



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE BANCA Y FINANZAS

**“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN
MICROMERCADO EN LA PARROQUIA SAN JOSÉ DEL CANTÓN
CATAMAYO DE LA PROVINCIA DE LOJA”**

TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERÍA EN BANCA Y
FINANZAS.

AUTORA:

Mónica Alexandra Guarnizo Japón

DIRECTOR:

ING. COM. Sergio Leonardo Pardo Quezada MAE.

**LOJA-ECUADOR
2014**

CERTIFICACIÓN

INGENIERO COMERCIAL SERGIO LEONARDO PARDO QUEZADA
MAE., DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA DEL
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA CARRERA DE
BANCA Y FINANZAS Y DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICO:

El trabajo de tesis titulado “**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN MICROMERCADO EN LA PARROQUIA SAN JOSÉ DEL CANTÓN CATAMAYO DE LA PROVINCIA DE LOJA**”, realizado por la Srta. **Mónica Alexandra Guarnizo Japón**, previo a optar el Grado de Ingeniera en Banca y Finanzas, ha sido revisado tanto en su forma como en su estructura, por lo que autorizo la presentación y defensa ante el Honorable Tribunal de Grado.

Loja, abril 2014



ING. COM. Sergio Leonardo Pardo Quezada MAE.
DIRECTOR DE TESIS



Proyecto de inversión para la implementación de un micromercado en la
Parroquia San José del Cantón Catamayo de la Provincia de Loja

AUTORIA

Yo, **MÓNICA ALEXANDRA GUARNIZO JAPÓN**, 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: Mónica Alexandra Guarnizo Japón

Firma:

Cédula: 1104615248

Fecha: Loja, abril de 2014



Proyecto de inversión para la implementación de un micromercado en la Parroquia San José del Cantón Catamayo de la Provincia de Loja

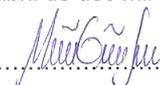
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE TEXTO COMPLETO.

Yo, **MÓNICA ALEXANDRA GUARNIZO JAPÓN**, declaro ser autora de la tesis titulada: **“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN MICROMERCADO EN LA PARROQUIA SAN JOSÉ DEL CANTÓN CATAMAYO DE LA PROVINCIA DE LOJA”**, como requisito para optar al grado de: **INGENIERÍA EN BANCA Y FINANZAS**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la viabilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los ocho días del mes de abril de dos mil catorce.

Firma: 

Autora: Mónica Alexandra Guarnizo Japón

Cédula: 1104615248

Dirección: Catamayo, Calle sucre y 12 de octubre

Teléfono: 2676707; **Celular:** 0993908194

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: ING. COM. Sergio Leonardo Pardo Quezada MAE.

Tribunal de Grado:

ECON. Guadalupe Macas Sánchez MG SC.

LIC. Yolanda González Vilela MAE.

ING. Mery Cuenca Jiménez MG. SC.

Presidenta del Tribunal

Miembro del Tribunal

Miembro del Tribunal



DEDICATORIA

Quiero dedicar este proyecto de tesis primeramente a Dios y la Virgencita por ser el guía en mi camino y por llenarme de muchas bendiciones.

A mi madre, por ser el ejemplo a seguir y por enseñarme que para alcanzar las metas se debe luchar con mucho esfuerzo y honestidad.

Mónica Alexandra



AGRADECIMIENTO

A Dios y la Virgencita por bendecirme con la familia que tengo, a mi madre por su apoyo incondicional a lo largo de mi carrera universitaria.

Al selecto grupo de profesores que integran la Universidad Nacional de Loja en especial a los docentes de la carrera de Banca y Finanzas, por saber impartir sus sabios conocimientos, los cuales han sido de ayuda para alcanzar mi meta profesional.

La Autora



Proyecto de inversión para la implementación de un micromercado en la
Parroquia San José del Cantón Catamayo de la Provincia de Loja

a. TÍTULO

**“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN
MICROMERCADO EN LA PARROQUIA SAN JOSÉ DEL CANTÓN
CATAMAYO DE LA PROVINCIA DE LOJA”**



b. RESUMEN

El trabajo de tesis se basa en el objetivo general que se denomina “PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN MICROMERCADO EN LA PARROQUIA SAN JOSÉ DEL CANTÓN CATAMAYO DE LA PROVINCIA DE LOJA”, cuyo enfoque está fundamentado principalmente en la importancia que tienen los emprendimientos en la economía de un país, entendiendo como tal la capacidad de una persona al momento de crear una empresa, con la finalidad de no solo aumentar la participación en el mercado sino de obtener independencia económica a través de un servicio o producto ofrecido para satisfacer una necesidad.

El primer objetivo específico es “EFECTUAR UN ESTUDIO DE MERCADO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN MICROMERCADO EN LA PARROQUIA SAN JOSÉ DEL CANTÓN CATAMAYO DE LA PROVINCIA DE LOJA”, que ayudo a determinar la oferta y la demanda mediante resultados de las encuestas y la utilización de cálculos matemáticos como estadísticos con la finalidad de conocer el mercado principal, además se diseñaron estrategias de marketing que faciliten no solo conseguir nuevos clientes sino la fidelidad de los mismos.

El segundo objetivo específico es “REALIZAR UN ESTUDIO TÉCNICO



Proyecto de inversión para la implementación de un micromercado en la Parroquia San José del Cantón Catamayo de la Provincia de Loja

PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN MICROMERCADO EN LA PARROQUIA SAN JOSÉ DEL CANTÓN CATAMAYO DE LA PROVINCIA DE LOJA”, donde se identificó la macrolocalización y microlocalización del proyecto mediante el cuadro de ponderación por puntos con el propósito de conocer el lugar más atractivo donde se constituirá el micromercado.

El tercer objetivo específico es “DEMOSTRAR LA PROBABILIDAD ADMINISTRATIVA Y LEGAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN MICROMERCADO EN LA PARROQUIA SAN JOSÉ DEL CANTÓN CATAMAYO DE LA PROVINCIA DE LOJA”, el mismo que sirvió para conocer toda la tramitología que exigen las leyes de la República del Ecuador para su debida constitución; los organigramas con los que el micromercado estará representado y el manual de funciones para el eficiente desempeño de cada empleado.

El cuarto objetivo específico es “ESTABLECER UN ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN MICROMERCADO EN LA PARROQUIA SAN JOSÉ DEL CANTÓN CATAMAYO DE LA PROVINCIA DE LOJA”, mediante el cual se determinó la inversión inicial de \$52.672,35, en donde el 76% de esta inversión será financiada por la Corporación Financiera Nacional, también se comprobó la aceptabilidad del proyecto mediante el Valor Actual Neto de \$81.552,08, una Relación Beneficio Costo de \$1,15 en donde la



Proyecto de inversión para la implementación de un micromercado en la Parroquia San José del Cantón Catamayo de la Provincia de Loja

empresa tendrá quince centavos para hacer frente a las obligaciones con terceros, una Tasa Interna de Retorno de 58,82% , una recuperación de la inversión de 1 años, 10 meses y 7 días, además este proyecto es sensible a los incrementos de costos y disminución de ingresos.

El quinto objetivo específico es “PROPONER CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES”, las mismas que se establecieron en base a los objetivos propuestos en este proyecto con la finalidad de brindar a los lectores una mejor orientación, cumpliendo así con el proceso lógico de seguimiento de investigación

La metodología utilizada para el desarrollo de cada elemento, se la realizo conservando la lógica de la propuesta a seguir, en donde se destacan algunos métodos como el científico sirviendo como estrategia de estudio valiéndose de métodos como: inductivo, deductivo, analítico-sintético, matemático y estadístico, además se utilizó técnicas de investigación pertinentes para el desarrollo de este trabajo.

Con los resultados obtenidos en las etapas del proyecto se conoce la factibilidad de la implementación del micromercado en la Parroquia San José y se recomienda aprovechar este mercado puesto que su viabilidad contribuirá al desarrollo económico y comercial de esta Parroquia.



SUMMARY

The thesis is based on the overall objective is called " INVESTMENT PROJECT FOR IMPLEMENTATION OF A micromarket PARISH SAN JOSE DEL CANTON CATAMAYO PROVINCE Loja " whose approach is mainly based on the importance of entrepreneurship in the economy of a country, meaning the ability of a person when creating a company , in order to not only increase market share but to gain economic independence through a service or product offered to meet a need .

The first specific objective is " MAKE A MARKET STUDY FOR THE IMPLEMENTATION OF A PARISH micromarket CANTON SAN JOSÉ DE LA CATAMAYO Loja province ," which helped to determine the supply and demand through survey results and the use of mathematical and statistical calculations in order to meet the main market, and marketing strategies that facilitate not only get new customers but the fidelity of these were designed.

The second specific objective is " MAKE A TECHNICAL STUDY FOR THE IMPLEMENTATION OF A micromarket PARISH SAN JOSE DEL CANTON CATAMAYO PROVINCE Loja "where macrolocalización and microlocalization project was identified by the box weighting points in order to find the most attractive place where he will be the I micromarket .



Proyecto de inversión para la implementación de un micromercado en la Parroquia San José del Cantón Catamayo de la Provincia de Loja

The third specific objective is " CHANCE TO PROVE THE ADMINISTRATIVE AND LEGAL FOR THE IMPLEMENTATION OF A PARISH micromarket CANTON SAN JOSÉ DE LA CATAMAYO Loja province ," which served the same for all the red tape required by the laws of the Republic of Ecuador for its proper constitution , organization charts with the micromarket be represented and manual functions for the efficient performance of each employee.

The fourth specific objective is " ESTABLISH A FINANCIAL ECONOMIC STUDY FOR THE IMPLEMENTATION OF A PARISH micromarket CANTON SAN JOSÉ DE LA CATAMAYO Loja Province " , by which the initial investment of \$ 52,672.35 was determined , where 76 % this investment will be funded by the National Finance Corporation , the acceptability of the project is also checked by the net present value of \$ 81,552.08 , a Relationship Benefit Cost \$ 1.15 in which the company has fifteen cents to meet the obligations with third parties, an Internal Rate of Return of 58.82 % , investment recovery 1 year , 10 months and 7 days, this project is also sensitive to increased costs and decreased revenue.

The fifth specific objective is " PROPOSE CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS " , the same as the objectives were established on the basis proposed in this project in order to give readers a better orientation, thus fulfilling the logical follow-up research process



Proyecto de inversión para la implementación de un micromercado en la Parroquia San José del Cantón Catamayo de la Provincia de Loja

The methodology used for the development of each element is performed preserving the logic of the proposal to follow, which highlights some methods as serving as the scientific study strategy using methods such as inductive, deductive , analytic-synthetic , mathematician and statistical further research techniques relevant to the development of this work was used.

With the results of the stages of the project the feasibility of implementing the micro market at St Joseph is known and recommended to tap this market since its viability contribute to the economic and commercial development of this Parish .



c. INTRODUCCIÓN

Un proyecto de inversión es importante porque permite buscar una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, a través de una adecuada asignación de los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad pudiendo ser a corto, mediano y largo plazo.

El trabajo de tesis “PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN MICROMERCADO EN LA PARROQUIA SAN JOSÉ DEL CANTÓN CATAMAYO DE LA PROVINCIA DE LOJA”, ofrece un aporte apreciable en el tema de emprendimiento demostrando de qué manera se lo ha llevado a la práctica empresarial, sirviendo como guía para el inversionista para conocer sobre la viabilidad y rentabilidad del proyecto, además brindara una contribución significativo en la Parroquia y su comunidad en general dejando en evidencia las buenas oportunidades de inversión que esta posee, favoreciendo su economía para que esta ya no dependa de la carpintería, del tejar, sino también de la potenciación del comercio.

Según el artículo 151 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, Capítulo VI, aduce que la estructura del informe final de tesis contendrá: **TÍTULO** denominado “PROYECTO DE



Proyecto de inversión para la implementación de un micromercado en la Parroquia San José del Cantón Catamayo de la Provincia de Loja

INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN MICROMERCADO EN LA PARROQUIA SAN JOSÉ DEL CANTÓN CATAMAYO DE LA PROVINCIA DE LOJA”; **RESUMEN** en español y su traducción en inglés; **INTRODUCCIÓN** se detalla la importancia, el aporte y la estructura; **REVISIÓN DE LITERATURA** demuestra los temas de mayor relevancia en donde también se explica cada una de las cuatro etapas que se han utilizado para mejor entendimiento del tema; **MATERIALES Y MÉTODOS** que se consideraron como factor clave para el desarrollo de este trabajo; **RESULTADOS** que se obtuvo de las encuestas para conocer la viabilidad y rentabilidad del proyecto mediante los estudios: mercado, técnico, administrativo legal y económico financiero; **DISCUSIÓN** que comprende el análisis y comparación de resultados en base al trabajo realizado; **CONCLUSIONES** en las que resaltan lo más relevante de este proceso investigativo y así dar las respectivas; **RECOMENDACIONES** para contrarrestar falencias; **BIBLIOGRAFÍA** se recalcan fuentes de información muy necesaria para la revisión de literatura; **ANEXOS** se destaca las evidencias de este trabajo.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

EMPRESA

“Una empresa es una organización, institución o industria, dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales, para satisfacer las necesidades de bienes y/o servicios de los demandantes, a la par de asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial así como sus necesarias inversiones.

Clasificación

Industriales: La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación de la materia o extracción de materias primas.

Comerciales: Son intermediarias entre productor y consumidor; su función primordial es la compra/venta de productos terminados. Pueden clasificarse en:

- Mayoristas: Venden a gran escala o a grandes rasgos.
- Minoristas (detallistas): Venden al por menor.
- Comisionistas: Venden de lo que no es suyo, dan a consignación

- Servicio. Brindan servicio a la comunidad que a su vez se clasifican en: Transporte, Instituciones financieras, Educación, Salud, etc.

Según la forma jurídica

Empresas individuales: si sólo pertenece a una persona. Esta puede responder frente a terceros con todos sus bienes. Es la forma más sencilla de establecer un negocio y suelen ser empresas pequeñas o de carácter familiar.

Empresas societarias o sociedades: constituidas por varias personas. Dentro de esta clasificación están: la sociedad anónima, la sociedad colectiva, la sociedad comanditaria, la sociedad de responsabilidad limitada y la sociedad por acciones simplificada SAS.

Según su tamaño

No hay unanimidad entre los economistas a la hora de establecer qué es una empresa grande o pequeña, puesto que no existe un criterio único para medir el tamaño de la empresa. Los principales indicadores son: el volumen de ventas, el capital propio, número de trabajadores, beneficios, etc. Este criterio delimita la magnitud de las empresas:

- **Micro empresa:** Si posee 10 o menos trabajadores.
- **Pequeña empresa:** Si tiene un número entre 11 y 49 trabajadores.
- **Mediana empresa:** Si tiene un número entre 50 y 250 trabajadores.
- **Gran empresa:** Si posee entre 250 y 1000 trabajadores.

Según su ámbito de actuación

En función del ámbito geográfico en el que las empresas realizan su actividad, se pueden distinguir:

- **Empresas Transnacionales:** Son las que no solo están establecidas en su país de origen, sino que también se constituyen en otros países, para realizar sus actividades mercantiles no sólo de venta y compra, sino de producción en los países donde se han establecido.
- **Empresas multinacionales:** o empresas internacionales, son aquellas que actúan en varios países.
- **Empresas nacionales:** Son aquellas empresas en las que actúan dentro de un solo país.

- **Empresas locales:** son aquellas que venden sus productos o servicios dentro de una localidad determinada.”¹

MERCADO

“Se entiende como mercado, al área en que confluyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”.²

“En algunos mercados los compradores y vendedores se encuentran frente a frente, pero la proximidad física no es un requisito imprescindible para conformar un mercado. Al analizar los mercados es frecuente establecer la siguiente tipología:

- **Mercados Libres:** Sometidos al libre juego de las fuerzas de la oferta y de la demanda.
- **Mercados Trasparentes:** Son aquellos mercados en donde hay un solo punto de equilibrio.
- **Mercados Intervenidos:** Cuando las autoridades económicas fijan los precios.”³

¹ Wikipedia. (2011). Empresa: Clases. Reparado de (<http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>)

²Baca Urbina, G. A. (1º Ed). (2005). Evaluación de Proyectos: Mercado. Cuenca EC: Publiban.

³Mochon F. (2º Ed). (2007). Principios de Economía: Clases de mercados. Guayaquil EC: Publicidades cia.

LA ADMINISTRACIÓN

“Es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos o metas de la organización de manera eficiente y eficaz. Esta definición se subdivide en cinco partes fundamentales que se explican a continuación:

- **Planificación:** Consiste básicamente en elegir y fijar las misiones y objetivos de la organización. Después, determinar las políticas, proyectos, programas, procedimientos, métodos, presupuestos, normas y estrategias necesarias para alcanzarlos, incluyendo además la toma de decisiones al tener que escoger entre diversos cursos de acción futuros
- **Organización:** Consiste en determinar qué tareas hay que hacer, quién las hace, cómo se agrupan, quién rinde cuentas a quién y dónde se toman las decisiones.
- **Dirección:** Es el hecho de influir en los individuos para que contribuyan a favor del cumplimiento de las metas organizacionales y grupales; por lo tanto, tiene que ver fundamentalmente con el aspecto interpersonal de la administración.

- **Control:** Consiste en medir y corregir el desempeño individual y organizacional para garantizar que los hechos se apeguen a los planes. Implica la medición del desempeño con base en metas y planes, la detección de desviaciones respecto de las normas y la contribución a la corrección de éstas.

PROYECTO DE INVERSIÓN

“Es una propuesta de acción que, a partir de la utilización de los recursos disponibles, considera posible obtener ganancias. Estos beneficios, que no son seguros, pueden ser conseguidos a corto, mediano o largo plazo.

Todo proyecto de inversión incluye la recolección y la evaluación de los factores que influyen de manera directa en la oferta y demanda de un producto. Esto se denomina estudio de mercado y determina a qué segmento del mercado se enfocará el proyecto y la cantidad de producto que se espera comercializar.

El proyecto de inversión, en definitiva, es un plan al que se le asigna capital e insumos materiales, humanos y técnicos. Su objetivo es generar un rendimiento económico a un determinado plazo. Para esto, será necesario inmovilizar recursos a largo plazo. Las etapas del proyecto de inversión implican la identificación de una idea, un estudio de mercado, la

decisión de invertir, la administración de la inversión y la evaluación de los resultados.

Alcances de la identificación, formulación y evaluación de proyectos

La identificación, formulación y evaluación de proyectos se ha transformado en un instrumento de uso prioritario entre los agentes económicos que participan en cualquiera de las etapas de la asignación de recursos para implementar iniciativas de inversión, así:

Identificación: Es establecer un problema que se presenta en un determinado sector, cuál es la causa que lo origine e intentar resolverlo con probabilidades de éxito. Detectada la causa, surgen alternativas para corregirla: los proyectos. La identificación de proyectos no surge de ninguna técnica en particular, es un proceso que combina imaginación, información y sentido común.

Formulación: Es el conjunto de actividades orientadas a levantar y procesar información sobre los diferentes aspectos que tengan relación con un proyecto, para luego producir un documento donde se plasme de manera sistemática, sus principales características, definiendo clara y coherentemente sus objetivos en relación con la generación de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de una comunidad.

Evaluación: Se basa en la definición de criterios para diseñar procesos de elegibilidad que garantizan la selección de alternativas viables tanto técnica como financieramente, lo cual permite agilizar la toma de decisiones sobre la asignación de recursos. La evaluación de proyectos se encarga de construir toda la metodología necesaria para reducir al máximo cualquier posibilidad de pérdida financiera y contar con una base científica que sustente las inversiones realizadas. Dicha metodología incluye diversos estudios tales como análisis de la demanda, de la oferta, del mercado, etc. y se usan diversas herramientas matemáticas para realizar los pronósticos necesarios, los cuales se basan en técnicas estadísticas entre las que se consideran las series de tiempo, la regresión lineal, el análisis por mínimos cuadrados, etc.

Ejecución: Cuando se toma la decisión de llevar a cabo un proyecto, se debe diseñar un plan de ejecución, donde se contemplen las actividades a desarrollar, con indicación de los respectivos momentos de realización. Ejecutado de manera eficiente, pues todas las acciones y sus resultados están previstas desde la formulación del proyecto, y las desviaciones pueden analizarse.

Evaluación de resultados: Establecer el cumplimiento de los objetivos propuestos al llevarlo a cabo, los cuales deben estar relacionados con la solución del problema planteado en su etapa de identificación.

Tipos de proyectos

Se presentan numerosos proyectos, clasificados en dos grandes áreas: según la finalidad de la inversión o según la finalidad del estudio, así:

Productivos: los que utilizan recursos para producir bienes orientados al consumo intermedio o final (proyectos de producción agrícola, ganadera, forestal, etc.)

De infraestructura económica: los que generan obras que facilitan el desarrollo de futuras actividades (camino, diques, electrificación, canales de riego y telefonía, etc.)

De infraestructura social: los que se dirigen a solucionar limitantes que afectan el rendimiento de la mano de obra, tales como deficiencias en educación, salud, provisión de agua potable y para riego, telefonía, etc.

De regulación y fortalecimiento de mercados: son proyectos que apuntan a clarificar y normalizar las reglas de juego de los mercados, o a fortalecer el marco jurídico donde se desenvuelven las actividades productivas.

De apoyo de base: Aquellos dirigidos a apoyar a los proyectos de las

tipologías anteriores. Son proyectos de asistencia, por ejemplo, de capacitación y asistencia.

Finalidades de un proyecto

Un proyecto de inversión tiene como objetivo aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de «ejecutar algo», hasta el término o puesta en operación normal. Un proyecto de inversión puede ser de carácter privado, público o social.

Proyecto de inversión privado: Es realizado por un empresario particular para satisfacer sus objetivos. Los beneficios que él espera del proyecto son los resultados del valor de la venta de los productos (bienes o servicios) que generará el proyecto.

Proyecto de inversión público o social: Busca cumplir con objetivos sociales a través de metas gubernamentales o alternativas, empleadas por programas de apoyo. Los términos evaluativos estarán referidos al término de las metas, bajo criterios de tiempo o alcances poblacionales. Además determinara las alternativas de solución.”⁴

⁴ Burneo M.; Zarate J.; Riofrío N. (2012). El emprendimiento y la gestión de proyectos en las decisiones de inversiones: Proyectos de inversión. Loja EC, UNL.205 p.

ETAPAS DEL PROYECTO DE INVERSIÓN

PRIMERA ETAPA: ESTUDIO DE MERCADO

“Todo estudio de mercado plantea una serie de interrogantes sobre aspectos básicos como son: ¿cuáles son sus objetivos?, ¿qué métodos utilizar?, ¿qué es el análisis de la oferta y la demanda?, ¿cuáles son los métodos de proyección de la oferta y demanda?, ¿cómo determinar el precio de un servicio?, ¿cómo presentar un estudio de mercado? . A éstas y otras interrogantes se les da respuesta en este capítulo enfocado al estudio de mercado en el micro, pequeña y mediana empresa. Es por ello que este estudio se lleva a cabo las transacciones económicas, es decir, es el lugar donde concurren demandantes y ofertantes.

Objetivo del estudio de mercado

Un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo. Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los

interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. Finalmente, el estudio de mercado nos dará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.”⁵

Segmentación del mercado

“La segmentación de mercado es el proceso de dividir, como su palabra lo dice de segmentar un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes.

Características de los segmentos de mercado:

- **Mensurabilidad:** que pueden medir el poder adquisitivo, la cantidad de personas, y el perfil de los que componen cada segmento.

- **Accesibilidad:** debemos tener en cuenta una porción del mercado que se pueda atender y alcanzar de manera eficaz.

- **Sustancialidad:** los segmentos del mercado deberán ser bastantes grandes y rentables.

⁵ Emagister. (2008). Proyectos de inversión: Estudio de mercado. Recuperado de (<http://www.emagister.com/curso-proyectos-inversion/estudio-mercado>)

- **Accionamiento:** se deberá diseñar programas efectivos para atraer a dichos consumidores.

Tipos de segmentación

- **Geográfica:** Son las características básicas de las regiones, Estados, ciudades, distritos y pueblos.
- **Demográfica:** Estudio de las características de la población tales como: edad, sexo, educación, ingresos, etc.
- **Psicográfica:** Se divide según la clase social, el estilo de la vida, la personalidad y los gustos.
- **Conductual:** Muchos productos se pueden vender a determinadas personas de acuerdo a su conducta como: beneficios pretendidos, lealtad a la marca y actitud ante el producto”⁶

Formula del tamaño muestral

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{N \times e^2 + Z^2 \times p \times q}$$

⁶ Wikipedia. (2011). Segmentación de mercado: Tipos de segmentación. Recuperado de (http://es.wikipedia.org/wiki/Segmentaci%C3%B3n_de_mercado)

Z= Nivel de confianza: 1,96

p= Probabilidad a favor: 0,5

q= Probabilidad en contra: 0,5

e= Margen de error: 0,05

N= Universo proyectado: habitantes

n=?

Análisis de la demanda

“La demanda se define como la cantidad que están dispuestos a comprar los consumidores de un determinado producto o servicios, considerando un precio y en un determinado periodo. La finalidad de estudio de mercado es probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades que dadas ciertas condiciones presenta una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción de bienes o servicios.

Formula de la población futura

$$D = P(1 + i)^n$$

P= Población

i= Tasa de crecimiento poblacional

n= Tiempo proyectado

Tipos de demanda

Uno de los factores decisivos para el éxito de nuestro proyecto, es que nuestro producto o servicio tenga mercado, por tal motivo es importante encontrar una demanda insatisfecha y potencia, porque la primera te va a permitir ingresar al mercado y la segunda crecer.

A la demanda se le debe considerar desde varios puntos de vista como:

Demanda Potencial: Es el total de la población que no tienen inconvenientes al momento de adquirir o comprar productos y/o servicios.

Demanda Real: Es la demanda en la cual el público ha logrado acceder al producto y/o servicio y además está satisfecho con él.

Demanda Efectiva: Es la demanda real, es decir la cantidad que realmente compra las personas de un producto y/o servicios.

Demanda Insatisfecha: Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él, convirtiéndose en la población dispuesta a ocupar nuestros clientes.”⁷

⁷ Emagister. (2008). Proyectos de inversión: Estudio de mercado. Recuperado de (<http://www.emagister.com/curso-proyectos-inversion/estudio-mercado>)

Análisis de la oferta

“Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. Este estudio consiste en conocer los volúmenes de venta de un determinado producto o servicio, así como saber, el mayor número de características de las empresas que los generan.

Clasificación:

- **Oferta de mercado libre:** Exige gran número de compradores y vendedores, de tal manera que la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio al consumidor.

- **Oferta oligopólica:** Se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por sólo unos cuantos productores, ellos determinan la oferta, los precios y normalmente tienen acaparada una gran cantidad de materia prima para su industria, es muy difícil tratar de penetrar el mercado dominado por estos pocos productores.

- **Oferta monopólica:** Es aquella en la que existe un solo productor del bien o servicio y, por tal motivo, domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad.

Factores que afectan la cantidad de producción en un mercado, son:

- Número de oferentes.
- Ubicación geográfica.
- Volúmenes ofertados.
- Capacidad utilizada.
- Disponibilidad de materias primas.
- Tecnología disponible y utilizada en los procesos de producción.

Factores que afectan la oferta:

- Tipo de competidores.
- Fenómenos climatológicos.
- Cambios económicos.
- Modificaciones institucionales.
- Capacidad de los oferentes.
- Manera en que entraron al mercado los diversos oferentes.”⁸

Estrategias del Mercado

“Son estrategias que se aplican en el sector empresarial con la finalidad de fortalecer a la empresa dentro del mercado.

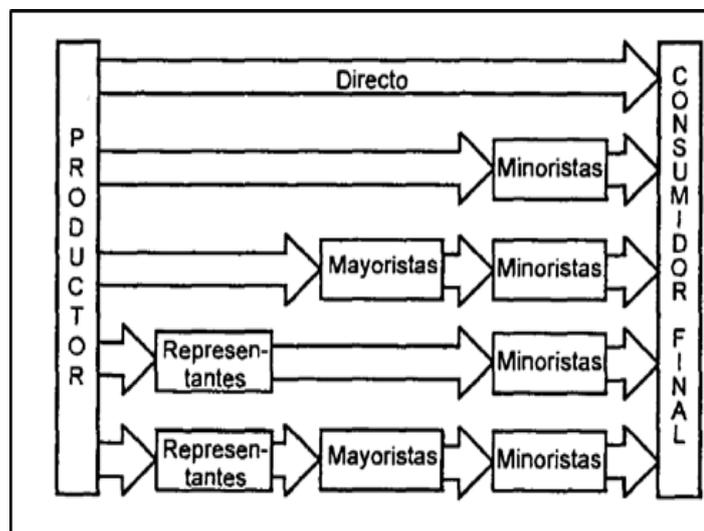
⁸ Burneo M.; zarate J.; Riofrío N. (2012). El emprendimiento y la gestión de proyectos en las decisiones de inversiones: Proyectos de inversión. Loja EC, UNL. 205 p.

Producto: El producto es un elemento fundamental para el estudio de mercado debido a que es un bien el cual la empresa pretende vender, además hace una relación entre las características del producto y las del consumidor.

Precio: El precio es un elemento importante dentro del mercadeo, es la estrategia que ayuda cumplir con los objetivos de la empresa y se la considera como política interna o precio final que den los distribuidores.

Plaza: Relaciona la producción con el consumo. Su misión es de poner el producto a disposición del mercado, en forma tal que se facilite y estimule la adquisición por parte de consumidor. El camino que sigue el producto a través de los intermediarios desde el productor hasta el consumidor se denomina canal de distribución.

Gráfico N°01



Promoción: Es un elemento básico dentro del marketing, para llegar a nuestros clientes, poder persuadir y recordar al mercado de nuestros servicios. En donde se podría sustituir promoción por comunicación demostrando los beneficios que permite el producto y persuadir así al mercado objetivo.

Publicidad: Difusión de información impersonal a través de medios de comunicación de masas y otros soportes publicitarios, remuneradas mediante anuncios pagados cuyo mensaje es controlado por el anunciante”⁹

SEGUNDA ETAPA: ESTUDIO TÉCNICO

“Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas.

Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita.

⁹ Rodríguez Páez F. E. (Ed) (2008). Gran Enciclopedia Estudiantil Zamora. Zamora Chinchipe: Zamora Editores Ltda.

Componentes del estudio técnico

Tamaño del proyecto

El tamaño es definido como la capacidad de producción de bienes y servicios medidos en un periodo de tiempo definido y ofrecidos en el mercado.

- **Capacidad Instalada:** En si esta capacidad se refiere (los recursos como maquinarias, equipos, tecnología, personal, etc.) con que contamos como empresa.

$$ci = Po \times \%$$

- **Capacidad Utilizada:** Fracción de capacidad instalada que se está empleando o lo que realmente utilizaremos de nuestros recursos en la producción de los bienes o servicios proyectados.

$$ci = Po \times n\%$$

Localización del proyecto

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor

medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre capital o a obtener el costo unitario mínimo. El objetivo general de este punto es, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta. En la localización óptima del proyecto se encuentran dos aspectos:

- **La Macro localización:** (ubicación del mercado de consumo; las fuentes de materias primas y la mano de obra disponible)
- **La Micro localización:** (cercanía con el mercado consumidor, infraestructura y servicios).

Ingeniería del proyecto

Su objetivo es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y la maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.

Las etapas iniciales de un proyecto comprenden actividades como:

- Tramites gubernamentales
- Compra de terreno
- Construcción de edificio

- Compra de maquinaria
- Determinación de materiales e insumos
- Selección de proveedores, etc. ¹⁰

TERCERA ETAPA: ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

“Es un análisis muy simple para dejar de manifiesto la influencia de los procedimientos administrativos sobre la cuantía de las inversiones. Los sistemas y los procedimientos contable - financiero, de información de planificación y presupuestos, de personal, adquisición, créditos, cobranza, y muchas más que van asociados a los costos específicos de operación.

Organización Legal

Considerar la normativa legal nacional y local vigente relacionada con su proyecto. Registro de la Empresa, Especificar el capital social suscrito y pagado, los nombres y cédulas de los socios su participación accionaría y conformación la Junta Directiva. .

Estructura Organizacional

Esta estructura es el patrón de diseño o modelo con el que se organiza

¹⁰ Burneo M.; Zarate J.; Riofrío N. (2012). El emprendimiento y la gestión de proyectos en las decisiones de inversiones: Proyectos de inversión. Loja EC, UNL. 205 p.

una entidad a fin de cumplir las metas propuestas y lograr el objetivo. Para seleccionar una estructura adecuada es necesario comprender que cada empresa es diferente, y puede adoptar la estructura organizacional que más se acomode a sus prioridades y necesidades.

Organigrama estructural, funcional y posesional

Es una representación gráfica de la estructura organizacional de una empresa o de cualquier entidad productiva, comercial, administrativa, política entre otros en la que se indica y muestra en forma esquemática una posición de las áreas, que lo integran las líneas de autoridad, relaciones de personal, líneas de comunicación y también la de asesoría, pueden ser:

- **Estructural:** Es la espina dorsal de una empresa, donde se señalan los puestos jerárquicos tanto de forma horizontal como vertical, desde los puestos más bajos hasta los que toman las decisiones.
- **Funcional:** Este va relacionado a la actividad a desempeñar sin son operativos (rango más bajos), supervisores o jefes (rangos medios), y dirección o administración (rangos altos).
- **Posesional:** Se determina una remuneración de cada uno de los empleados de acuerdo al cargo que ocupe.

Manual Orgánico Funcional

Puede conceptuarse al Manual como un cuerpo sistemático que indica las funciones y actividades a ser cumplidas por los miembros de la Organización y la forma en que las mismas deberán ser realizadas ya sea, conjunta o separadamente. Específicamente, el Manual de Organización, es la versión detallada de la descripción de los objetivos, funciones, autoridad y responsabilidad de los distintos puestos de trabajo que componen la estructura de la Organización. El propósito fundamental de este manual es el de instruir a los miembros que la componen sobre los distintos aspectos antes mencionados, procurando minimizar el desconocimiento de las obligaciones de cada uno, la duplicación o superposición de funciones, lentitud y complicación innecesarias en las tramitaciones, mala o deficiente atención al público, entre otros.”¹¹

CUARTA ETAPA: ESTUDIO FINANCIERO

“Reglas Para Tener Una Estructura Sana En Una Empresa:

- El capital de trabajo inicial de la empresa es aportado por los propietarios

¹¹ Burneo M.; zarate J.; Riofrío N. (2012). El emprendimiento y la gestión de proyectos en las decisiones de inversiones: Proyectos de inversión. Loja EC, UNL. 205 p.



Proyecto de inversión para la implementación de un micromercado en la Parroquia San José del Cantón Catamayo de la Provincia de Loja

- Al ocurrir una expansión o desarrollo de la empresa, el capital de trabajo adicional con carácter de permanente o 'regular, también debe ser aportado por los propietarios o bien, ser financiado por medio de préstamos a largo plazo.
- El capital de trabajo temporal, puede financiarse a través de préstamos a corto plazo, y es aquel que en la mayoría de las empresas requiere para cubrir sus necesidades de trabajo y de fecha de pago.
- Las inversiones permanentes adicionales requeridas para la expansión o desarrollo de la empresa deberán ser aportados por los propietarios generalmente mediante la reinversión de utilidades o bien pueden financiarse por medio de préstamos a largo plazo.

Definición De Fuentes De Financiamiento

Es la manera de como una entidad puede allegarse de fondos o recursos financieros para llevar a cabo sus metas de crecimiento y progreso.

Clasificación de las Fuentes de Financiamiento

Fuentes Internas

Dentro de las fuentes de financiamiento internas sobresalen las aportaciones de los socios (capital social). El cual se divide en:

- **Capital Social Común**

Es aquel aportado por los accionistas fundadores y por los que puede intervenir en el manejo de la compañía. Participa el mismo y tiene la prerrogativa de intervenir en la administración de la empresa, ya sea en forma directa o bien, por medio de voz y voto en las asambleas generales de accionistas, por sí mismo o por medio de representantes individuales o colectivos.

Principales Características

- Tienen derecho de voz y voto en las asambleas generales de accionistas.
- El rendimiento que genera su inversión depende de la generación de utilidades.
- Pueden participar directamente en la administración de la empresa.
- En caso de disolución de la sociedad, recuperarán su inversión luego de los acreedores y después de los accionistas preferentes hasta donde alcance el capital contable en relación directa a la aportación de cada accionista.
- Participa de las utilidades de la empresa en proporción directa a la aportación de capital.
- Responsable por lo que suceda en la empresa.



Proyecto de inversión para la implementación de un micromercado en la Parroquia San José del Cantón Catamayo de la Provincia de Loja

- Casi nunca recibe el 100% del rendimiento de la inversión por vía de los dividendos, por que destinan cierto porcentaje a reservas y utilidades retenidas.

Formas de aportar este tipo de capital

- Por medio de aportaciones ya sea al inicio de la empresa o posteriormente a su creación.
- Por medio de la capitalización de las utilidades de operación retenidas.
- **Capital Social Preferente**

Es aportado por aquellos accionistas que no se desea que participen en la administración y decisiones de la empresa, si se les invita para que proporcionen recursos a largo plazo, que no impacten el flujo de efectivo en el corto plazo. Dada su permanencia a largo plazo y su falta de participación en la empresa, el capital preferente es asimilable a un pasivo a largo plazo, pero guardando ciertas diferencias entre ellos.

