UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TITULO:

"PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA K-CENTRO PICA EN LA CIUDAD DE LOJA"

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÒN DEL GRADO DE INGENIERA EN COMERCIAL

AUTORA:

LIGIA ESTEFANIA JACOME QUEZADA

DIRECTOR:

ING. CARLOS CARPIO AYALA MAE

LOJA – ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN

Ing. Carlos Roberto Carpio Ayala MAE.

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación titulado **"PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA K-CENTRO PICA EN LA CIUDAD DE LOJA"** presentado por el aspirante Ligia Estefanía Jácome Quezada ha sido dirigido y revisado cuidadosamente en todas sus partes, y envista de que cumple con los requisitos de fondo y forma, autorizo su presentación, sustentación y defensas

Loja, Julio del 2016

Ing. Carlos Roberto Carpio Ayala MAE
DIRECTOR DE TESIS

AUTORIA

Yo, Ligia Estefanía Jácome Quezada, 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: Ligia Estefanía Jácome Quezada

Firma: Estefanía Jácome Q

Cédula: 1104693401

Fecha: Loja, Julio del 2016

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

Yo, Ligia Estefanía Jácome Quezada, declaro ser autora de la Tesis titulada: **"PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA K-CENTRO PICA EN LA CIUDAD DE LOJA"** como requisito para optar el Grado de: INGENIERA COMERCIAL: autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 01 días del mes de Julio del dos mil dieciséis firma la autora.

FIRMA: Estefanía Jácome Q
AUTORA: Ligia Estefanía Jácome Quezada
CEDULA: 1104693401
DIRECCION: Loja, Cdla Atamer Calle Sangay e Illinizas
CORREO ELECTRONICO: flaca_jacome@hotmail.com
TELEFONO: 0984553555

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director de Tesis: Ing. Carlos Roberto Carpio Ayala MAE.

TRIBUNAL DE GRADO

Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE.	PRESIDENTE
Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.	VOCAL
Ing. Andrea Colambo Yaure Mg. Sc.	VOCAL

DEDICATORIA

El presente trabajo dedico primeramente a Dios por estar a mi lado en cada paso que doy, por ser mi luz y mi camino.

A mi familia en especial a mi Madre, mi Abuelita, hermanos y novio por ser las personas que han incentivado y apoyado durante todo el transcurso del presente trabajo.

A la Sra. Holanda Novillo como representante legal de K-Centro Pica en la Ciudad de Loja por bridarme la información necesaria para realizar mi proyecto.

Muchas Gracias

Ligia Estefanía Jácome Quezada

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Nacional de Loja por brindarme la oportunidad de desarrollarme profesionalmente, a los Directivos de la Modalidad de Estudios a Distancia, al personal docente de la Carrera de Administración de Empresas y de manera especial al Ing. Carlos Roberto Carpio Ayala en su calidad de DIRECTOR, del presente trabajo de investigación, por brindarme sus valiosos conocimientos.

Ligia Estefanía Jácome Quezada

a. TÍTULO

“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA K-CENTRO PICA EN LA CIUDAD DE LOJA”

b. RESUMEN

Al finalizar la elaboración del presente trabajo de tesis, es necesario manifestar los principales resultados del trabajo concientizado y minuciosamente realizado durante todo el proceso investigativo. Esta investigación tiene como objetivo general realizar un **“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA K-CENTRO PICA EN LA CIUDAD DE LOJA”**

En el desarrollo de la investigación se necesitó la utilización de Métodos y Técnicas que la investigación permite realizar; entre estos tenemos el Método Deductivo, el Método Inductivo, el Método Estadístico entre otros.

El Método Descriptivo es un proceso que permite analizar descripciones de hechos y fenómenos actuales, el Método Deductivo se trata del método científico más usual, que se caracteriza por 4 etapas la observación y registro de todos los hechos : el análisis y la clasificación de los hechos ; la derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos y la contrastación, el Método Inductivo es un proceso analítico-sintético, mediante el cual se parte del estudio de hechos o fenómenos particulares, para llegar al descubrimiento de un principio o ley general ,el Método Analítico implica la síntesis esto es la unión de los elementos para formar un todo.

Entre las Técnicas de investigación utilizadas están: la Observación Directa que es la percepción ordenada, consciente y sistemáticas que ayudó a conocer cuáles son las necesidades de los clientes, sus exigencias, preferencias y gustos; la Encuesta es una técnica de recolección de información por medio de preguntas escritas organizadas en un cuestionario impreso.

La utilización de todos estos métodos permitió llegar a la culminación del presente proyecto ya que para lograrlo se tuvo que aplicar los diferentes estudios para la comprensión y demostración del mismo

En el Estudio de Mercado realizado en la Ciudad de de Loja, se determinó una muestra de 398 familias y 1 distribuidor autorizado para la venta de artículos de plástico a los que se los encuesto, para luego realizar el análisis de mercado determinando la Demanda Potencial de 51463 familias, la Demanda Real de 43743 familias y la Demanda Efectiva de 42868 familias en el año 2015.

La Oferta de 12480 familias atendidas anualmente y la Demanda Insatisfecha de 41768 familias, la cual permitió determinar que si se puede ejecutar el proyecto por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda, la oferta y los niveles de comercialización del producto.

La Capacidad Instalada del proyecto determina que la empresa estará en capacidad de atender a 12480 clientes y capacidad utilizada será de 8736 clientes de los cuales será de 70% para el primer año, además se determina la localización de la misma que estará ubicada en la ciudad de Loja en la Calle 18 de Noviembre y Cariamanga,

En la ingeniería del Proyecto se determina las características de la operatividad, procesos y requerimientos técnicos como la ubicación de muebles enseres, instalaciones y equipos.

En el estudio administrativo se determina como una Compañía de Responsabilidad Limitada y con una estructura Orgánica Funcional a los niveles Jerárquicos tanto Legislativo, Ejecutivo, Nivel Asesor, Nivel Auxiliar de Apoyo, y Nivel Operativo, así como manuales de funciones, organigramas que

sirvieron de pauta para implementar una buena organización que contará con el siguiente personal Gerente, Secretaria-Cajera, bodeguero y dos vendedores.

El proyecto alcanza una inversión de $ 37.698,57 dólares que se financiará con un aporte de los socios del 52.25% del total de la inversión que corresponde a $ 19.698,57 y un préstamo que mantendrá el proyecto con el Banco Nacional de Fomento que constituye el 47.75% que corresponde a $ 18.000,00 dólares a 5 años plazo al 15 % de interés anual.

La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: De acuerdo al VAN del presente proyecto nos da un valor positivo de $ 101.312,98 lo que indica que el proyecto si es factible para la inversión.

La TIR es de 70.82% siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto, con respecto al tiempo para recuperar la inversión será en 1 año 4 meses y 17 días, los valores del análisis de sensibilidad son menores que 1 por lo tanto no afecta al proyecto los cambios en los costos incrementados y los ingresos disminuidos en un 16,5 % y en un 13, % respectivamente; es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

Finalmente se plantea las conclusiones y recomendaciones más importantes del proyecto.

ABSTRACT

When concluding the elaboration of the present thesis work, it is necessary to manifest the main results of the informed work and minutely carried out during the whole investigative process. This investigation has as general objective to carry out a "PROJECT OF INVESTMENT FOR THE IMPLEMENTATION OF A BRANCH OF THE COMPANY K-CENTER it ITCHES IN THE CITY DE LOJA"

In the development of the investigation the use of Methods was needed and Technical that the investigation allows to carry out; among these we have the Deductive Method, the Inductive Method, the Statistical Method among other.

The Descriptive Method is a process that allows to analyze descriptions of facts and current phenomena, the Deductive Method it is about the scientific most usual method that is characterized by 4 stages the observation and registration of all the facts: the analysis and the classification of the facts; the inductive derivation of a generalization starting from the facts and the contrastación, the Inductive Method is an analytic-synthetic process, by means of which leaves of the study of facts or particular phenomena, to arrive to the discovery of a principle or general law, the Analytic Method implies the synthesis this is the union of the elements to form an everything.

Among the used investigation Techniques they are: the Direct Observation that is the orderly, conscious and systematic perception that he/she helped to know which the necessities of the clients are, their demands, preferences and likes; the Survey is a technique of gathering of information by means of written questions organized in a printed questionnaire.

The use of all these methods allowed to arrive to the culmination of the present I project since to achieve it one had to apply the different studies for the understanding and demonstration of the same one

In the Study of Market carried out in the City of of Loja, a sample of 398 families and 1 distributor authorized for the sale of articles of plastic to those that interview them to him, was determined he/she stops then to carry out the market analysis determining the Potential Demand of 51463 families, the Real Demand of 43743 families and the Effective Demand of 42868 families in the year 2015.

The Offer of 12480 families assisted annually and the Unsatisfied Demand of 41768 families, which allowed to determine that if you can execute the project for the results obtained in the analysis of the demand, the offer and the levels of commercialization of the product.

The Installed Capacity of the project determines that the company will be in capacity of assisting 12480 clients and used capacity will belong to 8736 clients of which will be of 70% for the first year, the localization of the same one it is also determined that will be located in the city of Loja in the Street November 18 and Cariamanga,

In the engineering of the Project it is determined the characteristics of the operability, processes and technical requirements as the location of furniture tackle, facilities and teams.

In the administrative study it is determined like a Company of Limited Responsibility and with an Organic Functional structure at the levels so much Hierarchical Legislative, Executive, Advisory Level, Auxiliary Level of Support,

and Operative Level, as well as manuals of functions, flowcharts that served as rule to implement a good organization that will have the personal following Manager, Secretary-cashier, grocer and two salespersons.

The project reaches an investment of $ 37.698,57 dollars that will be financed with a contribution of the partners of 52.25% of the total of the investment that corresponds to $ 19.698,57 and a loan that it will maintain the project with the National Bank of Development that constitutes 47.75% that corresponds to $ 18.000,00 dollars to 5 years term to 15% of annual interest.

