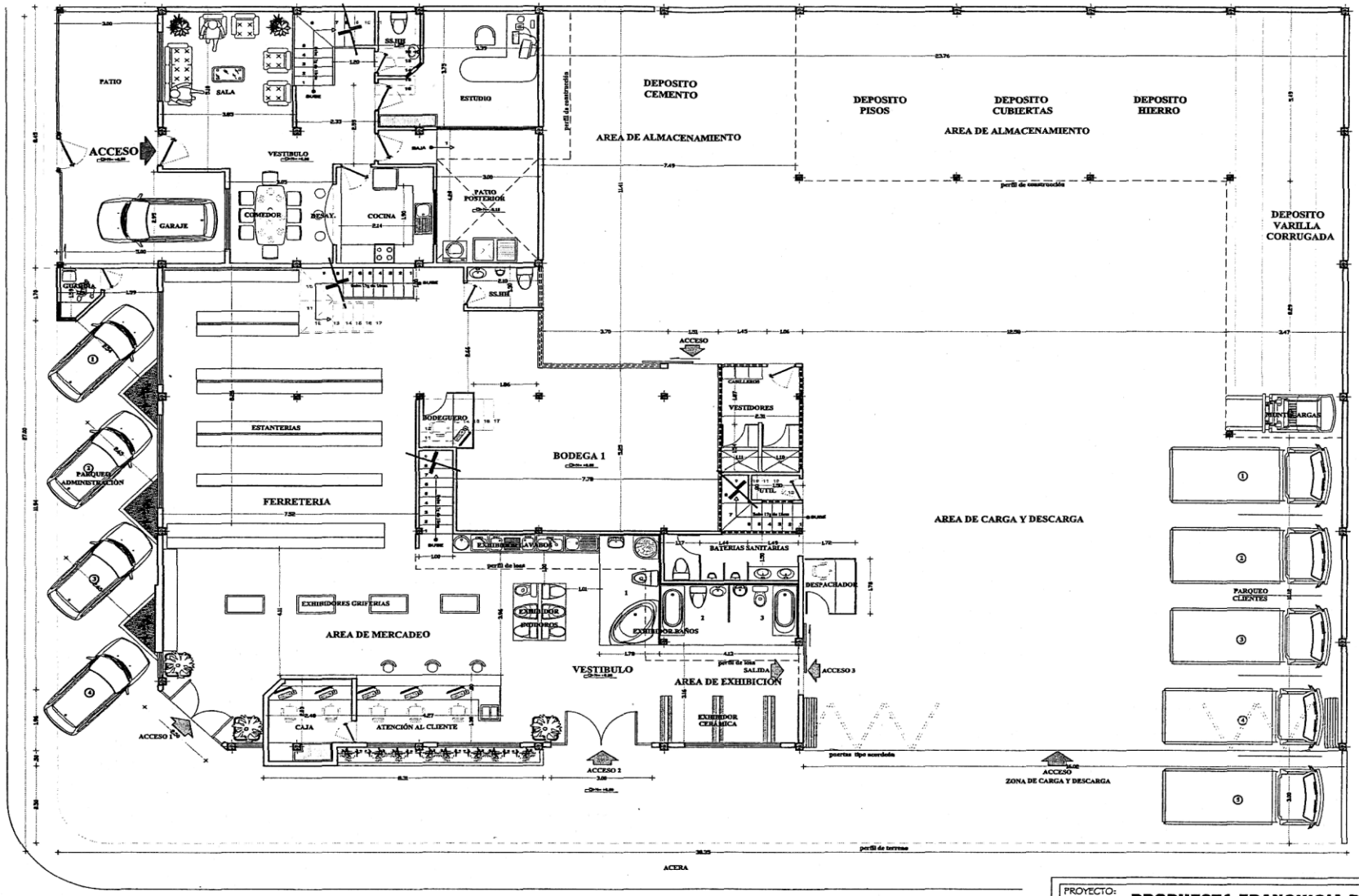
LUGAR: CATAMAYO - LOJA -ECUADOR

ESCALA: 1: 125

FECHA: AGOSTO 2013

LAMINA: 1 / 4

PROPIETARIO: ING. CONSUELO JUMBO

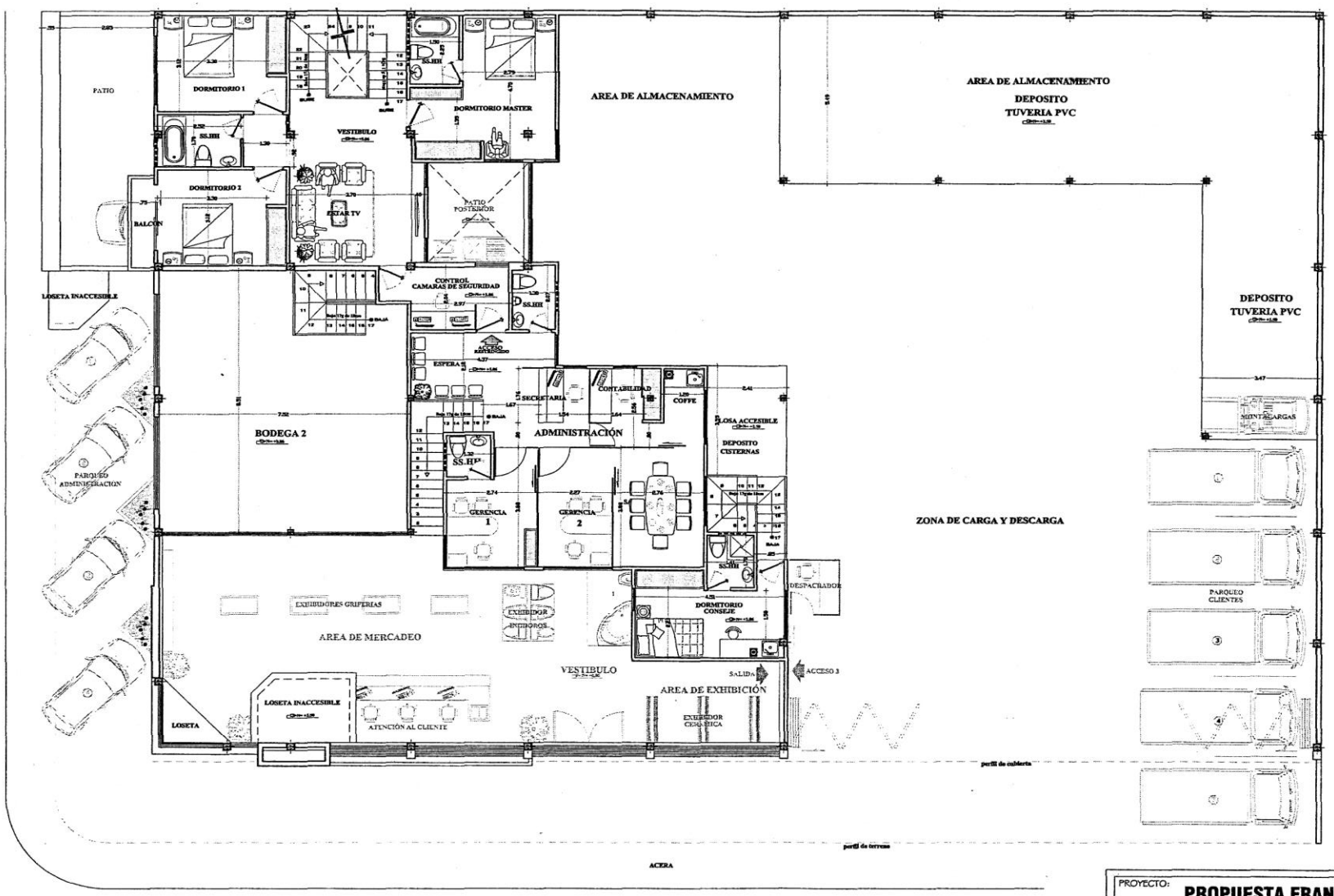


PROPUESTA

PLANTA BAJA

ESCALA 1-125

PROYECTO: **PROPUESTA FRANQUICIA DISENSA SAN JOSE PARA LA ING. CONSUELO JUMBO**		
CONTIENE: * PLANTA BAJA	LUGAR: CATAMAYO - LOJA -ECUADOR	ESCALA: 1: 125
	FECHA: AGOSTO 2013	LAMINA: **2 / 4**
	PROPIETARIO: ING. CONSUELO JUMBO	