Proveedores

Esta fuente de financiamiento es la más común y la que frecuentemente

se utiliza. Se genera mediante la adquisición o compra de bienes o servicios que la empresa utiliza en su operación a corto plazo. La magnitud de este financiamiento crece o disminuye la oferta, debido a excesos de mercado competitivos y de producción. En épocas de inflación alta, una de las medidas más efectiva para neutralizar el efecto de la inflación en la empresa, es incrementar el financiamiento de los proveedores.

Esta operación puede tener tres alternativas que modifican favorablemente la posición monetaria.

- Compra de mayores inventarios, activos no monetarios (bienes y servicios), lo que incrementa los pasivos monetarios (cuentas por pagar a proveedores).
- Negociación de la ampliación de los términos de pago a proveedores obteniendo de esta manera un financiamiento monetario de un activo no monetario.
- Una combinación de ambos

Características

- No tienen un costo explícito.
- Su obtención es relativamente fácil, y se otorga fundamentalmente con

base en la confianza y previo a un trámite de crédito simple y sencillo, ante el proveedor de los bienes y servicios.

- Es un crédito que no se formaliza por medio de un contrato, ni origina comisiones por apertura o por algún otro concepto.
- Crece según las necesidades de consumo del cliente.

Utilidades Retenidas

Es esta la base de financiamiento, la fuente de recursos más importante con que cuenta una compañía, las empresas que presentan salud financiera o una gran estructura de capital sano o sólida, son aquellas que generan montos importantes de utilidades con relación a su nivel de ventas y conforme a sus aportaciones de capital. Las utilidades generadas por la administración le dan a la organización una gran estabilidad financiera garantizando su larga permanencia en el medio.

En este rubro de utilidades sobresalen dos grandes tipos: utilidades de operación y reservas de capital.

Utilidades de operación

Son las que genera la compañía como resultado de su operación normal, éstas son la fuente de recursos más importante con la que cuenta una empresa, pues su nivel de generación tiene relación directa con la

eficiencia de operación y calidad de su administración, así como el reflejo de la salud financiera presente y futura de la organización. Por utilidades de operación se debe entender la diferencia existente entre el valor de venta realmente obtenido de los bienes o servicios ofrecidos menos los costos y gastos efectivamente pagados adicionalmente por el importe de las depreciaciones y amortizaciones cargadas a resultados durante el ejercicio.

Reserva De Capital

En cuanto a la reserva de capital, son separaciones contables de las utilidades de operación que garantizan caso toda la estadía de las mismas dentro del caudal de la empresa. En su origen las utilidades de operación y reservas de capital, son las mismas con la diferencia que las primeras pueden ser susceptibles de retiro por parte de los accionistas por la vía de pago de dividendos, y las segundas permanecerán con carácter de permanentes dentro del capital contable de la empresa, en tanto no se decreten reducciones del capital social por medio de una asamblea general extraordinaria de accionistas.

Costes

En economía el coste o costo es el valor monetario de los consumos de

factores que supone el ejercicio de una actividad económica destinada a la producción de un bien o servicio.

Desde un punto de vista más amplio, en la economía del sector público, se habla de costes sociales para recoger aquellos consumos de factores (por ejemplo naturales o ambientales), que no son sufragados por los fabricantes de un bien y por tanto excluidos del cálculo de sus costes económicos, sino que por el contrario son pagados por toda una comunidad o por la sociedad en su conjunto. Un caso típico de coste social es el del deterioro de las aguas de un río derivado de la instalación de una fábrica de un determinado bien. Si no existe una legislación medioambiental que lo recoja, la empresa fabricante no tendrá en cuenta entre sus costes los daños ambientales provocados por el desarrollo de su actividad y los perjuicios derivados de la disminución de la calidad del agua sería soportado por todos los habitantes de la zona, se habla en estos casos de externalidades negativas a la producción

Ingreso

En economía el concepto ingreso puede hacer referencia a las cantidades que recibe una empresa por la venta de sus productos o servicios (ingresos empresariales) y por otra puede hacer referencia al conjunto de rentas recibidas por los ciudadanos.

Evaluación Económica Financiera

Flujo de Caja

“En finanzas y en economía se entiende por flujo de caja o flujo de fondos (en inglés cash flow) los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado.

El principio básico de la evaluación es que el proyecto resulta recomendable en la medida que los beneficios superen a los costos. El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa. El estudio de los flujos de caja dentro de una empresa puede ser utilizado para determinar:

Problemas de liquidez

El ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez. Una compañía puede tener problemas de efectivo, aun siendo rentable. Por lo tanto, permite anticipar los saldos en dinero. Para analizar la viabilidad de proyectos de inversión, los flujos de fondos son la base de cálculo del Valor actual neto y de la Tasa interna de retorno. Para medir la rentabilidad o crecimiento de un negocio cuando se entienda que las

normas contables no representan adecuadamente la realidad económica.

Clasificación

Flujos de caja operacionales: efectivo recibido o expendido como resultado de las actividades económicas de base de la compañía.

Flujos de caja de inversión: efectivo recibido o expendido considerando los gastos en inversión de capital que beneficiarán el negocio a futuro.

Flujos de caja de financiamiento: efectivo recibido o expendido como resultado de actividades financieras, tales como recepción o pago de préstamos, emisiones o recompra de acciones y/o pago de dividendos.¹²

Punto de equilibrio

“El punto de equilibrio es aquel en el cual los ingresos provenientes de las ventas son iguales a los costos de operación y de financiación. Este punto también se denomina umbral de rentabilidad. El punto de equilibrio se puede definir también en términos de unidades físicas producidas, o del nivel de utilización de la capacidad, en el cual son iguales los ingresos por concepto de ventas y los costos de operación y de financiación.

¹² Wikipedia. (2011). Flujo de caja: Clasificación. Recuperado de (http://es.wikipedia.org/wiki/Flujo_de_caja)

El análisis del punto de equilibrio

- Los costos de operación y de financiación son una función del volumen de producción o de ventas.
- El volumen de producción es igual al volumen de ventas.
- Los costos de operación fijos tienen el mismo valor para todos los volúmenes de producción.
- El costo unitario variable es mismo para todos los volúmenes de producción.
- El precio de venta unitario es igual para los niveles de producción

Formula en función de las ventas

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

Formula en función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} * 100$$

CFT= Costo Fijo Total

CVT= Costo Variable Total

VT= Ventas Totales.”¹³

El valor actual neto – VAN

$$\text{VAN} = \text{Flujo neto actualizado} - \text{inversión}$$

Criterio de aceptación:

- VAN menor 0 el proyecto debe ser rechazado
- VAN igual 0 el proyecto es indiferente
- VAN mayor 0 el proyecto debe ser aceptado

“El Valor Actual Neto (VAN) es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. El Valor Actual Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: MAXIMIZAR la inversión. El Valor Actual Neto permite determinar si dicha inversión puede incrementar o reducir el valor. Ese cambio en el valor estimado puede ser positivo, negativo o continuar igual. Si es positivo tendrá un incremento en el monto del Valor Actual Neto, Si es negativo quiere decir que la firma reducirá su riqueza en el valor que arroje el VAN.

Si el resultado es cero, la empresa no modificará el monto de su valor.

¹³ Burneo M.; Zarate J.; Riofrío N. (2012). El emprendimiento y la gestión de proyectos en las decisiones de inversiones: Proyectos de inversión. Loja EC, UNL. 205 p.

Es importante tener en cuenta que el valor del Valor Actual depende de las siguientes variables: La inversión inicial previa, las inversiones durante la operación, los flujos netos de efectivo, la tasa de descuento y el número de periodos que dure el proyecto.”¹⁴

La tasa interna de retorno (TIR)

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VPN Menor}{VPN Menor - VPN Mayor} \right)$$

Dt= Descuento

Tm= Tasa menor

Criterio de aceptación:

- * *TIR menor COC* el proyecto debe ser rechazado
- * *TIR igual COC* el proyecto es indiferente
- * *TIR mayor COC* el proyecto debe ser aceptado

“Conocida también como tasa interna de rendimiento, es un instrumento o medida usada como indicador al evaluar la eficacia de una inversión. La TIR sirve para identificar claramente el tiempo en que recuperaremos el capital asignado a una inversión. Para su cálculo también se requiere

¹⁴ Burneo M.; zarate J.; Riofrío N. (2012). El emprendimiento y la gestión de proyectos en las decisiones de inversiones: Proyectos de inversión. Loja EC, UNL. 205 p.

proyectar los gastos por efectuar (valores negativos) e ingresos por recibir (valores positivos) que ocurren en períodos regulares. También denominada rendimiento interno de un activo. Se utiliza generalmente para definir la rentabilidad de un activo de renta fija en función de comparar su cupón con su precio en el mercado. La evolución de la TIR es inversa a los precios. Si el precio del activo sube, baja su TIR. Por el contrario, si su precio baja, se eleva su TIR. ”¹⁵

La relación coste / beneficio

$$RB/C = \frac{\sum \text{Ingresos actualizados}}{\sum \text{Costos actualizados}}$$

Criterio de aceptación:

- * *RBC menor 1* el proyecto no es rentable
- * *RBC mayor 1* el proyecto es rentable
- * *RBC igual 1* el proyecto es indiferente.

“La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto. Cuando se menciona los

¹⁵ Burneo M.; zarate J.; Riofrío N. (2012). El emprendimiento y la gestión de proyectos en las decisiones de inversiones: Proyectos de inversión. Loja EC, UNL. 205 p.

ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados. Al mencionar los egresos presentes netos se toman aquellas partidas que efectivamente generarán salidas de efectivo durante los diferentes periodos, horizonte del proyecto. Como se puede apreciar el estado de flujo neto de efectivo es la herramienta que suministra los datos necesarios para el cálculo de este indicador.

La relación beneficio / costo está representada por la relación: ingreso con los egreso.

Donde los ingresos y los egresos deben ser calculados de un modo que no genere pérdidas para la empresa y por el contrario tenga un criterio de ganancias para poder que uno de los objetivos se cumplan. ¹⁶

Periodo de Recuperación

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} \left(\frac{\text{Inversión} - \sum \text{de primeros flujos}}{\text{flujo de año que supera la inversión}} \right)$$

Es el que requiere para que los flujos de efectivo acumulados esperados de un proyecto de inversión igualen al flujo de salida de efectivo inicial. Es decir, el número de años que se requieren para recuperar una inversión.

¹⁶ Burneo M.; zarate J.; Riofrío N. (2012). El emprendimiento y la gestión de proyectos en las decisiones de inversiones: Proyectos de inversión. Loja EC, UNL. 205 p.

La desventaja de este indicador es que no considera los flujos de efectivo que tienen lugar una vez que ha expirado el tiempo de recuperación.

Criterio de aceptación: Entre más pequeño sea el PRC, mejores resultados se obtendrán.

Análisis de Sensibilidad

Cualquier estudio de sensibilidad, requiere de estimaciones sobre las variables que intervienen en el proceso, las mismas que están sujetas a cambios por fluctuaciones que pueden producirse a lo largo de la vida útil del proyecto, siendo los ingresos y los costos las variaciones más sensibles a un incremento o disminución de los precios. Lo preocupante es el impacto que tenga la rentabilidad del proyecto, siendo la finalidad del análisis de sensibilidad, medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad (*TIR*) esperada de un proyecto frente al cambio imprevisto de una variable, asumiendo que el resto de variables permanezcan constantes

Criterio de aceptación:

- * Si el coeficiente es mayor a 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad.

- * Si el coeficiente es menor a 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.
- * Si el coeficiente es igual a 1 no hay efectos sobre el proyecto. ¹⁷

1) Diferencia TIR

$$\text{Dif. TIR} = \text{TIR proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

2) Porcentaje de variación

$$\% \text{ Var.} = \left(\frac{\text{Dif. TIR}}{\text{TIR proyecto}} \right) 100$$

3) Sensibilidad

$$\text{Sensib.} = \left(\frac{\% \text{ Var.}}{\text{Nueva TIR}} \right)$$

¹⁷Burneo M.; Zarate J.; Riofrío N. (2012). El emprendimiento y la gestión de proyectos en las decisiones de inversiones: Proyectos de inversión. Loja EC, UNL. 205 p.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES

- Flash Memory
- Computador
- Impresiones
- Empastados
- Impresora
- Cartuchos
- Hoja de papel bond
- Esferos
- Internet
- Libros

MÉTODOS

Para el desarrollo del proyecto se han manejado diferentes clases de métodos y técnicas que se mencionan a continuación:

Científico.- Se utilizó para determinar cada proceso a seguir en el desarrollo del proyecto de inversión con el fin de establecer procedimientos lógicos para el desarrollo de cada una de las fases, además se elaboró la problemática, objetivos, y metodología.

Deductivo.- Sirvió para encontrar la demanda que tendrá el micromercado en base a los habitantes de la Parroquia San José, hasta determinar la demanda real.

Inductivo.- Se usó para determinar mediante las encuestas no solo el comportamiento que tiene el cliente al momento de elegir un producto de primera necesidad sino también el nivel de aceptabilidad que tendrá esta propuesta y lo conveniente que sería implementarla.

Analítico-Sintético.- Se desarrolló una descripción general del mercado objetivo permitiendo clasificar, sintetizar y ordenar toda la información reunida con la finalidad de estructurar resultados claros y positivos.

Matemático.- Se lo aplicó mediante fórmulas matemáticas para obtener resultados efectivos en la tabulación de las encuestas, estudio de la demanda, estudio técnico, la evaluación del estudio económico- financiero con el propósito de conocer la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

Estadístico.- Se lo empleó en la tabulación de encuestas en su representación gráfica para cada una de ellas y en la evaluación financiera.

Técnicas

Entre las técnicas de investigación que se consideró están:

Observación.- Se observó el fenómeno de consumo, pudiendo identificar



los principales competidores, para describir características que hagan que el consumidor prefiera aquel servicio, además se pudo conocer el espacio físico donde se situara la empresa y que cuenta con todos los servicios básicos necesarios para su eficiente funcionamiento.

Entrevista.- Se entrevistó a las propietarias de las tiendas consideradas como la competencia principal en la Parroquia San José para determinar el análisis de oferta en el estudio de mercado.

Encuesta.- Se encuestó a los habitantes de la Parroquia para conocer no solo gustos, preferencias y los precios que están dispuestos a pagar por los productos a ofrecer, sino la aceptabilidad que tendrá esta propuesta en el mercado.

Revisión Bibliográfica.- Se recolecto información pertinente que fue de mucha ayuda para el desarrollo de la revisión de literatura.

Población y muestreo

Segmentación del mercado.- Se elaboró una segmentación de mercado en el cual se detallan variables que fueron indispensables para conocer el mercado meta.

Cuadro N°01

VARIABLES	DETALLE
<u>GEOGRÁFICAS</u>	
Región	Sur del País
Ubicación	Parroquia San José (población total)
Tamaño de la Parroquia	5800 habitantes
Área	Urbana
Clima	Cálido
<u>DEMOGRÁFICAS</u>	
Edad	De 18 hasta 60.
Sexo	Masculino, Femenino.
Tamaño de la familia	De 1 hasta 4.
Ciclo de la vida familiar	Jóvenes, solteros, casados, jóvenes sin hijos, niños adolescentes, ancianos, etc.
Ingresos	Bajo, medio, alto.
Ocupación	Técnico, profesional, funcionario, propietario, oficinistas, vendedores, artesanos, ama de casa estudiantes, etc.
Educación	Primaria, Secundaria, Superior, Técnico, Tecnológico, Profesional Universitario, Especialista, etc.
Actividad económica	Población económicamente activa.
Raza	Mestizos, indígenas, afroamericanos, blanca, entre otros.
Nacionalidad	Ecuatorianos, Colombiano, Peruanos, etc.
<u>PSICOGRÁFICA</u>	
Clase social	Baja inferior, Baja superior, Clase trabajadora, Clase media, Media superior, Alta inferior, Alta superior.
Estilo de vida	Triunfadores, Luchadores, Porfiadores.

Personalidad	Compulsiva, Gregaria, Autoritaria, Ambiciosa.
<u>DE COMPORTAMIENTO</u>	
Ocasiones	Ocasiones regulares, Ocasiones especiales.
Beneficios	Calidad, Servicio, Economía, Conveniencia, Rapidez.
Posición del usuario	No es usuario, Ex usuario, Usuario potencial, Usuario por primera vez, Usuario regular.
Índice de utilización	Usuario mínimo, Usuario mediano, Usuario constante.
Estado de lealtad	Ninguna, Mediana, Poderosa, Absoluta.
Etapas de distorsión favorable	Inconsciente, Consciente, Informada, Interesada, Deseosa, Pretende comprar.
Actitud hacia el producto	Entusiasta, positiva, Indiferente, Negativa, Hostil.

FUENTE: Junta Parroquial de la Parroquia de San José

ELABORADO: La Autora

Distribución Muestral

Una vez conocido el total de habitantes y mediante una de las fórmulas del tamaño muestral se conoció un total de 344 encuestas que serán aplicadas en la Parroquia San José que para mayor comodidad en la aplicación se realizó una distribución muestral entre los 10 sectores que conforman la Parroquia, para ello se tomó en cuenta la fórmula de la constante muestral y de esta manera distribuir las encuestas equitativamente, con la finalidad de poder conocer sus criterios con respecto a esta idea de emprendimiento, igualmente sus gustos y preferencias al momento de elegir un producto de primera necesidad.

Tamaño de muestra

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{N \times e^2 + Z^2 \times p \times q}$$

POBLACIÓN TOTAL	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA
5.800	3.272

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 3.272}{3.272 \times (0,05)^2 + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25 \times 3.272}{3.272 \times 0,0025 + 3,8416 \times 0,25}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 818}{8,18 + 0,9604}$$

$$n = \frac{3.142,43}{9,1404}$$

$$n = 344 \text{ encuestas}$$

Distribución Muestral

$$c = \frac{n}{N} (po)$$

Sector las Américas

$$c = \frac{344}{3272} (650)$$

$$c = 0,105(650)$$

$$c = 68,34$$

$$c = \mathbf{68 \text{ encuestas}}$$

Cuadro N°02

SECTORES	N° DE HABITANTES	PORCENTAJE	N° DE ENCUESTAS
Las Américas	650	20%	68
San Francisco	500	15%	53
Los Tejares	370	11%	39
Divino Niño	400	12%	42
Mirador Alto	350	11%	37
San José Alto	100	3%	11
Santo Domingo de Guzmán	182	6%	19
Bella Vista	350	11%	37
San Juan Bautista	200	6%	21
Lotización Carlos Isac Luzuriaga	170	5%	18
TODOS	3272	100%	344

ELABORADO: La Autora

FUENTE: Junta Parroquial de la Parroquia de San José

f. RESULTADOS

TABULACION, PONDERACION E INTRPRETACION DE RESULTADOS

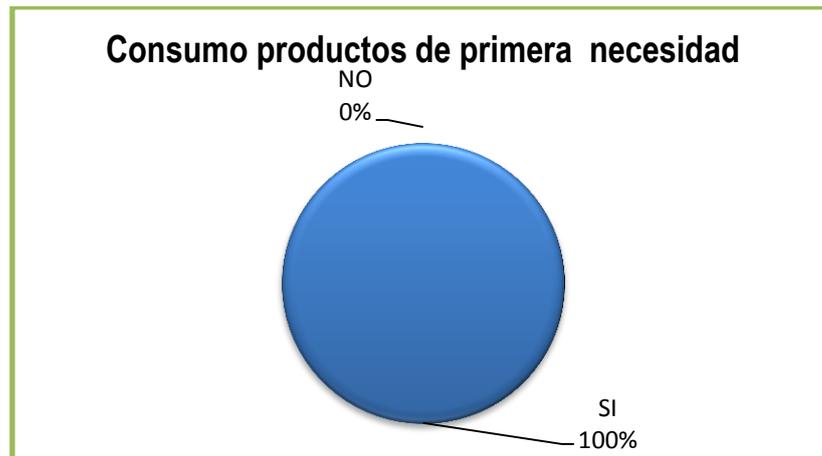
1. ¿Usted consume productos de primera necesidad?

Cuadro N°03

PREGUNTA N°01		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	344	100%
NO	0	0%
TOTAL	344	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORADO: La Autora

Gráfico N°02



Interpretación

Según información obtenida el 100% de los habitantes de esta Parroquia consume productos de primera necesidad, de manera que la idea de emprendimiento será de gran interés para estas personas debido a que el micromercado brindará una variedad de estos productos y a cómodos precios.

2. ¿Quién realiza las compras?

Cuadro N° 04

PREGUNTA N°02		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Mamá	180	52 %
Hijos	12	3 %
Papá y Mama	148	43%
Empleada	4	1%
TOTAL	344	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORADO: La Autora

Gráfico N° 03



Interpretación

Con respecto en las compras para el hogar se observa que el 52% son realizadas por la mamá debido a que ella tiene el poder de decisión al momento de elegir un producto; el 43% por papá y mamá puesto que la mamá elige y el padre da apoyo a su pareja; el 3% por los hijos quienes realizan las compras en remplazo de los jefes del hogar; y, el 1% por la empleada.

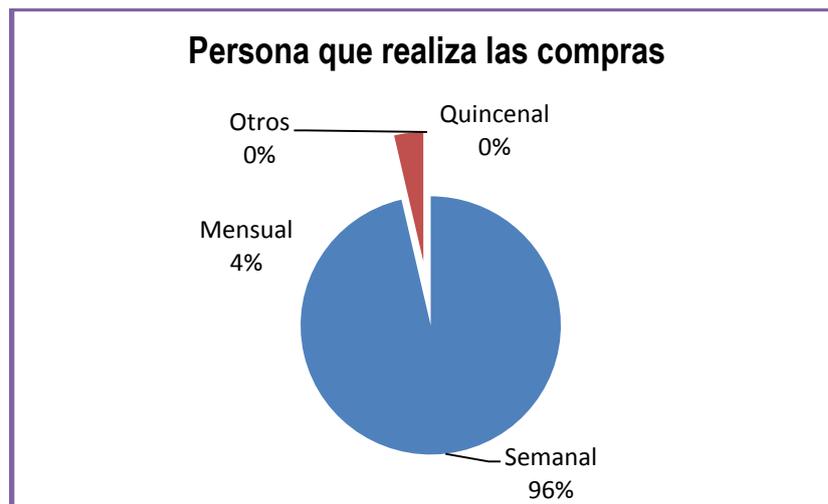
3. ¿Con qué frecuencia realiza sus compras?

Cuadro N°05

PREGUNTA N°03		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Semanal	331	96%
Mensual	13	4%
Quincenal	0	0%
Otros	0	0%
TOTAL	344	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORADO: La Autora

Gráfico N°04



Interpretación

Según el resultado de la frecuencia de compra se constata que el 96% de los habitantes realizan las compras de manera semanal optando por productos frescos para sus hogares; mientras que el 4% las realizan mensualmente debido a que el jefe del hogar labora en una empresa que posee convenios en comisariatos.

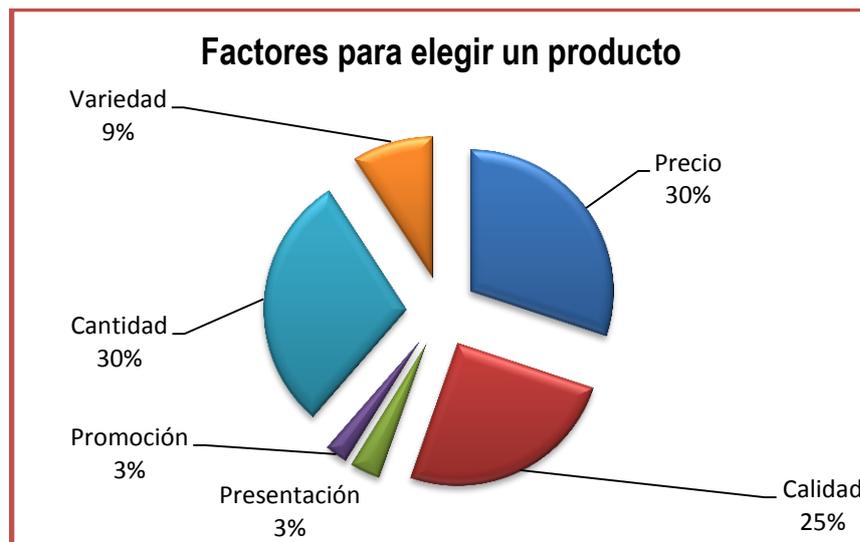
4. ¿Qué factores considera al momento de elegir un producto?

Cuadro N°06

PREGUNTA N°04		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Precio	344	30 %
Calidad	298	25 %
Presentación	41	3%
Promoción	31	3 %
Cantidad	335	30 %
Variedad	109	9 %
TOTAL	1.158	100 %

FUENTE: Encuestas
ELABORADO: La Autora

Gráfico N°05



Interpretación

A la hora de elegir un producto de primera necesidad el 30% de las personas piensan que el precio y la cantidad son uno de los factores determinantes para que este pueda ser elegidos; el 25% optan por la calidad; el 9% por la variedad; y, el 3% por la promoción y la presentación.

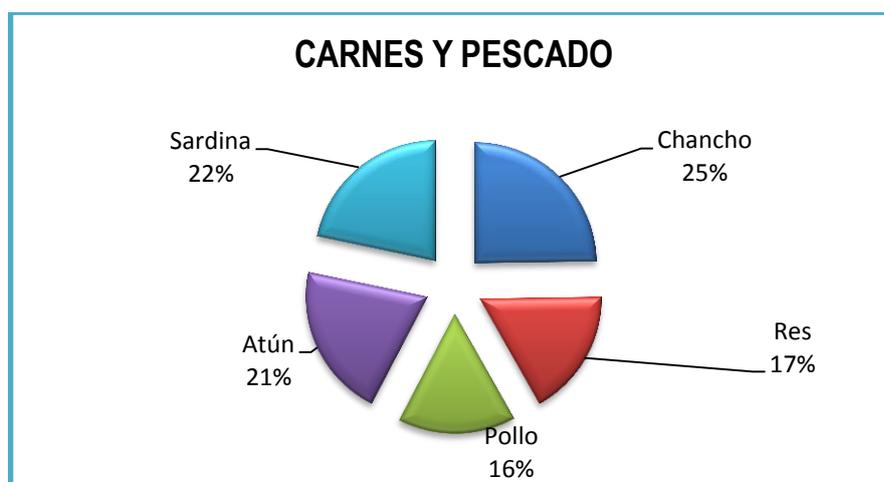
5. De las siguientes listas ¿cuál es la cantidad de productos que usted adquiere al momento de realizar sus compras?

Cuadro N°07

CARNES Y PESCADO			
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	CANTIDAD	%
Chanco	2 libras	226	25 %
Res	1 libras	156	17 %
Pollo	3 libras	144	16 %
Atún	2 unidades	189	21 %
Sardina	1 unidad	198	22 %
TOTAL		913	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORADO: La Autora

Gráfico N° 06



Interpretación

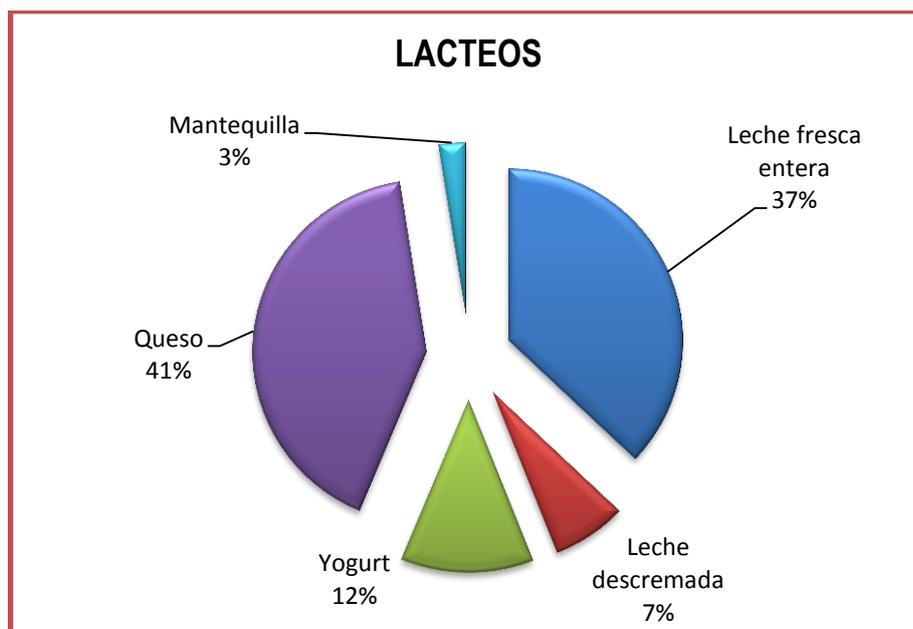
En la sección de carnes y pescado el 25% de las personas de esta Parroquia consumen el chanco; el 17% la de res; y, el 16% la de pollo; sin embargo en el pescado un 21% consumen el atún y un 22% la sardina.

Cuadro N° 08

LACTEOS			
ALTERNATIVA	CANTIDAD	FRECUENCIA	%
Leche fresca entera	2 litros	268	37%
Leche descremada	1 litro	50	7%
Yogurt	1 litro	89	12%
Queso	1 panela	298	41%
Mantequilla	2 libra	18	3%
TOTAL		723	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORADO: La Autora

Gráfico N° 07



Interpretación

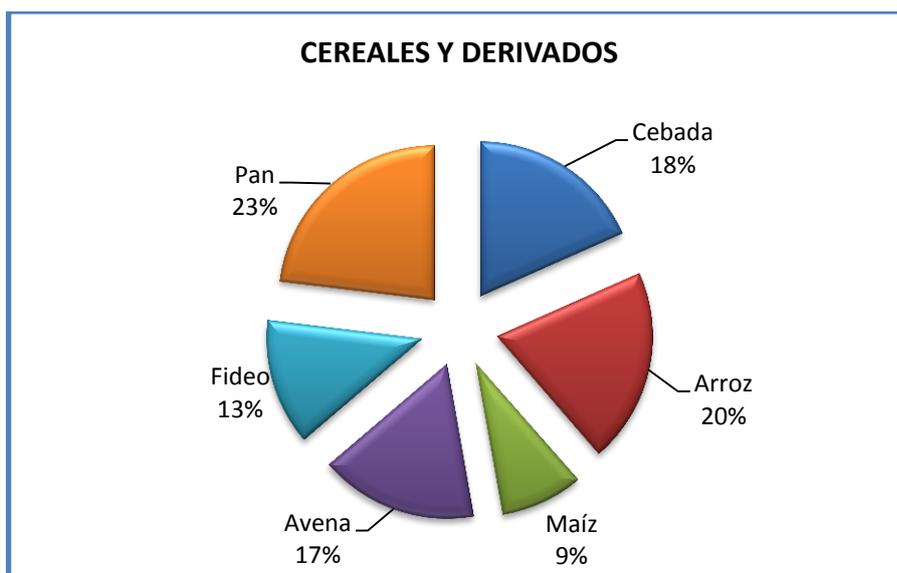
Se observa que en la sección de lácteos el 41% de los pobladores consumen más el queso; el 37% la leche fresca entera; el 12% el yogurt; el 7% la leche descremada; y, el 3% la mantequilla.

Cuadro N°09

CEREALES Y DERIVADOS			
ALTERNATIVA	CANTIDAD	FRECUENCIA	%
Cebada	2 libras	221	18 %
Arroz	10 libras	245	20 %
Maíz	3 libras	103	9 %
Avena	2 libra	199	17 %
Fideo	2 libras	159	13 %
Pan	10 unidades	278	23 %
TOTAL		1.205	100 %

FUENTE: Encuestas
ELABORADO: La Autora

Gráfico N° 08



Interpretación

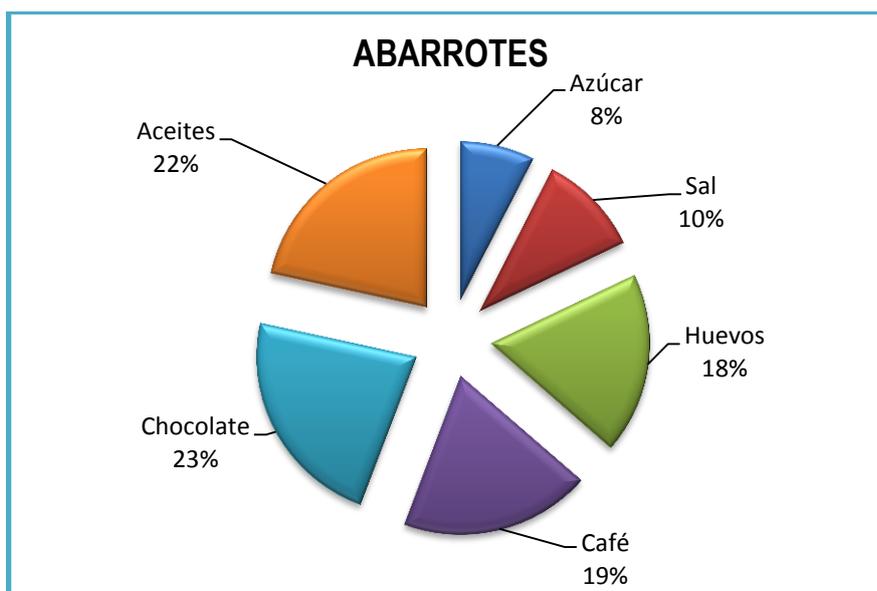
En la sección de cereales y derivados el 23% de los habitantes consumen más el pan considerándolo como el producto de mayor consumo en este grupo; mientras el 20% prefieren el arroz; el 18% optan por la cebada; el 17% por la avena; el 13% por el fideo; y, el 9% por el maíz.

Cuadro N° 10

ABARROTOS			
ALTERNATIVA	CANTIDAD	FRECUENCIA	%
Azúcar	4 libras	103	8 %
Sal	4 libras	143	10 %
Huevos	30 unidades	254	18 %
Café	1 libra	265	19 %
Chocolate	1 unidad	312	23 %
Aceites	1 litro	296	22 %
TOTAL		1.373	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORADO: La Autora

Gráfico N° 09



Interpretación

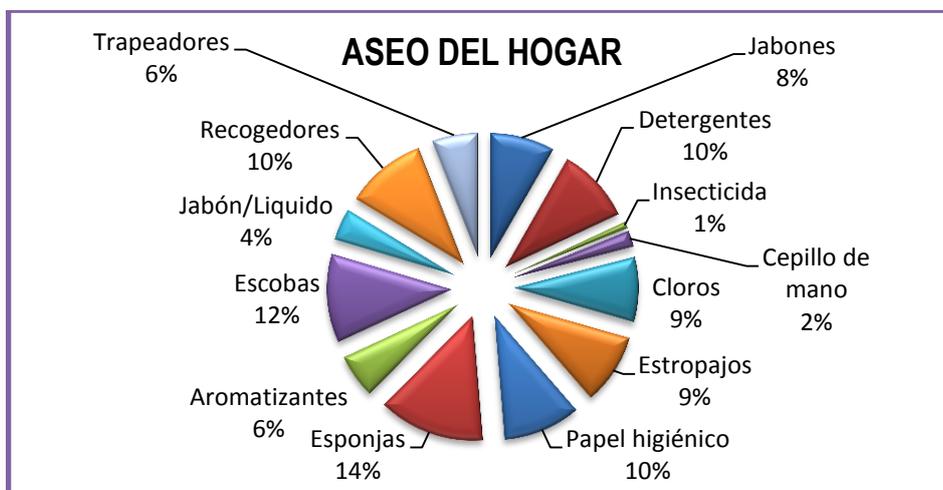
En relación con la sección de abarrotes el 23% de las personas adquiere chocolate en barra; el 22% el aceite; el 19% el café; el 18% los huevos; el 10% la sal; y, el 8% el azúcar.

Cuadro N°11

ASEO DEL HOGAR			
ALTERNATIVA	CANTIDAD	FRECUENCIA	%
Jabones	3 unidad	214	8 %
Detergentes	2 unidad	254	10 %
Insecticida	1 unidad	23	1 %
Cepillo de mano	1 unidad	54	2 %
Cloros	2 unidad	221	9 %
Estropajos	1 unidad	240	9 %
Papel higiénico	4 unidades	260	10 %
Espojas	1 unidad	356	14 %
Aromatizantes	1 unidad	148	6 %
Escobas	1 unidad	300	12 %
Jabón/Líquido	1 unidad	108	4 %
Recogedores	1 unidad	271	10 %
Trapeadores	1 unidad	151	6 %
TOTAL		2.600	100 %

FUENTE: Encuestas
ELABORADO: La Autora

Gráfico N° 10



Interpretación

En esta sección se determinó que el 14% de los encuestados optan más por las esponjas; el 12% por escobas; el 10% por recogedores, detergentes y papel higiénico; el 9% por estropajos y cloros; el 8% por jabones; el 6% por trapeadores y aromatizantes; el 4% por jabón líquido; el 2% por cepillo de mano; y, el 1% por insecticidas.