The financial evaluation presents the following results: According to VAN of the present project he/she gives us a positive value of $ 101.312,98 what indicates that the project if it is feasible for the investment.

TIR is of 70.82% being this satisfactory value to carry out the project, with regard to the time to recover the investment will be in 1 year 4 months and 17 days, the values of the analysis of sensibility are smaller than 1 therefore it doesn't affect the project the changes in the increased costs and the revenues diminished in 16,5% and in a 13,% respectively; that is to say the project is not sensitive to these changes.

Finally he/she thinks about the conclusions and more important recommendations of the project.

c. INTRODUCCIÓN

El desarrollo del siguiente proyecto nace de la necesidad de conocer si financieramente es viable el emprendimiento como alternativa de inversión que permita obtener una atractiva rentabilidad que justifique el costo de oportunidad de esta idea de negocio

Este proyecto se sustenta en la verificación de la existencia de un mercado potencial dentro de la Ciudad de Loja que permita ofertar productos plásticos, cuya utilización está dirigida a familias y enfocada en el hogar.

En el proyecto se utilizó varios métodos como el científico, analítico, inductivo, deductivo estadístico y técnicas como la observación, encuestas y entrevistas las cuales fueron utilizados para la investigación donde se plantea un Estudio de Mercado en el cual se realiza la Demanda, Oferta, la Demanda Insatisfecha y el Plan de Comercialización.

Adicional se plantea un Estudio Técnico el que contiene lo referente a la Capacidad instalada, Capacidad Utilizada y la Demanda insatisfecha, así como también el tamaño y la localización de la empresa, la ingeniería del proyecto que permite conocer los recursos físicos para los requerimientos óptimos de la producción.

En el estudio Organizacional se describe la organización jurídica, administrativa y se propone el nombre, se sugiere un manual de funciones para el personal de la empresa.

Se realiza un Estudio Financiero en el que se calculó la información de carácter monetario estableciéndose la inversión del proyecto y se elaboró cuadros de presupuestos,

Con los respectivos estudios realizados se ha podido determinar la factibilidad del proyecto de inversión el mismo que permite recomendar la implementación de la sucursal tanto desde el punto de vista económico como financiero.

Por consiguiente para presentar el contexto en el cual se desenvuelve la empresa objeto de estudio, la tesis presenta los siguientes literales.

En el literal **a)** consta el **Título** de la investigación: “PROYECTO DE INVERSION PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA K-CENTRO PICA EN LA CIUDAD DE LOJA”; en el literal **b) Resumen** presenta una breve síntesis de todo el trabajo investigativo, en el que consta enfoques teóricos, métodos y técnicas utilizadas en el procedimiento de resolver el objetivo general de nuestra investigación para lograr resultados significativos y poder emitir conclusiones y recomendaciones generales; en el literal **c) Introducción** se hace constar de manera resumida los siguientes elementos: la importancia que reviste tanto para la empresa como para ciudadanía en general la elaboración de la presenta investigación ,la problemática y la justificación que motivó la realización del trabajo investigativo, los objetivos generales y específicos asociados al problema de estudio, el resumen general de toda la temática abordada en la tesis, la cual es presentada de manera desglosada por literales, en el literal **d) Revisión de la Literatura** se presenta todo el contenido textual que sirvió de base para fundamentar el trabajo de investigación, es decir los conceptos de términos

esenciales y teóricas específicas acerca de los diferentes indicadores como son: Manual de Funciones, Organigramas asociados directamente con el tema de investigación luego en el literal **e) Materiales y Métodos**, se hace constar por un lado todos los bienes y servicios empleados durante el desarrollo de la tesis así como los distintos métodos y técnicas de investigación que fueron utilizadas en todas las etapas del proyecto, cumpliendo así con los objetivos planteados, en el literal **f) Resultados** se presentan los resultados de la encuestas que fueron aplicadas a las familias y la entrevista realizada a la Representante Legal de K-Centro Pica en la Ciudad de Loja los mismos que se encuentran organizados en cuadros y gráficos estadísticos, en el literal **g) Discusión**: se ubica la propuesta como alternativa de solución a la problemática planteada gracias a la confrontación de resultados obtenidos en la investigación en el literal **h) Conclusiones** constan las más importantes conclusiones las cuales se derivan en relación de todo proceso investigativo y de sus principales objetivos ,en el literal **i) Recomendaciones** se presenta una serie de recomendaciones las cuales están direccionadas a los inversionistas del proyecto, en el literal **j) Bibliografía** se presenta una amplia lista de libros y textos de varios autores sobre toda la información textual, finalmente en el literal **k) Anexos** se hace constar la ficha resumen del proyecto de tesis, los formatos de las encuestas instrumentos de recolección de información de campo como son las encuestas aplicadas a las familias y la entrevista dirigida a la Representante Legal de K-Centro Pica en la Ciudad de Loja

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

PLASTICOS

El plástico tiene algunas propiedades que lo hacen especialmente apetecido: la elasticidad, la resistencia química y mecánica y la resistencia al enmohecimiento lo transforman en un elemento sin igual

BENEFICIOS DEL PLASTICO

Los plásticos tienen numerosos beneficios, tanto ambientales como de publicidad y ventas.

Entre los cuales se destacan:

- Se biodegradan, pero no necesitan ser enterrados para degradarse; se degradan en un ambiente normal, lo cual es muy importante ya que grandes cantidades de plásticos en la tierra o en el mar no puede recogerse o enterrarse
- Están aprobados por la FDA (FOOD AND DRUG ADMINISTRATION) y la Unión Europea para el contacto directo con alimentos.
- Son fuertes y versátiles
- Pueden ser transparentes
- No gotean
- No contienen ingredientes genéticamente modificados
- No dejan residuos de partículas plásticas

MARCO CONCEPTUAL:

PROYECTO

Es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas que intentan cumplir con un fin específico

INVERSION

Es un término de económico con varias aceptaciones relacionado con el ahorro, la ubicación del capital para obtener una ganancia a futuro.

Proyecto de Inversión por lo tanto es una propuesta de acción que a partir de la utilización de los recursos disponibles, considera posible obtener ganancia.

PROYECTO DE INVERSION

“Un proyecto de inversión por lo tanto es una propuesta de acción, que a partir de la utilización de los recursos disponibles, considera posible obtener ganancia.

Estos beneficios que no son seguros puedes ser conseguidos a corto mediana o largo plazo. Todo proyecto de inversión incluye recolección y la evaluación de los factores que influyen de manera directa en la oferta y demanda del producto

El proyecto de inversión en definitiva, es un plan al que se le asigna capital e insumos materiales económicos a un determinado plazo. Para este será necesario inmovilizar recursos a largo plazo

PROYECTO DE FACTIBILIDAD

Un proyecto factible, como su nombre lo indica, tiene un propósito de utilización inmediata, la ejecución de la propuesta. En este sentido la UPEL (1998) define el proyecto de factible como un estudio. "Consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales.

El estudio de factibilidad es un proceso en el cuál intervienen cuatro grandes etapas

- Idea
- Pre inversión
- Inversión
- Operación"[1]

El análisis de factibilidad forma parte del ciclo que es necesario seguir para evaluar un proyecto. Un proyecto factible, es decir que se puede ejecutar, es el que ha aprobado cuatro estudios básicos:

1. Estudio de Mercado
2. Estudio Técnico
3. Estudio Organizacional
4. Estudio Económico-Financiero

[1] Arias Fidias(2009).El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica (5°ed)Caracas-Venezuela-Episteme

ESTUDIO DE MERCADO

” El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nievo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

Este estudio puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos”[2]

DEMANDA: “Es el número de unidades de un determinado bien o servicio que los consumidores están dispuestos a adquirir durante un periodo determinado de tiempo según determinadas condiciones de precios, calidad, ingresos, gastos de los consumidores etc.”[3]

TIPOS DE DEMANDA

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

En el mercado se pueden encontrar las siguientes tipos de demandas:

- **DEMANDA POTENCIAL**

Es la demanda futura, en la cual no es efectiva en el presente, pero que en algunas semanas, meses o años será real

[2] http://www.blog-emprendedor-info/que-es-elestudio-de-mercado/

[3] Documento sobre “Elaboración y Evaluación de proyectos de Inversion”Centro de capacitación Ocupacional Integral Loja-Ecuador Año 1995 pág. 12

- **DEMANDA REAL:**

” Son las necesidades reales de los clientes, también se refiere al periodo de tiempo, que se conoce mediante investigaciones siendo la demanda real diferente a la efectiva en un periodo de tiempo más largo ya que puede sujetarse a decisiones tomadas por clientes.”[4]

Para estimar la demanda real se deberá partir de datos históricos existentes. A veces es difícil conseguir la información para ámbitos limitados geográficamente, por lo que será necesario ajustar en función de datos demográficos y de datos de comportamiento disponibles para niveles nacionales o regionales

- **DEMANDA EFECTIVA:**

” La demanda efectiva es el deseo de adquirir un bien o un servicio, más la capacidad que se tiene para hacerlo. Punto de equilibrio entre la demanda global y la oferta global es decir, combinación de puntos en donde el sector gasto monetario y los sectores productivos más el empleo están en equilibrio.”[5]

- **DEMANDA SATISFECHA**

Es la demanda en la cual el público ha logrado acceder al producto y/o servicio y además está satisfecho por el.

- **DEMANDA INSATISFECHA**

Es aquella que no ha sido cubierta en el Mercado y que puede ser cubierta al menos en parte por el proyecto, dicho de otro modo, existe Demanda Insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la oferta, es decir en la que el público no ha logrado acceder al producto y /o servicio y en todo caso si accedió pero no está satisfecho con él.