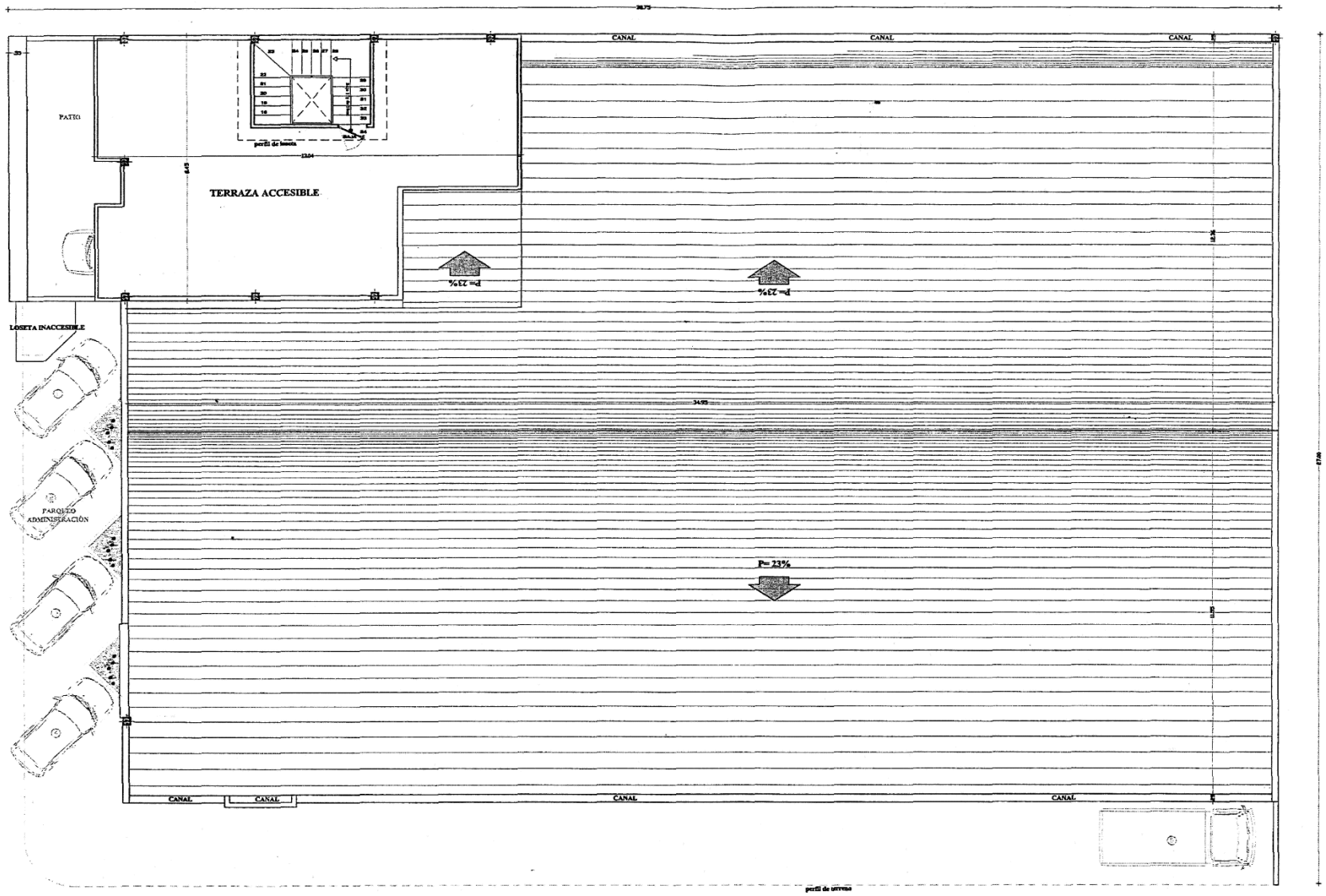


PROPUESTA

PLANTA ALTA

ESCALA 1:125

PROYECTO: **PROPUESTA FRANQUICIA DISENSA SAN JOSE PARA LA ING. CONSUELO JUMBO**		
CONTIENE: * PANTA ALTA	LUGAR: CATAMAYO - LOJA -ECUADOR	ESCALA: 1: 125
	FECHA: AGOSTO 2013	LAMINA: **3 / 4**
	PROPIETARIO: ING. CONSUELO JUMBO	