Cuadro N°12

ASEO PERSONAL			
ALTERNATIVA	CANTIDAD	FRECUENCIA	%
Enjuague bucal	1 unidad	210	12 %
Cepillo de dientes	2 unidades	234	14 %
Pasta dental	2 unidad	298	18 %
Shampoo	1 unidad	241	14 %
Acondicionador	1 unidad	128	8 %
Jaboncillos	2 unidades	248	15 %
Desodorantes	2 unidades	197	12 %
Cremas	2 unidades	96	6 %
Tallitas húmedas	1 docena	46	3 %
TOTAL		1.698	100 %

FUENTE: Encuestas
ELABORADO: La Autora

Gráfico N° 11



Interpretación

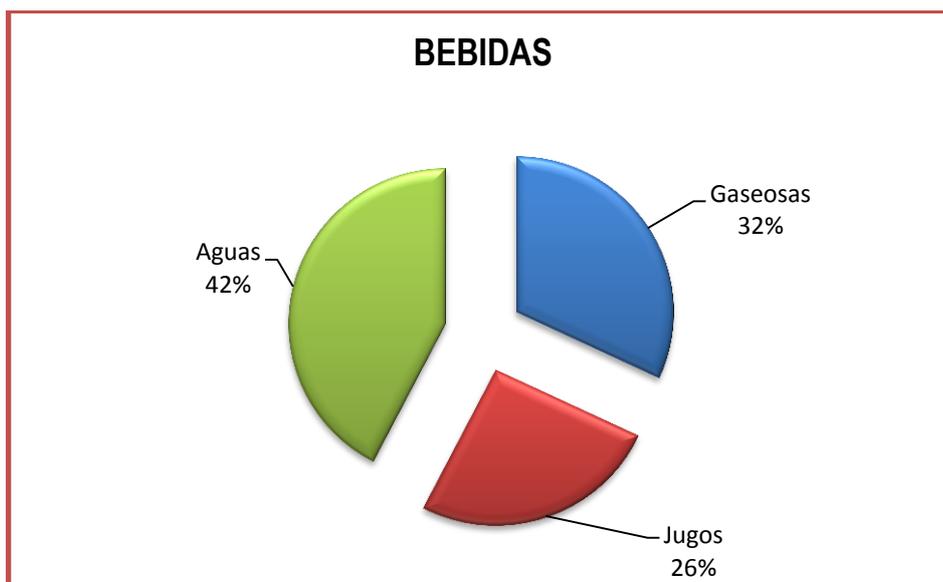
En el resultado de esta sección se observa que el 18% de los habitantes eligen más la pasta dental; mientras que el 15% por jaboncillos; el 14% por shampoo y cepillo de dientes; el 12% por enjuague bucal y desodorantes; el 8% por acondicionador; el 6% por cremas; y, el 3% por toallas húmedas.

Cuadro N°13

BEBIDAS			
ALTERNATIVA	CANTIDAD	FRECUENCIA	%
Gaseosas	2 litro	245	32 %
Jugos	1 litro	197	26 %
Aguas	1 bidón	325	42 %
TOTAL		767	100 %

FUENTE: Encuestas
ELABORADO: La Autora

Gráfico N°12



Interpretación

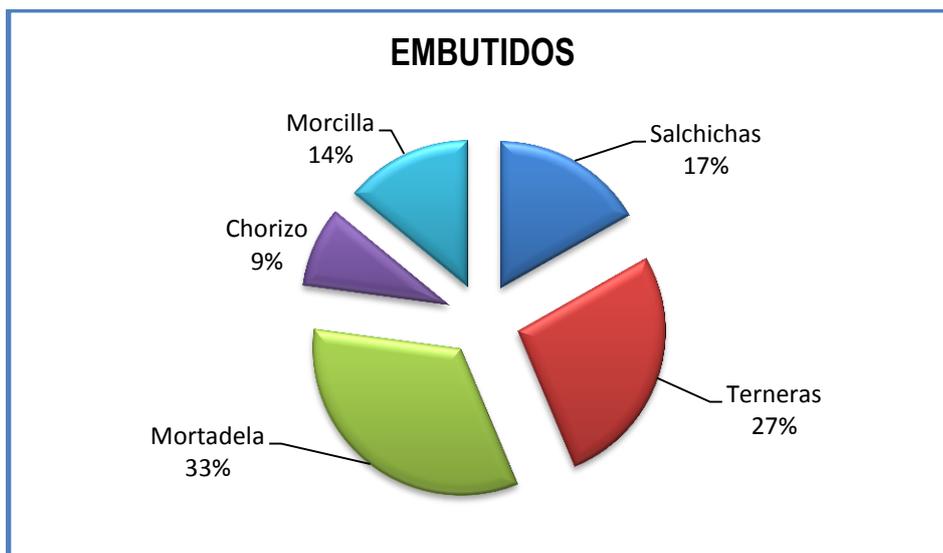
En lo referente a las bebidas el resultado indica que el 42% de las persona compran aguas en bidón; mientras que el 32% por las gaseosas; y, el 26% por los jugos, es así que se evidencia la bebida más consumida en la semana.

Cuadro N° 14

EMBUTIDOS			
ALTERNATIVA	CANTIDAD	FRECUENCIA	%
Salchichas	1 libra	117	17 %
Ternereras	1 libra	189	27 %
Mortadela	3 libra	234	33 %
Chorizo	1 libra	62	9 %
Morcilla	2 libra	98	14 %
TOTAL		699	100 %

FUENTE: Encuestas
ELABORADO: La Autora

Gráfico N° 13



Interpretación

Se puede comprobar que en la elección de embutidos el 33% de los habitantes adquiere la mortadela; el 27% la ternera; el 17% las salchichas; el 14% la morcilla; y, el 9% el chorizo.

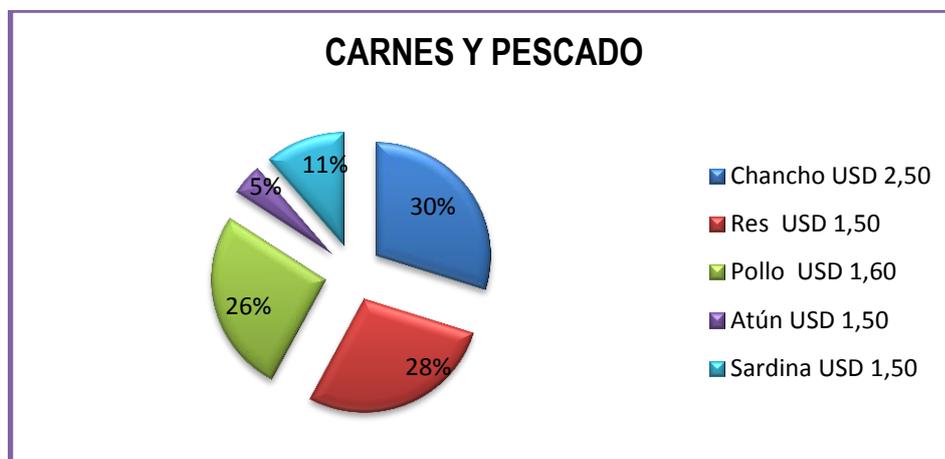
6. ¿Cuál es el precio que paga por cada uno de los productos que adquiere?

Cuadro N°15

CARNES Y PESCADO			
ALTERNATIVA	GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
Chancho	USD 2,50	272	30%
Res	USD 1,50	255	28%
Pollo	USD 1,60	240	26%
Atún	USD 1,50	41	5%
Sardina	USD 1,50	103	11%
TOTAL		913	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORADO: La Autora

Gráfico N°14



Interpretación

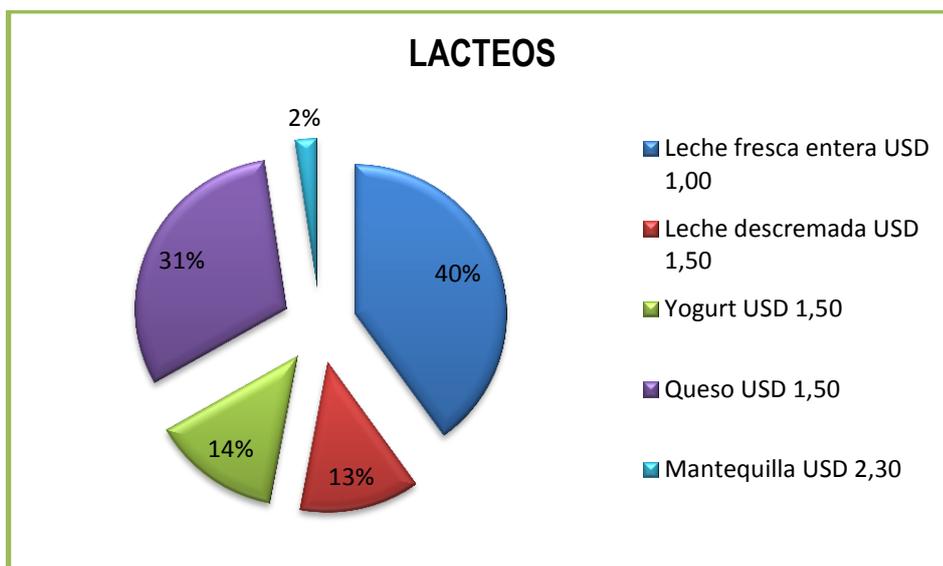
En cuanto al gasto promedio en la sección de carnes y pescado podemos evidenciar que el 30% de los habitantes invierten en la carne de chancho; el 28% en carne de res; el 26% en pollo; mientras que en el pescado un 11% en la sardina; y, un 5% en el atún.

Cuadro N°16

LACTEOS			
ALTERNATIVA	GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
Leche fresca entera	USD 1,00	304	40%
Leche descremada	USD 1,50	98	13%
Yogurt	USD 1,50	105	14%
Queso	USD 1,50	234	31%
Mantequilla	USD 2,30	18	2%
TOTAL		759	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORADO: La Autora

Gráfico N°15



Interpretación

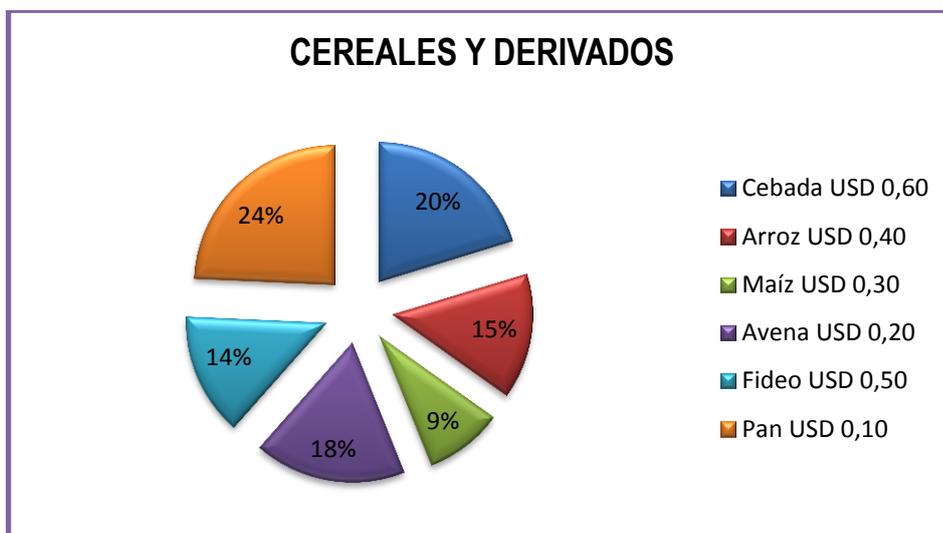
El gasto promedio en la sección de lácteos muestra que el 40% de las personas optan por la leche fresca entera; el 31% por el queso; el 14% por el yogurt; el 13% por la leche descremada; y, el 2% por la mantequilla.

Cuadro N°17

CEREALES Y DERIVADOS			
ALTERNATIVA	GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
Cebada	USD 0,60	231	20%
Arroz	USD 0,40	167	15%
Maíz	USD 0,30	103	9%
Avena	USD 0,20	200	18%
Fideo	USD 0,50	162	14%
Pan	USD 0,10	277	24%
TOTAL		1.140	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORADO: La Autora

Gráfico N°16



Interpretación

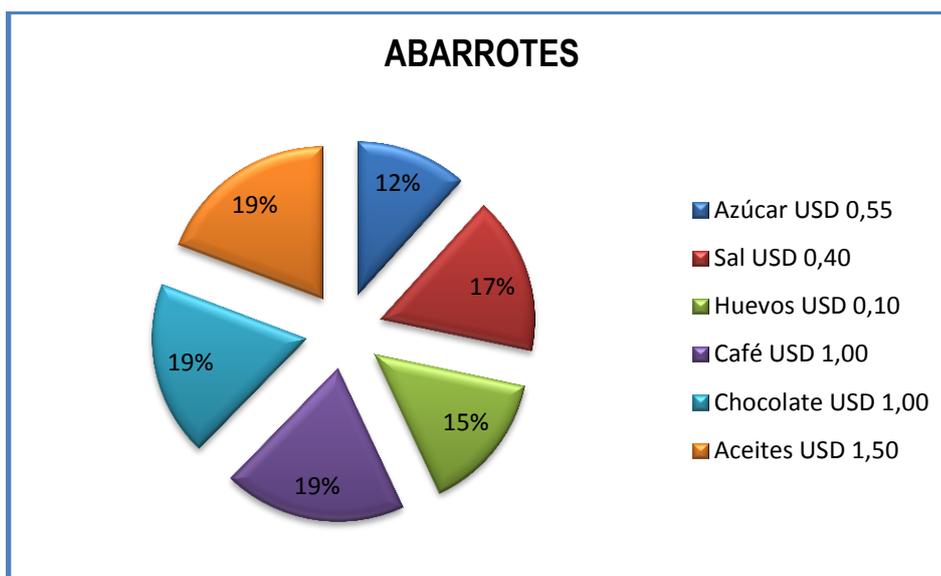
En relación con la inversión en esta sección se nota un 24% de los encuestados adquiere más el pan; así mismo el 20% en cebada; el 18% en avena; mientras; el 15% en arroz; el 14% en fideo; y, el 9% en maíz.

Cuadro N°18

ABARROTOS			
ALTERNATIVA	GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
Azúcar	USD 0,55	189	12%
Sal	USD 0,40	271	17%
Huevos	USD 0,10	239	15%
Café	USD 1,00	312	19%
Chocolate	USD 1,00	301	19%
Aceites	USD 1,50	312	19%
TOTAL		1.624	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORADO: La Autora

Gráfico N°17



Interpretación

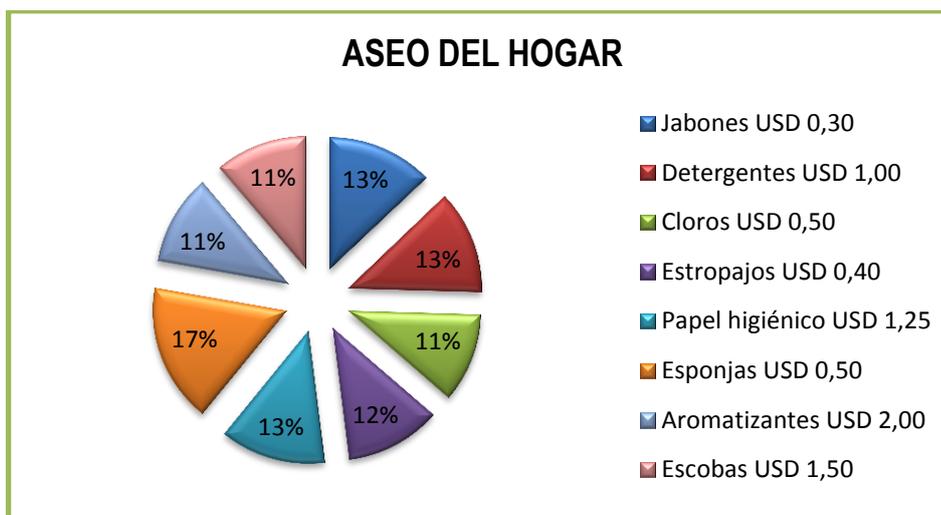
En relación a este gasto se observa que el 19% de los habitantes lo hacen en aceites, chocolate y café, debido a su importancia en el consumo alimenticio; mientras el 17% por la sal; el 15% en huevos; y, el 12% por el azúcar.

Cuadro N° 19

ASEO DEL HOGAR			
ALTERNATIVA	GASTO PROMEDIO	FRECUENCIA	%
Jabones	USD 0,30	270	13%
Detergentes	USD 1,00	265	13%
Cloros	USD 0,50	229	11%
Estropajos	USD 0,40	245	12%
Papel higiénico	USD 1,25	270	13%
Esponjas	USD 0,50	356	17%
Aromatizantes	USD 2,00	231	11%
Escobas	USD 1,50	236	11%
TOTAL		2.102	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORADO: La Autora

Gráfico N°18



Interpretación

Se observa que en los productos del aseo del hogar un 17% de los encuestados invierten más en esponjas; mientras un 13% gastan en papel higiénico, detergentes y los jabones; el 12% en los estropajos; y, un 11% en escobas, aromatizantes y cloros.

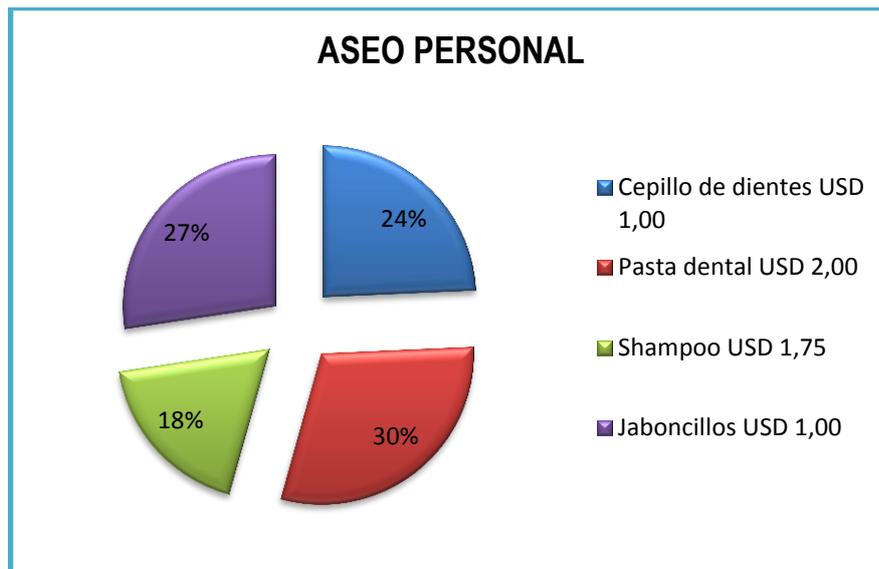
Cuadro N°20

ASEO PERSONAL			
ALTERNATIVA	GASTO PROMEDIO	FRECUENCIA	%
Cepillo de dientes	USD 1,00	234	24%
Pasta dental	USD 2,00	289	30%
Shampoo	USD 1,75	176	18%
Jaboncillos	USD 1,00	264	27%
TOTAL		963	100%

FUENTE: Encuestas

ELABORADO: La Autora

Gráfico N°19



Interpretación

Mediante este resultado se constata que el gasto para la sección del aseo personal un 30% de las personas prefieren la pasta dental; mientras que un 27% escogen jaboncillos; luego un 24% eligen cepillo de dientes; y, un 18% optan por shampoo.

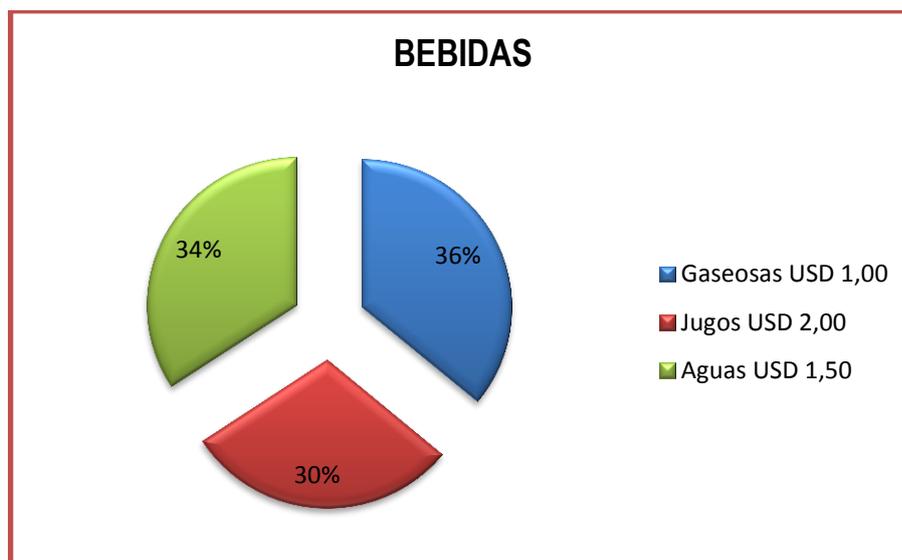
Cuadro N°21

BEBIDAS			
ALTERNATIVA	GASTO PROMEDIO	FRECUENCIA	%
Gaseosas	USD 1,00	243	36%
Jugos	USD 2,00	201	30%
Aguas	USD 1,50	231	34%
TOTAL		675	100%

FUENTE: Encuestas

ELABORADO: La Autora

Gráfico N°20



Interpretación

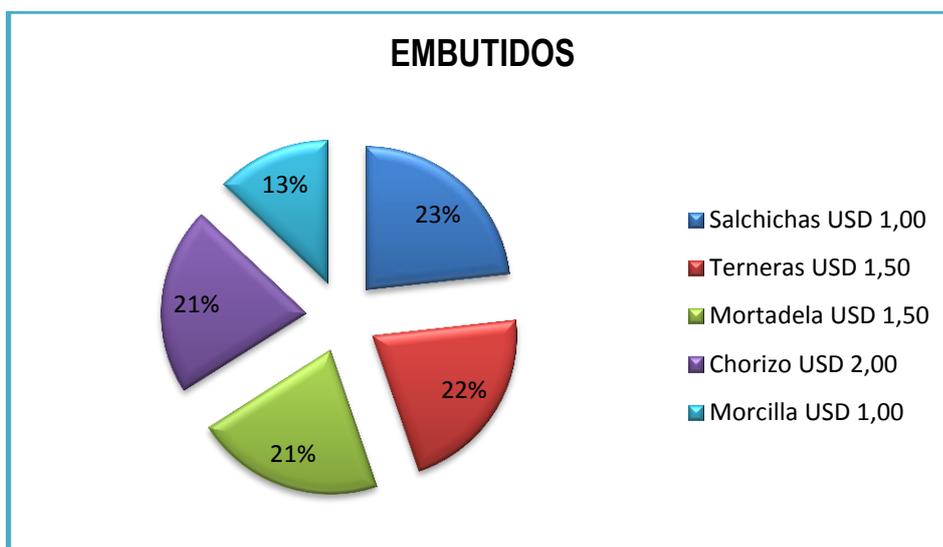
Según el resultado obtenido se pudo constatar que el gasto en bebidas un 36% de las personas prefieren las gaseosas; mientras que un 34% eligen las aguas de bidón; y, un 30% escogen los jugos.

Cuadro N°22

EMBUTIDOS			
ALTERNATIVA	GASTO PROMEDIO	FRECUENCIA	%
Salchichas	USD 1,00	217	23%
Tenera	USD 1,50	201	22%
Mortadela	USD 1,50	198	21%
Chorizo	USD 2,00	198	21%
Morcilla	USD 1,00	120	13%
TOTAL		934	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORADO: La Autora

Gráfico N° 21



Interpretación

Podemos comprobar que el 23% de los habitantes gastan más en salchichas; mientras un 22% en terneras; un 21% por mortadela y chorizo; y, un 13% en morcilla.

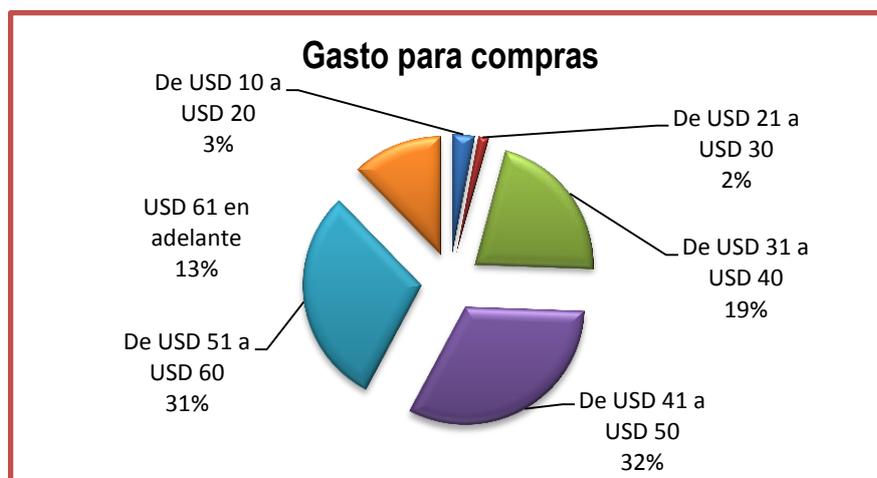
7. ¿Cuánto gasta semanalmente al momento de efectuar sus compras?

Cuadro N°23

PREGUNTA N°07		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
De USD 10 a USD 20	10	3%
De USD 21 a USD 30	6	2%
De USD 31 a USD 40	65	19%
De USD 41 a USD 50	111	32%
De USD 51 a USD 60	108	31%
USD 61 en adelante	44	13%
TOTAL	344	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORADO: La Autora

Gráfico N°22



Interpretación

En cuanto al gasto semanal al momento de realizar las compras para el hogar un 32% de las personas invierten de \$41 a \$50 semanalmente; seguidamente un 31% de \$51 a \$60; el 13% gastan \$61 en adelante; así mismo un 19% de \$31 a \$40; un 3% gastan de \$10 a \$20; y, el 2% en \$21 a \$30.

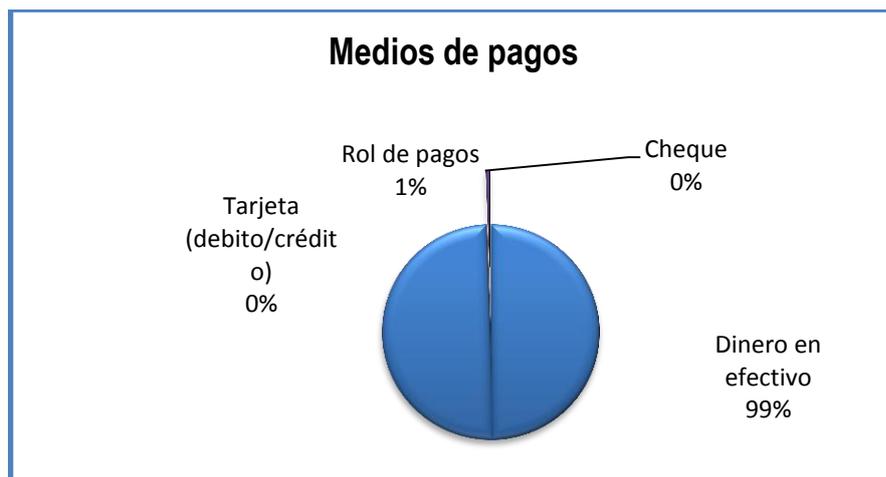
8. ¿Qué medios de pago utiliza la hacer sus compras?

Cuadro N°24

PREGUNTA N°08		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Dinero en efectivo	342	99%
Tarjeta (debito/crédito)	0	0%
Cheque	0	0%
Rol de pagos	2	1%
TOTAL	344	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORADO: La Autora

Gráfico N° 23



Interpretación

El medio de pago más usual es el dinero en efectivo donde el 99% de las personas lo realizan, debido a que este medio es el más utilizado en los mercados populares y tiendas, además no mantiene ningún costo adicional para su uso; sin embargo el 1% utiliza el rol de pagos ya que es otro medio por el cual estos habitantes financian el consumo de productos de primera necesidad.

9. ¿De acuerdo a su criterio ¿considera usted que las tiendas de la Parroquia San José cubren adecuadamente la demanda de adquirir productos de primera necesidad?

Cuadro N°25

PREGUNTA N°09		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Totalmente de Acuerdo	54	16%
De acuerdo	62	18%
En desacuerdo	129	38%
Totalmente en desacuerdo	99	29%
TOTAL	344	100%

FUENTE: Encuestas

ELABORADO: La Autora

Gráfico N°24



Interpretación

Con respecto a la satisfacción del servicio que brindan las tiendas ubicadas en la Parroquia San José un 16% y 18% de los encuestados se encuentran conformes con el servicio brindado por estas; sin embargo el 38% y 29% se muestran en desacuerdo, debido a que estas no abastecen su demanda y por lo tanto se tienen que dirigir al centro de Catamayo para conseguir estos productos.

10. ¿Qué factor(es) consideraría para elegir el lugar para realizar sus compras?

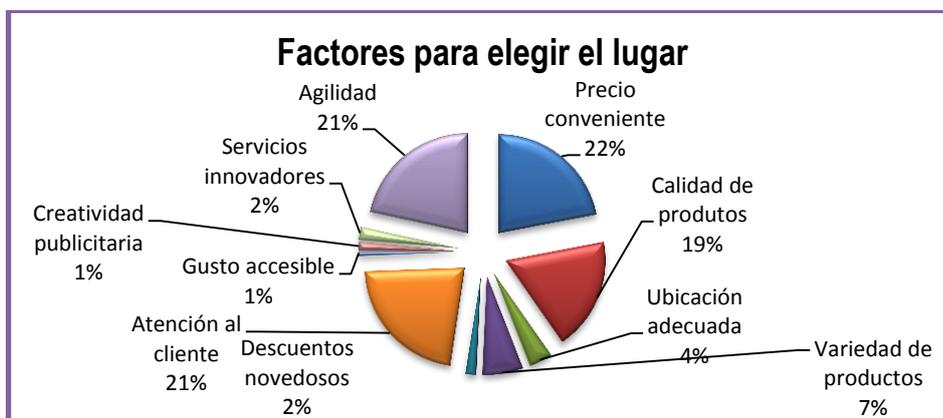
Cuadro N°26

PREGUNTA N°10		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Precio conveniente	344	22%
Calidad de productos	301	19%
Ubicación adecuada	61	4%
Variedad de productos	107	7%
Descuentos novedosos	27	2%
Atención al cliente	320	21%
Gusto accesible	10	1%
Creatividad publicitaria	20	1%
Servicios innovadores	35	2%
Agilidad	325	21%
TOTAL	1.550	100%

FUENTE: Encuestas

ELABORADO: La Autora

Gráfico N°25



Interpretación

Un 22% las personas al momento de realizar sus compras toman muy en cuenta un precio conveniente; el 21% la agilidad y la atención al cliente; el 19% la calidad de productos; el 7% la variedad de productos; el 4% una ubicación adecuada; el 2% descuentos novedosos y servicios innovadores; y, el 1% por la creatividad publicitaria y gusto accesible.

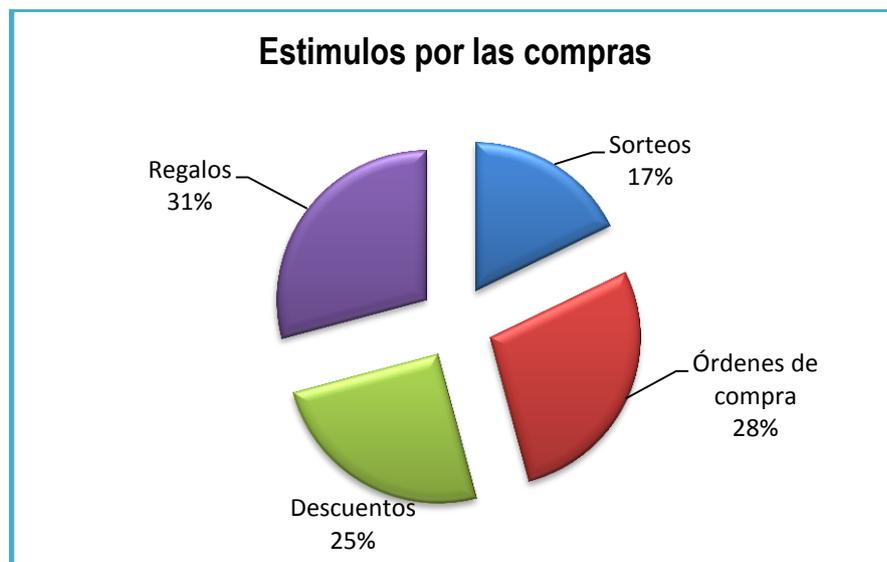
11. De las siguientes alternativas señale, ¿Cuál(es) son los estímulos que le gustaría recibir por sus compras?

Cuadro N°27

PREGUNTA N°11		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Sorteos	58	17%
Órdenes de compra	96	28%
Descuentos	85	25%
Regalos	105	31%
TOTAL	344	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORADO: La Autora

Gráfico N°26



Interpretación

El 31% de los pobladores consideran los regalos como un estímulo significativo a la hora de realizar sus compras; mientras el 28% escogen las órdenes de compra; el 25% los descuentos; y, un 17% los sorteos.

12. ¿Por qué medios de información le gustaría conocer de un micromercado en esta Parroquia?

Cuadro N°28

PREGUNTA N°12		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Radio	100	29%
Internet	33	10%
Prensa escrita	36	10%
Televisión	115	33%
Gigantografías	46	13%
Volantes	15	4%
TOTAL	345	100%

FUENTE: Encuestas

ELABORADO: La Autora

Gráfico N°27



Interpretación

El 33% de los habitantes de esta Parroquia consideran que la televisión es el medio de comunicación de mayor importancia para poder informarse de la creación y servicio que brindara el micromercado; el 29% mediante la radio; el 13% por Gigantografías; el 10% por la prensa escrita y el internet; y, el 4% por volantes.

13. Si se implementaría un micromercado en la Parroquia San José, ¿se convertiría usted en nuestro cliente?

Cuadro N°29

PREGUNTA N°13		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	336	98%
No	8	2%
TOTAL	344	100%

FUENTE: Encuestas

ELABORADO: La Autora

Gráfico N°28



Interpretación

El 98% de los encuestados estarían considerando ser nuestros clientes, en especial cuando este ofrezca productos de excelente calidad y a precios módicos, además hay que tomar en cuenta que en este lugar no existe competencia directa, puesto que las tiendas que existen no abastecen; sin embargo un 2% optarían por no ser nuestros clientes.

ESTUDIO DE MERCADO

La propuesta de implementar un micromercado en la Parroquia San José permite estructurar un estudio de mercado para conocer gustos y preferencias de los habitantes por los productos de primera necesidad.

Objetivos del Estudio de Mercado

- Determinar las necesidades y grupos de consumidores potenciales en la Parroquia San José, con el propósito de servir mejor que la competencia.
- Establecer los diferentes tipos de demanda
- Conocer la demanda insatisfecha
- Realizar las estrategias de mercado (4P)

Identificación del Producto o Servicio

El negocio está enfocado a la comercialización al por menor de alimentos y productos para el hogar, que ofrezca variedad y calidad de los productos, además de un servicio de calidad, ayudando a la población a generar un ahorro que pueda ser destinado hacia otros gastos necesarios en el hogar.

Un micromercado es un lugar de venta directa al consumidor con

exhibición abierta de productos de primera necesidad clasificados por secciones, cuyos precios serán destinados mediante el estudio de mercado y adaptándose a las necesidades del cliente, entre los productos a comercializar están: Productos de la canasta familiar y productos secundarios que no son de vital importancia pero si necesarios.



Productos o Servicios Sustitutos

Mercados populares. Establecimientos minoristas donde se ofertan todo tipo de productos de consumo masivo principalmente perecederos, cuyo clientes ejercen una influencia en los precios de los bienes comercializados.

Tiendas o bodegas: Establecimientos mayoristas y/o minoristas que ofertan productos de consumo, que intercambien bienes al Precio de Venta al público P.V.P, y que generan descuentos dependiendo del volumen de compras.

ESTUDIO DE LA DEMANDA

Conocer la demanda es uno de los requisitos de un estudio de mercado, pues se debe saber cuántos compradores están dispuestos a adquirir los bienes o servicios y a qué precio.

Es por eso que la investigación va emparejada con la disponibilidad de utilizar nuestro servicio en la población objetiva y con el consumo de bienes sustitutos o complementarios, pues éstos influyen ya sea en disminuir la demanda o en aumentarla. Es importante exponer que para el desarrollo del análisis de la demanda se tomó en cuenta los resultados de las 344 encuestas aplicadas a los habitantes de la Parroquia San José y se consideró la aplicación de la fórmula de la población futura.

Demanda potencial

Son todos los habitantes que no tienen inconvenientes al momento de comprar productos alimenticios de consumo para su hogar. Para determinar la demanda potencial, se aplica la fórmula de la población futura tomando en cuenta la población económicamente activa de la Parroquia que es de 3.272 habitantes, la tasa de crecimiento de las Parroquias de la Provincia de Loja del último censo es del 2,14% y elevado para 3 que son los años transcurridos desde el último censo 2010, esto proyectado para el tiempo de vida útil del proyecto.

$$P = 3.272$$

$$D = P(1 + i)^n$$

$$i = 2,14\%$$

$$D = 3272(1 + 0,0214)^3$$

$$n = 3$$

$$D = 3.487 \text{ PEA}$$

Cuadro N°30

DEMANDA POTENCIAL	
AÑO	PEA
2013	3.487
2014	3.561
2015	3.715
2016	3.959
2017	4.309
2018	4.790

FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO: La Autora

Demanda real

Para realizar la demanda real se toma en cuenta los datos que se obtuvo de la pregunta N°01 en la cual indica que actualmente se consume productos de primera necesidad, por tal razón el resultado fue del 100%, siendo este un dato principal para la demanda real.

$$P = 3.272 * 100\% = 3.272$$

$$D = P(1 + i)^n$$

$$i = 2,14\%$$

$$D = 3.272(1 + 0,0214)^3$$

$$n = 3$$

$$D = 3.487 \text{ PEA}$$

Cuadro N°31

DEMANDA REAL	
AÑO	PEA
2013	3.487
2014	3.561
2015	3.715
2016	3.959
2017	4.309
2018	4.790

FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO: La Autora

Demanda efectiva

Para poder determinar la demanda efectiva es necesario utilizar el resultado de la última pregunta la cual muestra que un 98% de los habitantes están dispuestos a convertirse en nuestros clientes y desean comprar nuestros productos a bajo precio y con garantías de calidad.

$$P = 3.272 * 98\% = 3.207$$

$$D = P(1 + i)^n$$

$$i = 2,14\%$$

$$D = 3.207(1 + 0,0214)^3$$

$$n = 3$$

$$D = 3.417 \text{ PEA}$$

Cuadro N°32

DEMANDA EFECTIVA	
AÑO	PEA
2013	3.417
2014	3.490
2015	3.641
2016	3.880
2017	4.223
2018	4.694

FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO: La Autora

Consumo pre-cápita anual

Se tomó como base la pregunta N°05, en la cual se expone información concerniente al consumo por cada producto escogido y tomando en cuenta la tabulación de la cantidad promedio de consumo tanto de manera semanal como anual.