---

[4] GUERRERO, Parra Francisca, 2005.Gestion de Stocks. ESIC 3° Edición
[5] http/www.eco-finanzas.com/diccionario/D/Demanda-Efectiva.htm

OFERTA Se entienda por oferta a la cantidad de un determinado bien, un producto o un servicio que los vendedores están dispuestos a vender a determinados precios. La cantidad ofrecida se refiere únicamente a un punto sobre una curva de oferta. Por consiguiente, el cambio de la cantidad ofrecida explica el movimiento de un punto a otro sobre la misma curva de oferta, como resultado de un cambio en el precio.

ANALISIS DE LA OFERTA

En este análisis deberá considerarse ampliamente las condiciones bajo las que se competirá en el mercado local, tomando en cuenta los productos y servicios financieros ya existentes en el mercado en el que se pretende posicionar.

En el análisis de la oferta se tomara en cuenta lo siguiente:

EL PLAN DE COMERCIALIZACION O MARKETING MIX

PRODUCTO:

“ Es cualquier cosa que pueda ofrecerse a la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo y que además pueda satisfacer un deseo o una necesidad del cliente”[6]

PRECIO:

Cantidad dada a cambio de una mercadería o servicio, es decir el valor de una mercancía o servicio en términos monetarios

[6]http/www.promonegocios.net/producto/concepto-producto.html

PLAZA:

“ Comprende el área geográfica y los canales de distribución por ser estos los que definen y marcan las diferentes etapas que la propiedad de un producto atraviesa desde el fabricante al consumidor final.”[7]

PROMOCION:

“Es un elemento del Marketing mix de una organización que sirve para informar, persuadir y recordar al mercado sobre la organización y/o sus productos; básicamente constituyen un intento de fluir al usuario o consumidor a adquirir lo que dichas organizaciones poseen como productos o servicios”[8]

ESTUDIO TECNICO:

“ El objetivo del estudio es diseñar como se producirá aquello que se venderá. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio de técnico se define:

- Donde ubicar a la empresa, o las instalaciones del proyecto
- Donde obtener los materiales o materia prima
- Qué maquinarias y procesos usar
- Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

Aquí se describen que procesos se van a usar, y cuánto costará todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y gastos.”[9]

---

[7] http//es Wikipedia.org/wiki/plaza
[8] NARESH, Malhotra K. Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico,Pag 90
[9] Módulo IV UNL, Carrera de administración de empresas: El proceso de mercadotecnia y la Gestión de Comercialización de Bienes y Servicios. 2009,PAG,114

TAMAÑO DEL PROYECTO:

Representa la capacidad de producción de bienes o prestación de servicios con relación a la unidad de tiempo de funcionamiento normal de la empresa, se refiere a la capacidad instalada y se expresa en unidades de producción

CAPACIDAD DEL PROYECTO:

" **CAPACIDAD DISEÑADA**: Corresponde al máximo nivel posible de producción o de prestación de servicios

CAPACIDAD INSTALADA: Corresponde a la capacidad máxima disponible permanente."[10]

LOCALIZACION DEL PROYECTO

La localización del proyecto se entiende como el estudio cuidadoso que debe hacerse para determinar el sitio o lugar más conveniente para el establecimiento de una planta, buscando las operaciones más óptimas.

En términos generales se refiere a la ubicación de la planta analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitarios si se trata desde el punto de vista social.

Existen ciertos factores de transferencia que determinan la ubicación, los cuales son llamados fuerzas locales y se clasifican en tres categorías:

1. Por costos de transferencia a la cuenta de fletes: comprenden la suma de costos de transportes de insumos y productos
2. Disponibilidad y costos relativos a los factores de servicios e insumos
3. Otros factores

[10] Miranda Juan José (2005) gestión de proyectos edición. Página 119

MACROLOCALIZACION:

Consiste en la ubicación de la organización en el país y en el espacio rural y urbano según la región.

MICROLOCALIZACION:

Es la determinación del punto preciso donde se ubicará la empresa dentro de la región, y en esta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido

INGENIERIA DEL PROYECTO

Se entiende por la descripción técnica del proyecto y resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, comprende cuestiones relativas a investigarse, desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta hasta definir la estructura de organización, jurídica y técnicas preliminares y los problemas especiales de ingeniería que plantea el proyecto.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

"La estructura organizacional es la clave para organizar la cadena de mando, la distribución de la autoridad y el control además define como se hará la empresa o que cambios hay que hacer si la empresa ya está conformada."[11]

- Qué régimen fiscal es el más conveniente
- Qué pasos se necesitan para dar de alta el proyecto
- Como organizar la empresa cuando el proyecto esté en operación.

[11] BACA URBINA GABRIEL, Evaluación de proyectos, 3°Edicion 2000

BASE LEGAL:

Es el que cumple con los requisitos que establece la ley. Todos los negocios tienen la obligación de hacer los trámites necesarios para iniciar las operaciones.

Los requisitos cambian según el tipo de persona física o moral y giro o actividad comercial, de la transformación de los servicios u otro.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA:

Determina que recursos y que actividades se requiere para alcanzar los objetivos de la organización, luego se diseña la forma de combinarla en grupo operativo es decir, crear la estructura departamental de la empresa.

NIVELES JERARQUICOS

Corresponde a un mismo tipo de estructura, funcional y jurídico diferenciados únicamente en la amplitud de responsabilidad en la jurisdicción y en el tamaño de sus unidades

- NIVEL DIRECTORIO
- NIVEL EJECUIVO
- NIVEL ASESOR
- NIVEL OPERATIVO

MANUAL DE FUNCIONES

“ Son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación que permiten registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática, información de una organización (antecedentes legislación, estructura, objetivos, políticas, sistemas, procedimientos etc.,)”[12]

[12] GITMAN LAWRENCE J; RESTREPO S. CARLOS. “Fundamentos de la Administración financiera”, Harla. México D.F. 1990

Así como las instrucciones y lineamientos que consideren necesarios para el mejor desempeño de sus tareas. Entre los más usados tenemos-.

- Manual de Funciones
- Manual de Organización
- Manual de Políticas y Procedimientos

ORGANIGRAMAS:

" Consiste en recuadros que representan los puestos en una organización y sus respectivos niveles jerárquicos mediante líneas, canales de autoridad y responsabilidad.

Estos deben ser claros, procurando no anotar el nombre de las personas que ocupan el puesto y no deben ser demasiado extensos ni complicados, mostrar solamente la estructura del cuerpo administrativo de la empresa"[13]

Una vez que se tiene un organigrama se deben definir los puestos ya que ello muestra claridad en la administración del proyecto, pues son las personas las que deberán ejecutar el trabajo para lograr objetivos empresariales.

Entre los principales Organigramas tenemos:

- Organigrama Estructural
- Organigrama Funcional

ESTUDIO ECONOMICO- FINANCIERO

En este estudio se demuestra lo importante que es la idea rentable. "Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos, que salieron de los estudios anteriores". Con esto se decidirá si e! proyecto es viable, o si se

[13] ARIAS, Fernando. Administración de RRHH. Editorial México 1980 Trillas

[14] Sanchez Machado, R Evaluación de proyectos de inversión, Curso para Diplomados y Maestrias, Universidad Central de las Villas, Septiembre 1998.

necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar máquinas más baratas o gastar menos, hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión."[14]

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

Son las personas naturales y jurídicas que están dispuestas a destinar sus recursos para el proyecto sacrificando sus necesidades o intereses actuales con la expectativa de obtener una rentabilidad a futuro.

DEPRECIACION: Es el proceso de asignar gastos, el costo de un archivo de planta o fijo durante el periodo que se va usar el activo.

AMORTIZACIÓN: Es la depreciación propiamente dicha de aquella evaluación gradual de una deuda o redención de los valores mediante pagos periódicos.

ACTIVOS FIJOS: Son los activos físicos de la empresa.

ACTIVOS DIFERIDOS: Son los gastos relacionados con el estudio del proyecto y otros gastos realizados con el mismo

ACTIVOS CIRCULANTES: Son los valores necesarios para la operación normal del proyecto.

FINANCIACION DE LA INVERSIÓN

FUENTES INTERNAS: Son utilizadas temporalmente como fuente de financiamiento para ser distribuidas a los accionistas o incorporadas a los fondos de la empresa a través de una elevación de capital social

FUENTES EXTERNAS: Son las que provienen de afuera de una empresa, o proceden del mercado de capitales o de sistema bancario de proveedores.

AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMOS: " Es la reducción gradual de una deuda de pagos iguales con cuantía suficiente para pagar los intereses corrientes y liquidar el préstamo a su plazo de vencimiento lo cual va a derivarse los beneficios"[15]

PRESUPUESTOS DE COSTOS: Es la determinación previa de los gastos para tener un volumen dado de producción, es un desembolso para crear o producir un servicio

COSTOS TOTALES: Representa la inversión para producir o vender un artículo se divide en costos de distribución y producción

COSTOS FIJOS: Son los costos que mantienen un mismo valor y que no varían aun cuando cambia el volumen de ventas o se den modificaciones en la elaboración del producto estos costos resulta de dividir costos fijos para el número de unidades producidas

COSTOS VARIABLES: Es el aumento y disminución de los volúmenes de producción de las ventas.

PRESUPUESTOS DE INGRESOS: Es la estimación de las unidades que se venderán y del ingreso que se obtendrán en un periodo, registran cantidades por las ventas de la evaluación o servicio.

" **PUNTO DE EQUILIBRIO:** Es un punto de balance entre ingresos y

[15] Modulo 10 Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión
[16] Lawrence, J, Gitman, "Fundamentos de la Administración Financiera" Editorial Harla

egresos, se lo denomina también punto muerto ya que en este no hay ni perdidas ni ganancias”[16]

El análisis del punto de equilibrio estudia entonces la relación que existe entre costos y gastos fijos, costos y gastos variables, volumen de ventas y utilidades operacionales.