PLANTA DE CUBIERTAS

PROPUESTA

ESCALA 1:125

PROYECTO: **PROPUESTA FRANQUICIA DISENSA SAN JOSE PARA LA ING. CONSUELO JUMBO**		
CONTIENE: * PLANTA DE CUBIERTAS	LUGAR: CATAMAYO - LOJA -ECUADOR	ESCALA: 1 : 125
	FECHA: AGOSTO 2013	LAMINA: **4 / 4**
	PROPIETARIO: ING. CONSUELO JUMBO	

INDICE

PORTADA i
CERTIFICACIÓN ii
AUTORÍA iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS iv
DEDICATORIA v
AGRADECIMIENTO vi
1. TÍTULO 1
2. RESUMEN 2
ABSTRACT 6
3. INTRODUCCIÓN 9
4. REVISIÓN DE LITERATURA 15
4.1. FRANQUICIA DISENSA EN EL MUNDO 15
4.2. BURÓ DE LOS FRANQUICIADORES DE LA ASOCIACIÓN ECUATORIANA DE FRANQUICIAS 16
4.3. ENTREVISTA SOBRE FRANQUICIAS EN EL ECUADOR 25
4.4. NOTICIAS PUBLICADAS SOBRE DISENSA EN EL ECUADOR 30
4.4.1. DISENSA LLEGA A FÓRMULA UNO COMO SPONSOR DE EQUIPO: 30
4.4.2. LA FRANQUICIA DISENSA BRILLO POR SU EXHIBICIÓN: QUITO CONSTRUCCIÓN 2005 32
4.5. FRANQUICIA DISENSA EN EL ECUADOR 35
4.5.1. Generalidades. 35
4.5.2. Descripción de la franquicia. 38
4.5.2.1. Obligaciones del Franquiciador 41
4.5.2.2. Requisitos para ser franquiciado. 42
4.5.2.3. Beneficios que obtienen los franquiciados con el sistema de franquicia. 44
4.5.2.4. Preparación de carpeta para solicitud de aprobación 45
4.5.2.4.1. Personas Naturales: 45
4.5.2.4.2. Personas Jurídicas: 46
4.6. ANTECEDENTES GENERALES DEL CANTÓN CATAMAYO 47

4.6.1. PARROQUIAS URBANAS 49
4.6.2. PARROQUIAS RURALES 49
4.6.3. EL MERCADO DE LA CONSTRUCCION EN CATAMAYO 50
4.6.4. COMPETENCIA DE DISENSA EN CATAMAYO 51
5. MATERIALES Y MÉTODOS 53
5.1. MATERIALES 53
5.2. METODOLOGIA 53
6. RESULTADOS 59
6.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO 59
6.2. DEMANDA: 60
6.3. DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO OBJETIVO 60
6.4. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO 61
6.5. RESULTADO DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS USUARIOS/CLIENTES DEL MERCADO DE LA CONSTRUCCIÓN EN EL CANTÓN CATAMAYO. 61
7. DISCUSIÓN 80
7.1. ESTUDIO DE MERCADO 80
7.1.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA 80
7.1.1.1. PROMEDIO DE CONSUMO (Per. Cápita) 80
7.1.1.2. DEMANDA POTENCIAL: 82
7.1.1.3. DEMANDA EFECTIVA: 82
7.1.1.4. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA TOTAL DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN EL CANTÓN CATAMAYO 83
7.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA 85
7.2.1 RESULTADOS DE LA ENTREVIASTA APLICADA A LOS FRANQUICIADOS DISENSA EN EL CANTÓN CATAMAYO 87
7.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA 90
7.3.1 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA 90
7.4. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN 91
7.4.1. PRODUCTO 91
7.4.1.1. LA MARCA 92
7.4.1.1.1. INTEGRACIÓN DE LA MARCA 92
7.4.1.2. LOGOTIPO 93