Cuadro N°33

CONSUMO PRE-CÁPITA ANUAL					
PRODUCTOS	FRECUENCIA PROMEDIO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA
CARNES Y PESCADO					
Chancho	1	Libras	2	104	Libras
Res	1	Libras	1	52	Libras
Pollo	1	Libras	3	156	Libras
Atún	1	Unidades	1	52	Cajas 48
Sardina	1	Unidades	1	52	Cajas 48
LACTEOS					
Leche fresca entera	1	Litro	2	104	Cajas 24
Leche descremada	1	Litro	1	52	Cajas 24
Yogurt	1	Litro	1	52	Cajas 24
Queso	1	Unidades	1	52	Cajas 25
Mantequilla	1	Libras	1	52	Cajas 24
CEREALES Y DERIVADOS					
Cebada	1	Libras	2	104	Caja 24
Arroz	1	Libras	5	260	Quintales
Maíz	1	Libras	3	156	Quintales
Avena	1	Libras	2	104	Caja 24
Fideo	1	Libras	2	104	Quintales
Pan	1	Unidades	5	260	Cajas 100

ABARROTES					
Azúcar	1	Libras	4	208	Quintales
Sal 2 kg	1	KG.	4	208	Caja 48
Huevos	1	Unidades	5	260	Caja 48
Café	1	Libras	1	52	Quintales
Chocolate	1	Libras	1	52	Quintales
Aceites	1	Litro	1	52	Cajas 24
ASEO HOGAR-PERSONAL					
Jabones 250 gr	1	Unidades	3	156	Cajas 48
Detergentes 1kg	1	Unidades	2	104	Cajas 48
Ambiental 95 gr	1	Unidades	1	52	Cajas 48
Cloros 250 ml.	1	Unidades	1	52	Cajas 50
Estropajos	1	Unidades	1	52	Cajas 25
Papel higiénico 6/u.	1	Unidades	1	52	Paca 12
Espojas	1	Unidades	1	52	Cajas 48
Aromatizantes	1	Litro	1	52	Cajas 48
Escobas	1	Unidades	1	52	24 unidades
Cepillo de dientes	1	Unidades	2	104	Cajas 48
Pasta dental 35 ml.	1	Unidades	2	104	Cajas 48
Shampoo 400 ml.	1	Unidades	1	52	Cajas 24
Jaboncillos	.	Unidades	2	104	Cajas 48
BEBIDAS					
Gaseosas 2Lt.	1	Litro	1	52	Paquetes 48
Jugos 2 Lt.	1	Litro	1	52	Paquetes 48
Aguas 6 Lt.	1	Litro	1	52	Paquetes 48
EMBUTIDOS					
Salchichas	1	Libras	1	52	Libra
Terneritas	1	Libras	1	52	Libra
Mortadela	1	Libras	2	104	Libra
Chorizo	1	Libras	1	52	Libra
Morcilla	1	Libras	2	104	Libra

FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO: La Autora

Análisis.- Para conocer el consumo pre-cápita anual por cada producto se inicia con el promedio de consumo de cada familia semanalmente, este multiplicado por 52 que serían las semanas en el año, se obtiene como resultado un consumo anual y en parámetros de mayoristas.

Cuadro N° 34

OBTENCIÓN DEL CONSUMO PRE-CÁPITA ANUAL				
PRODUCTOS	FRECUENCIA PROMEDIO	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA
Chancho	1 familia	2 Libras	$1*2*52=104$	104/100 lib.= 1

FUENTE: Cuadro N°33

ELABORADO: La Autora

Demanda efectiva en unidades

Obtenido ya el consumo del producto anualmente por cada familia, se procede a multiplicar el consumo en Quintales, Cajas, libras, etc. Por las familias esto proyectado para cada uno de los año de vida útil del proyecto.

Cuadro N° 35

DEMANDA EFECTIVA EN UNIDADES							
PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	TOTAL CONSUMO PROMEDIO ANUAL	DEMANDA EFECTIVA ANUAL 2014 (3.490 PEA)	DEMANDA EFECTIVA ANUAL 2015 (3.641 PEA)	DEMANDA EFECTIVA ANUAL 2016 (3.880 PEA)	DEMANDA EFECTIVA ANUAL 2017 (4.223 PEA)	DEMANDA EFECTIVA ANUAL 2018 (4.694 PEA)
CARNES Y PESCADO							
Chancho	Libras	1	3.490	3.641	3.880	4.223	4.694
Res	Libras	1	3.490	3.641	3.880	4.223	4.694
Pollo	Libras	1	3.490	3.641	3.880	4.223	4.694
Atún	Cajas 48	1	3.490	3.641	3.880	4.223	4.694
Sardina	Cajas 48	1	3.490	3.641	3.880	4.223	4.694
LACTEOS							
Leche fresca entera	Cajas 24	2	6.980	7.282	7.760	8.446	9.388
Leche descremada	Cajas 24	1	3.490	3.641	3.880	4.223	4.694
Yogurt	Cajas 24	1	3.490	3.641	3.880	4.223	4.694
Queso	Cajas 25	2	6.980	7.282	7.760	8.446	9.388
Mantequilla	Cajas 24	1	3.490	3.641	3.880	4.223	4.694
CEREALES Y DERIVADOS							
Cebada	Caja 24	1	3.490	3.641	3.880	4.223	4.694
Arroz	Quintales	3	10.470	10.923	11.640	12.669	14.082
Maíz	Quintales	2	6.980	7.282	7.760	8.446	9.388
Avena	Caja 24	1	3.490	3.641	3.880	4.223	4.694
Fideo	Quintales	1	3.490	3.641	3.880	4.223	4.694
Pan	Cajas 100	3	9.074	9.467	10.088	10.980	12.204
ABARROTES							
Azúcar	Quintales	2	6.980	7.282	7.760	8.446	9.388
Sal 2 kg	Caja 48	4	13.960	14.564	15.520	16.892	18.776
Huevos	Caja 48	5	17.450	18.205	19.400	21.115	23.470
Café	Quintales	1	3.490	3.641	3.880	4.223	4.694

Proyecto de inversión para la implementación de un micromercado en la Parroquia San José del Cantón Catamayo de la Provincia de Loja

Chocolate	Quintales	1	3.490	3.641	3.880	4.223	4.694
Aceites	Cajas 24	2	6.980	7.282	7.760	8.446	9.388
ASEO HOGAR-PERSONAL							
Jabones 250 gr	Cajas 48	3	10.470	10.923	11.640	12.669	14.082
Detergentes 1kg	Cajas 48	2	6.980	7.282	7.760	8.446	9.388
Cloros 250 ml.	Cajas 50	1	3.490	3.641	3.880	4.223	4.694
Estropajos	Cajas 25	2	6.980	7.282	7.760	8.446	9.388
Papel higiénico	Paca 12	4	13.960	14.564	15.520	16.892	18.776
Esponjas	Cajas 48	1	3.490	3.641	3.880	4.223	4.694
Escobas	24 unidades	2	6.980	7.282	7.760	8.446	9.388
Cepillo de dientes	Cajas 48	2	6.980	7.282	7.760	8.446	9.388
Pasta dental 35 ml.	Cajas 48	2	6.980	7.282	7.760	8.446	9.388
Shampoo 400 ml.	Cajas 24	2	7.562	7.889	8.407	9.150	10.170
Jaboncillos	Cajas 48	1	3.490	3.641	3.880	4.223	4.694
BEBIDAS							
Gaseosas 1Lt.	Paquetes 48	1	3.490	3.641	3.880	4.223	4.694
Jugos 1 Lt.	Paquetes 48	1	3.490	3.641	3.880	4.223	4.694
Aguas 6 Lt.	Paquetes 48	1	3.490	3.641	3.880	4.223	4.694
EMBUTIDOS							
Salchichas 10 L.	Libra	5	17.450	18.205	19.400	21.115	23.470
Terneritas 10 L.	Libra	5	17.450	18.205	19.400	21.115	23.470
Mortadela 10 L.	Libra	10	34.900	36.410	38.800	42.230	46.940
Chorizo 5 L.	Libra	10	34.900	36.410	38.800	42.230	46.940
Morcilla 10 L.	Libra	10	34.900	36.410	38.800	42.230	46.940

FUENTE: Cuadro N°34

ELABORADO: La Autora

NOTA: Se observa que la demanda efectiva con el transcurrir del tiempo crece significativamente, el cual puede ser explicado por el creciente aumento tanto de la población como del micromercado debido al servicio que este brindara.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta se describe a toda la cantidad de bienes o servicios que están siendo ofertados en el mercado en estudio y que representarían competencia ante la decisión de los clientes finales.

Es importante aclarar que en la Parroquia San José con una población económicamente activa de 3.272 habitantes no hay un lugar como el que se pretende implementar el mismo que brinde una variedad de productos alimenticios de primera necesidad, sin embargo las tiendas existentes se convierten en los principales competidores debido a que estos ofrecen los mismos productos pero en cantidades menores.

Oferta actual

En la Parroquia San José existen 9 tiendas distribuidos en los alrededores de la ubicación de este proyecto. Para el mejor estudio de la oferta se realizó una ficha en la que contiene información general de estas tiendas consideradas como competencia para el micromercado. Para ello se entrevistó a las propietarias a fin de conocer el número de personas que acuden semanalmente entre otras características que ayudaran a conocer la oferta de esta propuesta.

Cuadro N°36

Tienda:	"Despensa Dianita"
Propietario:	Sra. Carolina Barrera
Dirección:	22 de mayo y las colinas
Tiempo en el Mercado:	20 años
Productos que oferta:	Productos comestibles, lácteos, gaseosas, alcohol, embutidos, helados, productos de aseo, golosinas, confitería.
Complementarios:	Recargas claro
Precios:	Los precios son fijados de acuerdo al criterio del propietario pero siempre toma en cuenta en precio de venta al público (PVP).
Empleados:	Dueña
Productos que más se venden:	Productos comestibles, lácteos, gaseosas, alcohol, embutidos, golosinas.
Venta semanal:	80,00

FUENTE: Entrevista
ELABORADO: La Autora

Cuadro N°37

Tienda:	"Bachita"
Propietario:	Sra. Bernarda López
Dirección:	Las américas esquina
Tiempo en el Mercado:	21 años
Productos que oferta:	Productos comestibles, lácteos, gaseosas, jugos, alcohol, embutidos, helados, productos de aseo, golosinas, confitería.
Complementarios:	Recargas claro
Precios:	Productos comestibles, lácteos, gaseosas, jugos, alcohol, embutidos, helados, productos de aseo, golosinas, confitería.
Empleados:	Dueña
Productos que más se venden:	Productos complementarios, embutidos, golosinas, productos de aseo, lácteos.
Venta semanal:	90,00

FUENTE: Entrevista
ELABORADO: La Autora

Cuadro N°38

Tienda:	"La Concha"
Propietario:	Sra. Ana Carrillo
Dirección:	Av. Los guayacanes y calle S/N
Tiempo en el Mercado:	12 años
Productos que oferta:	Productos comestibles, lácteos, gaseosas, jugos, alcohol, embutidos, helados, productos de aseo, golosinas, confitería.
Complementarios:	Oriflame, Avon
Precios:	Los precios son fijados de acuerdo al criterio del propietario pero siempre toma en cuenta en precio de venta al público (PVP).
Empleados:	Dueña
Productos que más se venden:	Productos complementarios, embutidos, golosinas, productos de aseo, lácteos,
Venta semanal:	80,00

FUENTE: Entrevista
ELABORADO: La Autora

Cuadro N°39

Tienda:	"Divino niño"
Propietario:	Josefina Condoy
Dirección:	calle S/N y los ceibos
Tiempo en el Mercado:	7 año
Productos que oferta:	Productos comestibles, lácteos, gaseosas, jugos, alcohol, embutidos, helados, productos de aseo, golosinas, confitería.
Complementarios:	-
Precios:	Los precios son fijados de acuerdo al criterio del propietario pero siempre toma en cuenta en precio de venta al público (PVP).
Empleados:	Dueña
Productos que más se venden:	Productos comestibles, lácteos, gaseosas, golosinas, confitería.
Venta semanal:	40,00

FUENTE: Entrevista
ELABORADO: La Autora

Cuadro N°40

Tienda:	"Doña Vero"
	
Propietario:	Sra. Verónica Camacho
Dirección:	San Juan Bautista y calle S/N
Tiempo en el Mercado:	16 años
Productos que oferta:	Productos comestibles, lácteos, gaseosas, alcohol, embutidos, helados, productos de aseo, golosinas, confitería, carnes, jugos, cereales.
Complementarios:	-
Precios:	Los precios son fijados de acuerdo al criterio del propietario pero siempre toma en cuenta en precio de venta al público (PVP).
Empleados:	Dueña
Productos que más se venden:	Productos comestibles, lácteos, gaseosas, alcohol, embutidos, helados, productos de aseo, golosinas, confitería, carnes, jugos, cereales.
Venta semanal:	50,00

FUENTE: Entrevista
ELABORADO: La Autora

Cuadro N°41

Tienda:	"Margarita"
Propietario:	Melania Torres
Dirección:	Amazonas entre Zamora y Las Américas
Tiempo en el Mercado:	20 años
Productos que oferta:	Productos comestibles, lácteos, gaseosas, alcohol, embutidos, helados, productos de aseo, golosinas, confitería, carnes, jugos, cereales.
Complementarios:	Yanbal, Avon, Recargas claro
Precios:	Los precios son fijados de acuerdo al criterio del propietario pero siempre toma en cuenta en precio de venta al público (PVP).
Empleados:	Dueña
Productos que más se venden:	Productos comestibles, lácteos, gaseosas, embutidos, helados, productos de aseo, golosinas, confitería, carnes, jugos, cereales.
Venta semanal:	100,00

FUENTE: Entrevista

ELABORADO: La Autora

Cuadro N°42

Tienda:	"Tienda Fanny"
Propietario:	Fanny Román
Dirección:	San Juan Bautista esquina
Tiempo en el Mercado:	11 años
Productos que oferta:	Productos comestibles, lácteos, gaseosas, alcohol, embutidos, helados, productos de aseo, golosinas, confitería, carnes, jugos, cereales.
Complementarios:	Gas, recargas y tarjetas claro.
Precios:	Los precios son fijados de acuerdo al criterio del propietario pero siempre toma en cuenta en precio de venta al público (PVP).
Empleados:	Dueña
Productos que más se venden:	Productos comestibles, lácteos, gaseosas, embutidos, helados, productos de aseo, golosinas, confitería, carnes, jugos, cereales.
Venta semanal:	100,00

FUENTE: Entrevista
ELABORADO: La Autora

Cuadro N°43

Tienda:	"Carmen"
	
Propietario:	Carmen Tinizaray
Dirección:	Los Girasoles y Av. Los Guayacanes
Tiempo en el Mercado:	12 años
Productos que oferta:	Productos comestibles, lácteos, gaseosas, alcohol, embutidos, helados, productos de aseo, golosinas, confitería, carnes, jugos, cereales.
Complementarios:	-
Precios:	Los precios son fijados de acuerdo al criterio del propietario pero siempre toma en cuenta en precio de venta al público (PVP).
Empleados:	Dueña
Productos que más se venden:	Productos comestibles, gaseosas, embutidos, helados, productos de aseo, golosinas.
Venta semanal:	50,00

FUENTE: Entrevista

ELABORADO: La Autora

Cuadro N°44

Tienda:	"Mini Tienda"
	
Propietario:	Alexandra Rueda
Dirección:	Av. Los Guayacanes
Tiempo en el Mercado:	6 años
Productos que oferta:	Productos comestibles, lácteos, gaseosas, alcohol, embutidos, helados, productos de aseo, golosinas, confitería, carnes, jugos, cereales.
Complementarios:	Copias y recargas
Precios:	Los precios son fijados de acuerdo al criterio del propietario pero siempre toma en cuenta en precio de venta al público (PVP).
Empleados:	Dueña
Productos que más se venden:	Productos comestibles, gaseosas, embutidos, helados, productos de aseo, golosinas, confitería, carnes, jugos.
Venta semanal:	90,00

FUENTE: Entrevista
ELABORADO: La Autora

Ingresos de la Oferta

Para ello es necesario realizar un análisis a nivel de ingresos que la competencia actualmente percibe y a la vez obtener este rubro anual tal como a continuación se demuestra.

Cuadro N°45

Ingreso semanal por tienda	N° Tiendas	Monto grupal
40,00	1	40,00
50,00	2	100,00
80,00	2	160,00
90,00	3	270,00
100,00	1	100,00
	Total promedio	670/9=74,44
	Monto promedio semanal	74,44*52
	Monto de ingresos anual	3.871,11

FUENTE: Estudio de mercado
ELABORADO: La Autora

Proyección del Ingreso de la Oferta

Obtenido el monto de ingreso anual de las tiendas se realiza la respectiva proyección de años de vida útil de este proyecto, mediante la siguiente fórmula $PA = M + (1 + i)^n$

Cuadro N°46

Nº	Ingreso oferta
0	3.871,11
1	3.872,13
2	3.873,18
3	3.874,24
4	3.875,33
5	3.876,44

FUENTE: Estudio de mercado

ELABORADO: La Autora

Demanda Satisfecha

Es la demanda en la cual él público ha logrado acceder a los productos y están satisfechos por ellos, es decir determinar el número de clientes fieles a cada tiendas que ofrecen productos de primera necesidad en la Parroquia San José, es por eso que para conocer la oferta se ha considerado como pregunta referencial la siguiente: **¿De acuerdo a su criterio ¿considera usted que las tiendas de la Parroquia San José cubren adecuadamente la demanda de productos de primera necesidad?**

Cuadro N°47

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Totalmente de Acuerdo	54	16%
De acuerdo	62	18%
En desacuerdo	129	38%
Totalmente en desacuerdo	99	29%
TOTAL	344	100%

FUENTE: Encuestas

ELABORADO: La Autora

Tomando los porcentajes de las alternativas totalmente de acuerdo 16% y de acuerdo 18%, da un total de 34%, el cual se toma como base para definir la oferta del proyecto

Cuadro N°48

Nº	Ingreso Oferta	Oferta 34%
0	3.871,11	1316
1	3.872,13	1317
2	3.873,18	1317
3	3.874,24	1317
4	3.875,33	1318
5	3.876,44	1318

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORADO: La Autora

Demanda insatisfecha

Es la cantidad de bienes o servicios que probablemente el mercado consume en los años futuros, permitiéndonos conocer los potenciales clientes, es decir, el mercado que está dispuesto a comprar nuestros productos a un determinado precio. La demanda insatisfecha es el resultado de la diferencia entre la demanda efectiva y la oferta.

Cuadro N°49

DEMANDA INSATISFECHA			
AÑO	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2013	3.417	1.316	2.101
2014	3.490	1.317	2.173
2015	3.641	1.317	2.324
2016	3.880	1.317	2.562
2017	4.223	1.318	2.905
2018	4.694	1.318	3.376

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORADO: La Autora

Cuadro N°50

DEMANDA INSATISFECHA EN UNIDADES							
PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	TOTAL CONSUMO PROMEDIO ANUAL	DEMANDA INSATISFECHA ANUAL 2014 (2.173 PEA)	DEMANDA INSATISFECHA ANUAL 2015 (2.324 PEA)	DEMANDA INSATISFECHA ANUAL 2016 (2.562 PEA)	DEMANDA INSATISFECHA ANUAL 2017 (2.905 PEA)	DEMANDA INSATISFECHA ANUAL 2018 (3.376 PEA)
CARNES Y PESCADO							
Chancho	Libras	1	2.173	2.324	2.562	2.905	3.376
Res	Libras	1	2.173	2.324	2.562	2.905	3.376
Pollo	Libras	1	2.173	2.324	2.562	2.905	3.376
Atún	Cajas 48	1	2.173	2.324	2.562	2.905	3.376
Sardina	Cajas 48	1	2.173	2.324	2.562	2.905	3.376
LACTEOS							
Leche fresca entera	Cajas 24	2	4.346	4.648	5.124	5.810	6.752
Leche descremada	Cajas 24	1	2.173	2.324	2.562	2.905	3.376
Yogurt	Cajas 24	1	2.173	2.324	2.562	2.905	3.376
Queso	Cajas 25	2	4.346	4.648	5.124	5.810	6.752
Mantequilla	Cajas 24	1	2.173	2.324	2.562	2.905	3.376
CEREALES Y DERIVADOS							
Cebada	Caja 24	1	2.173	2.324	2.562	2.905	3.376
Arroz	Quintales	3	6.519	6.972	7.686	8.715	10.128
Maíz	Quintales	2	4.346	4.648	5.124	5.810	6.752
Avena	Caja 24	1	2.173	2.324	2.562	2.905	3.376
Fideo	Quintales	1	2.173	2.324	2.562	2.905	3.376
Pan	Cajas 100	3	5.650	6.042	6.661	7.553	8.778
ABARROTOS							
Azúcar	Quintales	2	4.346	4.648	5.124	5.810	6.752
Sal 2 kg	Caja 48	4	8.692	9.296	10.248	11.620	13.504
Huevos	Caja 48	5	10.865	11.620	12.810	14.525	16.880
Café	Quintales	1	2.173	2.324	2.562	2.905	3.376

Proyecto de inversión para la implementación de un micromercado en la Parroquia San José del Cantón Catamayo de la Provincia de Loja

Chocolate	Quintales	1	2.173	2.324	2.562	2.905	3.376
Aceites	Cajas 24	2	4.346	4.648	5.124	5.810	6.752
ASEO HOGAR-PERSONAL							
Jabones 250 gr	Cajas 48	3	6.519	6.972	7.686	8.715	10.128
Detergentes 1kg	Cajas 48	2	4.346	4.648	5.124	5.810	6.752
Ambiental 95 gr	Cajas 48	1	2.173	2.324	2.562	2.905	3.376
Cloros 250 ml.	Cajas 50	1	2.173	2.324	2.562	2.905	3.376
Estropajos	Cajas 25	2	4.346	4.648	5.124	5.810	6.752
Papel higiénico	Paca 12	4	8.692	9.296	10.248	11.620	13.504
Espojas	Cajas 48	1	2.173	2.324	2.562	2.905	3.376
Aromatizantes	Cajas 48	1	2.173	2.324	2.562	2.905	3.376
Escobas	24 unidades	2	4.346	4.648	5.124	5.810	6.752
Cepillo de dientes	Cajas 48	2	4.346	4.648	5.124	5.810	6.752
Pasta dental 35 ml.	Cajas 48	2	4.346	4.648	5.124	5.810	6.752
Shampoo 400 ml.	Cajas 24	2	4.708	5.035	5.551	6.294	7.315
Jaboncillos	Cajas 48	1	2.173	2.324	2.562	2.905	3.376
BEBIDAS							
Gaseosas 1Lt.	Paquetes 48	1	2.173	2.324	2.562	2.905	3.376
Jugos 1 Lt.	Paquetes 48	1	2.173	2.324	2.562	2.905	3.376
Aguas 6 Lt.	Paquetes 48	1	2.173	2.324	2.562	2.905	3.376
EMBUTIDOS							
Salchichas 10 L.	Libra	5	10.865	11.620	12.810	14.525	16.880
Terneritas 10 L.	Libra	5	10.865	11.620	12.810	14.525	16.880
Mortadela 10 L.	Libra	10	21.730	23.240	25.620	29.050	33.760
Chorizo 5 L.	Libra	10	21.730	23.240	25.620	29.050	33.760
Morcilla 10 L.	Libra	10	21.730	23.240	25.620	29.050	33.760

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORADO: La Autora

ESTRATEGIAS DE MARKETING

El nuevo micromercado, ofrecerá una variedad de productos de calidad a precios módicos y un cuidado completo en el aseo para brindar al cliente una buena alternativa en sus compra para el hogar, enfocados especialmente en la satisfacción de las necesidades y el bienestar de nuestros clientes, contribuyendo a mejorar su calidad de vida.

Producto

El producto es un elemento fundamental para el estudio de mercado debido a que es un bien el cual la empresa pretende vender, además hace una relación entre las características del producto y las del consumidor. Es por eso que los productos que se ofrecerá en el micromercado serán principalmente considerados como productos de primera necesidad, poniendo a disposición de los clientes una amplia gama de productos tales como: carne, cereales y sus derivados, embutidos, bebidas, productos de aseo personal y el hogar, lácteos, a precios accesibles con una buena calidad y así estén al gusto del consumidor.

Precio

El precio es un elemento importante dentro del mercadeo, es la estrategia

que ayuda cumplir con los objetivos de la empresa y se la considera como política interna o precio final que den los distribuidores.

Toda persona busca el mejor precio en un producto el cual este acorde con su economía, es por eso que el servicio que brindara el micromercado es el de vender productos con precios cómodos y de calidad a los habitantes de la Parroquia San José ya que mediante el resultado de las encuestas, pregunta N°04 en el cual se conoce que el 30% de las personas se concentran más en el precio; el 29% en la cantidad; y, el 26% en la calidad, mismos que se consideran como factores determinantes donde la empresa deberá tomar como estrategia para obtener nuevos clientes y la fidelidad de los mismos.

Plaza

El micromercado estará con miras a satisfacer la necesidad de adquirir productos de consumo para el hogar en la Parroquia San José del Cantón Catamayo de la Provincia de Loja. Mediante la observación se determinó que se debe utilizar el siguiente canal de comercialización:

Gráfico N°29



Mediante un análisis sobre los precios convenientes para la empresa al adquirir el producto y como estrategia de distribución para ingresar al mercado se realizó el mencionado canal de distribución para llevar el producto hasta el consumidor final.

Promoción

Es un elemento básico dentro del marketing, para llegar a los clientes, poder persuadirlos y recordarles nuestros servicios, para ello se ha considerado la pregunta N°11 de la encuesta la cual indica que la mayoría de las personas con el 31% escogen los regalos como estímulo a la hora de realizar sus compras, con esto la empresa deberá considerar la fijación de un monto por cada compra, es importante mencionar que también los proveedores se encargan de realizar las promociones.

Publicidad

Para la introducción del servicio al mercado se utilizará la ayuda de los diferentes medios de comunicación tales como la televisión, radio, gigantografías, prensa escrita, internet y volantes, es por eso que el resultado de la pregunta N°12 muestra que un 33% de los encuestados prefieren la televisión por lo que se consideró al canal MULTICANAL del Cantón Catamayo; el 27% eligió la radio para ello se pensó realizar avisos en la Radio WG Milenium, mientras el 13% escogen las gigantografías

tomando un lugar atractivo como lo es la vía Loja-Catamayo; asimismo el 10% optan por la prensa escrita donde la opción sería -diario LA HORA- y por otro lado se informara mediante el internet y las hojas volantes, con la finalidad de que el cliente potencial conozca de nuestros servicios antes de ingresar a la empresa y de esta manera conseguir no solo nuevos clientes sino su fidelidad.

ESTUDIO TÉCNICO

El presente estudio técnico tiene como objetivo determinar la ingeniería del servicio de productos de primera necesidad que se implementara en la Parroquia San José, detallando todas las maquinaria y equipos necesarios.

Objetivos del Estudio Técnico

- Establecer el tamaño del proyecto, (capacidad instalada, capacidad utilizada)
- Establecer su localización del proyecto,(macrolocalización, microlocalización)
- Demostrar la ingeniería de la planta, (distribución de la planta)
- Realizar la ingeniería del servicio.

TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño es definido como la capacidad de producción de bienes y servicios medidos en un periodo de tiempo determinado y ofrecidos en el mercado.

Capacidad instalada

La capacidad instalada significa el cien por ciento de las posibilidades que tiene la empresa para poder comercializar en la Parroquia San José productos de primera necesidad para ello se ha tomado como base el resultado de la demanda insatisfecha del estudio de mercado.

Cuadro N°51

CAPACIDAD INSTALADA				
PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	DEMANDA INSATISFECHA ANUAL 2014 (2.173 PEA)	CAPACIDAD INSTALADA AL 100%	% DE OBTENCIÓN
CARNES Y PESCADO				
Chancho	Libra	2.173	1.630	75
Res	Libra	2.173	1.630	75
Pollo	Libra	2.173	1.630	75
Atún	Cajas 48	2.173	1.630	75
Sardina	Cajas 48	2.173	1.630	75
LACTEOS				
Leche fresca entera	Cajas 24	4.346	3.260	75
Leche descremada	Cajas 24	2.173	1.630	75
Yogurt	Cajas 24	2.173	1.630	75

Queso	Cajas 25	4.346	3.260	75
Mantequilla	Cajas 24	2.173	1.630	75
CEREALES Y DERIVADOS				
Cebada	Caja 24	2.173	1.630	75
Arroz	Quintales	6.519	4.889	75
Maíz	Quintales	4.346	3.260	75
Avena	Caja 24	2.173	1.630	75
Fideo	Quintales	2.173	1.630	75
Pan	Cajas 100	5.650	4.237	75
ABARROTES				
Azúcar	Quintales	4.346	3.260	75
Sal 2 kg	Caja 24	8.692	6.519	75
Huevos	Cubeta 30	10.865	8.149	75
Café	Quintales	2.173	1.630	75
Chocolate	Quintales	2.173	1.630	75
Aceites	Cajas 24	4.346	3.260	75
ASEO HOGAR-PERSONAL				
Jabones 250 gr	Cajas 48	6.519	4.889	75
Detergentes 1kg	Cajas 48	4.346	3.260	75
Ambiental 95 gr	Cajas 48	2.173	1.630	75
Cloros 250 ml.	Cajas 50	2.173	1.630	75
Estropajos	Cajas 25	4.346	3.260	75
Papel higiénico	Paca 12	8.692	6.519	75
Esponjas	Cajas 48	2.173	1.630	75
Aromatizantes	Cajas 48	2.173	1.630	75
Escobas	24 unidades	4.346	3.260	75
Cepillo de dientes	Cajas 48	4.346	3.260	75
Pasta dental 35 ml.	Cajas 48	4.346	3.260	75
Shampoo 400 ml.	Cajas 24	4.708	3.531	75
Jaboncillos	Cajas 48	2.173	1.630	75
BEBIDAS				
Gaseosas 2Lt.	Paquetes 12	2.173	1.630	75
Jugos 2 Lt.	Paquetes 12	2.173	1.630	75
Aguas 6 Lt.	Paquetes 12	2.173	1.630	75
EMBUTIDOS				
Salchichas 10 L.	Libra	10.865	8.149	75
Terneritas 10 L.	Libra	10.865	8.149	75
Mortadela 10 L.	Libra	21.730	16.298	75
Chorizo 5 L.	Libra	21.730	16.298	75
Morcilla 10 L.	Libra	21.730	16.298	75

FUENTE: Cuadro N° 50

ELABORADO: La Autora

Capacidad utilizada

Es la capacidad real de venta que el micromercado tiene programado para el año desde el inicio de sus actividades comerciales.

Tomando el resultado de la capacidad instalada al cual se le da un incremento desde el 90% hasta el 100%, en lo que respecta a la utilización de este servicio por parte de la población de esta Parroquia.

Cuadro N°52

CAPACIDAD UTILIZADA							
PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CAPACIDAD INSTALADA AL 100%	AÑO 1 90%	AÑO 2 95%	AÑO 3 95%	AÑO 4 100%	AÑO 5 100%
CARNES Y PESCADO							
Chancho	Libra	1.630	1.467	1.548	1.630	1.630	1.630
Res	Libra	1.630	1.467	1.548	1.630	1.630	1.630
Pollo	Libra	1.630	1.467	1.548	1.630	1.630	1.630
Atún	Cajas 48	1.630	1.467	1.548	1.630	1.630	1.630
Sardina	Cajas 48	1.630	1.467	1.548	1.630	1.630	1.630
LACTEOS							
Leche fresca entera	Cajas 24	3.260	2.934	3.097	3.260	3.260	3.260
Leche descremada	Cajas 24	1.630	1.467	1.548	1.630	1.630	1.630
Yogurt	Cajas 24	1.630	1.467	1.548	1.630	1.630	1.630
Queso	Cajas 25	3.260	2.934	3.097	3.260	3.260	3.260
Mantequilla	Cajas 24	1.630	1.467	1.548	1.630	1.630	1.630
CEREALES Y DERIVADOS							
Cebada	Caja 24	1.630	1.467	1.548	1.630	1.630	1.630
Arroz	Quintales	4.889	4.400	4.645	4.889	4.889	4.889
Maíz	Quintales	3.260	2.934	3.097	3.260	3.260	3.260
Avena	Caja 24	1.630	1.467	1.548	1.630	1.630	1.630

Fideo	Quintales	1.630	1.467	1.548	1.630	1.630	1.630
Pan	Cajas 100	4.237	3.814	4.025	4.237	4.237	4.237
ABARROTES							
Azúcar	Quintales	3.260	2.934	3.097	3.260	3.260	3.260
Sal 2 kg	Caja 24	6.519	5.867	6.193	6.519	6.519	6.519
Huevos	Cubeta 30	8.149	7.334	7.741	8.149	8.149	8.149
Café	Quintales	1.630	1.467	1.548	1.630	1.630	1.630
Chocolate	Quintales	1.630	1.467	1.548	1.630	1.630	1.630
Golosinas	Cajas 24	3.260	2.934	3.097	3.260	3.260	3.260
ASEO HOGAR-PERSONAL							
Jabones 250 gr	Cajas 48	4.889	4.400	4.645	4.889	4.889	4.889
Detergentes 1kg	Cajas 48	3.260	2.934	3.097	3.260	3.260	3.260
Ambiental 95 gr	Cajas 48	1.630	1.467	1.548	1.630	1.630	1.630
Cloros 250 ml.	Cajas 50	1.630	1.467	1.548	1.630	1.630	1.630
Estropajos	Cajas 25	3.260	2.934	3.097	3.260	3.260	3.260
Papel higiénico	Paca 12	6.519	5.867	6.193	6.519	6.519	6.519
Esponjas	Cajas 48	1.630	1.467	1.548	1.630	1.630	1.630
Aromatizantes	Cajas 48	1.630	1.467	1.548	1.630	1.630	1.630
Escobas	24 unidades	3.260	2.934	3.097	3.260	3.260	3.260
Cepillo de dientes	Cajas 48	3.260	2.934	3.097	3.260	3.260	3.260
Pasta dental 35 ml.	Cajas 48	3.260	2.934	3.097	3.260	3.260	3.260
Shampoo 400 ml.	Cajas 24	3.531	3.178	3.355	3.531	3.531	3.531
Jaboncillos	Cajas 48	1.630	1.467	1.548	1.630	1.630	1.630
BEBIDAS							
Gaseosas 2Lt.	Paquetes 12	1.630	1.467	1.548	1.630	1.630	1.630
Jugos 2 Lt.	Paquetes 12	1.630	1.467	1.548	1.630	1.630	1.630
Aguas 6 Lt.	Paquetes 12	1.630	1.467	1.548	1.630	1.630	1.630
EMBUTIDOS							
Salchichas 10L.	Libra	8.149	7.334	7.741	8.149	8.149	8.149
Terneritas 10 L.	Libra	8.149	7.334	7.741	8.149	8.149	8.149
Mortadela 10 L.	Libra	16.298	14.668	15.483	16.298	16.298	16.298
Chorizo 5 L.	Libra	16.298	14.668	15.483	16.298	16.298	16.298
Morcilla 10 L.	Libra	16.298	14.668	15.483	16.298	16.298	16.298

FUENTE: Cuadro N° 35

ELABORADO: La Autora



Descripción del cálculo

Capacidad Instalada: Demanda insatisfecha del año 2014: $2.173 * 75 / 100 = 1.630$ personas que serán atendidas

Capacidad Utilizada: Capacidad instalada al 100%: $1.630 * 90\% = 1.467$ ventas al año 1.

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La localización del micromercado determina su buena marcha, es por eso que su ubicación está basada de acuerdo a los criterios de las personas de la Parroquia San José, en donde se identificó la necesidad de adquirir productos de primera necesidad.

Macrolocalización

El micromercado se ubicara en la Parroquia San José, zona Urbana del Cantón Catamayo.

Mapa Político del Cantón Catamayo

Gráfico N°30



FUENTE: Ilustre Municipalidad de Catamayo

Microlocalización

Esta etapa consiste en la selección precisa del sitio en donde se va a instalar el proyecto, para ello se realizó un cuadro de ponderación por puntos para su adecuada ubicación, cabe recalcar que este lugar cuenta con todos los servicios básicos.