El Punto de Equilibrio, se puede calcular tanto para unidades como para valores en dinero. Algebraicamente el punto de equilibrio para unidades se calcula así:

Fórmula (1)

$$PEUNIDADES = \frac{CF}{Pvq - Cvq}$$

Dónde:

CF = costos fijos;
Pvq = precio de venta unitario;
Cvq = costo variable unitario

O también se puede calcular para ventas de la siguiente manera

Fórmula

$$PEventas = \frac{CF - CVT}{VT}$$

Donde

CF = costos fijos
CVT = costo variable total
VT = ventas totales

La evaluación financiera constituye el punto culminante del estudio de factibilidad, pues mide en qué magnitud los beneficios que se obtienen con la ejecución del proyecto superan los costos y los gastos para su materialización. El resultado de estas evaluaciones constituye un índice ^importante para la jerarquización y ordenamiento de los proyectos en correspondencia con su rentabilidad y aporte en divisas a la economía de país

“Desde el ángulo de la economía de la empresa se analiza la rentabilidad del proyecto de inversión en sí mismo, excluyendo las soluciones financieras (intereses de préstamos y reembolsos).Otro ángulo del análisis de la inversión desde el punto de vista de la empresa es de carácter financiero y se dirige a determinar la rentabilidad del capital

Estado de Pérdidas y Ganancias.- Es un documento contable que representa los resultados obtenidos en un periodo económico sean estos pérdidas y ganancias para lo cual se compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un periodo económico cuyos resultados sin/en para obtener conclusiones que permitan conocer cómo se desenvuelve Su empresa y hacer previsiones del futuro.

EVALUACIÓN FINANCIERA

El objetivo fundamental de la evaluación financiera es evaluar la inversión a partir de criterios cuantitativos y cualitativos de evaluación de proyectos, en el primer criterio mencionado encontraremos los más representativos y usados para tomar decisiones de inversión, tales como:

FLUJO DE CAJA

Nos representa los movimientos de dinero entradas y salidas de efectivo, al elaborar se debe considerar aquellos egresos, que representan salidas de efectivo, y se deben considerar algunos aspectos para ello: monto de la inversión, gasto de operación, cargos financieros, ingresos, vida útil, valor residual.

Constituye uno de los elementos más importante del estudio del proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se

determinen. Al proyectar a! flujo de caja será necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente con los efectos tributarios de depreciación, de la amortización el activo nominal, valor residual, utilidades y pérdidas

VALOR ACTUAL NETO: (VAN):

Es una medida de los excesos o pérdidas en los flujos de caja, todo llevado al valor presente el valor real del dinero cambia con el tiempo). Es por otro lado una de las metodologías estándar que se utilizan para la evaluación de proyectos. Para calcularlo se emplea la siguiente fórmula

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

VAN= Sumatoria del valor actualizado neto menos inversión total

TASA INTERNA DE RETORNO (TÍR)

Es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de ¡a reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. También es conocida como Tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico. La fórmula para calculares:

$$\text{TIR} = \text{Tasa menor} + \text{Diferencia Tasas X} \frac{\text{VAN MENOR}}{\text{VAN MENOR - VAN MAYOR}}$$

PERIODO DE RECUPERACION DEL CAPITAL

Es el tiempo requerido para recuperar aquellos fondos invertidos al inicio del proyecto, es una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará la inversión inicial. Comúnmente los periodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas, a través de este cálculo se puede establecer el número exacto de años, meses y días necesarios para recuperar la inversión inicial

Es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto ¡a liquidez de! proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa interna de Retorno, permite optimizar el proceso de toma de decisiones. Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. Su fórmula de cálculo es:

$$PRC = \frac{\text{Sumatoria Flujo Neto - Inversión}}{\text{Sumatoria Flujo Neto (último año)}}$$

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Este indicador permite medir en función de las unidades monetarias, el beneficio que ofrece el proyecto, por la inversión de cada una de ellas, es decir, la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar a invertir. Los criterios de decisión para este indicador son los siguientes:

- Si el resultado de la relación B/C, es mayor que 1, se puede realizar el proyecto.
- Si el resultado de la relación B/C, es igual a 1, es indiferente realizar el proyecto.
- Si el resultado de la relación B/C, es menor que 1, se debe rechazar el proyecto.

La fórmula a utilizarse para este cálculo es la siguiente:

$$BC=\frac{\Sigma IA}{\Sigma EA}$$

En donde:

BC= Beneficio
ΣIA = Sumatoria de Ingresos Actualizados
ΣEA = Sumatoria de Costos Actualizados

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Es un término financiero, muy utilizado en el mundo de la empresa a la hora de tomar decisiones de inversión, que consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN (en un proyecto, en un negocio, etc..,), al cambiar una variable (la inversión inicial, la duración, los ingresos, la tasa de crecimiento de los ingresos, los costes, etc....). De este modo teniendo los nuevos flujos de caja y el nuevo VAN podremos calcular o mejorar nuestras estimaciones sobre el proyecto que vamos a comenzar en el caso de que esas variables

cambiasen o existiesen errores iniciales de apreciación por nuestra parte en los datos obtenidos inicialmente.

Para hacer el análisis de sensibilidad tenemos que comparar el VAN antiguo con el VAN nuevo y nos dará un valor que ai multiplicarlo por cien obtendremos el porcentaje de cambio. La fórmula a utilizar es la siguiente: (VANn - VANe)/ VANe. Donde VAN es el nuevo VAN obtenido y VAN es el VAN que teníamos antes de realizar el cambio en la variable

e. MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES

- Computadora
- Impresora
- Calculadora
- Bolígrafos
- Resaltador
- Papel bond
- Tinta de color y blanco y negro
- Flash Memory

MÉTODOS

Los métodos que se utilizan son los siguientes:

Método descriptivo.- Es un proceso que permite analizar descripciones de hechos y fenómenos actuales. Éste método se utilizó para evidenciar y detallar la problemática planteada, además este método sirvió para exponer y realizar el análisis respectivo de cada una de las partes que conforman el marco teórico, como la implementación de la empresa antes mencionada.

Método analítico.- Consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos.

Este método sirvió para realizar un análisis, cuantitativo y cualitativo en la que se explica la realidad por medio del marco teórico, así como el punto de equilibrio, y conocer la factibilidad de poner en marcha una empresa dedicada a la venta de plásticos en diferente gamas.

Método Sintético.- Es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis; se trata en consecuencia de hacer una explosión metódica y breve.

Con éste método se encontró coherencia teórica, lógica y metodológica a lo largo del trabajo, basándose para ello en la realidad de la demanda social y la oferta productiva que hace la empresa con el apoyo de la investigación.

Método deductivo.- Es un proceso sintético - analítico; se presentan leyes o normas generales. Sirvió para describir los aspectos relacionados a la compilación teórica.

Método inductivo.- Es un proceso analítico-sintético, mediante el cual se parte del estudio de hechos o fenómenos particulares, para llegar al descubrimiento de un principio o ley general.

Éste método se utilizó para generalizar la aplicación del proyecto de implementación

TÉCNICAS

Técnica de la Observación.- Es una técnica que permite conocer directamente, los acontecimientos, de un caso en singular, esta me permitirá conocer cuáles son las necesidades de los clientes, sus exigencias, preferencias y gustos. Con el objetivo de vender un producto de buena calidad a un bajo costo, que llene las expectativas de los clientes.

La encuesta, Es una técnica de recolección de información por medio de preguntas escritas organizadas en un cuestionario impreso.

Está técnica se aplicó para investigar hechos o fenómenos de forma general la misma que será dirigida a los consumidores mediante un conjunto selecto de una muestra, la misma que se realizará con toda la exactitud, del sector involucrado en el estudio, para sobre esa base tomar decisiones en cuanto a inversión.

En el presente proyecto se utilizó la técnica de la encuesta en donde se aplica la fórmula para saber a cuantas personas en la Ciudad de Loja se tomaran en cuenta para la respectiva encuesta.

Población y muestra

Población: El estudio de mercado se encuentra dirigido a todas las familias, por ser consideradas como las demandantes del servicio que se ofrece.

Muestra: El proceso de selección de la muestra se lo realizó a través del método del muestreo aleatorio estratificado, este método da a todos los individuos de una población las mismas posibilidades de ser elegidos para contestar el cuestionario, este hecho, disminuye sustancialmente la posibilidad de cometer sesgos, ya que la muestra se estructura como un segmento muy representativo de la población.

Para determinar el número de encuestas se utiliza la población en general de la Ciudad de Loja, la misma que asume a 180617 habitantes, distribuidos por familias conformados 4 miembros, según el censo los datos del INEC 2010, así como también las fórmulas estadísticas:

Proyección de la Muestra para consumidores

Tasa de Crecimiento Poblacional de la ciudad de Loja = 2.65% = 0,0265

Pf = Po (1 + i) n

Pf = 180617 (1+0, 0265) ^{5}

Pf = 205851.20

Pf = 205851.20 / 4 integrantes por familia

Pf= 51462.80 Muestra:

Una vez elegida la población de estudio aplicamos la fórmula estadística para saber cuántas encuestas debería aplicarse en dicha población.

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

$$n = \frac{51462.80}{1 + 0.05^2 x\ 51462.80}$$

$$n = \frac{51462.80}{129.76}$$

n = 398 encuestas.