7.4.1.3. COLORES CORPORATIVOS 93
7.4.1.4. ESTRATEGIAS DEL SERVICIO 94
7.4.2. PRECIO 95
7.4.2.1. ESTRATEGIAS DEL PRECIO 95
7.4.3. PLAZA 96
7.4.3.1. ESTRATEGIAS DE PLAZA 97
7.4.4. PROMOCIÓN 97
7.4.4.1. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN 97
7.4.5. PUBLICIDAD 101
7.4.5.1. PLAN DE PUBLICIDAD 102
7.4.5.2. PRESUPUESTO 104
7.5. ESTUDIO TÉCNICO 106
7.5.1. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO 106
7.5.1.1. CAPACIDAD INSTALADA 106
7.5.1.2. CAPACIDAD UTILIZADA.- 108
7.5.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO 109
7.5.2.1. FACTORES: 109
7.5.2.2. MACRO LOCALIZACIÓN 110
7.5.2.3. MICRO LOCALIZACIÓN 111
7.5.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO 112
7.5.3.1. PROCESO DE PRODUCCIÓN 112
7.5.3.2. REQUERIMIENTO DE LA DISENSA 117
7.5.3.3. CARACTERÍSTICAS DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO DE DISENSA 118
7.5.3.4. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA 120
7.6. ESTUDIO LEGAL Y ADLMINISTRATIVO DE LA DISENSA 121
7.6.1. ORGANIZACIÓN LEGAL 121
7.6.2. RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA 121
7.6.3. DOMICILIO 122
7.6.4. OBJETO SOCIAL 122
7.6.5. CAPITAL SOCIAL 122
7.6.6. TIEMPO DE DURACIÓN 122

7.6.7. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA 122
7.6.8. NIVELES JERÁRQUICOS DE AUTORIDAD 123
7.6.9 ORGANIGRAMAS 124
7.6.9.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL 124
7.6.9.2. ORGANIGRAMA FUNCIONAL 125
7.6.9.3. ORGANIGRAMA POSICIONAL 126
7.6.9.4. MANUAL DE FUNCIONES 127
7.7. ESTUDIO FINANCIERO 133
7.7.1. INVERSIONES 133
7.7.1.1. ACTIVOS FIJOS 134
7.7.1.2. ACTIVOS DIFERIDOS 144
7.7.1.3. OTROS ACTIVOS 145
7.7.1.4. CAPITAL DE TRABAJO 145
7.7.1.4.1. MATERIA PRIMA DIRECTA 146
7.7.1.4.2. MATERIA PRIMA INDIRECTA 148
7.7.1.4.3. PRESUPUESTO DE SERVICIOS BÁSICOS 149
7.7.1.4.4. SUMINISTROS DE OFICINA 150
7.7.1.4.5. ÚTILES DE ASEO 151
7.7.1.4.6. SUELDOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS: 152
7.7.1.4.7. COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES 153
7.7.1.4.8. PUBLICIDAD 154
7.7.2. FINANCIAMIENTO 156
7.7.2.1. AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO 156
7.7.3. PRESUPUESTOS PROYECTADOS 159
7.7.3.1. PRESUPUESTO DE COSTOS 159
7.7.3.2. CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS 160
7.7.3.2.1. COSTOS FIJOS: 160
7.7.3.2.2. COSTOS VARIABLES: 160
7.7.3.3. PRESUPUESTO DE INGRESOS 162
7.7.3.4. PUNTO DE EQUILIBRIO 164
7.7.3.5. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS 167

7.8. EVALUACIÓN FINANCIERA 168
7.8.1. FLUJO DE CAJA 169
7.8.2. VALOR ACTUAL NETO 170
7.8.3. TASA INTERNA DE RETORNO 171
7.8.4. RELACIÓN BENEFICIO COSTO 172
7.8.5. PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL 173
7.8.6. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD 175
7.8.7. ESCENARIOS DE ANÁLISIS 176
7.8.7.1. ESCENARIO CON FINANCIAMIENTO 176
7.8.7.2. ESCENARIO SIN FINANCIAMIENTO 178
8. CONCLUSIONES 181
9. RECOMENDACIONES 184
10. BIBLIOGRAFÍA 185
11. ANEXOS 186
INDICE 264