El micromercado se establecerá en el sector Las Américas de la Parroquia San José en las calles Las Américas y Av. Los Guayacanes, de esta manera podrá atender eficientemente la demanda de adquirir

productos de primera necesidad que posee esta población, además el lugar es de fácil acceso para comodidad de los habitantes.

Cuadro N° 53

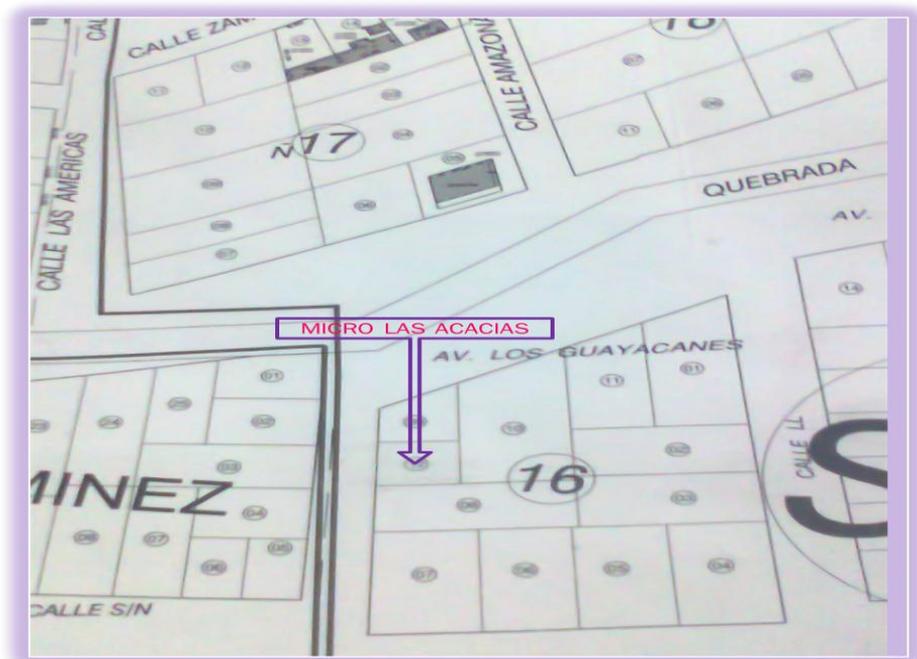
IDEA DE NEGOCIO/PROYECTO: "MICROMERCADO LAS ACACIAS"							
PARROQUIA: Parroquia San José;		CANTÓN: Catamayo;		CIUDAD: Loja			
MICROLOCALIZACIÓN: Sectores							
A: Las Américas							
B: Bella Vista							
C: San Juan Bautista							
MICROLOCALIZACIÓN							
ELEMENTO	P (%)	A	P (%)	B	P (%)	C	P (%)
1) Acceso a mercados	25%	9	20%	10	19%	10	17%
2) Local	14%	10	13%	9	14%	8	12%
3) Disponibilidad de:							
a) Mano O. directa	5%	9	5%	8	7%	7	7%
b) Mano O. no calificada	5%	8	5%	8	7%	7	7%
4) Costo de mano de obra							
a) Calificada	3%	8	3%	7	2%	6	2%
b) No calificada	3%	8	3%	7	3%	5	3%
5) Transporte							
a) Disponibilidad	5%	7	5%	6	5%	5	5%
b) Costo	4%	8	4%	6	4%	5	4%
6) Agua	3%	10	3%	9	3%	8	3%
7) Energía Eléctrica	7%	10	7%	10	7%	9	7%
8) Combustible	4%	9	4%	8	3%	9	4%
9) Apoyos Legales	5%	10	4%	9	3%	7	3%
10) Alcantarillado y Drenaje	3%	10	3%	9	2%	8	2%
11) Serv. Médicos	2%	7	2%	6	1%	7	1%
12) Servicio	1%	8	1%	9	2%	8	2%
13) Clima	1%	10	1%	10	1%	10	1%
14) Terreno	3%	10	3%	8	1%	7	1%
15) Actitud de la comunidad	7%	9	7%	8	5%	7	5%
SUMA	100%	160	93%	147	89%	133	86%

FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO: La Autora

Croquis

Gráfico N°31



FUENTE: Ilustre Municipio del Cantón Catamayo

INGENIERÍA DE LA PLANTA

El objetivo principal de la distribución de la planta es brindar condiciones de trabajo aceptables y seguras para los empleados; y, para la buena atención del cliente comodidad y orden.

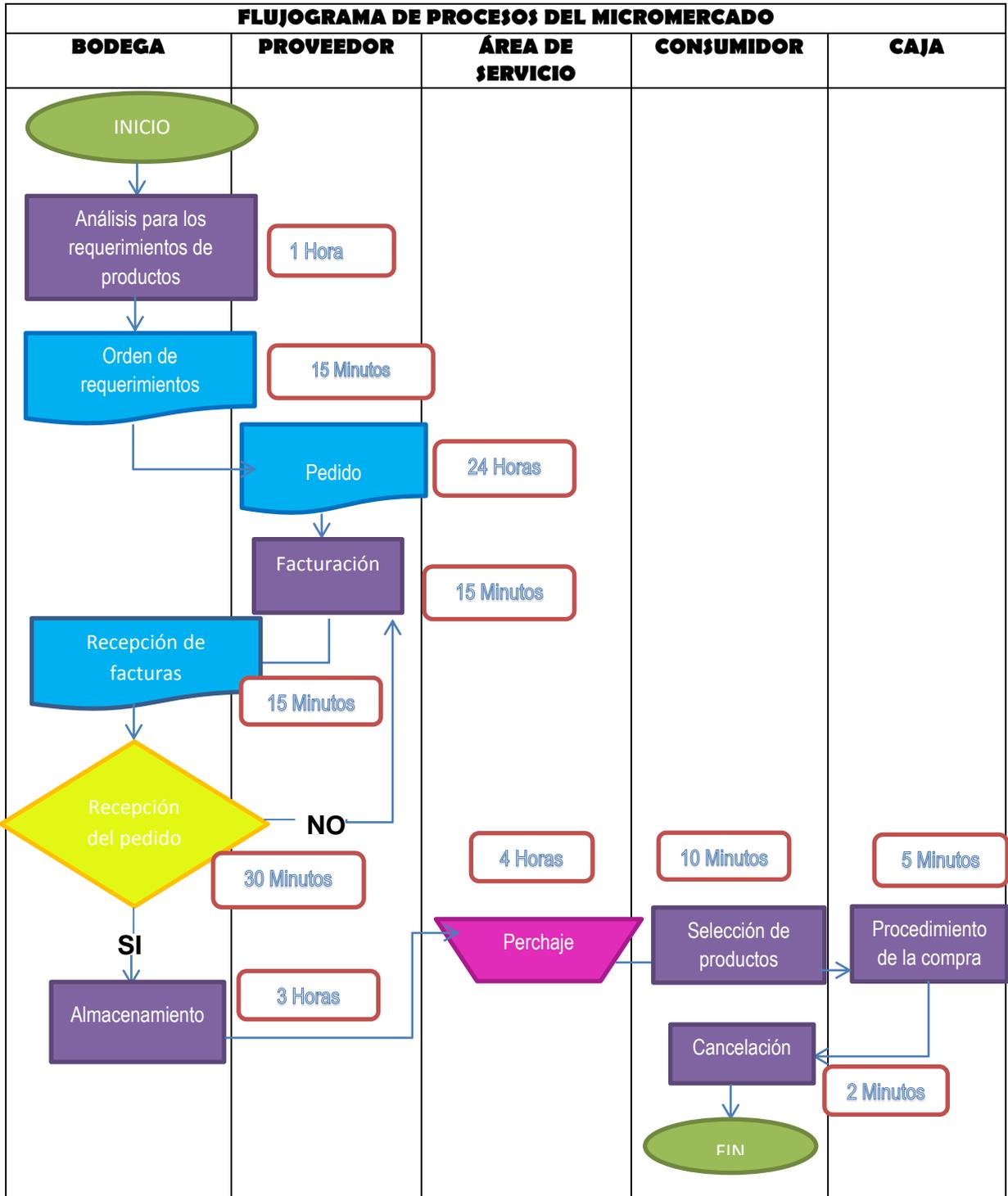
Gráfico N° 32



ELABORADO: Arq. Arturo Méndez

Ingeniería del servicio

Cuadro N°54



FUENTE: Estudio Técnico
ELABORADO: La Autora

Prestación del servicio. Para representar y analizar el proceso del servicio que se propone en el proyecto, se utiliza el diagrama de bloques, que es uno de los métodos más sencillos para representar un proceso.

Descripción del proceso del servicio

En el flujo de procesos se puede apreciar el recorrido del servicio que el micromercado ofrecerá.

Análisis para el requerimiento del producto: El primer paso comienza con el Gerente y la secretaria-contadora quienes realizan un minucioso análisis para ejecutar el requerimiento de los productos que pretenden ofrecer en el micromercado y además elige a su proveedor.

Orden de requerimiento: Una vez analizado y conocer lo que se pretende ofrecer se procede a realizar una orden de requerimiento al proveedor también escogido.

Pedido: La secretaria-contadora procede a enviar el pedido deseado el cual el proveedor lo revisado y comienza a prepararlo para ser despachado

Facturación: Una vez adjuntado el producto deseado por el micromercado el proveedor procede a facturar el respectivo pedido.

Recepción de facturas: La secretaria-contadora es la encargada de realizar la debida recepción de las facturas del producto solicitado a los proveedores.

Recepción del pedido: Una vez ya recibidas las facturas la secretaria-contadora conjuntamente con el bodeguero revisaran el pedido, en caso que los productos no concuerdan con las facturas recibidas se procederá a la devolución al proveedor ya sea por quejas como: inexistencia, mal estado o caducidad del mismo, de lo contrario la mercadería obtenida se procederá a colocar al respectivo almacenamiento.

Almacenamiento: Ya revisado y conforme con el pedido solicitado el bodeguero se encargara de realizar el respectivo almacenamiento del mismo, clasificándolo al tipo o sección al que pertenecen, asimismo este se encargara de revisar cada día o mes, el producto que este próximo a caducarse.

Perchaje: El perchador se encargara de ubicar en el área de servicio el producto en las perchas de acuerdo a la sección a la que estas pertenezcan y estará al tanto del movimiento del producto en el local.

Selección del producto: Luego el cliente es el encargado de escoger a su gusto el producto ofrecido en las perchas del local.

Procedimiento de Compra: Una vez escogida su mercancía el cliente satisfecho se acerca a caja para el respectivo procedimiento de compra.

Cancelación: Finalmente se procede a la entrega de la factura y el cliente dichoso por su compra procede a la cancelación del mismo.

Recursos a utilizar

Recuso Humano

Cuadro N° 55

CARGO	Nº
Gerente	1
Secretaria-Contadora	1
Publicista	1
Bodeguero	1
Perchera	1
Cajera	2

FUENTE: Capacidad instalada y utilizada

ELABORADO POR: La Autora

Maquinaria y equipo requerido

Para decidir la compra de la maquinaria y equipo, es necesario tomar en cuenta la utilidad que tendrá en un futuro y los factores que afectan directamente a la elección, entre los que están:

Proveedores.- Para elegir al proveedor se analizan varios candidatos y se elige al que ofrezca mayor garantía y precios cómodos.

Precio.- El precio de las maquinarias y equipos son utilizados para el cálculo de la inversión inicial, éstos se encuentran clasificados dentro de los activos fijos tangibles depreciables.

Dimensiones.- Se debe tener en cuenta que el tamaño de la maquinaria es un dato que se lo considera al determinar la distribución de la planta.

Cuadro N°56

INGENIERIA DEL PROYECTO					
SECUENCIA	CANTIDAD	EQUIPO	IMAGEN	CARACTERISTICAS	PROFORMA
1	1	Congelador		Congelador Innova Parrot 1500NF Tamaño: frente 2.40, alto 2.40 y fondo 2.20	Proforma N° 01
2	3	Vitrina refrigerante		Vitrina refrigerante Innova Parrot 1500 Tamaño: 2.20 x 1.90 x 0,70 m	Profoma N°01
3	1	Balanza Electrónica		Balanza electrónica Industrial Capacidad: 100 kg. O 220 libras.	Proforma N° 02
4	1	Caja Registradora		Cuantifican el valor de los productos adquiridos. Descripción: Sharp con Scanner, Lector de código de barras.	Proforma N° 03

FUENTE: Capacidad instalada y utilizada
ELABORADO POR: La Autora

ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

El estudio administrativo legal consiste en un sistema ordenado de reglas para llevar a cabo la organización y la estructura organizativa del micromercado.

Objetivos del Estudio Administrativo Legal

- Conocer los requisitos que la Ley exige para su constitución.
- Diseñar la organización administrativa (organigramas)
- Establecer un manual de funciones del personal
- Establecer la filosofía de la empresa
- Conocer los reglamentos internos del trabajador, Manual de seguridad laboral y el Manual de prevención de riesgos laborales.

CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Es importante mencionar que el micromercado será constituido por una persona natural.

Permiso de funcionamiento y patente

Obtener el permiso de funcionamiento es un requerimiento importante para que el micromercado puedan funcionar de manera legal, para ello se han

considerado los siguientes requisitos:

Permiso de funcionamiento- Municipio

- Solicitud en papel valorado.
- Certificado de no adeudar al municipio.
- Copia de la escritura de la propiedad o copia del contrato de arrendamiento.
- Copia del Registro Único del Contribuyente (RUC)
- Certificado Centro de Salud.
- Pago por contribución al cuerpo de bomberos y de patente municipal.

Requisitos para inscribirse o actualizar el RUC o RISE

- Original y copia a color de la cedula y presentación del último certificado de votación.
- **Del lugar donde realiza la actividad.-** original y copia de cualquiera de las siguientes planillas: de agua, luz, teléfono, impuesto predial, estado de cuenta bancaria, tv cable, escritura pública o contrato de arrendamiento. Las planillas deben corresponder a cualquiera de los tres últimos meses anteriores a la fecha de inscripción o actualización.

- **Del domicilio.**- original y copia de cualquiera de las siguientes planillas: de agua, luz, teléfono, impuesto predial, estado de cuenta bancaria, tv cable, escritura pública o contrato de arrendamiento. Las planillas deben corresponder a cualquiera de los tres últimos meses anteriores a la fecha de inscripción o actualización.

Permiso de funcionamiento – Cuerpo de bomberos

1. Pago Patente Municipal
 - Certificado municipal
2. Inspección al lugar
 - Extintor
 - Conexiones eléctricas
 - Números de emergencia
 - Botiquín de primeros auxilios
 - Luz de emergencia
 - Señales de información

Permiso de funcionamiento – Centro de Salud N°4 del Cantón Catamayo

1. Solicitud para tramite de permiso de funcionamiento

2. Copia del RUC
3. Copia a color de la cedula y certificado de votación
4. Croquis de la ubicación del establecimiento
5. Permiso otorgado por el cuerpo de bomberos

Requisitos para patentar el nombre de la empresa (IEPI)

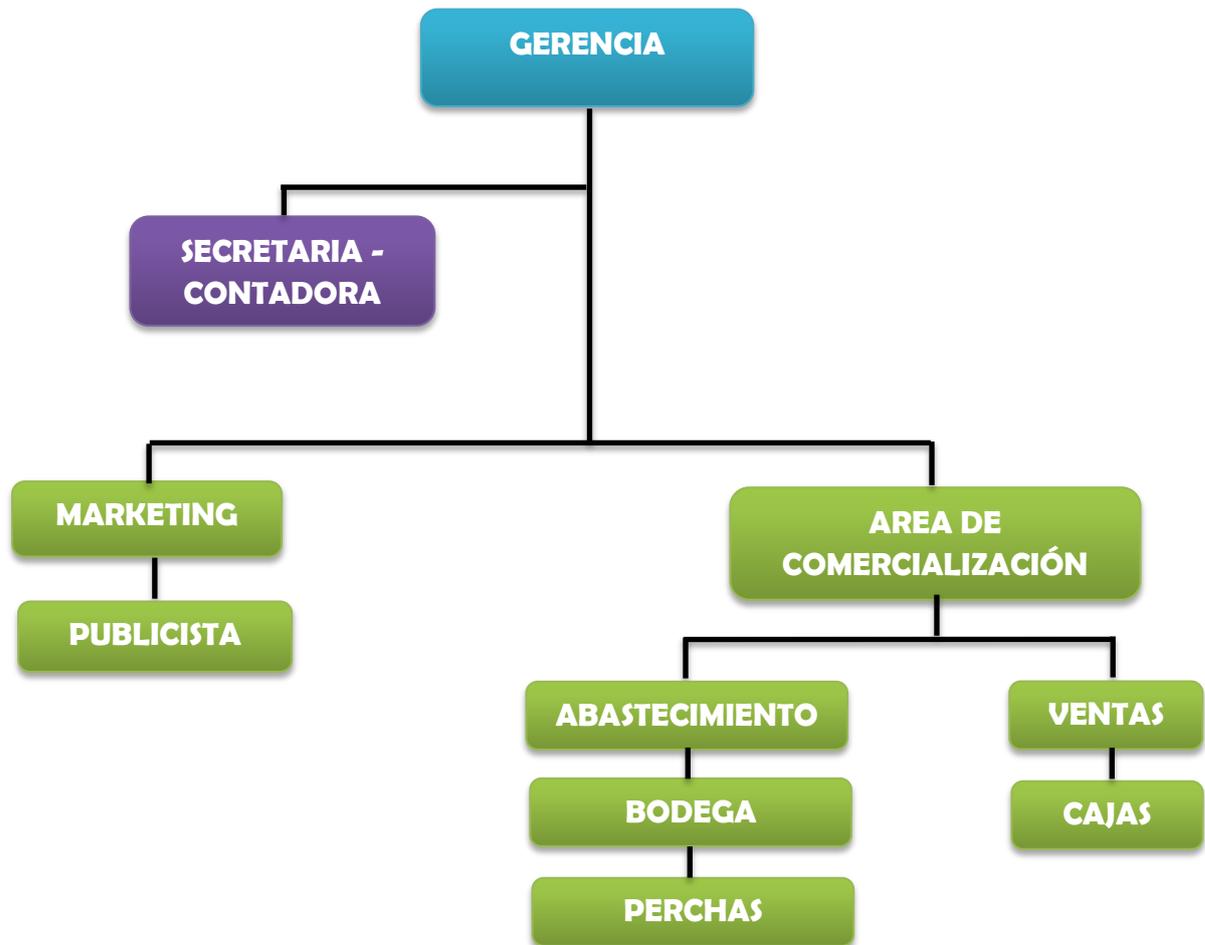
- Original y copia de la solicitud del registro de signos distintivos.
- Dos copias de cedula y certificado de votación del solicitante.
- 7 artes de la denominación en papel adhesivo, que contenga únicamente la denominación en tamaño de 5*5 cm.
- Original y copia de la papeleta de depósito de la tasa que es de \$116,00 en el Banco del Pacifico Cta. Cte. N°1760013560001.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

El organigrama es la representación gráfica de la estructura organizativa de la empresa. Todo organigrama debe ser flexible y adaptable, de forma que si hay cambios en la empresa.

Organigrama estructural

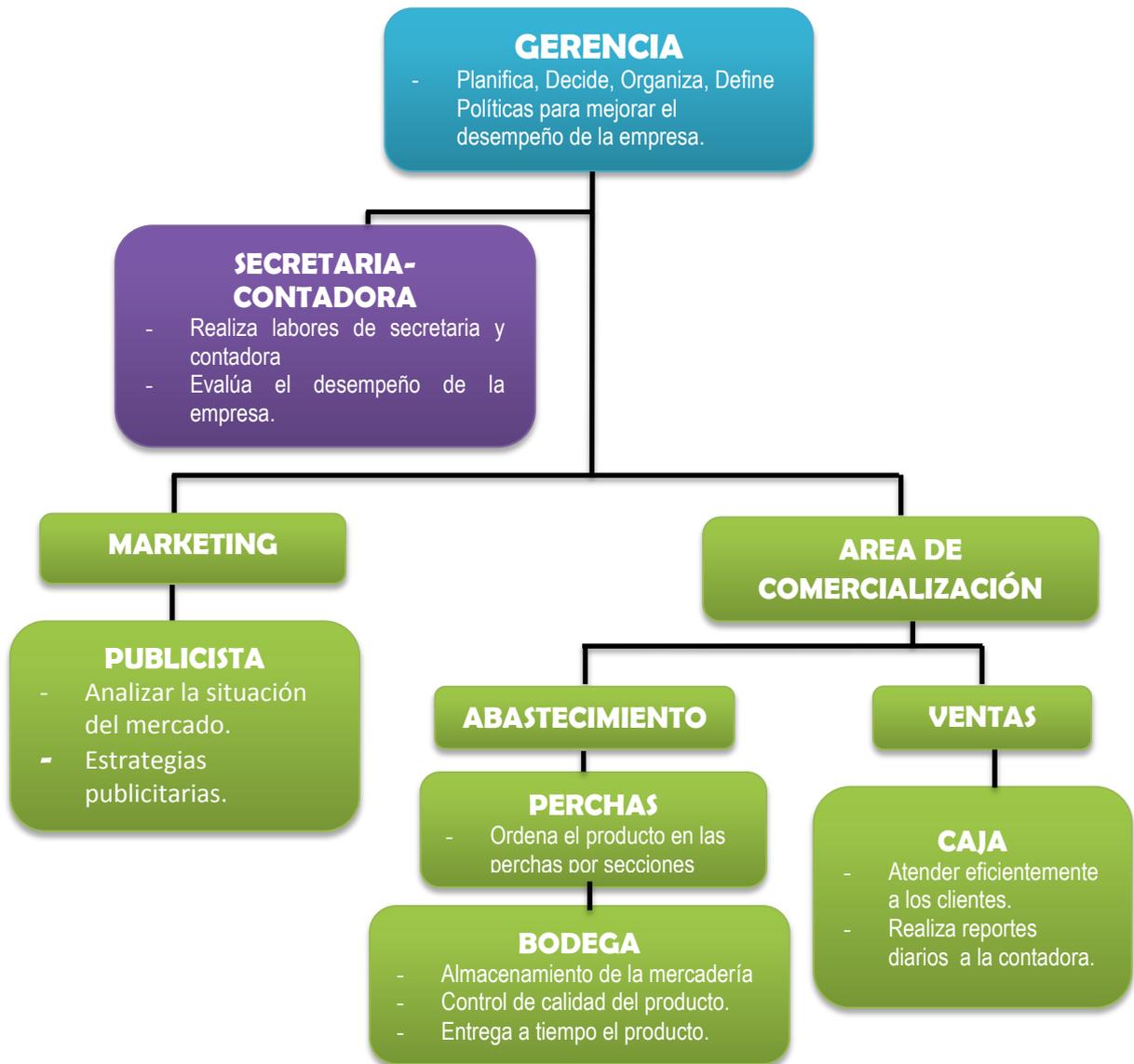
Gráfico N°33



FUENTE: Estudio Técnico
ELABORADO: La Autora

Organigrama funcional

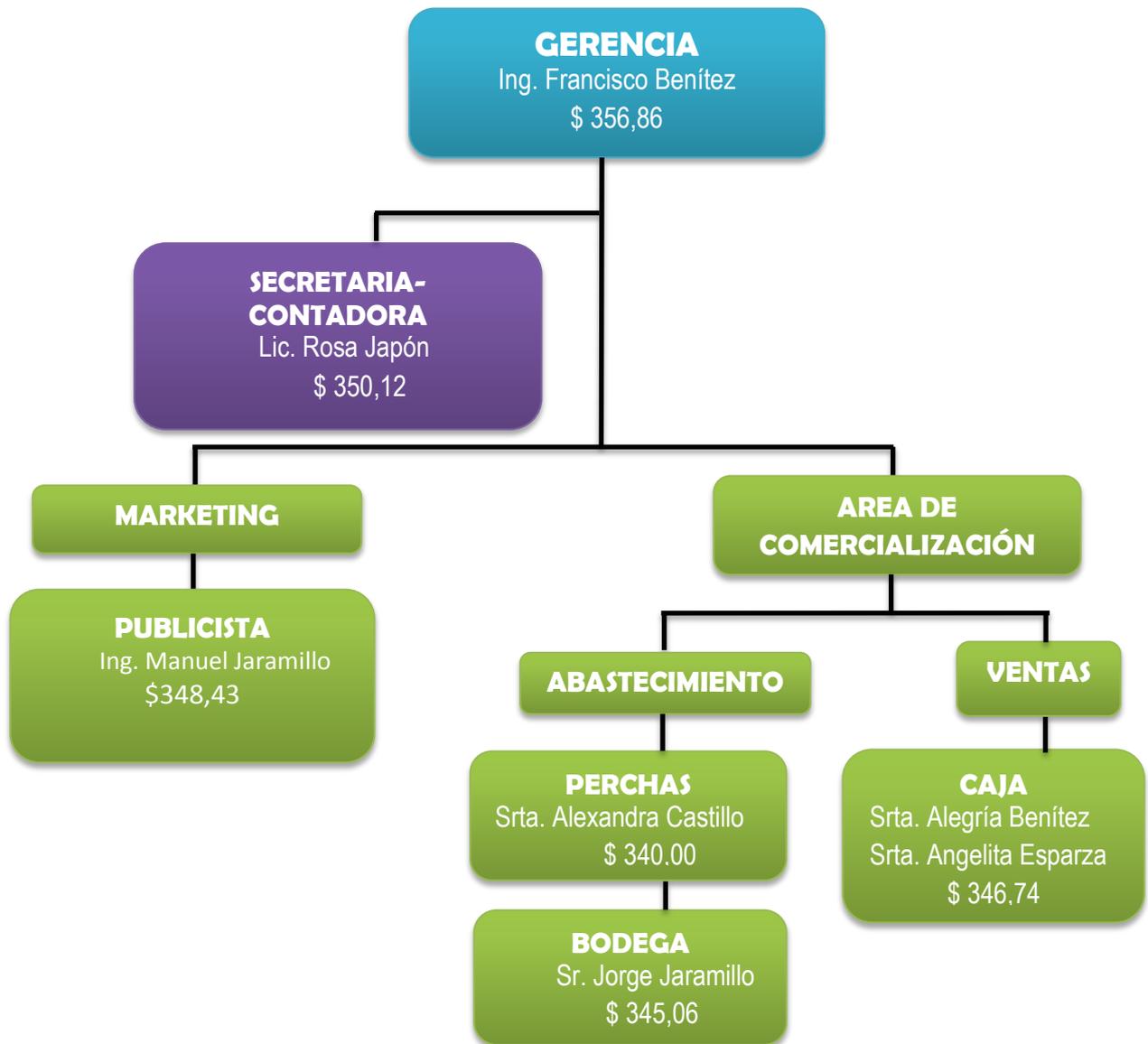
Gráfico N°34



FUENTE: Manual de Funciones para Empresa Comercial.
ELABORADO: La Autora

Organigrama posicional

Gráfico N°35



FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales
ELABORADO: La Autora

MANUAL DE FUNCIONES

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

Puesto: Gerente General

Código: 002

Área, Departamento o Sección: Gerencia

DESCRIPCIÓN DE LA POSICIÓN

Descripción Genérica:

- Análisis y resolución de problemas en la empresa.

Descripción General:

- Toma decisiones convenientes para la empresa.
- Entrevistarse con el personal semanalmente.
- Diagnosticar a tiempo los problemas que se puedan dar en la compañía.

REQUISITOS PARA EL PUESTO

- **Educación:** Ingeniero Comercial, o con una ingeniería en carreras afines con 3 años de experiencia, edad comprendida entre 23 y 35 años de edad.
- **Experiencia:** Manejo de promoción del servicios y marketing, Investigación de mercados, Publicidad, Excelente manejo de relaciones públicas, Encargado del departamento de Ventas.

PERFIL DEL PUESTO

- Disponibilidad de tiempo completo.

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

Puesto: Secretaria - Contadora

Código: 004

Depende de: Gerente

Tipo de contratación: Fijo por un año.

DESCRIPCIÓN DE LA POSICIÓN

Descripción Genérica:

- Realiza labores de secretaria y contadora.

Descripción General:

- Lleva eficientemente contabilidad de la empresa
- Lleva el control de inventarios.
- Presenta informes al Gerente de las transacciones que se realizan en el día.

REQUISITOS PARA EL PUESTO

- Tener conocimiento en Contabilidad y Tributación.

PERFIL DEL PUESTO

- Ser eficiente en sus funciones.
- Tener amabilidad al momento de atender inquietudes de personas inmersas y ajenas a la empresa.
- Que se adapte al ambiente laboral.

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

Puesto: Publicista

Código: 005

Depende de: Gerente

Tipo de contratación: Fijo por un año.

DESCRIPCIÓN DE LA POSICIÓN

Descripción Genérica:

Elaborar y formular las estrategias del marketing que permitan alcanzar los objetivos del micromercado.

Descripción General:

- Investigar el mercado.
- Buscar las estrategias de marketing actualizadas.

REQUISITOS PARA EL PUESTO

- Título de Ingeniería en Marketing y Publicidad o carreras afines.

PERFIL DEL PUESTO

- Ser responsable.
- Trabajar en equipo.
- Coordinar con los medios (escritos o radiales).

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

Puesto: Perchaje

Código: 006

Depende de: Gerente

Tipo de contratación: Fijo por un año.

DESCRIPCIÓN DE LA POSICIÓN

Descripción Genérica:

- Mantener el stock de las perchas siempre llenas.

Descripción General:

- Aseo de los productos del micromercado.
- Colocar los productos en sitios adecuados.
- Ayuda al bodeguero a controlar la caducidad de cada producto.

REQUISITOS PARA EL PUESTO

- Tener Título Bachiller.

PERFIL DEL PUESTO

- Ser responsable en el desempeño de sus funciones.
- Está a cargo del abastecimiento de productos en las perchas.

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

Puesto: Bodeguero

Código: 007

Depende de: Gerente

Tipo de contratación: Fijo por un año.

DESCRIPCIÓN DE LA POSICIÓN

Descripción Genérica:

- Almacenamiento y recepción de la mercadería.

Descripción General:

- Control de la mercadería al momento de ubicar los productos en la bodega.
- Entregar a tiempo los productos destinados a la venta.
- Vigilar y dar mantenimiento a la bodega.

REQUISITOS PARA EL PUESTO

- Tener conocimiento en manejo y control de mercadería.

PERFIL DEL PUESTO

- Ser responsable en el desempeño de sus funciones.
- Tener carácter activo y colaborador.
- Tener buenas relaciones con los miembros de la empresa.

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

Puesto: Cajera

Código: 008

Depende de: Gerente

Tipo de contratación: Fijo por un año.

DESCRIPCIÓN DE LA POSICIÓN

Descripción Genérica:

- Recaudar por la venta de los productos del micromercado.

Descripción General:

- Reportar diariamente a contabilidad las transacciones que se realicen conjuntamente con el monto de ventas.
- Generación de factura.
- Cierres de caja.
- Manejo de caja chica.

REQUISITOS PARA EL PUESTO

- Tener conocimiento en Contabilidad y Auditoría.

PERFIL DEL PUESTO

- Ser responsable en el desempeño de sus funciones.
- Que el trato sea idóneo para los clientes.
- Trabajar en equipo con el personal de la empresa.

FILOSOFÍA DE LA EMPRESA

Logo

Gráfico N° 33



Elaborado: La Autora

Misión

Brindar a sus clientes un eficiente servicio, satisfaciendo las necesidades de la Parroquia San José, a través de la venta de productos de primera necesidad a precios cómodos y de calidad.

Visión

Crecer y obtener reconocimiento en el sector comercial, diseñando estrategias de marketing que permitan incrementar el volumen de ventas

Objetivos estratégicos

- Adquirir productos de mayor calidad al por mayor para garantizar un precio menor y satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
- Trabajar con un selecto equipo de personas que estén comprometidas con el crecimiento de la empresa.
- Obtener reconocimiento por los clientes mediante el servicio ofrecido.
- Ofrecer una variedad de productos de calidad y a un precio cómodo.
- Innovar continuamente en mejoras del producto y servicio para fortalecer la posición e imagen de la empresa

Valores empresariales

- **Honestidad:** A través de un manejo transparente de recursos, y en todas las acciones, dando confianza a los clientes y a todos quienes conforman la empresa.
- **Responsabilidad:** Todos los empleados estarán comprometidos al desarrollo de las actividades asignadas.



- **Puntualidad:** En cada uno de las obligaciones asignadas para con la empresa y el cliente.

- **Compromiso:** Deberá existir una aceptación voluntaria de la obligación de aportar esfuerzos y capacidades al mejoramiento de la empresa por parte de todos los que conformarán la empresa.

- **Respeto:** Al escuchar a todos con atención y valorar sus aportes, además cumplir a cabalidad con la normativa.

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO DEL “MICROMERCADO LAS ACACIAS”

Capítulo I

Ámbito de aplicación

1. Están sujetos al presente Reglamento, todas las personas que desempeñen cualquier trabajo subordinado a favor de la empresa.

2. El presente Reglamento es de observancia obligatoria tanto para la empresa como para los trabajadores a su servicio incluyendo, desde luego, a todos los trabajadores que ingresen con posterioridad a la fecha de depósito del mismo.

3. El personal de la empresa está obligado a cumplir también con las disposiciones de orden técnico y administrativo que dicte la misma, las cuales les serán dadas a conocer a través de los medios adecuados para el caso.

Capítulo II

Ingreso a la empresa

4. En los casos en que sea necesario que el trabajador obtenga aprobación expresa de las autoridades para desempeñar el trabajo contratado, será requisito indispensable que presente dentro de los 3 días siguientes a su ingreso, las licencias, autorizaciones o documentos respectivos; de no hacerlo en dichos términos, se suspenderá la relación laboral hasta su presentación, otorgándose una prórroga por igual período a su vencimiento, previo a la terminación de la relación laboral por inhabilidad manifiesta para desempeñar el trabajo.

Capítulo III

Organización del personal

5. Los trabajadores se clasifican de acuerdo con la duración del contrato en:

- **Trabajadores permanentes:** aquellos cuya relación de trabajo tiene el carácter de tiempo indeterminado conforme al contrato individual o colectivo de trabajo.

- **Trabajadores temporales:** aquellos que han sido contratados para la ejecución de trabajos temporales o transitorios, ya sea por obra o por tiempo determinado, considerándose en este caso los contratos como terminados y sin responsabilidad para la empresa, al modificarse o concluir los objetivos que motivaron su celebración.

Capítulo IV

Lugar y tiempo de trabajo

6. Los trabajadores iniciarán y terminarán sus labores en los lugares que la empresa les designe y deberán atender a cualquier otra actividad conexas a su ocupación principal.

7. Al iniciarse la jornada de trabajo diariamente, los trabajadores deberán checar su tarjeta de asistencia y de inmediato procederán a instalarse en los lugares de trabajo.

8. En los días y horas que se establezcan para la limpieza del área de trabajo, maquinaria, aparatos e instrumentos de trabajo o por

cualquier otra causa, en los que el trabajador no se pueda dedicar a las labores que habitualmente desempeña, la empresa tiene el derecho de utilizar sus servicios y el trabajador el deber de prestarlos, en cualquier otra labor compatible que se le asigne, sin pérdida de la retribución de su categoría. Al terminar esta circunstancia extraordinaria, el trabajador regresará a su puesto habitual.

Capítulo V

Jornada de trabajo

9. La jornada semanal de trabajo será de 8 horas diarias. El horario u horarios que regirán el nivel ejecutivo (gerente general), nivel auxiliar (contadora, marketing), nivel asesor (asesor legal), será de Lunes a Viernes iniciaran sus labores exactamente a la hora de 10:00am a 6:00pm y el nivel operativo (caja, percha, bodega), trabajaran de lunes a domingo con unan rotación (se irán turnando para su día libre) con horarios de 9:00am a 13:00pm y de 13:00pm a 17:00pm.
10. Por requerimiento justificado sea necesario prolongar la jornada, los trabajadores requeridos continuarán en el desempeño de sus labores, previa autorización por escrito de la empresa.

11. Los trabajadores ejecutarán su trabajo con la intensidad, cuidado y esmero apropiados en los términos convenidos.

Capítulo VI

Días de descanso y vacaciones

12. La empresa concederá a sus trabajadores un día de descanso, por cada cinco días de trabajo.

Cuando no laboren durante los cinco días hábiles, la empresa cubrirá una sexta parte del salario, multiplicado por los días de la semana que se hubieren laborado.

13. Son días de descanso obligatorio con goce íntegro de salario, los siguientes:

• 1º de Enero	• 25 de Diciembre
• Viernes santo	• 2 de Noviembre
• Feriado de carnaval	• 1º de Mayo

14. La empresa concederá a sus trabajadores vacaciones anuales, en la inteligencia de que tales días serán pagados con salario íntegro.

15. La forma de disfrutarlas serán en dos períodos anuales, considerando prioritariamente al personal que tenga derecho a más de seis días en el año, debiendo presentar su solicitud al jefe inmediato, por lo menos con 30 días de anticipación.

16. Para el cómputo de las vacaciones del personal se incluirán únicamente los días laborables, entendiéndose como tales los que no estén incluidos en el descanso semanal, ni los días de descanso señalados.

Capítulo VII

Permisos

17. Los trabajadores están obligados a solicitar los permisos para faltar a sus labores, por escrito dirigido a su jefe inmediato.

18. Toda falta no amparada con autorización escrita, se computará como injustificada.

19. Son consideradas faltas justificadas, sin el requisito del permiso autorizado por escrito, las que obedezcan acaso fortuito o fuerza mayor debidamente comprobada. La comprobación de la justificación deberá ser hecha por el trabajador dentro de las 2 horas siguientes al inicio de la jornada a la cual no asistió.