Dónde:

N= Población
e= Error maestral 5% —► 0.05
n = Muestra

DETERMINACION DE LA MUESTRA

El cuadro muestra la distribución de la Provincia de Loja

PARROQUIAS URABANAS DE LOJA	***ENCUESTAS***	***PORCENTAJE***
EL VALLE	*70*	*18%*
EL SAGRARIO	*100*	*25%*
SAN SEBASTIAN	*130*	*33%*
SUCRE	*98*	*24%*
TOTAL	*398*	*100%*

OFERENTES: En la Ciudad de Loja existe una solo persona que tiene la distribución autorizada de la marca K-Centro Pica

f. RESULTADOS

Resultados obtenidos de la encuesta a los demandantes

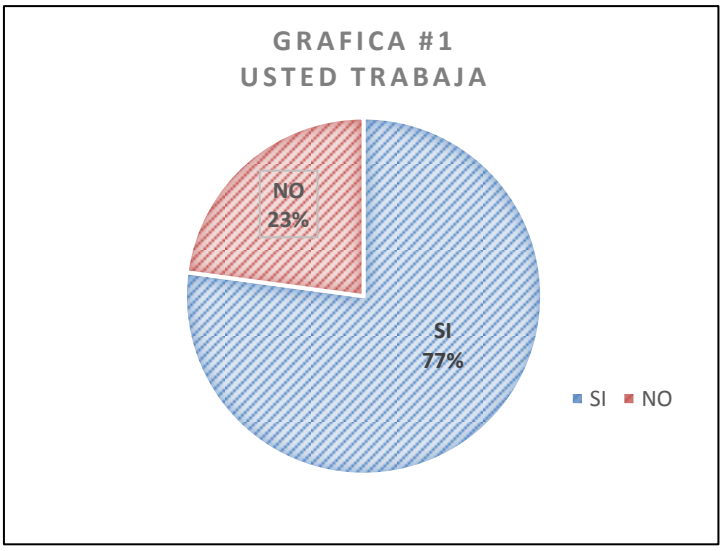
El análisis del mercado investigado se lo puede demostrar en los siguientes cuadros.

PREGUNTA N.1

¿Usted Trabaja? Marque con una X una sola opción.

USTED TRABAJA		
CUADRO N. 2		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	307	77
NO	91	23
TOTAL	398	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja
Elaboración: La Autora



Análisis

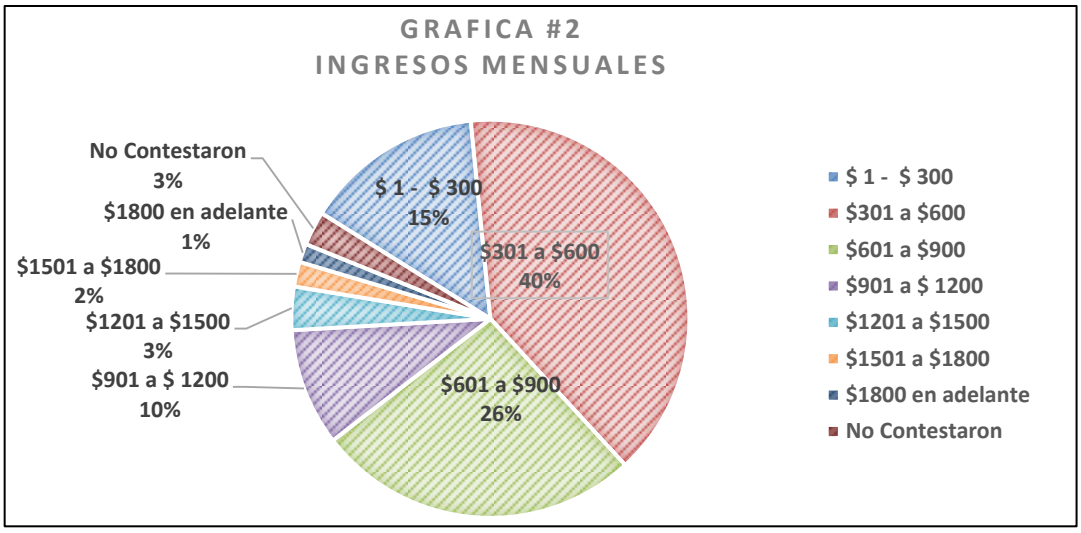
El 77% respondió que sí trabaja, mientras que el 23% de los encuestados nos dijeron que no trabajan. Con esta información podemos darnos cuenta que el mayor porcentaje es de las personas que sí trabajan

PREGUNTA N. 2

¿Cuáles son sus ingresos mensuales? Marque con una X una sola opción.

INGRESOS MENSUALES		
CUADRO N. 3		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
$ 1 - $ 300	59	15
$301 a $600	158	40
$601 a $900	105	26
$901 a $ 1200	38	10
$1201 a $1500	14	4
$1501 a $1800	8	2
$1800 en adelante	6	2
No Contestaron	10	3
TOTAL	398	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja
Elaboración: La Autora



Análisis

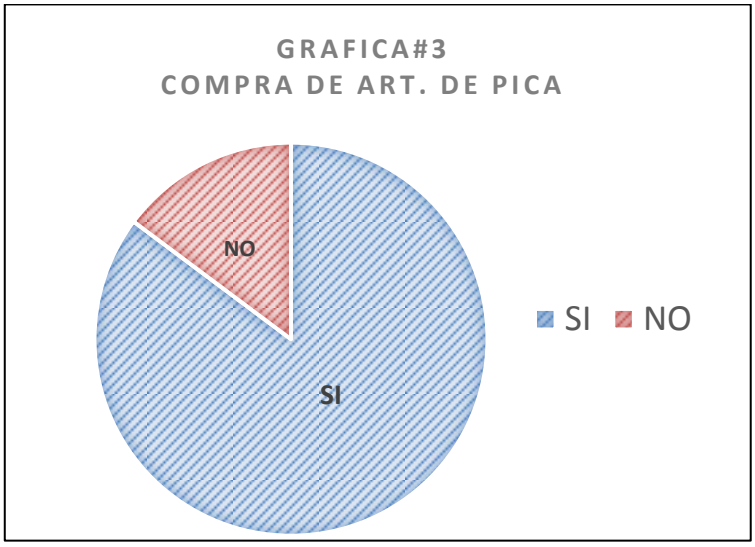
El 15% respondió que tiene un ingreso entre el $ 1 a $300, el 40 % de los encuestados tienen un ingreso de $ 301 a $600 , el 26 % con un ingreso de $ 601 a $900, el 10% tienen un ingreso de $901 a $ 1200 , el 4 % un ingreso de $ 1200 a $ 1500 , el 2% un ingreso de $1500 a $1800 , el 2% tienen un ingreso de $ 1800 en adelante mientras que el 3% no contestaron esta pregunta.

PREGUNTA N. 3

¿Ha comprado artículos de la línea que distribuye Pica? Marque con una X una sola opción.

COMPRA ARTICULOS PICA		
CUADRO N. 4		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	362	90
NO	36	10
TOTAL	398	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja
Elaboración: La Autora



Análisis

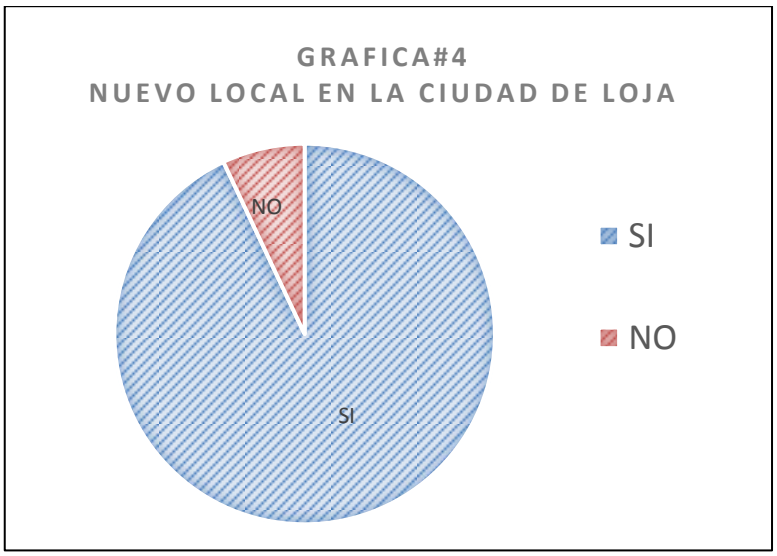
El 90% respondió que sí ha comprado diferentes artículos de lo que distribuye la marca Pica, mientras que el 10% de los encuestados nos dijeron que nunca habían comprado ningún artículo Pica. Aquí nos podemos dar cuenta que un gran porcentaje del mercado de Loja si ha comprado artículos de la marca Pica, lo que nos da excelentes perspectivas de aceptación.

PREGUNTA N. 4

¿Le gustaría que existiera en la ciudad de Loja un local donde se pueda adquirir artículos de la empresa Pica? Marque con una X una sola opción.

NUEVO LOCAL EN LA CIUDAD DE LOJA		
CUADRO N. 5		
ALTERNATIVA	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE %**
SI	340	85
NO	58	15
TOTAL	398	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja
Elaboración: La Autora



Análisis

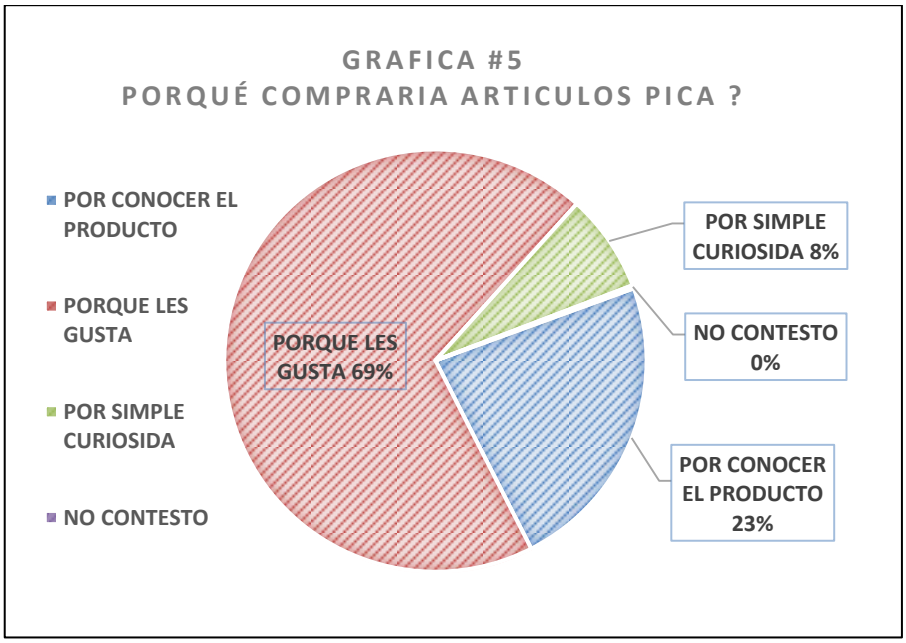
El 85% nos dijo que si le gustaría que exista en nuestra ciudad un lugar donde se puedan adquirir los artículos de la marca Pica, mientras que 15% no está de acuerdo que se instale una sucursal de almacenes Pica.

PREGUNTA N. 5

¿Por qué compraría artículos que comercializa la empresa Pica? Marque con una X una sola opción.

ARTICULOS PICA		
CUADRO N. 6		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
POR LA CALIDAD	82	23
POR EL DISEÑO	242	69
POR NECESIDAD	15	8
NO CONTESTO	1	0
TOTAL	340	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja
Elaboración: La Autora



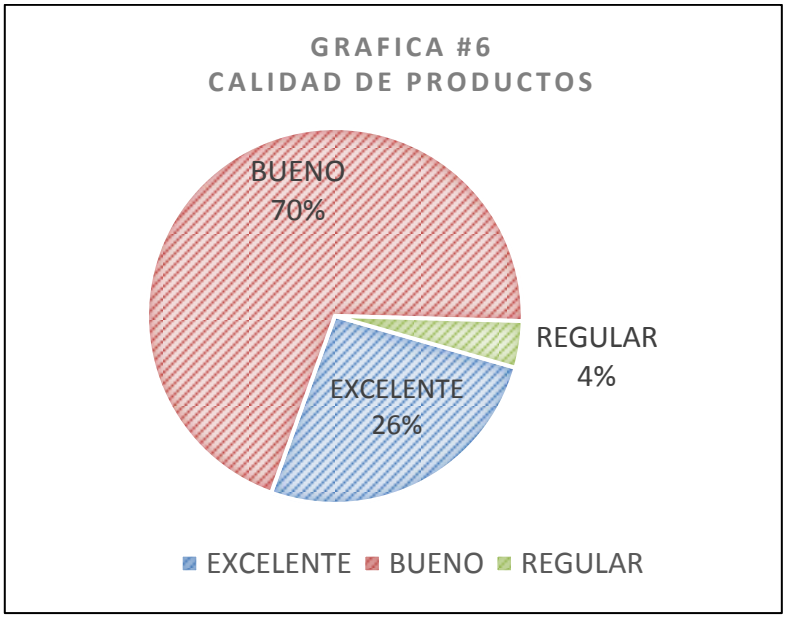
Análisis El 69% opinó que le impulsaría a compra en Pica porque le gustan estos artículos, el 23% por conocer el producto, el 8% por simple curiosidad y solo una persona no contesto.

PREGUNTA N. 6

¿Qué opina de la calidad de los productos que comercializa Pica? Marque con una X una sola opción.

CALIDAD DE PRODUCTOS		
CUADRO N. 7		
ALTERNATIVA	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE %**
EXCELENTE	96	26
BUENO	228	70
REGULAR	16	4
TOTAL=	340	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja
Elaboración: La Autora



Análisis

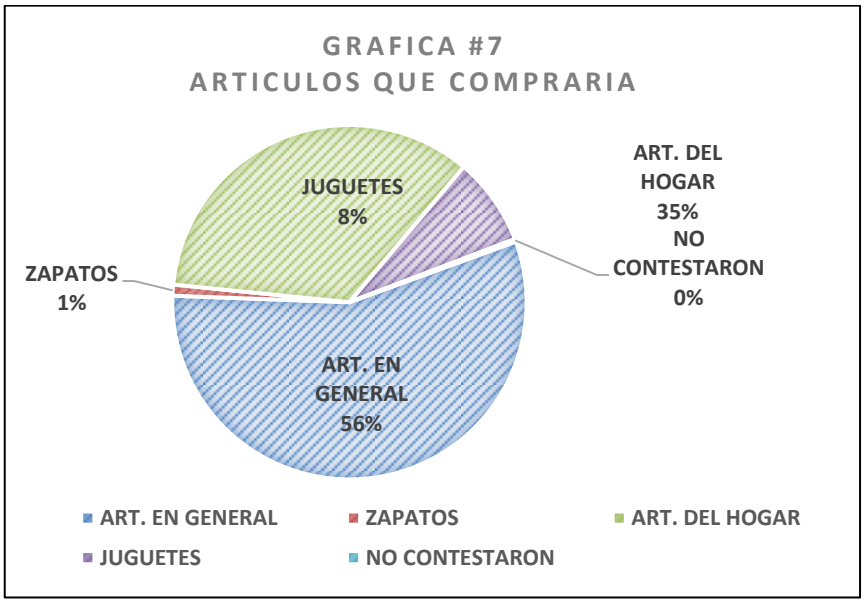
El 26% respondió que los productos que comercializa tienen una calificación de excelente, el 70 % que los calidad es buena, mientras que el 4% dijo que era regular, esto nos deja una muy buena imagen del producto

PREGUNTA N. 7

¿Qué artículos de empresa Pica compraría Ud.? Marque con una X una sola opción.

ARTICULOS QUE COMPRARIA		
CUADRO N. 8		
ALTERNATIVA	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE %**
ART. EN GENERAL	194	56
ZAPATOS	4	1
ART. DEL HOGAR	117	35
JUGUETES	24	8
NO CONTESTARON	1	0
TOTAL=	340	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja
Elaboración: La Autora



Análisis

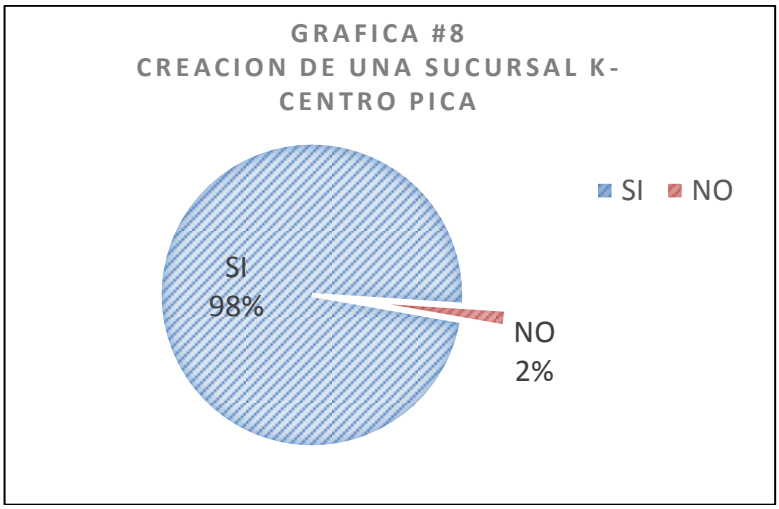
El 56%, compraría artículos en general, el 1% zapatos, el 35% compraría artículos de hogar, mientras que el 8% juguetes, de esta forma podemos corroborar de cualquiera de estos artículos si pueden ser adquiridos por los habitantes de la ciudad de Loja

PREGUNTA N. 8

¿Estaría de acuerdo en que se cree una sucursal de la empresa K-Centro Pica? Marque con una X una sola opción.

CREACION DE UNA SUCURSAL		
CUADRO N. 9		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	333	98
NO	7	2
TOTAL	340	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja
Elaboración: La Autora



Análisis

El 98% está de acuerdo con la creación de una sucursal de almacenes Pica en la ciudad de Loja; mientras que el 2% está en desacuerdo con la creación de una sucursal de almacenes Pica

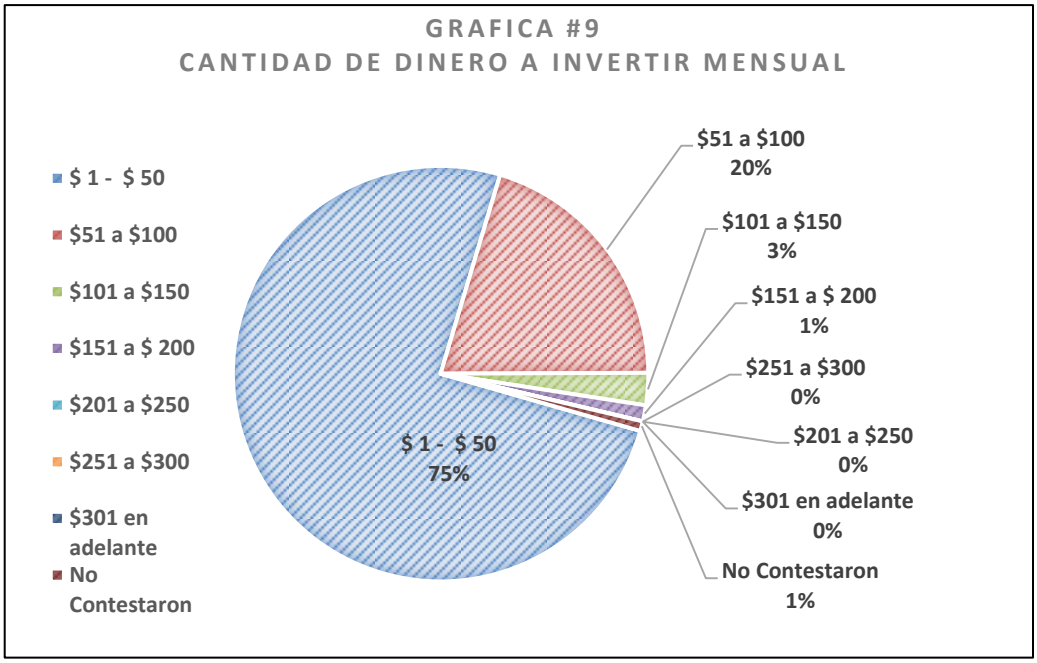
Estos porcentajes nos demuestran que nuestro proyecto tiene una gran aceptación en el mercado