20. El trabajador que necesite retirarse de la empresa durante la jornada de trabajo por enfermedad, razones personales o extraordinarias, deberá solicitar el permiso a su jefe inmediato, quien le entregará la autorización correspondiente por escrito.

Capítulo VIII

Lugar y días de pago

21. Los salarios de los trabajadores serán cubiertos en el lugar donde se presten los servicios, y dentro de las horas de trabajo.
22. Si por ausencia del trabajador hubiere necesidad de que otra persona cobre su salario, ésta deberá presentar carta poder otorgada por el trabajador ausente y suscrita por dos testigos.
23. Todos los trabajadores están obligados a firmar los recibos de pago, listas de raya o cualquier documento que exija la empresa como comprobante del pago de los salarios.
24. Para los efectos del pago de vacaciones, la empresa pagará a los trabajadores los salarios correspondientes al período respectivo, el día anterior al inicio de su disfrute.

Capítulo IX

Medidas de higiene y seguridad

25. La empresa establecerá las medidas de higiene y seguridad referidas a la actividad de la empresa, las adicionales que estime convenientes, y las que las autoridades competentes les señalen.

- 26.** El personal se abstendrá de realizar todo acto que pueda poner en peligro su propia seguridad, la de sus compañeros o las de la negociación.
- 27.** Por ningún motivo, los trabajadores durante los períodos de incapacidades temporales médicas, ni las trabajadoras durante las incapacidades pre y postnatales deberán presentarse en los centros de trabajo, salvo para la entrega de los certificados correspondientes.
- 28.** Cuando el trabajador sufra un accidente de trabajo, deberá dar aviso inmediato al gerente y al departamento de recursos humanos, a fin de que se adopten con toda urgencia las medidas pertinentes.
- 29.** En cada uno de los departamentos existirá un botiquín de emergencia con todos los implementos y útiles necesarios para la atención de los trabajadores que, en caso de accidente o enfermedad, requieran de un auxilio inmediato.
- 30.** Para evitar accidentes de trabajo, los trabajadores deberán observar las siguientes reglas:
- Seguirán con todo cuidado y esmero las instrucciones que dicte la empresa respecto a la ejecución de sus trabajos, previsión de riesgos y observancia de medidas de cualquier índole encaminadas a tal efecto.

- Usarán en todo caso el equipo e instrumentos de protección personales que sean necesarios en el desempeño de su trabajo.
- Queda estrictamente prohibido correr o fumar dentro del centro de trabajo.

31. Cuando algún trabajador contraiga alguna enfermedad contagiosa, éste o cualquier otro trabajador de la empresa que tuviere conocimiento del hecho, están obligados a dar de inmediato aviso a su jefe inmediato, a fin de que el trabajador enfermo pueda ser examinado por los médicos del IESS. De acuerdo con el dictamen médico, la empresa deberá tomar las medidas que sean correctivas

Capítulo X

Medidas disciplinarias

32. Todas las faltas que impliquen incumplimiento de este Reglamento, a la Ley del Trabajo, o al contrato de trabajo, que no ameriten la rescisión del contrato, serán sancionadas por la empresa con suspensión de labores hasta por ocho días. El departamento de recursos humanos en cada caso hará las investigaciones correspondientes, escuchando siempre al trabajador, y como regla

general notificará las normas disciplinarias por escrito.

33. Sanciones por ausencias injustificadas en un periodo de 30 días.

- Una ausencia: suspensión por un día, sin goce de sueldo
- Dos ausencias: suspensión por tres días, sin goce de sueldo
- tres ausencias: suspensión por cinco días, sin goce de sueldo
- cuatro ausencias: rescisión de contrato

34. retardos injustificados en un periodo de 30 días:

- un retardo: amonestación.
- dos retardos: suspensión de un día, sin goce de sueldo.
- Más de tres retardos: suspensión por dos días, sin goce de sueldo.
- Más de cinco retardos: suspensión por cuatro días, sin goce de sueldo.
- Más de ocho retardos: suspensión por cinco días, sin goce de sueldo.

35. El tiempo no laborado por retardos, se descontará del sueldo del trabajador.

36. Los trabajadores que abandonen injustificadamente su lugar de trabajo con anticipación a la hora de la salida, serán sancionados con una amonestación o hasta con un día de suspensión, sin goce

de sueldo, dependiendo de las consecuencias de su abandono en las actividades, la que además podría dar como resultado una causal de rescisión, en caso de causar un grave daño al patrimonio de la empresa.

37. Cualquier otra infracción a las disposiciones del presente reglamento será sancionada con una amonestación o con un día de suspensión de actividades, bajo el descuento salarial correspondiente, según la gravedad de la infracción.

Transitorios

Primero. El presente Reglamento deberá ser distribuido a todos los trabajadores que actualmente laboren en la empresa y a los que ingresen con posterioridad.

Segundo. Su vigencia iniciará a partir del día siguiente en que sea depositado ante la Junta de accionistas.

Tercero. Este Reglamento no podrá ser modificado sino de común acuerdo entre empresa y trabajadores, notificando los cambios a la Junta respectiva, así como a todos los trabajadores de la organización.

Catamayo, 08 de abril de 2014



Proyecto de inversión para la implementación de un micromercado en la
Parroquia San José del Cantón Catamayo de la Provincia de Loja

Por la Empresa

Por los Trabajadores

Ing. Francisco Benítez
GERENTE

MANUAL DE SEGURIDAD LABORAL

Misión

Ofrecer seguridad laboral a los trabajadores mediante un programa de prevención de riesgos de trabajo.

Visión

Dar a conocer al público y los trabajadores del “MICROMERCADO LAS ACACIAS” es una entidad que valora su recurso humano dándole protección integral, determinando los riesgos, capacitando, entrenando y elaborando procedimientos de seguridad para trabajadores e instalaciones

Objetivo General

Disminuir el porcentaje de la tasa de ocurrencia de los riesgos de trabajo mejorando las condiciones ambientales en el Micromercado.

Objetivos Específicos

- Detectar factores que provocan accidentes.
- Determinar condiciones de trabajo que generan riesgos, para su corrección con acciones administrativas.
- Enseñar a los trabajadores una cultura preventiva de accidentes del trabajo mediante un adecuado uso de sus herramientas de trabajo.
- Cumplir con el marco legal establecido.

MANUAL DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

1 Datos generales

1.1 Objetivos de la Seguridad

1. Contribuir para que la Seguridad e Higiene Laboral se incluya como condición indispensable en la programación y ejecución de todos los trabajos que se realicen.
2. Controlar y verificar que cumplan medidas preventivas y correctivas tendientes a mejorar las condiciones de trabajo de los empleados.
3. Vigilar que se implementen los procedimientos más adecuados

para el control de riesgos a fin de mantener los bajos índices de accidentabilidad.

4. Programar, coordinar, supervisar y evaluar las medidas tendientes a prevenir o proteger la ocurrencia de accidentes de trabajo con afectación a los empleados en las diferentes áreas del local.

1.2 Políticas de Seguridad

El “MICROMERCADO LAS ACACIAS” reconociendo que es deber de la misma precautelar la seguridad y fomentar el bienestar de sus empleados a través de una política definida y planificada de tal manera que pueda proporcionar a sus empleados tranquilidad y seguridad en el trabajo tratando de prevenir, disminuir o eliminar los riesgos profesionales, así como también fomentar el mejoramiento del medio ambiente de trabajo para lo cual cuenta con las siguientes políticas:

1. Proporciona un adecuado ambiente de trabajo, para lograr optimizar los resultados productivos de todo el personal, a través de Inspecciones planeadas que determinan los actos o condiciones inseguras que alteren o pongan en peligro la vida del personal y la integridad de revisar, controlar y dictaminar acciones correctivas tendientes a reducir o eliminar los accidentes de trabajo.
2. Entrenar y capacitar al personal nuevo.

3. Instalar, controlar súper vigilar el óptimo funcionamiento de los sistemas pasivo contra incendios como son los extintores y los sistemas de detección de humo.
4. Determinar, evaluar y recomendar el tipo, tamaño y colores especializados de seguridad para los letreros de señalización de cada una de los equipos que se utilizan en el área de producción.
5. Promover la señalización de las áreas de peligro y prever que sean visibles por las personas que trabajen o transitan en dichas áreas.
6. Informe de los bienes que por su deterioro deben ser modernizados o cambiados y cuyo uso pueda causar daño a las personas o pérdida económica al Micromercado.

1.3 Métodos de Promoción de la Seguridad

El “MICROMERCADO LAS ACACIAS” con el afán de cumplir sus objetivos utiliza una metodología eficaz para prevenir y reducir el índice de accidentabilidad.

1. Desarrollar sistemas para preparar y motivar a los empleados para que se apliquen las prácticas de seguridad.
2. Ilustrar con afiches requeridos en toda el área de producción con el propósito de promocionar la seguridad.

3. Programar la capacitación interna y externa de los empleados
4. Programar la capacitación interna y externa de los empleados
5. Colocar carteles informativos en el área de ventas.
6. Prestar el servicio de una forma segura informando de lugares peligrosos a sus clientes.

1.4 Reglamento interno de Seguridad laboral

Que el trabajo humano y los recursos materiales y financieros, todo tipo de bienes muebles o inmuebles que pertenezca al “MICROMERCADO LAS ACACIAS” deben ser protegidos adecuadamente.

Que es un deber hacer cumplir los Reglamentos, disposiciones y resoluciones en materia de seguridad e higiene industrial estipuladas en el Código de trabajo en lo relativo a las normas que se deben respetar, así como, hacer cumplir el reglamento de seguridad.

2. De la Seguridad Laboral

2.1 Identificación y ubicación de riesgos potenciales.

1. Se efectuarán revisiones periódicas del cableado eléctrico y

también se le deberá dar el mantenimiento respectivo para así evitar cualquier percance.

2. Las máquinas, maquinarias y demás equipos deberán ser operados por personas entrenadas y debidamente autorizados.

3. Se necesitara tener un conocimiento claro sobre los efectos de las sustancias químicos que utilizan los trabajadores en el proceso de mantenimiento.

2.1 Disposición Específica

1. Instalar equipos de detección y extensión automática de incendios, en los lugares estratégicos, área de producción, administración, gerencia.

2. Rotular interior y exteriormente los paneles eléctricos ubicados en las diferentes áreas.

3. Corregir instalaciones eléctricas y maquinarias defectuosas.

4. Mantener almacenadas las sustancias toxicas que pueden afectar el organismo de aquellos trabajadores que manipulan estas sustancias, por lo que es recomendable utilizar el equipo necesario cuando se utilicen los químicos.

5. Instalar señalización de salidas de emergencia.

6. Elaborar y difundir el plan de evacuación del edificio para casos

de emergencia.

7. Velar por la coordinación de la seguridad e higiene empresarial.

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es fundamental para determinar el monto de las inversiones necesarias así como la fuente del origen de los fondos de las mismas, con esto se identifica si el proyecto es viable o no.

Objetivos del Estudio Financiero

- Conocer el total de la inversión del proyecto.
- Investigar las fuentes de financiamiento.
- Realizar la evaluación financiera para conocer la aceptabilidad o no del proyecto.

Inversiones y financiamiento

Inversiones

Las inversiones contribuyen al monto que se va a invertir para el inicio de sus operaciones en el mercado

Activos fijos

Son los activos que la empresa toma en cuenta para poder operar de forma adecuada y alcanzar sus objetivos propuestos, entre ellos está:

Vehículo.- Su objetivo es de cumplir con las expectativas que la empresa posee como el de transportar los productos que amerita el micromercado, para ello se consideró una camioneta valorada en el precio del mercado vehicular. Anexo N°06

Cuadro N° 57

VEHÍCULO	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Vehículo	13.500,00
TOTAL	13.500,00

FUENTE: Patio tuerca

ELABORADO: La Autora

Maquinaria Y Equipo.- Representa la maquinaria y equipo necesario para la implementación de la empresa, para esta preste un eficiente servicio de venta de productos de primera necesidad en esta Parroquia.

Anexo N° 07

Cuadro N° 58

MAQUINARIA Y EQUIPO	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Maquinaria y Equipo	5.485,00
TOTAL	5.485,00

FUENTE: Audio Centro y Mercado libre

ELABORADO: La Autora

Muebles y enseres.- Constituyen todos los bienes que son indispensables para que los trabajadores puedan realizar sus funciones de manera eficiente, por lo que se ha tomado en cuenta escritorios, sillas, góndolas metálicas, mueble para caja registradora etc. Anexo N°08

Cuadro N° 59

MUEBLES Y ENSERES	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Muebles Y Enseres	2.960,22
TOTAL	2.960,22

FUENTE: Mercado Libre
ELABORADO: La Autora

Equipo De Oficina.- Son los bienes que serán utilizados por el área administrativa y operativa con la finalidad de poder facilitar el cumplimiento de sus funciones. Anexo N°09

Cuadro N° 60

EQUIPO DE OFICINA	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Equipo De Oficina	2.090,57
TOTAL	2.090,57

FUENTE: Créditos económicos, audio centro y mercado libre.
ELABORADO: La Autora

Equipo de computación.- Representa el equipo informático que poseerá la empresa para facilitar sus operaciones diarias para lo cual se contara con 2 computadoras y una impresora. Anexo N°10

Cuadro N° 61

EQUIPO DE COMPUTACIÓN	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Equipo De Computación	1.424,51
TOTAL	1.424,51

FUENTE: Audio Centro Y Créditos Económicos

Elaborado: La Autora

Suministro de Oficina- Son los materiales complementarios que la oficina requiere para un adecuado funcionamiento administrativo y operativo del micromercado. Anexo N° 11

Cuadro N° 62

SUMISTROS DE OFICINA	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Suministros De Oficina	390,84
TOTAL	390,84

FUENTE: Suministros papelería

ELABORADO: La Autora

Imprevistos.- Con el fin de enfrentar inconvenientes en la puesta en marcha del proyecto se ha considerado el 5% del total de las inversiones fijas.

Cuadro N° 63

IMPREVISTOS 5%	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Imprevisto	1.292,56
TOTAL	1.292,56

Cuadro N° 64

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS	
DETALLE	VALOR TOTAL
Vehículo	13.500,00
Maquinaria y equipo	5.485,00
Muebles y enseres	2.960,22
Equipo de Oficina	2.090,57
Equipo de Computación	1.424,51
Suministros de Oficina	390,84
Imprevisto 5%	1.292,56
TOTAL	27.143,70

Activos diferidos

Son gastos que la organización presenta con el propósito de poder garantizar el normal funcionamiento de la misma.

Gasto de Constitución.- Son los gastos operativos tales como la constitución de la empresa, tales como el permiso para su funcionamiento otorgado por el Ilustre Municipio de Catamayo, patente IEPI, permiso de bomberos. Anexo N° 12

Cuadro N° 65

GASTO DE CONSTITUCIÓN	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Gasto De Constitución	364,00
TOTAL	364,00

FUENTE: Diferentes instituciones públicas

ELABORADO: La Autora

Investigación y diseño.- Gastos que se incurren en la elaboración de los planos, asesoramiento en la parte técnica y financiera para la puesta en marcha. Anexo N°13

Cuadro N° 66

INVESTIGACIÓN Y DISEÑO	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Investigación Y Diseño	760,00
TOTAL	760,00

FUENTE: Profesional

Elaborado: La Autora

Imprevistos.- Para enfrentar inconvenientes en la puesta en marcha del proyecto se ha considerado el 5% del total de las inversiones diferidas, obteniendo un monto de \$56,20

Cuadro N° 67

IMPREVISTOS 5%	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Imprevisto	56,20
TOTAL	56,20

Cuadro N° 68

RESUMEN DE ACTIVOS DIFERIDOS	
DETALLE	VALOR TOTAL
Gastos de Constitución	364,00
Investigación y Diseño	760,00
Imprevisto 5 %	56,20
TOTAL	1.180,20

Activos circulantes

Comprende los bienes tangibles e intangibles propiedad de la empresa, además es un fondo que se constituye y se debe mantener en un ciclo de comercialización con la finalidad de evitar interrupciones.

Mercadería.- La mercadería del micromercado son los productos de primera necesidad, los cuales se ofrecerán tal como se los adquiere sin tener ninguna transformación. Anexo N°14

Cuadro N° 69

MERCADERÍA		
DETALLE	MONTO REQUERIDO MES	MONTO REQUERIDO AÑO 1
Mercadería	19.506,85	234.082,25
TOTAL	19.506,85	234.082,25

FUENTE: JJ & Torres Supermercado

ELABORADO: La Autora

Mano de Obra Directa.- Son el sueldo que percibe bodega y Perchaje ya que son los que intervienen en el proceso de venta de los productos que ofrece la empresa y dar mantenimiento de la misma. Además para el segundo año los fondos de reserva. Anexo N°15

Cuadro N° 70

MANO DE OBRA DIRECTA		
DESCRIPCIÓN	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Mano de Obra Directa	910,59	10.927,13
TOTAL	910,59	10.927,13

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales

ELABORADO: La Autora

Material Indirecto.- Son las fundas grandes, medianas y pequeñas que se utilizarán para colocar los productos ya adquiridos por el cliente. Anexo N°16

Cuadro N° 71

MATERIAL INDIRECTO		
DESCRIPCIÓN	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Material Indirecto	15,83	190,00
TOTAL	15,83	190,00

FUENTE: JJ & Torres Supermercado

ELABORADO: La Autora

Servicios Básicos.- Son gastos como el agua, teléfono, energía eléctrica, gasolina, aceites, los que serán de suma importancia para llevar a cabo el buen desempeño de las actividades planificadas por la empresa. Anexo N° 17

Cuadro N° 72

SERVICIOS BÁSICOS		
DESCRIPCIÓN	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Servicios Básicos	42,00	504,00
TOTAL	42,00	504,00

FUENTE: Instituciones públicas y privadas

ELABORADO: La Autora

Depreciación de Activos Fijos

Es la pérdida del valor de los activos fijos tangibles, considerando su vida útil y porcentaje de depreciación anual, para el cálculo se ha optado por la depreciación de línea recta.

Cuadro N° 73

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS						
ACTIVOS	VALOR HISTORICO	% DE DEPRECIACIÓN	VIDA ÚTIL	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE DESECHO
Vehículo	13.500,00	20%	5	2.700,00	2.160,00	8.100,00
Maquinaria y Equipo	5.485,00	10%	10	548,50	493,65	3.016,75
Muebles y enseres	2.960,22	10%	10	296,02	266,42	1.628,12
Equipo de Oficina	2.090,57	10%	10	209,06	188,15	1.149,81
Equipo de Computación	1.424,51	33%	3	470,09	314,96	952,07
TOTAL	25.460,30			4.223,67	3.423,18	14.846,76

FUENTE: Diferentes Instituciones públicas
ELABORADO: La Autora

Carga fabril.- Son gastos provenientes por concepto del mantenimiento de la maquinaria a utilizar para ejercer su actividad operacional, además de la gasolina para el vehículo. Anexo N°18 y N°19

Cuadro N° 74

CARGA FABRIL		
DESCRIPCIÓN	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Mantenimiento	33,33	400,00
Combustibles y Lubricantes	51,10	613,20
TOTAL	84,43	1.013,20

FUENTE: Empresas públicas

ELABORADO: La Autora

Gastos Administrativos.- Son los gastos que se realizan por motivo de remuneraciones al personal administrativo, gastos generales para la administración, suministros de oficina, que son indispensables para el desempeño de las actividades como manejo de información, control de inventarios, etc. Este lo encontramos en el Anexo N° 20; N° 21; y, N° 22

Cuadro N° 75

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
DESCRIPCIÓN	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Personal Administrativo	937,92	11.255,01
Gastos Generales de Administración	21,58	259,00
Arriendos	200,00	2.400,00
Suministros de Oficina	11,38	136,54
TOTAL	1.170,88	14.050,55

FUENTE: Instituciones públicas y privadas

ELABORADO: La Autora

Gasto de Ventas.- Este gasto es en base al plan de medios, es decir los gastos por la publicidad que tendrá la empresa para dar a conocer sus servicios. Esto lo encontramos en el anexo N° 23; y, N° 24

Cuadro N° 76

GASTOS DE VENTAS		
DESCRIPCIÓN	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Personal de ventas	1.383,74	16.604,89
Publicidad	74,67	896,00
TOTAL	1.458,41	17.500,89

FUENTE: Instituciones públicas y privadas

ELABORADO: La Autora

Imprevistos

Cuadro N° 77

IMPREVISTOS		
DESCRIPCIÓN	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Imprevisto 5%	1.159,45	13.913,40
TOTAL	1.159,45	13.913,40

Cuadro N° 78

RESUMEN DEL ACTIVO CIRCULANTE		
DESCRIPCIÓN	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Mercadería	19.506,85	234.082,25
Mano de Obra Directa	910,59	10.927,13
Material Indirecto	15,83	190,00
Servicios Básicos	42,00	504,00
Carga Fabril	84,43	1.013,20
Gastos Administrativos	1.170,88	14.050,55
Gastos de Ventas	1.458,41	17.500,89
Imprevisto 5%	1.159,45	13.913,40
TOTAL	24.348,44	292.181,42

Resumen de las inversiones

Cuadro N° 79

TOTAL INVERSIONES			
CUENTAS		COSTO ANUAL	TOTAL
ACTIVOS FIJOS			
Vehículo		13.500,00	
Maquinaria y Equipo		5.485,00	
Muebles y enseres		2.960,22	
Equipo de Oficina		2.090,57	
Equipo de Computación		1.424,51	
Suministros de Oficina		390,84	
Imprevisto 5%		1.292,56	
TOTAL ACTIVOS FIJOS			
ACTIVOS DIFERIDOS			
Gastos de Constitución		364,00	
Investigación y Diseño		760,00	
Imprevisto 5%		56,20	

TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			1.180,20
ACTIVOS CIRCULANTES			
Mercadería	19.506,85	234.082,25	
Mano de Obra Directa	910,59	10.927,13	
Material Indirecto	15,83	190,00	
Servicios Básicos	42,00	504,00	
Carga Fabril	84,43	1.013,20	
Gastos Administrativos	1.170,88	14.050,55	
Gastos de Ventas	1.458,41	17.500,89	
Imprevisto 5 %	1.159,45	13.913,40	
TOTAL ACTIVOS CIRCULANTES	24.348,45	292.181,41	
TOTAL INVERSIONES			52.672,35
FUENTE: Diferentes instituciones públicas y privadas			
ELABORADO: La Autora			

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Una vez determinada la cantidad de dinero requerido por la inversión es necesario recurrir a las fuentes de financiamiento, en donde la interna se constituye por el aporte de la persona natural, mientras que la externa sera otorgada por la CFN, el cual será un crédito comercial corporativo que tendrá un plazo de 5 años con pagos semestrales.

Cuadro N° 80

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN		
Financiamiento	Valor	Porcentaje
Crédito CFN	40.000,00	76%
Capital Social	12.672,35	24%
Total	52.672,35	100%

FUENTE: Corporación Financiera Nacional

ELABORADO: La Autora

Amortización del préstamo

Cuadro N° 81

TABLA DE AMORTIZACIÓN CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL				
No.	SALDO	INTERÉS	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0	40.000,00			
1	37.879,07	1.275,87	2.120,93	3.396,80
2	35.690,49	1.208,22	2.188,58	3.396,80
3	33.432,10	1.138,41	2.258,39	3.396,80
4	31.101,67	1.066,37	2.330,43	3.396,80
5	28.696,91	992,04	2.404,76	3.396,80
6	26.215,45	915,34	2.481,46	3.396,80
7	23.654,84	836,19	2.560,61	3.396,80
8	21.012,55	754,51	2.642,29	3.396,80
9	18.285,99	670,23	2.726,57	3.396,80
10	15.472,45	583,26	2.813,54	3.396,80

FUENTE: Corporación Financiera Nacional

Amortización del activo diferido

Cuadro N° 82

AMORTIZACIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO			
AÑO	VALOR ACTUAL DIFERIDO	AMORTIZACIÓN	VALOR ACTUAL
1	1.180,20	236,04	944,16
2	944,16	236,04	708,12
3	708,12	236,04	472,08
4	472,08	236,04	236,04
5	236,04	236,04	0,00

FUENTE: CFN

ELABORADO: La Autora

ESTRUCTURA DE COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

Es importante mencionar los costos que se incurrirá al momento de implementar el proyecto dentro de los años de vida útil y a la vez el ingreso que se obtendrá.

Para realizar las proyecciones se ha considerado la siguiente tasa de inflación

INFLACIÓN	4,16%
------------------	--------------

Presupuesto de costos

Son los desembolsos que la empresa enfrenta durante las actividades que realice las mismas para ello es necesario proyectar estos costos durante 5 años.

Cuadro N° 83

COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL PRIMER AÑO DE VIDA ÚTIL					
RUBROS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTO DEL SERVICIO	250.386,78	260.660,46	271.361,53	282.507,77	294.117,69
COSTO PRIMO	245.009,38	255.201,77	265.818,16	276.876,19	288.394,24
Mercadería	234.082,25	243.820,07	253.962,98	264.527,85	275.532,20
Mano de Obra Directa	10.927,13	11.381,70	11.855,17	12.348,35	12.862,04
GASTOS DEL SERVICIO	190,00	197,90	206,14	214,71	223,64
Material Indirecto	190,00	197,90	206,14	214,71	223,64
GASTOS GENERALES	5.187,40	5.260,79	5.337,24	5.416,86	5.499,80
Dep. Vehículo	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00
Dep. Maquinaria y Equipo	493,65	493,65	493,65	493,65	493,65
Dep. Muebles y enseres	266,42	266,42	266,42	266,42	266,42
Dep. Equipo de Computación	314,96	314,96	314,96	314,96	314,96
Dep. Equipo de Oficina	188,15	188,15	188,15	188,15	188,15
Mantenimiento	400,00	416,64	433,97	452,03	470,83
Luz	240,00	249,98	260,38	271,22	282,50
Agua	120,00	124,99	130,19	135,61	141,25
Teléfono	144,00	149,99	156,23	162,73	169,50
Gasolina	355,20	369,98	385,37	401,40	418,10
Aceite	258,00	268,73	279,91	291,56	303,69



Proyecto de inversión para la implementación de un micromercado en la Parroquia San José del Cantón Catamayo de la Provincia de Loja

Imprevisto 5%	247,02	257,30	268,00	279,15	290,76
COSTOS DE OPERACIÓN	35.849,13	36.848,16	37.882,26	38.952,47	40.059,86
GASTOS DE ADMINISTRACION	14.753,07	15.266,96	15.802,23	16.359,76	16.940,49
Sueldos y Salarios	11.255,01	11.723,22	12.210,90	12.718,87	13.247,98
Gastos Generales de Administración	259,00	269,77	281,00	292,69	304,86
Arriendos	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Suministros de Oficina	136,54	142,22	148,14	154,30	160,72
Imprevisto 5%	702,53	731,75	762,19	793,90	826,93
GASTOS DE VENTAS	18.375,93	19.140,37	19.936,61	20.765,98	21.629,84
Sueldos y Salarios	16.604,89	17.295,65	18.015,15	18.764,58	19.545,19
Publicidad	896,00	933,27	972,10	1.012,54	1.054,66
Imprevisto 5%	875,04	911,45	949,36	988,86	1.029,99
GASTOS FINANCIEROS	2.720,12	2.440,82	2.143,42	1.826,74	1.489,53
Amortización del Activo Diferido	236,04	236,04	236,04	236,04	236,04
Interés del préstamo	2.484,08	2.204,78	1.907,38	1.590,70	1.253,49
TOTAL	286.235,91	297.508,62	309.243,79	321.460,24	334.177,54

FUENTE: Valores de almacenes de la ciudad y del país

ELABORADO: La Autora

Presupuesto De Costos Fijos Y Variables (5 Años)

Cuadro N° 84

COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL PRIMER AÑO DE VIDA ÚTIL			
RUBROS	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	TOTAL
COSTO DEL SERVICIO			
COSTO PRIMO			245.009,38
Mercadería		234.082,25	
Mano de Obra Directa	10.927,13		
GASTOS DEL SERVICIO			190,00
Material Indirecto		190,00	
GASTOS GENERALES			5.187,40
Dep. Vehículo	2.160,00		
Dep. Maquinaria y Equipo	493,65		
Dep. Muebles y enseres	266,42		
Dep. Equipo de Computación	314,96		
Dep. Equipo de Oficina	188,15		
Mantenimiento	400,00		
Luz		240,00	
Agua		120,00	
Teléfono		144,00	
Gasolina		355,20	
Aceite		258,00	
Imprevisto 5%		247,02	
COSTOS DE OPERACIÓN			
GASTOS DE ADMINISTRACION			14.753,07
Sueldos y Salarios	11.255,01		
Gastos Generales de Administración		259,00	
Arriendos	2.400,00		
Suministros de Oficina		136,54	
Imprevisto 5%		702,53	
GASTOS DE VENTAS			18.375,93
Sueldos y Salarios	16.604,89		
Publicidad	896,00		
Imprevisto 5%	875,04		
GASTOS FINANCIEROS			2.720,12
Amortización del Activo Diferido	236,04		
Interés del préstamo	2.484,08		
TOTAL	46.226,33	236.032,01	286.235,91

FUENTE: Valores de almacenes de la ciudad y del país

ELABORADO: La Autora

Cuadro N° 85

COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL SEGUNDO AÑO DE VIDA ÚTIL			
RUBROS	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	TOTAL
COSTO DEL SERVICIO			
COSTO PRIMO			255.201,77
Mercadería		243.820,07	
Mano de Obra Directa	11381,70		
GASTOS DEL SERVICIO			197,90
Material Indirecto		197,90	
GASTOS GENERALES			5.260,79
Dep. Vehículo	2.160,00		
Dep. Maquinaria y Equipo	493,65		
Dep. Muebles y enseres	266,42		
Dep. Equipo de Computación	314,96		
Dep. Equipo de Oficina	188,15		
Mantenimiento	416,64		
Luz		249,98	
Agua		124,99	
Teléfono		149,99	
Gasolina		369,98	
Aceite		268,73	
Imprevisto 5%		257,30	
COSTOS DE OPERACIÓN			
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			15.266,96
Sueldos y Salarios	11.723,22		
Gastos Generales de Administración		269,77	
Arriendos	2.400,00		
Suministros de Oficina		142,22	
Imprevisto 5%		731,75	
GASTOS DE VENTAS			19.140,37
Sueldos y Salarios	17.295,65		
Publicidad	933,27		
Imprevisto 5%	911,45		
GASTOS FINANCIEROS			2.440,82
Amortización del Activo Diferido	236,04		
Interés del préstamo	2.204,78		
TOTAL	47.614,48	245.850,94	297.508,62

FUENTE: Valores de almacenes de la ciudad y del país

ELABORADO: La Autora

Cuadro N° 86

COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL TERCER AÑO DE VIDA ÚTIL			
RUBROS	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	TOTAL
COSTO DEL SERVICIO			
COSTO PRIMO			265.818,16
Mercadería		253.962,98	
Mano de Obra Directa	11.855,17		
GASTOS DEL SERVICIO			206,14
Material Indirecto		206,14	
GASTOS GENERALES			5.337,24
Dep. Vehículo	2.160,00		
Dep. Maquinaria y Equipo	493,65		
Dep. Muebles y enseres	266,42		
Dep. Equipo de Computación	314,96		
Dep. Equipo de Oficina	188,15		
Mantenimiento	433,97		
Luz		260,38	
Agua		130,19	
Teléfono		156,23	
Gasolina		385,37	
Aceite		279,91	
Imprevisto 5%		268,00	
COSTOS DE OPERACIÓN			
GASTOS DE ADMINISTRACION			15.802,23
Sueldos y Salarios	12.210,90		
Gastos Generales de Administración		281,00	
Arriendos	2.400,00		
Suministros de Oficina		148,14	
Imprevisto 5%		762,19	
GASTOS DE VENTAS			19.936,61
Sueldos y Salarios	18.015,15		
Publicidad	972,10		
Imprevisto 5%	949,36		
GASTOS FINANCIEROS			2.143,42
Amortización del Activo Diferido	236,04		
Interés del préstamo	1.907,38		
TOTAL	49.053,89	256.078,34	309.243,79

FUENTE: Valores de almacenes de la ciudad y del país

ELABORADO: La Autora

Cuadro N°87

COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL CUARTO AÑO DE VIDA ÚTIL			
RUBROS	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	TOTAL
COSTO DEL SERVICIO			
COSTO PRIMO			276.876,19
Mercadería		264.527,85	
Mano de Obra Directa	12.348,35		
GASTOS DEL SERVICIO			214,71
Material Indirecto		214,71	
GASTOS GENERALES			5.416,86
Dep. Vehículo	2.160,00		
Dep. Maquinaria y Equipo	493,65		
Dep. Muebles y enseres	266,42		
Dep. Equipo de Computación	314,96		
Dep. Equipo de Oficina	188,15		
Mantenimiento	452,03		
Luz		271,22	
Agua		135,61	
Teléfono		162,73	
Gasolina		401,40	
Aceite		291,56	
Imprevisto 5%		279,15	
COSTOS DE OPERACIÓN			
GASTOS DE ADMINISTRACION			16.359,76
Sueldos y Salarios	12.718,87		
Gastos Generales de Administración		292,69	
Arriendos	2.400,00		
Suministros de Oficina		154,30	
Imprevisto 5%		793,90	
GASTOS DE VENTAS			20.765,98
Sueldos y Salarios	18.764,58		
Publicidad	1.012,54		
Imprevisto 5%	988,86		
GASTOS FINANCIEROS			1.826,74
Amortización del Activo Diferido	236,04		
Interés del préstamo	1.590,70		
TOTAL	50.546,29	266.731,20	321.460,24

FUENTE: Valores de almacenes de la ciudad y del país

ELABORADO: La Autora

Cuadro N° 88

COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL QUINTO AÑO DE VIDA ÚTIL			
RUBROS	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	TOTAL
COSTO DEL SERVICIO			
COSTO PRIMO			288.394,24
Mercadería		275.532,20	
Mano de Obra Directa	12.862,04		
GASTOS DEL SERVICIO			223,64
Material Indirecto		223,64	
GASTOS GENERALES			5.499,80
Dep. Vehículo	2.160,00		
Dep. Maquinaria y Equipo	493,65		
Dep. Muebles y enseres	266,42		
Dep. Equipo de Computación	314,96		
Dep. Equipo de Oficina	188,15		
Mantenimiento	470,83		
Luz		282,50	
Agua		141,25	
Teléfono		169,50	
Gasolina		418,10	
Aceite		303,69	
Imprevisto 5%		290,76	
COSTOS DE OPERACIÓN			
GASTOS DE ADMINISTRACION			16.940,49
Sueldos y Salarios	13.247,98		
Gastos Generales de Administración		304,86	
Arriendos	2.400,00		
Suministros de Oficina		160,72	
Imprevisto 5%		826,93	
GASTOS DE VENTAS			21.629,84
Sueldos y Salarios	19.545,19		
Publicidad	1.054,66		
Imprevisto 5%	1.029,99		
GASTOS FINANCIEROS			1.489,53
Amortización del Activo Diferido	236,04		
Interés del préstamo	1.253,49		
TOTAL	52.093,41	277.827,21	334.177,54

FUENTE: Valores de almacenes de la ciudad y del país

ELABORADO: La Autora

Estructura de ingresos

En esta parte mencionaremos cual es el costo del servicio por lo cual se ha tomado en cuenta los totales del presupuestos de costos en el cuadro N° 83, que abarca inclusive el costo de productos de primera necesidad, mano de obra, gastos administrativos de venta y financieros, por tanto a estos se les ha dado un margen de utilidad del 15% debido a que los proveedores no permiten que como intermediario le suba más el precio fijado.

Cuadro N° 89

ESTRUCTURA DE INGRESOS PARA LA VIDA DEL PROYECTO			
AÑO	COSTO TOTAL	MARGEN DE UTILIDA 15% PRECIO EMPRESA	TOTAL DE INGRESOS PARA LA EMPRESA
1	286.235,91	42.935,39	329.171,29
2	297.508,62	44.626,29	342.134,91
3	309.243,79	46.386,57	355.630,36
4	321.460,24	48.219,04	369.679,28
5	334.177,54	50.126,63	384.304,18

FUENTE: Cuadro N° 83,
ELABORADO POR: La Autora

Estado de pérdidas y ganancias

En todo proyecto se debe planificarse primero los ingresos por ventas y los costos de servicio y de operación, para la vida útil del proyecto, esto con la finalidad de determinar si hay pérdida o ganancia.