PREGUNTA N. 9

¿Qué cantidad de dinero invirtiera usted mensualmente por la compra de productos Pica? Marque con una X una sola opción

CANTIDAD DE DINERO A INVERTIR		
CUADRO N. 10		
ALTERNATIVA	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE %**
$1 a $50	238	75
$51 a $100	85	20
$101 a $150	9	3
$151 a $ 200	5	1
$201 a $250	0	0
$251 a $300	0	0
$301 en adelante	0	0
No Contestaron	3	1
TOTAL	340	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja
Elaboración: La Autora



Análisis

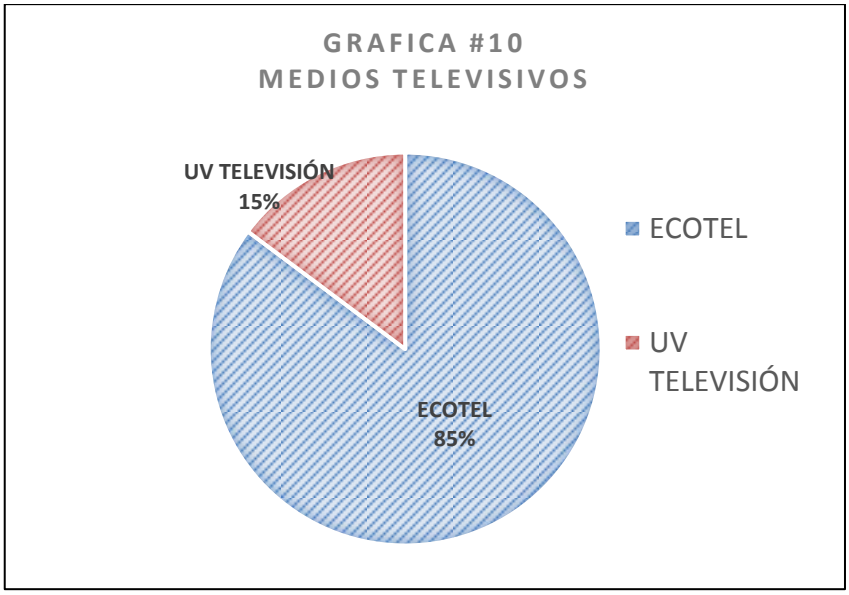
El 75% respondió que invertiría entre el $ 1 a $50, el 20 % de los encuestados invertiría de $ 51 a $100, el 3 % invertiría de $ 101 a $150, el 1% de $151 a $ 200, mientras que más de $ 201 en adelante nadie invertiría, y el 3% no contestó esta pregunta, con esta respuesta podemos percibir que la mayoría de personas comprarían estos artículos de bajos costos

PREGUNTA N. 10

¿De los siguientes medios televisivos locales descritos a continuación cuál prefiere usted? Marque con una X una sola opción.

MEDIOS TV		
CUADRO N. 11		
ALTERNATIVA	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE %**
ECOTEL	304	85
UV TELEVISIÓN	36	15
TOTAL	340	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja
Elaboración: La Autora



Análisis

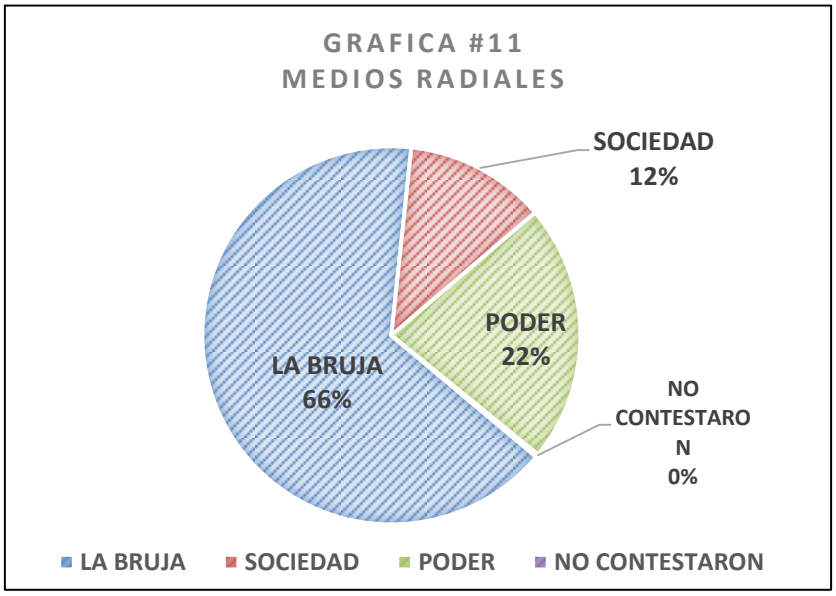
El 85% respondió que prefiere que sea el canal de televisión Ecotel, mientras que el 15% le gustaría que sea mediante Uv Televisión, esto nos prueba que si podríamos ajustarnos a promocionar es estos canales.

PREGUNTA N. 11

¿De los siguientes medios radiales locales descritos a continuación cuál prefiere usted? Marque con una X una sola opción.

MEDIOS RADIALES		
CUADRO N. 12		
ALTERNATIVA	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE %**
LA BRUJA	241	66
SOCIEDAD	35	12
PODER	63	22
NO CONTESTARON	1	0
TOTAL	340	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja
Elaboración: La Autora



Análisis

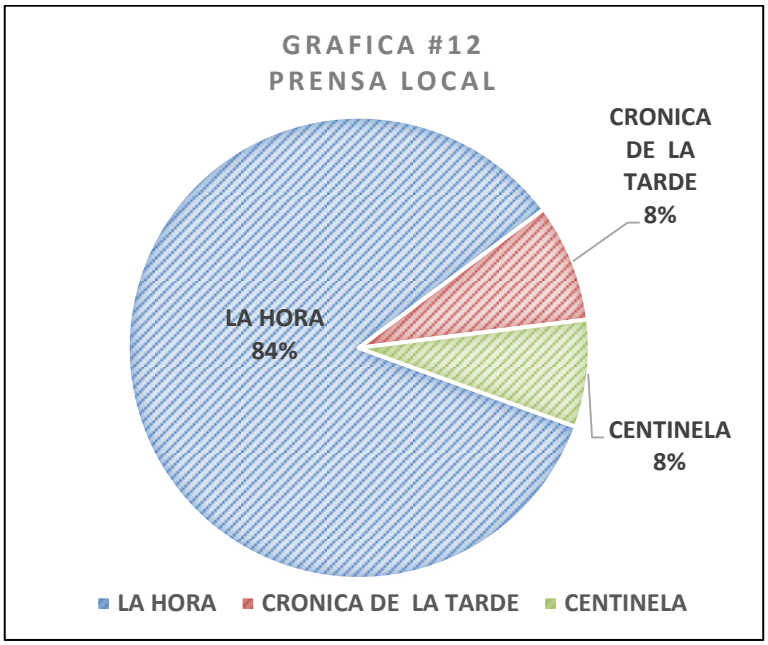
El 66% respondió que prefiere que sea mediante la radio La Bruja, 12 % mediante la radio Sociedad, el 22% por la radio Poder, de forma que la publicidad se puede hacer por cualquiera de estas radios ya que todas son aceptables con mayor o menor porcentaje de radio oyentes

PREGUNTA N. 12

¿De los siguientes medios radiales locales descritos a continuación cuál prefiere usted? Marque con una X una sola opción.

PRENSA LOCAL		
CUADRO N. 13		
ALTERNATIVA	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE %**
LA HORA	295	84
CRONICA DE LA TARDE	23	8
CENTINELA	22	8
TOTAL	340	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja
Elaboración: La Autora



Análisis

El 84% respondió que prefiere que sea mediante el diario La Hora, el 8 % mediante el diario Crónica de la Tarde y el 8% por el diario Centinela, esto nos indica que la publicidad si debería ser con el diario de mayor aceptación para que nuestros productos llegue a la visibilidad de los clientes

PREGUNTA N. 13

¿Le gustaría que la empresa ofrezca promociones a los clientes? Marque con una X una sola opción.

PROMOCIONES AL CLIENTE		
CUADRO N. 14		
ALTERNATIVA	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE %**
SI	340	100
NO	0	0
TOTAL	340	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja
Elaboración: La Autora

Análisis

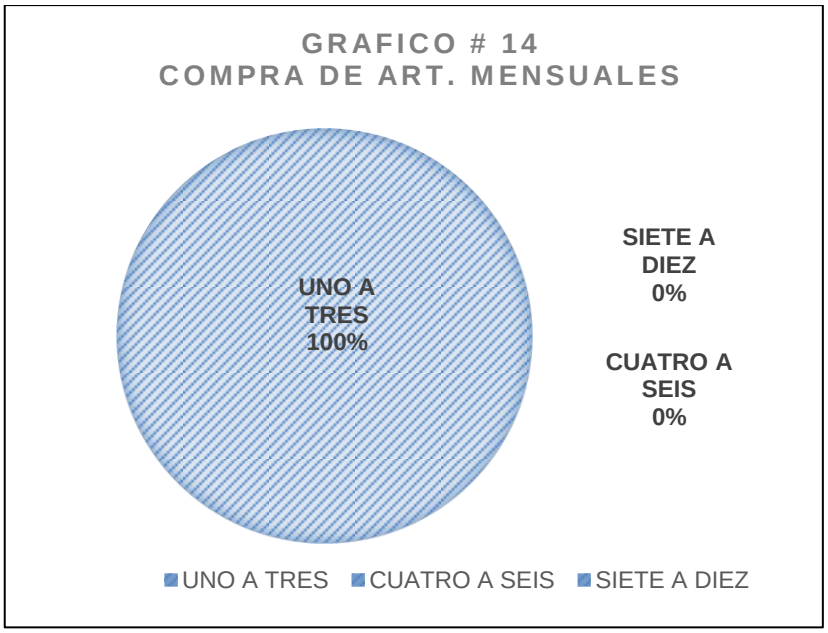
El 100% respondió que prefiere que sí se le ofrezca promociones.