Cuadro N° 90

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	329.171,29	342.134,91	355.630,36	369.679,28	384.304,18
(-) COSTOS TOTALES	286.235,91	297.508,62	309.243,79	321.460,24	334.177,54
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	42.935,39	44.626,29	46.386,57	48.219,04	50.126,63
(-) 15% TRABAJADORES	6440,31	6693,94	6957,99	7232,86	7518,99
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	36.495,08	37.932,35	39.428,58	40.986,18	42.607,64
(-) IMPUESTO A LA RENTA 22%	8028,92	8345,12	8674,29	9016,96	9373,68
(=) UTILIDAD LIQUIDA	28.466,16	29.587,23	30.754,29	31.969,22	33.233,96

FUENTE: Cuadros N° 83, y N° 89

ELABORADO: La Autora

Punto de equilibrio

Con el punto de equilibrio la empresa conocerá el punto donde la empresa no tendrá ni pérdidas ni ganancias. Para realizar el cálculo primeramente se clasificarán los costos fijos y variables, luego se aplicarán las presentes fórmulas a continuación:

Costos Fijos Totales	46.226,33
Costos Variables Totales	236.032,01
Ventas Totales	329.171,29

En función de las ventas

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

$$PE = \frac{46.226,33}{1 - \frac{236.032,01}{329.171,29}}$$

$$PE = 46.225,61$$

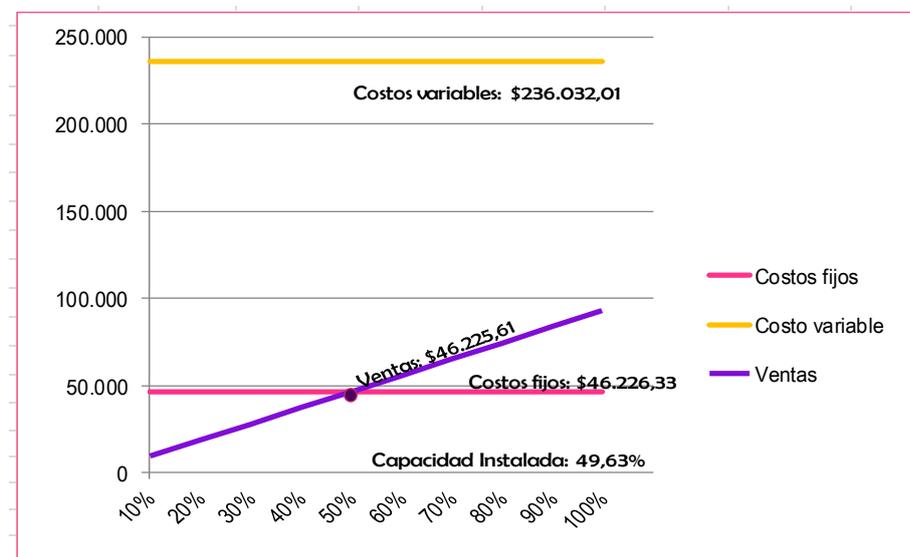
En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} * 100$$

$$PE = \frac{46.226,33}{329.171,29 - 236.032,01} * 100$$

$$PE = 49,63\%$$

Gráfico N° 34



ELABORADO: La Autora

El punto de equilibrio expresa que cuando la empresa en su primer año alcance un monto en ventas de \$46.225,61 y utiliza una capacidad

instalada del 49,63%, la empresa se encontrara en un punto muerto, en donde los costos se igualan a los ingresos, por lo tanto la empresa no gana ni pierde.

EVALUACIÓN FINANCIERA

El objetivo de la evaluación financiera es determinar los costos empresariales para la implementación del proyecto, además los beneficios que se pueden conseguir, es decir la rentabilidad, que se obtendrán en los años de vida útil.

Flujo de caja

Con el flujo de caja, se puede llegar a tomar decisiones en beneficios del progreso del proyecto, es así que se constituye la diferencia entre el ingreso y egresos que se obtendrán en los años de vida útil, su utilidad radica en constituirse en el recurso que permite a la empresa cubrir sus obligaciones financieras o adquirir otros activos. Es así que se puede evidenciar en el siguiente cuadro que la empresa incrementara el flujo de caja cada año, obteniendo ganancias en todos los años de vida útil del proyecto, lo cual es interesante para esta empresa ya que no tendrá ningún inconveniente en cubrir las obligaciones que esta mantenga.

Cuadro N° 91

FLUJO DE CAJA					
RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	329.171,29	342.134,91	355.630,36	369.679,28	384.304,18
Valor Residual			470,09		2.700,00
TOTAL INGRESOS	329.171,29	342.134,91	356.100,44	369.679,28	387.004,18
EGRESOS					
Costos del Servicio	250.386,78	260.660,46	271.361,53	282.507,77	294.117,69
Gastos Administrativos	14.753,07	15.266,96	15.802,23	16.359,76	16.940,49
Gastos de Ventas	18.375,93	19.140,37	19.936,61	20.765,98	21.629,84
GASTOS FINANCIEROS					
Interés del préstamo	2.484,08	2.204,78	1.907,38	1.590,70	1.253,49
TOTAL DE EGRESOS	285.999,87	297.272,58	309.007,75	321.224,20	333.941,50
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	43.171,43	44.862,33	47.092,70	48.455,08	53.062,67
(-) 15% Utilidad a Trabajadores	6.440,31	6.693,94	6.957,99	7.232,86	7.518,99
(-) 22 % Impuesto a la Renta	8.028,92	8.345,12	8.674,29	9.016,96	9.373,68
UTILIDAD NETA	28.702,20	29.823,27	31.460,42	32.205,26	36.170,00
(+) Depreciación de Activos Fijos	3.423,18	3.423,18	3.423,18	3.423,18	3.423,18
(+) Amortización de Activos Diferidos	236,04	236,04	236,04	236,04	236,04
FLUJO NETO DE CAJA	32.361,42	33.482,49	35.119,64	35.864,48	39.829,22

FUENTE: Cuadro N° 83; N°89; y, N° 90

ELABORADO POR: La Autora

VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto, permite evaluar el proyecto de inversión a largo plazo, en donde esté presente proyecto tiene una vida útil de 5 años, cabe destacar que el factor de actualización es del 9,57%, porcentaje que pertenece a la CFN, institución que nos financiara él 76% del total de inversión de este proyecto. .

Cuadro N° 92

VALOR ACTUAL NETO			
AÑOS	FLUJO NETO	TASA ACTUALIZADA	VALOR ACTUALIZADO
1	32.361,42	0,912658574	29.534,93
2	33.482,49	0,832945673	27.889,10
3	35.119,64	0,760195011	26.697,78
4	35.864,48	0,693798495	24.882,72
5	39.829,22	0,633201145	25.219,91
TOTAL			134.224,43

V.A.N= Flujo neto actualizado-Inversión

V.A.N.= 134.224,43– 52.672,35

V.A.N.= 81.552,08

El VAN nos muestra la aceptabilidad o no del proyecto es así que si el resultado es igual o superior a cero es aceptable pero si es inferior o con signo negativo no es aceptable. Es por eso que se puede evidenciar la aceptabilidad del proyecto ya que el VAN es positivo.

Relación beneficio costo

Este indicador consiente en dar a conocer el rendimiento que se obtendrá por cada dólar invertido, además permite decidir si se acepta o no el proyecto

Cuadro N° 93

RELACIÓN BENEFICIO COSTO						
AÑOS	COSTO ORIGINAL	FACTOR 9,57%	COSTO TOTAL ACTUALIZADO	INGRESO	FACTOR 9,57%	INGRESO TOTAL ACTUALIZADO
1	286.235,91	0,9126586	261.235,65	329.171,29	0,9126586	300.421,00
2	297.508,62	0,8329457	247.808,51	342.134,91	0,8329457	284.979,79
3	309.243,79	0,760195	235.085,58	355.630,36	0,760195	270.348,42
4	321.460,24	0,6937985	223.028,63	369.679,28	0,6937985	256.482,92
5	334.177,54	0,6332011	211.601,60	384.304,18	0,6332011	243.341,84
TOTAL			1.178.759,99			1.355.573,99

$$RB/C = \frac{\sum \text{Ingresos actualizados}}{\sum \text{Costos actualizados}}$$

$$RB/C = 1.355.573,99 / 1.178.759,99$$

$$RB/C = 1,15$$

Se obtiene un resultado de un valor de un dólar con quince centavos para pagar cada dólar que la empresa debe o ha invertido en el proyecto, es decir que contamos con quince centavos más de lo que exige la inversión. Cabe recalcar que los 0,15 centavos coinciden con el margen de utilidad que se asignó.

Tasa interna de retorno

Mediante este indicador se conocerá la ganancia del proyecto y si es factible

Cuadro N° 92

TASA INTERNA DE RETORNO					
	FLUJO DISPONIBLE EN EL AÑO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 58%	FLUJO ACTUALIZADO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 59%	FLUJO ACTUALIZADO
0			-51997,35		-51.997,35
1	32361,42	0,632911392	20481,91	0,628930818	20353,10
2	33482,49	0,400576831	13412,31	0,395553973	13244,13
3	35119,64	0,253529640	8903,87	0,248776084	8736,93
4	35864,48	0,160461797	5754,88	0,156462946	5611,46
5	39829,22	0,101558100	4044,98	0,098404368	3919,37
	TOTAL		600,60		-132,36

$$TIR = Tm + Dt\left(\frac{VPN\ Menor}{VPN\ Menor - VPN\ Mayor}\right)$$

$$TIR = (58\% + 1\%) * \left(\frac{-132,36}{-132,36 - 600,60}\right)$$

$$TIR = 58,82\%$$

Se demuestra la existencia de una TIR de 58,82% indicando que si es conveniente invertir en este proyecto, debido a que esta tasa es superior a la que nos ofrece el sector financiero la que es del 9,57%.

Periodo de recuperación de capital

Con este indicador se conocerá el tiempo de recuperación de la inversión inicial, con el flujo de entradas de efectivo y así determinar si el proyecto es viable o no.

Cuadro N° 93

PERIODO DE RECUPERACION DE LA DEUDA				
AÑO	FLUJO DISPONIBLE EN EL AÑO	FACTOR ACTUALIZACION 9,57%	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJOS ACTUALIZADOS ACUMULADOS
0			52.672,35	
1	32.361,42	0,90497738	29.286,35	29.286,35
2	33.482,49	0,81898405	27.421,63	56.707,98
3	35.119,64	0,74116204	26.029,35	82.737,33
4	35.864,48	0,67073487	24.055,56	106.792,89
5	39.829,22	0,60699989	24.176,33	130.969,22
TOTAL				406.493,76

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} \left(\frac{\text{Inversión} - \sum \text{de primeros flujos}}{\text{flujo de año que supera la inversión}} \right)$$

AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN	1,853
AÑOS	1
(1,85283-1)*12= 10,234	
MESES	10
(10,23396-10)*30= 7,019	
DÍAS	7

Mediante este resultado se observa que la inversión será recuperada en 1 años, 10 meses y 7 días.

Análisis de sensibilidad

Cuadro N° 94

SENSIBILIDAD DE COSTOS									
AÑO	INGRESOS TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	VALOR DE INCREMENTO	TOTAL COSTOS INCREMENTO	FLUJO NETO	ACTUALIZACION		ACTUALIZACION	
						FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJO ACTUAL	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJO ACTUAL
0	52.672,35		10,0899%			13,00%		14,00%	
1	329.171,29	286.235,91	28880,92	315.116,82	14.054,47	0,884955752	12.437,58	0,8771929825	12.328,48
2	342.134,91	297.508,62	30018,32	327.526,94	14.607,97	0,783146683	11.440,18	0,769467528	11.240,36
3	355.630,36	309.243,79	31202,39	340.446,18	15.184,18	0,693050162	10.523,40	0,674971516	10.248,89
4	369.679,28	321.460,24	32435,02	353.895,26	15.784,02	0,613318728	9.680,63	0,592080277	9.345,41
5	384.304,18	334.177,54	33718,18	367.895,73	16.408,45	0,542759936	8.905,85	0,519368664	8.522,04
							52.987,65		51.685,17
							315,30		-987,18
SENSIBILIDAD DEL PROYECTO									
Nueva TIR			35%						
Diferencia de tir									
Diferencia de la tir =tir proyec-ntir			21,61%						
Porcentaje de variación= (dif. Tir/tir proy)*100			36,74%						
Sensibilidad									
Sensibili= %variación /nueva tir			98,75%						
Sensibilidad=			0,99						

Se observa que el proyecto puede soportar un 21,61% de incremento en los costos, es decir el límite que soportara el proyecto si hubiese incremento en los costos.

Cuadro N°95

SENSIBILIDAD DE INGRESOS									
AÑO	INGRESOS TOTAL ORIGINAL	VALOR QUE DISMINUYE	TOTAL INGRESO DISMINUIDO	COSTO TOTAL ORIGINAL	FLUJO NETO	ACTUALIZACION		ACTUALIZACION	
						FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJO ACTUAL	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJO ACTUAL
0	52672,35	10,1017%				27,00%		28,00%	
1	329171,29	12,13	329159,16	286235,91	42923,26	0,787401575	33797,839	0,7812500000	33533,794
2	342134,91	34561,44	307573,47	297508,62	10064,85	0,62000124	6240,2197	0,610351563	6143,0971
3	355630,36	35924,71	319705,64	309243,79	10461,86	0,488189953	5107,3732	0,476837158	4988,6019
4	369679,28	37343,89	332335,38	321460,24	10875,14	0,384401538	4180,4223	0,37252903	4051,307
5	384304,18	38821,26	345482,92	334177,54	11305,38	0,302678376	3421,8931	0,291038305	3290,2977
							52747,748		52007,097
							75,40		-665,25

SENSIBILIDAD DEL PROYECTO	
Nueva TIR	35%
Diferencia de tir	
Diferencia de la tir =tir proyec-ntir	21,61%
Porcentaje de variación= (dif. Tir/tir proy)*100	36,75%
Sensibilidad	
Sensibili= %variación /nueva tir	98,76%
Sensibilidad=	0,99

Se observa que el proyecto soporta un 21,61% en la disminución de ingresos, es decir que es el límite que soportaría por alguna circunstancia como el que llegue un competidor más grande.

g. DISCUSIÓN

Para el desarrollo del proyecto se estableció un estudio de mercado en el que mediante la elaboración, aplicación y resultado de las encuestas se pudo conocer el comportamiento de los consumidores que conforman el mercado principal para el proyecto, en el mismo se demostró la existencia de una demanda insatisfecha satisfactoria para todos los productos a vender, además se conoció la oferta que existe actualmente en la Parroquia.

El micromercado se instalara en el sector Las Américas en las calles Las Américas y avenidas Los Guayacanes en la Parroquia San José del Cantón Catamayo de la Provincia de Loja, su vida útil será de 5 años, pues dicho lugar cuenta con todos los servicios básicos, vías de acceso, transporte entre otros factores que apoyan a que el negocio surja. Esta empresa contará con la infraestructura y requerimientos necesarios para su funcionamiento, es decir; con la materia prima, mano de obra y toda la instrumentación necesaria para la comercialización de productos de calidad, a precios módicos.

Esta empresa se constituirá legalmente según las leyes de la República del Ecuador conforme a las exigencias y requerimientos para obtener el permiso de funcionamiento para que el micromercado pueda funcionar de



Proyecto de inversión para la implementación de un micromercado en la Parroquia San José del Cantón Catamayo de la Provincia de Loja

manera, además se estableció una estructura organizativa y el manual de funciones del personal.

En el estudio financiero determino el total de la inversión de \$52.672,35, en donde el 76% de esta inversión será financiada por la Corporación Financiera Nacional, además se pudo conocer la aceptabilidad del proyecto mediante el Valor Actual Neto de \$81.552,08, una Relación Beneficio Costo de \$1,15 que por cada dólar invertido tendrá quince centavos para hacer frente a las obligaciones que posea la empresa, una Tasa Interna de Retorno de 58,82% y una recuperación de la inversión de 1 años, 10 meses y 7 días, cabe mencionar que este proyecto es sensible a los incrementos de costos con el 21,61% y a la disminución de ingresos con el 21,61%.

h. CONCLUSIONES

Las conclusiones y recomendaciones se elaboró en base a los objetivos propuestos en del proyecto de investigación.

- En el estudio de mercado se comprobó el nivel de aceptación de esta propuesta la cual es de ofrecer productos de primera necesidad a las familias de la Parroquia San José, reflejada así en una demanda insatisfecha significativa para los productos a vender, además no posee una competencia directa debido a la inexistencia de un lugar semejante como el que se pretende implementar.
- En el estudio técnico se estableció el espacio físico disponible y el volumen de productos que está en capacidad la empresa para comercializar cubriendo la demanda insatisfecha, además para mayor comodidad del cliente el micromercado se ubicara en el sector Las Américas de la Parroquia San José en las calles Las Américas y avenidas Los Guayacanes, contando con una planta adecuada y cómoda tanto para el trabajador como el cliente.
- En cuanto a la estructura organizativa legal EL MICROMERCADO LAS ACACIAS, será constituida por una persona natural, de tal

manera se conoció todos los requisitos para su constitución legal, además se diseñaron los organigramas en los que se identificaron los cargos y el personal requerido; asimismo se demuestran las normas y políticas internas que por ley deberá considerar el micromercado para su buen funcionamiento.

- Se realizó un estudio económico financiero en donde se determinó el monto total de la inversión del proyecto que es de \$52.672,35 en donde el 76% de esta inversión será financiada por la Corporación Financiera Nacional, además el proyecto es viable y rentable debido a que los factores de evaluación arrojaron resultados positivos.

i. RECOMENDACIONES

- Aprovechar este mercado debido a que la demanda de lugares semejantes por parte de los habitantes de esta Parroquia es significativa, además es beneficioso ya que estas personas muestran un gran interés debido a que se les facilitaría la adquisición de estos productos ahorrando su tiempo y dinero.
- Realizar convenios con los proveedores para poder tener un stock actualizado para brindar un buen servicio con la finalidad de buscar fidelidad del cliente y conseguir nuevos usuarios del servicio.
- Mantener una buena imagen de la empresa ante los consumidores brindando un servicio eficiente a través de profesionales que se involucren con los objetivos de la empresa.
- Considerar la ejecución del esta propuesta puesto que los resultados del estudio financiero demuestra que es totalmente viable y rentable no solo para el inversionista sino también para la Parroquia San José.

j. BIBLIOGRAFIA

Referencia Tesis

- Eliana Godoy, J. (2011). (Tesis inédita de Ingeniería). Escuela Politécnica Del Ejército EC.

Referencias Libros

- Baca Urbina, G. A. (1º Ed). (2005). Evaluación de Proyectos: Mercado. Cuenca EC: Publiban.
- Mochon F. (2º Ed). (2007). Principios de Economía: Clases de mercados. Guayaquil EC: Publicidades cia.
- Rodríguez Páez F. E. (Ed) (2008). Gran Enciclopedia Estudiantil Zamora. Zamora Chinchipe: Zamora Editores Ltda.
- Núñez Zúñiga J. F. (2009). Manual para la evaluación de proyectos de inversión. México: Primera Edición.
- Burneo M.; zarate J.; Riofrío N. (2012). El emprendimiento y la gestión de proyectos en las decisiones de inversiones: Proyectos de inversión. Loja EC, UNL. 205 p.

Referencias Web

- Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos EC. Población y tasa de crecimiento interenal 2010-2001-1990. Recuperado de www.ecuadorencifras.com

- Paredes J. (2005). Estudio de mercado: Micromercado. Recuperado de (<http://es.scribd.com/doc/38547015/ESTUDIO-DE-MERCADO>)
- Lapo M. (2007). Autoservicios: Tienda Autoservicio. Recuperado de (<http://www.buenastareas.com/ensayos/Tiendas-De-Autoservicio/438983.html>)
- Emagister. (2008). Proyectos de inversión: Estudio de mercado. Recuperado de (<http://www.emagister.com/curso-proyectos-inversion/estudio-mercado>)
- Ramírez D. (2008). Bloque Académico: Estudio Técnico. Recuperado de (http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf)
- Morris G. (2010). Pymes: Costo Beneficio. Recuperado de (<http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>)
- Google. (2014). Traductor de Google para empresas. Recuperado de (www.google.com/url?source=transpromo&rs=rsmf&q=//traslate.google.com/manager/website/hl=es)
- Definiciones. (2012). Supermercado. Recuperado de (<http://www.definicionabc.com/general/supermercado.php#ixzz2RXyN4CFL>)
- Wikipedia. (2011). Empresa: Clases. Reparado de (<http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>)

k. ANEXOS

ENCUESTA PILOTO



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

Introducción, La presente encuesta tiene como objetivo fundamental determinar la percepción del estudio de mercado previo a la probabilidad de la implementación de un MICROMERCADO en la Parroquia San José del Cantón Catamayo de la Provincia de Loja, por lo que le rogamos de la manera más comedida contestar el siguiente cuestionario.

Instrucción: Señale con una (X) la(s) alternativa(s) que respondan a la pregunta.

1. ¿Usted consume productos de primera necesidad?

SI () NO ()

2. ¿Quién realiza las compras?

Mamá () Papá Y Mama ()
 Hermano(as) () Empleada ()

3. ¿Con qué frecuencia realiza sus compras?

Semanal () Quincenal ()
 Mensual () Otros, cuál? _____

4. ¿Qué factores considera al momento de elegir un producto?

Precio () Promoción ()
 Calidad () Cantidad ()
 Presentación () Variedad ()

5. De la siguiente lista ¿cuál es la cantidad o consumo de productos que realiza al momento de hacer sus compras semanalmente?

CARNES ROJAS Y PESCADO

Chancho 1(), 2(), 3(), 4()
 Res 1(), 2(), 3(), 4()
 Pollo 1(), 2(), 3(), 4()
 Atún 1(), 2(), 3()

Sardina 1(), 2(), 3()

LACTEOS

Leche fresca entera 1(), 2()
 Leche descremada 1(), 2()
 Yogurt 1(), 2()

Queso 1(), 2()
 Mantequilla 1(), 2()
CEREALES Y DERIVADOS
 Cebada 1(), 2()
 Arroz 1-10(), 10-20(), 20-mas ()
 Maíz 1(), 2(), 3(), 4(),
 5(), 6()
 Avena 1(), 2(), 3()
 Fideo 1(), 2()
 Pan 1-5(), 5-10()

ABARROTOS
 Azúcar 1(), 2(), 3(), 4(),
 5(), 6()
 Sal 1(), 2(), 3(), 4()
 Huevos 1-10(), 10-20()
 Café ½ (), 1()
 Chocolate 1()
 Aceites 1(), 2()

ASEO HOGAR-PERSONAL
 Jabones 1(), 2(), 3(), 4()
 Detergentes 1(), 2()
 Ambiental 1()
 Bolsas de basura 1-5(), 5-10()

6. ¿Cuál es el precio que paga por cada uno de los productos que adquiere?

CARNES ROJAS Y PESCADO

Chancho USD 1,00-1,50 ()
 Res USD 0,50-1,00 ()
 Pollo USD 1,00-1,50 ()
 Atún USD 1,00-1,50 ()
 Sardina USD 1,00-1,50 ()

LACTEOS

Leche fresca entera USD 0,50-1,00 ()
 Leche descremada USD 1,00-1,25 ()
 Yogurt USD 1,50-2,00 ()
 Queso USD 1,50-2,00 ()
 Mantequilla USD 2,00-2,30 ()

CEREALES Y DERIVADOS

Cebada USD 0,60-0,80 ()
 Arroz USD 0,35-0,50 ()
 Maíz USD 0,25-0,35 ()
 Avena USD 0,10-0,30 ()
 Fideo USD 0,30-0,60 ()
 Pan USD 0,10-0,15 ()

ABARROTOS

Azúcar USD 0,50-0,60 ()
 Sal USD 0,30-0,40 ()
 Huevos USD 0,15 ()
 Café USD 1,00-2,00 ()
 Gelatina USD 0,50-2,00 ()
 Aceites USD 1,00-3,00 ()

ASEO HOGAR-PERSONAL

Cepillo de mano 1()
 Cloros 1(), 2()
 Estropajos 1(), 2()
 Papel higiénico 4(), 6(), 8()
 Esponjas 1()
 Aromatizantes 1()
 Escobas 1()
 Trapeadores 1()
 Jaboncillos 1(), 2(), 3(), 4()
 Desodorantes 1(), 2()
 Cremas 1(), 2()
 Tallitas húmedas 1(), 2()
 Shampoo 1(), 2()

BEBIDAS

Gaseosas 1(), 2(), 3()
 Jugos 1(), 2()
 Aguas 1(), 2()

EMBUTIDOS

Salchichas 1(), 2()
 Terneras 1(), 2(), 3()
 Mortadela 1(), 2(), 3()
 Chorizo 1(), 2()
 Morcilla 1(), 2()

HOGAR

Jabones USD 0,30-0,50 ()
 Detergentes USD 0,50-2,00 ()
 Bolsas de basura USD 0,10-0,15 ()
 Cloros USD 0,25-1,50 ()
 Estropajos USD 0,40-0,80 ()
 Papel higiénico USD 0,25-0,35 ()
 Esponjas USD 0,25-0,50 ()
 Aromatizantes USD 1,00-2,00 ()
 Escobas USD 1,00-2,00 ()
 Jabón/Líquido USD 1,50-2,50 ()
 Recogedores USD 1,00-2,00 ()
 Trapeadores USD 2,50-3,50 ()

PERSONAL

Enjuague bucal USD 1,50-3,00 ()
 Cepillo de dientes USD 0,50-1,50 ()
 Pasta dental USD 1,00-2,00 ()
 Shampoo USD 1,25-3,00 ()
 Acondicionador USD 1,25-3,00 ()
 Jaboncillos USD 1,00-2,00 ()
 Desodorantes USD 0,50-1,50 ()
 Cremas USD 2,00-5,00 ()
 Tintes USD 2,00-4,00 ()
 Aceites USD 0,50-2,00 ()
 Peines USD 1,00-2,00 ()
 Tallitas húmedas USD 1,50-3,50 ()

BEBIDAS		Salchichas	USD 0,50-1,00 ()
Gaseosas	USD 1,00-2,50 ()	Terneritas	USD 1,00-2,50()
Jugos	USD 1,00-3,00 ()	Mortadela	USD 1,50-2,50 ()
Aguas	USD 1,00-1,50 ()	Chorizo	USD 1,50- 2,00()
EMBUTIDOS		Morcilla	USD 1,00-2,00 ()

7. ¿Cuánto gasta semanalmente al momento de efectuar sus compras?

- | | |
|------------------------|---------------------------|
| De USD 10 a USD 20 () | De USD 41 a USD 50 () |
| De USD 21 a USD 30 () | De USD 51 a USD 60 () |
| De USD 31 a USD 40 () | De USD 61 en adelante () |

8. ¿Qué medios de pago utiliza la hacer sus compras?

- | | |
|------------------------------|--------------------|
| Dinero en efectivo () | Cheque () |
| Tarjeta (debito/crédito) () | Otros, cuál? _____ |

9. ¿Cuál es el lugar de preferencia para realizar sus compras para la el hogar?

- | | |
|------------------------|-------------------|
| Micromercados () | Tiendas () |
| Mercados populares () | Autoservicios () |

10. ¿Qué factor(es) consideraría para elegir el lugar para realizar sus compras?

- | | |
|---------------------------|------------------------------|
| Precio conveniente () | Atención al cliente () |
| Calidad de productos () | Gusto accesible () |
| Ubicación adecuada () | Creatividad publicitaria () |
| Variedad de productos () | Servicios innovadores () |
| Descuentos novedosos () | Agilidad () |

11. De las siguientes alternativas señale, ¿Cuál(es) son los estímulos que le gustaría recibir por sus compras?

- | | |
|-----------------------|----------------|
| Sorteos () | Descuentos () |
| Órdenes de compra () | Regalos () |

12. ¿Por qué medios de información le gustaría conocer de un MICROMERCADO en esta Parroquia?

- | | |
|--------------------|--------------------|
| Radio () | Televisión () |
| Internet () | Gigantografías () |
| Prensa escrita () | Volantes () |

13. Si se implementaría un MICROMERCADO en la Parroquia San José, ¿se convertiría usted en nuestro cliente?

- | | |
|--------|--------|
| Si () | No () |
|--------|--------|

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N°02

ENCUESTA DEFINITIVA



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA EN BANCA Y FINANZAS**

Introducción, La presente encuesta tiene como objetivo fundamental determinar la percepción del estudio de mercado previo a la probabilidad de la implementación de un MICROMERCADO en la Parroquia San José del Cantón Catamayo de la Provincia de Loja, por lo que le rogamos de la manera más comedida contestar el siguiente cuestionario.

Instrucción: Señale con una (X) la(s) alternativa(s) que respondan a la pregunta.

1. ¿Usted consume productos de primera necesidad?

SI () NO ()

2. ¿Quién realiza las compras?

Mamá () Papá Y Mama ()
Hermano(as) () Empleada ()

3. ¿Con qué frecuencia realiza sus compras?

Semanal () Quincenal ()
Mensual () Otros, cuál? _____

4. ¿Qué factores considera al momento de elegir un producto?

Precio () Promoción ()
Calidad () Cantidad ()
Presentación () Variedad ()

5. De la siguiente lista ¿cuál es la cantidad o consumo de productos que realiza al momento de hacer sus compras semanalmente?

CARNES ROJAS Y PESCADO Pollo 1(), 2(), 3(), 4()
Chancho 1(), 2(), 3(), 4() Atún 1(), 2(), 3()
Res 1(), 2(), 3(), 4() Sardina 1(), 2(), 3()

LACTEOS

- Leche fresca entera 1(), 2()
- Leche descremada 1(), 2()
- Leche pasteurizada 1(), 2()
- Leche en polvo 1(), 2()
- Leche deslactosada 1(), 2()
- Yogurt 1(), 2()
- Queso 1(), 2()
- Quesillo 1(), 2(), 3(), 4(), 5()
- Mantequilla 1(), 2()
- Helado 1(), 2()

PERSONAL

- Enjuague bucal 1()
- Cepillo dientes 1(), 2(), 3(), 4()
- Pasta dental 1(), 2(), 3()
- Shampoo 1(), 2()
- Acondicionador 1()

- Jaboncillos 1(), 2(), 3(), 4()
- Desodorantes 1(), 2()
- Cremas 1(), 2()
- Tallitas húmedas 1(), 2()
- Shampoo 1(), 2()

BEBIDAS

- Gaseosas 1(), 2(), 3()
- Jugos 1(), 2()
- Aguas 1(), 2()

EMBUTIDOS

- Salchichas 1(), 2()
- Terneritas 1(), 2(), 3()
- Mortadela 1(), 2(), 3()
- Chorizo 1(), 2()
- Morcilla 1(), 2()

6. ¿Cuál es el precio que paga por cada uno de los productos que adquiere?

CARNES	Y
PESCADO	
CHANCHO	
USD 2,50	
USD 3,00	
USD 3,50	
RES	
USD 1,00	
USD 1,50	
USD 2,00	
POLLO	
USD 1,00	
USD 1,50	
USD 2,00	
ATUN	

USD 0,50	
USD 1,00	
USD 1,50	
USD 2,00	
SARDINA	
USD 0,80	
USD 1,00	
USD 1,50	
USD 2,00	
LACTEOS	
LECHE FRESCA ENTERA	
USD 0,50	
USD 1,00	
LECHE	

DESCREMADA	
USD 1,00	
USD 1,50	
LECHE PASTEURIZADA	
USD 1,50	
USD 2,50	
LECHE EN POLVO	
USD 2,50	
USD 3,50	
LECHE DESLACTOZADA	
USD 2,50	
USD 3,50	
YOGURT	

USD 1,50	
USD 2,00	
QUESO	
USD 1,50	
USD 2,00	
QUESILLO	
USD 1,50	
USD 1,60	
USD 1,70	
MANTEQUILLA	
USD 2,25	
USD 2,30	
HELADO	
USD 5,50	
USD 6,50	
CEREAL Y DERIVADOS	
CEBADA	
USD 0,60	
USD 0,70	
ARROZ	
USD 0,30	
USD 0,40	
USD 0,50	
MAIZ	
USD 0,20	
USD 0,25	
USD 0,30	
USD 0,35	
AVENA	
USD 0,10	
USD 0,20	

USD 0,30	
FIDEO	
USD 0,40	
USD 0,50	
PAN	
USD 0,10	
USD 0,15	
ABARROTOS	
AZUCAR	
USD 0,50	
USD 0,55	
USD 0,60	
SAL	
USD 0,30	
USD 0,40	
HUEVOS	
USD 0,10	
USD 0,15	
CAFÉ	
USD 1,00	
USD 2,00	
ACEITE	
USD 1,50	
USD 2,50	
GOLOSINAS	
USD 0,50	
USD 1,00	
ASEO PERSONAL Y HOGAR	
JABONES	
USD 0,30	
USD 0,40	

USD 0,50	
DETERGENTE	
USD 0,50	
USD 1,00	
USD 1,50	
CLOROS	
USD 0,25	
USD 0,50	
JABON LIQUIDO	
USD 1,25	
USD 1,50	
ESTROPAJO	
USD 0,40	
USD 0,50	
PAPEL HIGIENICO	
USD 1,15	
USD 1,25	
USD 1,35	
ESPONJAS	
USD 0,25	
USD 0,50	
AMBIENTALES	
USD 1,00	
USD 1,55	
CEPILLO DE MANO	
USD 0,50	
USD 1,00	
ESCOBAS	
USD 1,50	
USD 2,00	
AROMATIZANTES	

USD 1,00	
USD 2,00	
CEPILLO DE DIENTES	
USD 0,50	
USD 1,00	
USD 1,50	
RECOJEDORES	
USD 1,00	
USD 2,00	
TRAPEADORES	
USD 2,50	
USD 3,50	
PASTA DENTAL	
USD 1,00	
USD 2,00	
USD 3,00	
SHAMPOO	
USD 1,75	
USD 2,50	
ACONDICIONADOR	
USD 1,50	
USD 2,50	
JABONCILLOS	
USD 0,50	
USD 1,00	
USD 1,50	
USD 2,00	
DESODORANTES	
USD 0,50	
USD 1,00	

CREMAS	
USD 4,50	
USD 5,50	
ENJUAGUE BUCAL	
USD 1,50	
USD 2,50	
ACCESORIOS DE BEBE	
BIBERÓN	
USD 1,00	
USD 1,50	
ACEITES	
USD 0,50	
USD 1,00	
TALCO	
USD 2,00	
USD 2,50	
SHAMPOO	
USD 2,00	
USD 3,00	
COLONIA	
USD 1,00	
USD 2,00	
TOALLAS HUMEDAS	
USD 5,50	
USD 6,50	
PAÑALES	
USD 6,00	
USD 7,00	
BEBIDAS GASEOSA	

USD 1,00	
USD 2,00	
USD 3,00	
JUGOS	
USD 1,00	
USD 2,00	
AGUAS	
USD 1,00	
USD 1,50	
EMBUTIDOS SALCHICHAS	
USD 0,50	
USD 1,00	
TERNERAS	
USD 1,50	
USD 2,00	
USD 2,50	
MORTADELA	
USD 1,50	
USD 2,00	
USD 2,50	
CHORIZO	
UNIDAD DE MEDIDA	
USD 1,50	
USD 2,00	
MORCILLA	
UNIDAD DE MEDIDA	
USD 1,00	
USD 2,00	

7. ¿Cuánto gasta semanalmente al momento de efectuar sus compras?

- | | |
|------------------------|---------------------------|
| De USD 10 a USD 20 () | De USD 41 a USD 50 () |
| De USD 21 a USD 30 () | De USD 51 a USD 60 () |
| De USD 31 a USD 40 () | De USD 61 en adelante () |

8. ¿Qué medios de pago utiliza la hacer sus compras?

- | | |
|------------------------------|--------------------|
| Dinero en efectivo () | Cheque () |
| Tarjeta (debito/crédito) () | Otros, cuál? _____ |

9. ¿Cuál es el lugar de preferencia para realizar sus compras para la el hogar?

- | | |
|------------------------|-------------------|
| Micromercados () | Tiendas () |
| Mercados populares () | Autoservicios () |

10. ¿Qué factor(es) consideraría para elegir el lugar para realizar sus compras?

- | | |
|---------------------------|------------------------------|
| Precio conveniente () | Atención al cliente () |
| Calidad de productos () | Gusto accesible () |
| Ubicación adecuada () | Creatividad publicitaria () |
| Variedad de productos () | Servicios innovadores () |
| Descuentos novedosos () | Agilidad () |

11. De las siguientes alternativas señale, ¿Cuál(es) son los estímulos que le gustaría recibir por sus compras?

- | | |
|-----------------------|----------------|
| Sorteos () | Descuentos () |
| Órdenes de compra () | Regalos () |

12. ¿Por qué medios de información le gustaría conocer de un MICROMERCADO en esta Parroquia?

- | | |
|--------------------|--------------------|
| Radio () | Televisión () |
| Internet () | Gigantografías () |
| Prensa escrita () | Volantes () |

13. Si se implementaría un MICROMERCADO en la Parroquia San José, ¿se convertiría usted en nuestro cliente?

- | | |
|--------|--------|
| Si () | No () |
|--------|--------|

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N°03

TABULACIÓN DE CANTIDAD

CHANCHO		
UNIDAD DE MEDIDA	FRECUENCIA	%
1 libra	44	12
2 libas	226	63
3 libras	65	18
4libras	25	7
TOTAL	360	100

RES		
UNIDAD DE MEDIDA	FRECUENCIA	%
1 libra	156	45
2 libas	140	41
3 libras	36	10
4libras	12	3
TOTAL	344	100

POLLO		
UNIDAD DE MEDIDA	FRECUENCIA	%
1 libra	77	21
2 libas	102	28
3 libras	144	40
4libras	37	10
TOTAL	360	100

ATUN		
UNIDAD DE MEDIDA	FRECUENCIA	%
1	189	68
2	67	24
3	23	8
TOTAL	279	100

SARDINA		
UNIDAD DE MEDIDA	FRECUENCIA	%
1	198	72
2	34	12
3	43	16
TOTAL	275	100

LECHE FRESCA ENTERA		
UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
1 litro	89	25
2 litros	268	75
TOTAL	357	100

LECHE DESCREMADA		
UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
1 litro	50	57
2 litros	37	43
TOTAL	87	100

QUESO		
UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
1 panela	234	73
2 panelas	87	27
TOTAL	321	100

YOGURT		
---------------	--	--

MANTEQUILLA		
UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
1 libra	11	38

UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
1 litro	98	86
2 litros	16	14
TOTAL	114	100

CEBADA		
UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
1 libra	221	82
2 libras	49	18
TOTAL	270	100

MAIZ		
UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
1 libra	53	15
2 libras	68	19
3 libras	103	29
4 libras	56	16
5 libras	39	11
6 libras	41	11
TOTAL	360	100

AZUCAR		
UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
1 libra	43	12
2 libras	27	8
3 libras	87	24
4 libras	103	29
5 libras	59	16
6 libras	41	11
TOTAL	360	100

JABONES		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	%

2 libras	18	62
TOTAL	29	100

HELADO		
UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
1 unidad	98	97
2 unidades	3	3
TOTAL	101	100

ARROZ		
UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
1-10 libras	245	68
10-20 libras	94	26
20-mas libras	21	6
TOTAL	360	100

PAN		
UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
1-5 unidades	82	23
5-10 unidades	278	77
TOTAL	360	100

SAL		
UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
1 libra	40	11
2 libas	98	27
3 libras	79	22
4libras	143	40
TOTAL	360	100

ACEITE		
UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
1 litro	296	82

1 unidad	97	27
2 unidades	31	59
3 unidades	214	59
4 unidades	18	5
TOTAL	360	100

PAPEL HIGIENICO		
UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
paca 4	51	14
paca 6	260	72
paca 8	49	14
TOTAL	360	100

CEPILLO DE DIENTES		
UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
1 unidad	62	19
2 unidades	234	71
3 unidades	22	7
4 unidades	10	3
TOTAL	328	100

JABONCILLOS		
UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
1 unidad	58	17
2 unidades	248	71
3 unidades	25	7
4 unidades	16	5
TOTAL	347	100

GASEOSA		
UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
1 litro	65	19

2 litros	64	18
TOTAL	360	100

DETERGENTE		
UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
1 unidad	76	100
2 unidades	254	#jREF!
TOTAL	254	100

ESPONJAS		
UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
1 unidad	123	36
2 unidades	221	64
TOTAL	344	100

PASTA DENTAL		
UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
1 unidad	34	9
2 unidades	298	83
3 unidades	28	8
TOTAL	360	100

DESODORANTES		
UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
1 unidad	154	44
2 unidades	197	56
TOTAL	351	100

JUGOS		
UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
1 litro	197	69
2 litros	87	31
TOTAL	284	100

2 litros	245	72
3litros	31	9
TOTAL	341	100

SALCHICHAS		
UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
1 unidad	117	91
2 unidades	12	9
TOTAL	129	100

CHORIZO		
UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
1 unidad	62	55
2 unidades	51	45
TOTAL	113	100

TERNERAS		
UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
1 litro	189	58
2 litros	59	18
3litros	78	24
TOTAL	326	100

MORCILLA		
UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
1 unidad	26	21
2 unidades	98	79
TOTAL	124	100

Anexo N°04

TABULACIÓN DE PRECIOS

CHANCHO		
GASTO PROMEDIO	FRECUENCIA	%
USD 2,50	272	76
USD 3,00	66	18
USD 3,50	22	6
TOTAL	360	100

RES		
GASTO PROMEDIO	FRECUENCIA	%
USD 1,00	56	16
USD 1,50	255	71
USD 2,00	49	14
TOTAL	360	100

ATUN		
GASTO PROMEDIO	FRECUENCIA	%
USD 0,50	89	25
USD 1,00	218	61
USD 1,50	41	11
USD 2,00	12	3
TOTAL	360	100

SARDINA		
GASTO PROMEDIO	FRECUENCIA	%
USD 0,80	34	13
USD 1,00	57	22
USD 1,50	103	39
USD 2,00	67	26
TOTAL	261	100

POLLO		
GASTO PROMEDIO	FRECUENCIA	%
USD 1,00	79	22
USD 1,50	240	67
USD 2,00	41	11
TOTAL	360	100

LECHE FRESCA ENTERA		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
USD 0,50	76	20
USD 1,00	304	80
TOTAL	380	100

YOGURT		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
USD 1,50	105	82
USD 2,00	23	18
TOTAL	128	100

QUESO		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
USD 1,50	234	73
USD 2,00	87	27
TOTAL	321	100

MANTEQUILLA		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
USD 2,25	11	38
USD 2,30	18	62
TOTAL	29	100

HELADO		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
USD 5,50	86	83
USD 6,50	18	17
TOTAL	104	100

FRESA		
UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
USD 1,00	165	73
USD 1,25	60	27
TOTAL	225	100

LIMÓN		
UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
USD 0,05	180	50
USD 0,10	173	48
USD 0,15	7	2
TOTAL	360	100

CEBADA		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
USD 0,60	231	90
USD 0,70	27	10
TOTAL	258	100

ARROZ		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
USD 0,30	108	30
USD 0,40	167	46
USD 0,50	85	24
TOTAL	360	100

PAN		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
USD 0,10	277	77

SAL		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%

USD 0,15	83	23
TOTAL	360	100

USD 0,30	89	25
USD 0,40	271	75
TOTAL	360	100

AZUCAR		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
USD 0,50	75	21
USD 0,55	189	53
USD 0,60	96	27
TOTAL	360	100

HUEVOS		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
USD 0,10	239	66
USD 0,15	121	34
TOTAL	360	100

JABON LIQUIDO		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
USD 1,25	245	79
USD 1,50	64	21
TOTAL	309	100

ACEITE		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
USD 1,50	300	83
USD 2,50	60	17
TOTAL	360	100
TOTAL	420	100

JABONES		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
USD 0,30	88	24
USD 0,40	200	56
USD 0,50	72	20
TOTAL	360	100

DETERGENTE		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
USD 0,50	34	9
USD 1,00	265	74
USD 1,50	61	17
TOTAL	360	100

PAPEL HIGIENICO		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
USD 1,15	51	14
USD 1,25	270	73
USD 1,35	49	13
TOTAL	370	100

ESPONJAS		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
USD 0,25	59	16
USD 0,50	301	84
TOTAL	360	100

RECOJEDORES		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
USD 1,00	298	83

AROMATIZANTES		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
USD 1,00	87	27
USD 2,00	231	73
TOTAL	318	100

TRAPEADORES		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%

USD 2,00	62	17
TOTAL	360	100

USD 2,50	193	54
USD 3,50	167	46
TOTAL	360	100

CEPILLO DE DIENTES		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
USD 0,50	62	19
USD 1,00	234	74
USD 1,50	22	7
TOTAL	318	100

PASTA DENTAL		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
USD 1,00	43	12
USD 2,00	289	80
USD 3,00	28	8
TOTAL	360	100

ENJUAGUE BUCAL		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
USD 1,50	46	82
USD 2,50	10	18
TOTAL	56	100

SHAMPOO		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
USD 1,75	176	62
USD 2,50	106	38
TOTAL	282	100

SALCHICHAS		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
USD 0,50	65	23
USD 1,00	217	77
TOTAL	282	100

TERNERAS		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
USD 1,50	201	61
USD 2,00	61	18
USD 2,50	68	21

CHORIZO		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
USD 1,50	53	21
USD 2,00	198	79
TOTAL	251	100

MORCILLA		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
USD 1,00	120	72
USD 2,00	46	28
TOTAL	166	100

MORTADELA		
GASTO PROMEDIO	CANTIDAD	%
USD 1,50	198	77
USD 2,00	37	14
USD 2,50	23	9
TOTAL	258	100

Anexo N°05

ENTREVISTA



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

ENTREVISTA DIRIGIDA A LAS PROPIETARIAS DE LAS TIENDAS UBICADAS EN LA PARROQUIA SAN JOSÉ.

OBJETIVO:

Analizar la comercialización de los productos de primera necesidad en la
Parroquia San José.

1. ¿Cuál es el nombre del propietario?
2. ¿Cuál es la dirección de su tienda?
3. ¿Qué tiempo tiene en el mercado?
4. ¿Qué ofrece a la clientela?
5. ¿Qué otros productos similares, que satisfacen las necesidades
/deseos ofrece?
6. ¿A qué precio los ofrece?
7. ¿Cuántos empleados laboran?
8. ¿Cuáles son los productos de mayor venta semanalmente?
9. ¿Cuál es el monto a percibir semanalmente?

Anexo Nº 06

VEHICULO				CASA COMERCIAL
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	
Camioneta chevrolet 2005	1	13.500,00	13.500,00	PATIO TUERCA
TOTAL		13.500,00	13.500,00	

Anexo Nº 07

MAQUIARIA Y EQUIPO				CASA COMERCIAL
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	
Vitrinas refrigerantes INNOVA PARROT 1500	3	1.015,00	3.045,00	AUDIO CENTRO
Congelador INNOVA PARROT 1500NF	2	885,00	1.770,00	AUDIO CENTRO
Balanza electronica	1	170,00	170,00	MERCADO LIBRE
Maquina punto de venta	1	500,00	500,00	MERCADO LIBRE
TOTAL		2.570,00	5.485,00	

Anexo Nº 08

MUEBLES Y ENSERES				CASA COMERCIAL
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	
Set Góndolas 2,00m alto x 1,60 m ancho y 0,34cm fondo	9	150,00	1.350,00	ALIBABA.COM
Escritorio	1	320,00	320,00	MERCADO LIBRE
Silla ejecutiva	1	75,99	75,99	MERCADO LIBRE
Silla giratoria	2	61,99	123,98	MERCADO LIBRE
Mueble para caja registradora	1	500,00	500,00	ALIBABA.COM
Sillas simples	3	31,25	93,75	MERCADO LIBRE
basureros plasticos	3	8,00	24,00	MERCADO LIBRE
Basureros ecologicos	3	100,00	300,00	MERCADO LIBRE
Archivador	1	100,00	100,00	MERCADO LIBRE
Canastillas	25	2,90	72,50	ALIBABA.COM
TOTAL		1.350,13	2.960,22	

Anexo N° 09

EQUIPO DE OFICINA				CASA COMERCIAL
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	
Televisor 32 pulgadas HD	1	614,78	614,78	CRÉDITOS ECONÓMICOS
Minicomponentes LG con 1800WRWS, 4.2 canales	1	817,00	817,00	CRÉDITOS ECONÓMICOS
Telefonos Panasonic KXT S-560LX	2	35,00	70,00	AUDIO CENTRO
Impomax camara vigilancia espia verifocal 500m	3	169,93	509,79	MERCADO LIBRE
Extintores 10 LBS	2	25,00	50,00	MERCADO LIBRE
Botiquin	1	29,00	29,00	MERCADO LIBRE
TOTAL		1.690,71	2.090,57	

Anexo N° 10

EQUIPO DE COMPUTACIÓN				CASA COMERCIAL
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	
Computadora E1-12004GB-500BAMD	2	655,00	1310,00	AUDIO CENTRO
Impresora HP 2515	1	114,51	114,51	CRÉDITOS ECONÓMICOS
TOTAL		769,51	1424,51	

Anexo N° 11

SUMISTROS DE OFICINA				CASA COMERCIAL
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	ALOR UNITARI	VALOR TOTAL	
Resmas de papel bond	6	3,80	22,80	SUMINISTROS PAPALERIA
Resaltadores	10	0,81	8,10	SUMINISTROS PAPALERIA
Tijera Milimetrica	10	0,44	4,40	SUMINISTROS PAPALERIA
Grapadoras kw-tiro	3	25,00	75,00	MERCADO LIBRE
Perforadora kw-tiro	2	25,00	50,00	MERCADO LIBRE
rollo de papel impresora P/V	100	0,70	70,00	ALIBABA.COM
Tinta para Epson-hp-Canon	10	10,47	104,70	MERCADO LIBRE
Corrector Zebra	12	1,65	19,80	SUMINISTROS PAPALERIA
Goma adhesiva Scotch	5	0,67	3,35	SUMINISTROS PAPALERIA
Portaminas	10	0,90	9,00	SUMINISTROS PAPALERIA
Borrador pelikan blanco	5	0,11	0,55	SUMINISTROS PAPALERIA
Protector de hoja	20	0,30	6,00	SUMINISTROS PAPALERIA
Cajas de grapas alex N°26-6	12	0,48	5,76	SUMINISTROS PAPALERIA
Cajas de clip metalico	12	0,34	4,08	SUMINISTROS PAPALERIA
Libreta N°2 a cuadros	10	0,73	7,30	SUMINISTROS PAPALERIA
TOTAL		71,40	390,84	

Anexo N°12

GASTO DE CONSTITUCIÓN	
DETALLE	VALOR TOTAL
Permiso Bomberos	21,00
Patente IEPI	122,00
Permiso Municipal	221,00
TOTAL	364,00
FUENTE: Diferentes instituciones públicas y privadas de la ciudad	
ELABORADO: La Autora	

Anexo N°13

INVESTIGACIÓN Y DISEÑO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Planos	1	760,00	760,00
TOTAL			760,00
FUENTE: Diferentes instituciones públicas y privadas de la ciudad			
ELABORADO: La Autora			

Anexo N° 14

MERCADERIA "MICROMERCADO LAS ACACIAS"					
PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO POR MAYOR O CAJA	CANTIDAD REQUERIDA AÑO 1	MONTO REQUERIDO AÑO 1
CARNES Y PESCADO					56.120,96
Chancho	1	2,00	2,00	13000	26.000,00
Res	1	1,60	1,60	10000	16.000,00
Pollo	1	1,28	1,28	10000	12.800,00
Atún 140 gr	12	0,84	10,08	80	806,40
Sardina 156 gr	12	0,54	6,43	80	514,56
LACTEOS					5.145,08
Leche fresca entera	12	0,76	9,08	100	907,80

Leche descremada	12	0,76	9,08	90	817,02
Leche pasteurizada	12	0,81	9,69	72	697,68
Leche chocolate	12	0,42	5,00	72	359,86
Leche deslactosada	12	0,81	9,69	72	697,68
Yogurt 120 gr	12	0,26	3,06	90	275,40
Queso 2kg	1	1,28	1,28	300	382,50
Quesillo	1	1,11	1,11	300	331,50
Mantequilla 250 gr	12	0,61	7,34	80	587,52
Helado 250 gr	12	0,31	3,67	24	88,13
CEREALES Y DERIVADO					10.352,00
Cebada	12	0,33	3,94	60	236,16
Arroz	1	0,29	29,00	100	2.900,00
Maíz	1	0,30	30,00	70	2.100,00
Avena	12	0,27	3,26	60	195,84
Fideo	1	0,20	20,00	48	420,00
Pan	50	0,09	4,50	1000	4.500,00
ABARROTÉS					5.963,84
Azúcar	1	0,25	25,00	70	1.750,00
Sal 2 kg	1	0,46	0,46	70	24,37
Huevos x 30	1	0,06	1,80	70	165,27
Café 20 gr x 10	1	2,56	2,56	70	129,00
Chocolate 15 gr x 10	1	2,30	2,30	60	137,76
Aceites 1Lt.	12	1,60	19,20	70	1.344,00
Golosinas/ caramelo	12	0,68	8,16	60	489,60
Oreo superman 54gr x12	12	0,22	2,61	70	62,64
Ritz 67 ecu x 24	24	0,22	5,22	60	250,56
Bubbaloo cupido	1	1,34	1,34	60	64,44
Certz fruta 16	1	1,94	1,94	60	93,24
Chiclets 100 menta	1	2,31	2,31	60	110,88
Clorets 100 goma	1	2,31	2,31	60	110,88
Halls 100 sandia	1	1,55	1,55	60	74,16

Trident sandia x6 x 2	2	2,69	5,39	60	258,48
Kchitos x12	12	0,20	2,34	60	112,32
Papas md. X 12	12	0,20	2,34	60	112,32
Dositos md. X12	12	0,20	2,34	60	112,32
Kchito fiesta x12	12	0,20	2,34	60	112,32
Papas x12	12	0,20	2,34	60	112,32
Doritos x12	12	0,20	2,34	60	112,32
Chess stris x12	12	0,20	2,34	60	112,32
Platanitos de limón x12	12	0,20	2,34	60	112,32
ASEO HOGAR					7.533,12
Jabones 250 gr	12	0,26	3,09	70	216,22
Detergentes 200 gr	12	0,45	5,43	70	380,02
Ambiental 95 gr	24	0,59	14,04	48	673,92
Cepillo de mano	12	0,39	4,68	48	224,64
Cepillo de piso	12	0,39	4,68	48	224,64
Cloros 150 cc sachet	24	0,09	2,06	70	304,20
Estropajos	12	0,24	2,90	48	139,28
Papel higiénico	12	1,91	22,93	70	1.605,24
Esponjas	12	0,41	4,96	48	238,12
Aromatizantes	12	1,25	14,98	48	718,85
Escobas	12	1,17	14,04	48	673,92
Jabón/Líquido 100g	12	1,37	16,38	48	786,24
Recogedores	12	0,78	9,36	48	449,28
Trapeadores	12	1,56	18,72	48	898,56
ASEO PERSONAL					5.988,36
Enjuague bucal 100g	12	1,29	15,44	70	1.081,08
Cepillo de dientes	24	0,38	9,17	70	642,10
Pasta dental 35 ml.	12	0,61	7,30	70	511,06
Shampoo 400 ml.	12	1,05	12,54	70	877,97
Acondicionador 400 ml.	12	0,98	11,79	48	566,09
Jaboncillos x 3	6	0,87	5,19	50	259,74
Desodorantes	12	0,59	7,11	48	329,58

Cremas 50 ml.	12	1,44	17,32	48	831,17
Tallitas húmedas 50 u.	12	1,54	18,53	48	889,57
ACCESORIOS DE BEBE					10.056,54
Biberón	24	0,41	9,72	24	253,60
Aceites 100g	12	0,86	10,37	48	497,66
Talco 100g	12	0,80	9,61	48	461,38
Colonia 100g	12	0,95	11,34	48	544,32
Toallas húmedas 100 u.	12	2,93	35,10	48	1.684,80
Pañales 100 u.	12	10,36	124,31	48	5.966,78
Shampoo 500 ml.	12	1,13	13,50	48	648,00
BEBIDAS					1.193,60
Gaseosas 2Lt.	8	1,00	8,00	90	720,00
Jugos 500 Ml. X 8	8	0,44	3,52	90	316,80
Aguas 6 Lt. X 2	2	0,78	1,57	100	156,80
EMBUTIDOS					131.728,75
Salchicha línea diaria 110 pl x 10 LB	10	0,40	4,00	7000	27.965,00
Terneritas x 10Lb.	10	0,64	6,38	5000	31.875,00
Mortadela línea diaria 100g P X 10 LB	10	0,40	4,00	6000	23.970,00
Chorizo línea diaria 130g x 5 lib	5	0,55	2,76	3500	9.668,75
Morcilla x 10 Lb.	10	0,85	8,50	4500	38.250,00
TOTAL					234.082,25
FUENTE: JJ & Torres Supermercado					
ELABORADO: La Autora					

Proyecto de inversión para la implementación de un micromercado en la Parroquia San José del Cantón Catamayo de la Provincia de Loja

Anexo Nº15

MICROMERCADO LAS ACACIAS													
ROL DE PAGOS MANO DE OBRA DIRECTA													
Nº	NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	INGRESOS								EGRESOS		LIQUIDO A PAGAR
			REMUNERACIÓN	DECIMA TERCERA	DECIMA CUARTA	VACACIONES	APORTE PATRONAL 11,15%	APORTE AL IECE 0.5 %	APORTE AL SECAP 0.5 %	TOTAL COSTO MANO DE OBRA DIRECTA	APORTE PERSONAL 9,45%	TOTAL DE EGRESOS	
1	Srta. Alexandra Castillo	PERCHAJE	340,00	28,33	28,33	14,17	37,91	1,70	1,70	452,14	42,73	42,73	297,27
2	Sr. Jorge Jaramillo	BODEGERO	345,06	28,76	28,33	14,38	38,47	1,73	1,73	458,45	43,32	43,32	301,74
TOTAL			685,06	57,09	56,67	28,54	76,38	3,43	3,43	910,59	86,05	86,05	599,01
FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales													
ELABORADO: La Autra													

MICROMERCADO LAS ACACIAS														
ROL DE PAGOS MANO DE OBRA DIRECTA														
Nº	NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	INGRESOS								EGRESOS		LIQUIDO A PAGAR	
			REMUNERACIÓN	DECIMA TERCERA	DECIMA CUARTA	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL 11,15%	APORTE AL IECE 0.5 %	APORTE AL SECAP 0.5 %	TOTAL COSTO MANO DE OBRA DIRECTA	APORTE PERSONAL 9,45%		TOTAL DE EGRESOS
1	Srta. Alexandra Castillo	PERCHAJE	340,00	28,33	28,33	28,33	14,17	37,91	1,70	1,70	480,48	45,41	45,41	294,59
2	Sr. Jorge Jaramillo	BODEGERO	345,06	28,76	28,33	28,76	14,38	38,47	1,73	1,73	487,21	46,04	46,04	299,02
TOTAL			685,06	57,09	56,67	57,09	28,54	76,38	3,43	3,43	967,68	91,45	91,45	593,61
FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales														
ELABORADO: La Autra														

Anexo N°16

MATERIAL INDIRECTO				
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Funda grande	1000	0,09	7,50	90,00
Funda mediana	1000	0,06	5,00	60,00
Funda pequeña	1000	0,04	3,33	40,00
TOTAL			15,83	190,00

Anexo N° 17

SERVICIOS BÁSICOS				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	PRECIO	PRIMER MES	PRIMER AÑO
Luz	kw/h	0,09	20,00	240,00
Agua	m ³	0,18	10,00	120,00
Teléfono	m0s	0,27	12,00	144,00
TOTAL			42,00	504,00

Anexo N°18

MANTENIMIENTO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Equipo de computación (cada mes)	12	15	180
Congelador y vitrina refrigerante (cada 6 meses)	2	50	100
Maquina Punto de venta (cada 3 meses)	4	30	120
TOTAL	18	95	400

Anexo N° 19

COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	PRECIO	PRIMER MES	PRIMER AÑO
Gasolina Diesel	Galón	1,48	29,60	355,20
Aceite	Galón	21,50	21,50	258,00
TOTAL			51,10	613,20

Proyecto de inversión para la implementación de un micromercado en la Parroquia San José del Cantón Catamayo de la Provincia de Loja

Anexo N°20

MICROMERCADO LAS ACACIAS													
ROL DE PAGOS PERSONAL ADMINISTRATIVOS													
N°	NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	INGRESOS								EGRESOS		LIQUIDO A PAGAR
			REMUNERACIÓN	DECIMA TERCERA	DECIMA CUARTA	VACACIONES	APORTE PATRONAL 11,15%	APORTE AL IECE 0.5 %	APORTE AL SECAP 0.5 %	TOTAL COSTO PERSONAL ADMINISTRATIVO	APORTE PERSONAL 9,45%	TOTAL DE EGRESOS	
1	Ing. Francisco Benitez	GERENTE	356,86	29,74	28,33	14,87	39,79	1,78	1,78	473,16	44,71	44,71	312,15
2	Lic. Rosa Japón	SECRETARIA-CONTADORA	350,12	29,18	28,33	14,59	39,04	1,75	1,75	464,76	43,92	43,92	306,20
TOTAL			706,98	58,92	56,67	29,46	78,83	3,53	3,53	937,92	88,63	88,63	618,35
FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales													
ELABORADO: La Autbra													

MICROMERCADO LAS ACACIAS														
ROL DE PAGOS PERSONAL ADMINISTRATIVOS														
N°	NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	INGRESOS								EGRESOS		LIQUIDO A PAGAR	
			REMUNERACIÓN	DECIMA TERCERA	DECIMA CUARTA	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL 11,15%	APORTE AL IECE 0.5 %	APORTE AL SECAP 0.5 %	TOTAL COSTO PERSONAL ADMINISTRATIVO	APORTE PERSONAL 9,45%		TOTAL DE EGRESOS
1	Ing. Francisco Benitez	GERENTE	356,86	29,74	28,33	29,74	14,87	39,79	1,78	1,78	502,90	47,52	47,52	309,34
2	Lic. Rosa Japón	SECRETARIA-CONTADORA	350,12	29,18	28,33	29,18	14,59	39,04	1,75	1,75	493,93	46,68	46,68	303,44
TOTAL			706,98	58,92	56,67	58,92	29,46	78,83	3,53	3,53	996,83	94,20	94,20	612,78
FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales														
ELABORADO: La Autbra														

Anexo N° 21

GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	CANT. ANUAL	TOTAL
Escobas	unidades	2,00	5	10,00
Recogedor	unidades	1,00	5	5,00
Trapeadores	unidades	2,50	5	12,50
Uniformes	unidades	3,00	5	15,00
Papel Higienico	paca 6	1,50	50	75,00
Shampoo	envase	1,80	5	9,00
Detergente 500 gr	funda 500 gr.	2,65	50	132,50
TOTAL				259,00

Anexo N°22

SUMINISTROS DE OFICINA				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	CANT. ANUAL	TOTAL
Cuaderno espiral/G. 100	unidades	1,01	5	5,05
Resmas de papel bond	Resmas	3,80	10	30,21
Resaltadores	unidades	0,81	10	8,10
Tijera Milimetrica	unidades	0,44	10	4,50
Corrector Zebra	unidades	1,65	5	36,25
Goma adhesiva Scotch	unidades	0,67	14	9,38
Portaminas	unidades	0,90	12	10,80
Borrador pelikan blanco	caja	0,11	15	1,65
Protector de hoja	unidades	0,30	20	12,00
Cajas de grapas alex N°2	caja	0,48	12	5,76
Cajas de clip metalico	caja	0,34	12	4,08
Libreta N°2 a cuadros	unidades	0,73	12	8,76
TOTAL			137	136,54

Anexo Nº 23

MICROMERCADO LAS ACACIAS													
ROL DE PAGOS PERSONAL DE VENTA													
Nº	NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	INGRESOS								EGRESOS		LIQUIDO A PAGAR
			REMUNERACIÓN	DECIMA TERCERA	DECIMA CUARTA	VACACIONES	APORTE PATRONAL 11,15%	APORTE AL IECE 0.5 %	APORTE AL SECAP 0.5 %	TOTAL COSTO PERSONAL DE VENTA	APORTE PERSONAL 9,45%	TOTAL DE EGRESOS	
1	Ing. Manuel Jaramillo	PUBLICISTA	348,43	29,04	28,33	14,52	38,85	1,74	1,74	462,65	43,72	43,72	304,71
2	Srta. Alegria Benitez	CAJERA	346,74	28,90	28,33	14,45	38,66	1,73	1,73	460,54	43,52	43,52	303,22
3	Srta. Angelita Esparza	CAJERA	346,74	28,90	28,33	14,45	38,66	1,73	1,73	460,54	43,52	43,52	303,22
TOTAL			1.041,91	86,83	85,00	43,41	116,17	5,21	5,21	1.383,74	130,76	130,76	911,15
FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales													
ELABORADO: La Autbra													

MICROMERCADO LAS ACACIAS														
ROL DE PAGOS PERSONAL DE VENTA														
Nº	NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	INGRESOS								EGRESOS		LIQUIDO A PAGAR	
			REMUNERACIÓN	DECIMA TERCERA	DECIMA CUARTA	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL 11,15%	APORTE AL IECE 0.5 %	APORTE AL SECAP 0.5 %	TOTAL COSTO PERSONAL DE VENTA	APORTE PERSONAL 9,45%		TOTAL DE EGRESOS
1	Ing. Manuel Jaramillo	PUBLICISTA	348,43	29,04	28,33	29,04	14,52	38,85	1,74	1,74	491,69	46,46	46,46	301,97
2	Srta. Alegria Benitez	CAJERA	346,74	28,90	28,33	28,90	14,45	38,66	1,73	1,73	489,44	46,25	46,25	300,49
3	Srta. Angelita Esparza	CAJERA	346,74	28,90	28,33	28,90	14,45	38,66	1,73	1,73	489,44	46,25	46,25	300,49
TOTAL			1.041,91	86,83	85,00	86,83	43,41	116,17	5,21	5,21	1.470,57	138,97	138,97	902,94
FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales														
ELABORADO: La Autbra														

Anexo N°24

PUBLICIDAD				
DESCRIPCIÓN	FACTOR	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Radio wG Milemiun	avisos	200	3,00	600,00
Diario La Hora	pagina	2	10,00	20,00
Televisión MULTICANAL	segundo	10	12,00	120,00
Vallas publicitarias	unidades	1	150,00	150,00
Volantes	100 unidades	1	6,00	6,00
TOTAL				896,00

Proforma N°01



AUDIOCENTRO
18 de Noviembre 0646 entre Colón
y José Antonio Eguiguren.
Teléfonos: 2577049 * 2584457 * FAX: 2572837

RUC. 1102556063001 Contribuyente Especial Resolución No.345
Fecha: Viernes, 5 de JULIO de 2013 Notificación No.080000000031 de Julio 7 del 2004

Proforma Nro. 6391
Código: 1104615248
Teléfono: 0981293714

Cliente: GUARNIZO JAPON MONICA ALEXANDRA
Dirección: AV. LAS ACACIAS

TENEMOS EL AGRADO DE COTIZARLE EN LAS SIGUIENTES CONDICIONES

Cantidad	DETALLE	Valor Unitario	TOTAL
1	VITRINA INNOVA PARROT 1500	906.250	906.25
1	CONGELADOR INNOVA PARROT 1500NF	790.180	790.18
1	COMP.COMPAQ EI-1200 4GB-500GBAMD	584.820	584.82
2	TELEFONO PANASONIC KXTS-560LX	31.250	62.50
Garantía: 1 año			SUBTOTAL => 2,343.75
Servicio Técnico:			12% IVA => 281.25
Moneda : DOLARES			TOTAL => 2,625.00
Forma de Pago: CONTADO			

ENTRADA: 0.00 Plazo: 0 meses Cuota Mensual: 0.00

Nota: ~~Requisitos y Cheques~~ a nombre de Jorge Alexandry Guerrero Acevedo.
R.U.C. 1102556063001

RECIBIDACION
ATENTAMENTE

Matriz: 18 de Noviembre 06-46 y Colón • Teléf.: (593) 07 2577 049
Sucursal: Av. Manuel Agustín Aguirre y J.A. Eguiguren (esquina) - Teléf.: (593) 07 2563 900
Sucursal Catamayo: Calle Isidro Ayora y Av. Catamayo - Teléf.: (593) 07 2676 469
Email: audiocentro@easynet.net.ec

Proforma N°02

Electrónica - Quito



Balanzas electrónicas industriales 100 Kg / 220 Lbs. **\$ 170**

BALANZAS ELECTRÓNICAS DE 1 0 0 Kg / 22 0 Lbs -
 Capacidad máxima de 1 0 0 kg. O 22 0 libras. -Batería recargable con Autonomía de 1 0 horas. -Modelo resistente y ...

Electrónica - Quito

Proforma N°03

Con Una Amplia Gama De Funciones Que Le Ayudan A Controlar Su Negocio.



Caja Registradora Sharp Con Escaner Lector Codigo De Barras **U\$S 500⁰⁰**

Caja Sharp Xe A507 Nuevas De Paquete Incluye Escaner

Proforma N°04

78,200 kms.
 ☉ hace más de 1 mes



13,500

Chevrolet COBALT 2006

Ambato
 262,235 kms.
 ☉ hace más de 1 mes

Proforma N°05

listado.mercadolibre.com.ec/muebles/muebles-y-escriorios-de-oficina



Silla Grafiti Economica Muebles De Oficina **U\$S 31²⁵**



Sillas Sillones Giratorias Oficina Secretaria Gerente **U\$S 61⁹⁹**



Silla Giratoria Ejecutiva Oficina Regulable **U\$S 75⁹⁹**

Proforma N°06

Bienvenidos a Alibaba.com, Incorporarse gratis ahora! | Identifíquese Mi Alibaba - Guía de Usuario Ayuda Volver a Alibaba.com

Productos

Productos > Equipos de Servicio > Suministros Supermercados y Tiendas > Estanterías Supermercado (128333)

Changshu Hongda Business Equipment Co., Ltd.

Productos - Datos de contacto

Tego góndola, dh-08, caliente!!!

	Precio FOB:	US \$50 - 150 / Set Obtenga el Último Precio
	Puerto:	shanghai
	Cantidad de pedido mínima:	20 Sets los requisitos de clientes están disponibles
	Capacidad de suministro:	10000 Sets por Mes los requisitos de clientes están disponibles
	Plazo de entrega:	alrededor de 20 días después de la confirmación de la orden
	Condiciones de pago:	L/C,T/T

Proveedor Verificado
 Changshu Hongda Business Equipment Co., Ltd.
 [Jiangsu, China (Continental)]
 Tipo de Negocio: Fabricante, Mar...
 Último acceso: Menos de 24 horas
 Instalaciones inspeccionadas in situ

Proforma N°07

Productos

Supermercado/tienda contador de comprobación/cajero/de recepción/registro/eftpos/mostrador de recepción/mesa

	Precio FOB:	US \$100 - 500 / Set Obtenga el Último Precio
	Puerto:	TIANJIN XINGANG
	Cantidad de pedido mínima:	1 Sets
	Capacidad de suministro:	5000 Sets por Mes
	Plazo de entrega:	10-15 días
	Condiciones de pago:	L/C,T/T,Western Union

Proforma N°08

	<p>Muebles De Oficina Nuevos</p>	<p>U\$S 320⁰⁰</p>
---	---	-------------------------------------

Proforma N°09

	<p>Basurero ♥</p>	<p>U\$S 8⁰⁰</p>
---	--------------------------	-----------------------------------

Proforma N°10



Basureros Ecologicos Parques Calles Etc
Fabricantes Directos
 Todo Tipo De **Basurero** En Polietileno De Alta Resistencia

U\$S 100⁰⁰

Proforma N°11



Vendo archivadores
 Segunda mano - Quito

\$ 100

Proforma N°12

Yiwu zc-6 polietileno de alta densidad de plástico cesta para el supermercado



Precio FOB:	US \$2.9 - 3.5 / Unidad Obtenga el Último Precio
Puerto:	Shanghai
Cantidad de pedido mínima:	25 Unidad/es
Capacidad de suministro:	10000 Unidad/es por Mes
Plazo de entrega:	7-15days
Condiciones de pago:	T/T,Western Union

[✉ Contactar Proveedor](#) [🔌 Desconectado](#)

Proforma N°13



[🖨 Imprimir](#)

Televisor 32 Pulgadas Led Viera HD
 Modelo: TCL32X5
 Marca: Panasonic

Panasonic

Precio: **\$614.78**

Cantidad:

[🛒 Comprar](#)

Proforma N°14



Imprimir

Impresoras Todo en Uno
Modelo: HP2515
Marca: HP



Precio: **\$114.51**

Cantidad:

[Comprar](#)

Proforma N°15



Imprimir

Minicomponente LG con 1.800W RMS de Potencia, 4.2 canales
Modelo: CM8530
Marca: LG



Precio: **\$817.20**

Cantidad:

[Comprar](#)

Proforma N°16



Extintor pqs 10 lbs — Quito



\$ 25,00
Precio

[Extintor pqs 10 lbs - Quito](#)

11 Jun 2013
Fecha de publicación

Proforma N°17

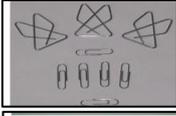
Proforma N°18

Proforma N°19

Proforma N°20

80mm * 80mm Caja térmica Registrarse papel térmico rollos de papel	<p>Proveedor Verificado</p> <p>Anji Yin Paper Co., Ltd.</p> <p>[Zhejiang, China (Continental)]</p> <p>Tipo de Negocio: Fabricante, Mar...</p> <p>Último acceso: Menos de 24 horas</p> <p>Instalaciones inspeccionadas in situ</p> <p>Datos de contacto</p>
<p>ANJI YIN PAPER CO., LTD.</p>	<p>Precio FOB: US \$0.5 - 0.7 / Rodillo Obtenga el Último Precio</p> <p>Puerto: Shanghai Port/Ningbo Port</p> <p>Cantidad de pedido mínima: 200 Cartónes 100 cajas de cartón para la orden de ensayo</p> <p>Capacidad de suministro: 3000 Toneladas por Año ningún problema con gran orden</p> <p>Plazo de entrega: ningún problema con gran orden</p> <p>Condiciones de pago: L/C,D/A,D/P,T/T,Western Union,MoneyGram,ESCROW</p>

Proforma N°20

	* Resaltadores.....\$0.81
	* Resma de Papel Copia.....\$3.80
	Clips: * Clip Alex Metalico.....\$0.34 * Clip Alex Mariposa.....\$0.03
	* Tijera Milimetrica Escolar.....\$0.44
	* Goma Adhesiva Permanete Scotch.....\$0.67
	Correctores: * BIC.....\$1.80 * ZEBRA.....\$1.65
	Lapiz: * Pelikan Normal.....\$0.25 * Portaminas.....\$0.90
	Grapas: * ALEX N° 10.....\$0.18 * Alex N° 26-6.....\$0.48
	Borradores: * Pelikan Blanco.....\$0.11 * Pelikan Tinta.....\$0.22 * Bester Blanco.....\$0.35 * Factic Blanco.....\$0.35
	* Protector de Hoja.....\$0.30
	* Libretas de Taquigrafia 100 Hojas 1L.....\$1.21 * Libreta N2 a Cuadros y 1L.....\$0.73



INDICE

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
SUMMARY.....	5
c. INTRODUCCIÓN.....	8
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	10
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	50
f. RESULTADOS.....	57
g. DISCUSIÓN.....	191
h. CONCLUSIONES.....	193
i. RECOMENDACIONES.....	195
j. BIBLIOGRAFÍA.....	196
k. ANEXOS.....	198
ÍNDICE.....	232