PREGUNTA N. 14

¿Qué cantidad de artículos compraría mensualmente de la empresa K-Centro Pica? Marque con una X una sola opción.

COMPRA DE ARTICULOS MENSUALES		
CUADRO N. 15		
ALTERNATIVA	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE %**
UNO A TRES	331	100
CUATRO A SEIS	5	0
SIETE A DIEZ	4	0
TOTAL	340	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja
Elaboración: La Autora



Análisis

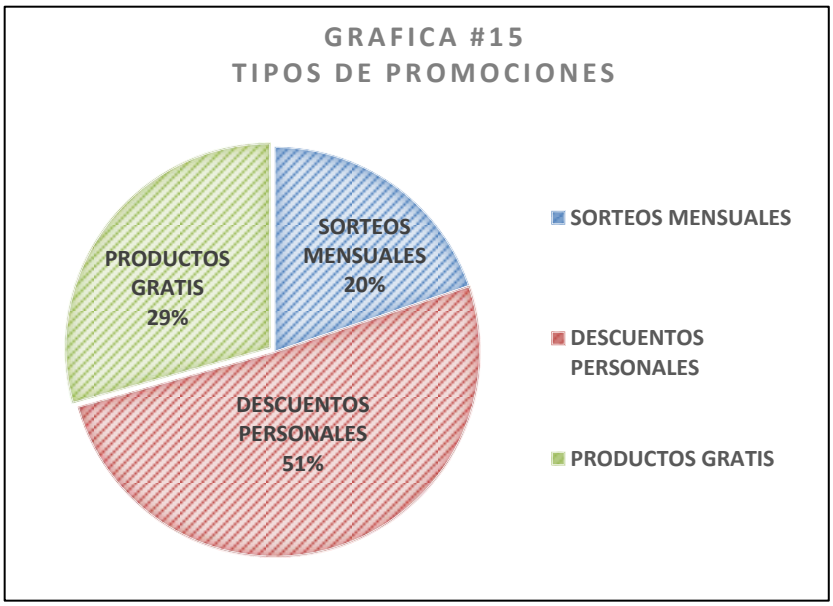
El 100% respondió que de una a tres veces, ya que son productos ligeros para distintos usos

PREGUNTA N. 15

¿Qué promociones desearía que ofrezca la empresa? Marque con una X una sola opción.

PROMOCIONES		
CUADRO N. 16		
ALTERNATIVA	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE %**
SORTEOS MENSUALES	59	20
DESCUENTOS PERSONALES	182	51
PRODUCTOS GRATIS	99	29
TOTAL	340	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja
Elaboración: La Autora



Análisis:

El 20% opina que la empresa debe ofrecer sorteos mensuales, el 51% que deben ofrecer descuentos personales, y el 29% que se ofrezcan productos gratis.

Resultados de la encuesta dirigida a los ofertantes

PREGUNTA N. 1

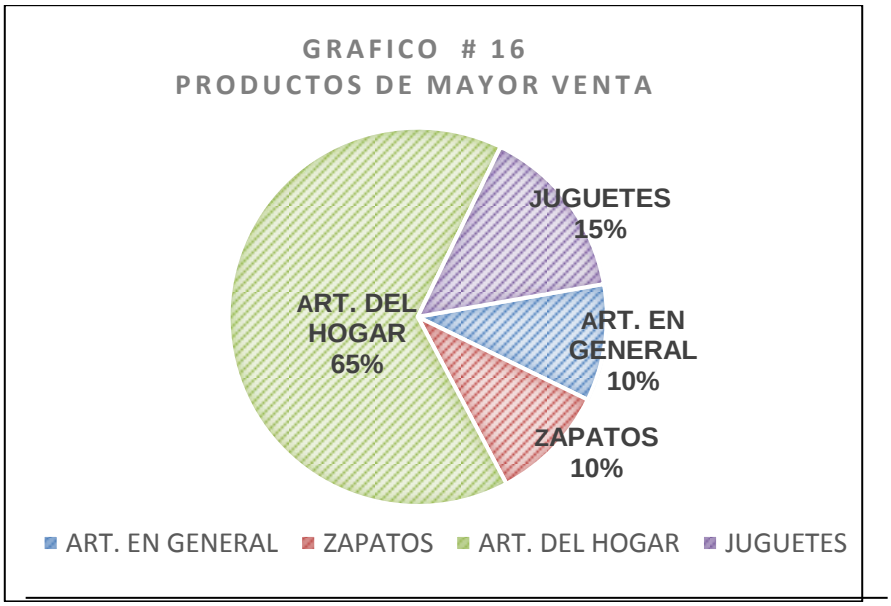
¿De la siguiente lista de artículos cuales son los que más se venden en su local?

Los de mayor accesibilidad son las líneas de hogar (mesas, sillas, basureros, artículos de limpieza etc.)

PRODUCTOS DE MAYOR VENTA		
CUADRO N. 17		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
ART. EN GENERAL	10	10
ZAPATOS	10	10
ART. DEL HOGAR	65	65
JUGUETES	15	15

Fuente: Encuesta a distribuidor de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora



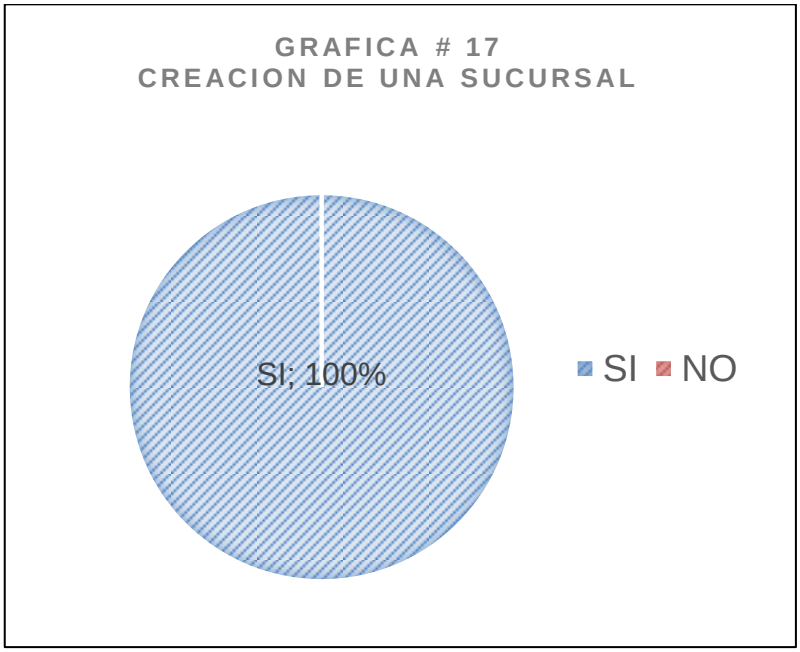
PREGUNTA N. 2

¿Ha pensado usted en crear una nueva sucursal de K-Centro PICA?

Si, ya tenemos una al norte pero estamos realizando un estudio de mercado para saber en lugar donde podríamos ubicarlo.

CREACION DE UNA SUCURSAL		
CUADRO N. 18		
ALTERNATIVA	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE %**
SI	1	1
NO	0	0

Fuente: Encuesta a distribuidor de la ciudad de Loja
Elaboración: La Autora



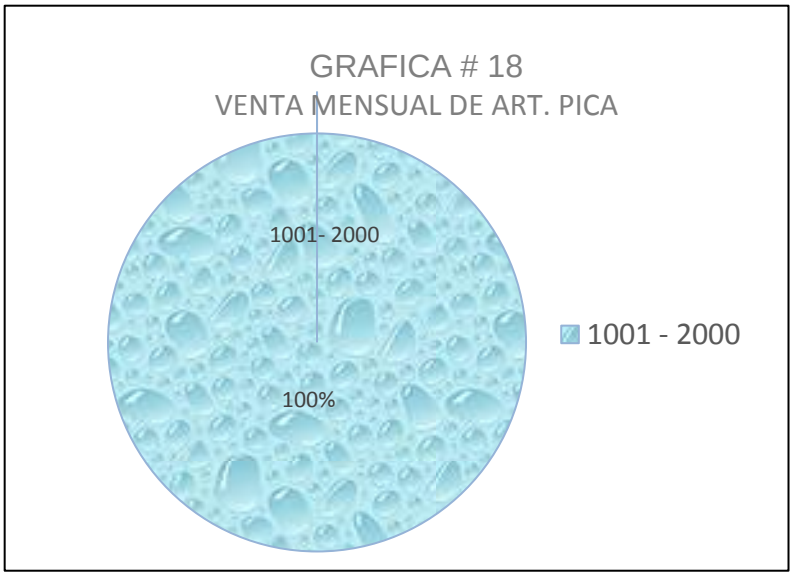
PREGUNTA N. 3

¿Mensualmente a cuantas familias vende artículos PICA en su local ?

VENTA MENSUAL DE ART. PICA		
CUADRO N. 19		
ALTERNATIVA	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE %**
1- 1000	0	0
1001 - 2000	1	100
TOTAL	1	100

Fuente: Encuesta a distribuidor de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora



g. DISCUSIÓN

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Entendida la demanda como el número de unidades de un determinado bien que los consumidores están dispuestos a adquirir durante un periodo determinado. Según condiciones como precio, calidad, ingresos, gustos y preferencias.

ESTUDIO DE LA DEMANDA

Mediante este estudio podemos conocer cuál es la situación de la demanda de los productos, es decir conocer los clientes y el futuro de los productos, se analiza el mercado potencial al fin de establecer la demanda

La demanda actual determina la pauta de la cantidad de consumidores que tendremos en año futuros.

DEMANDA POTENCIAL

El mercado potencial es el límite al que se aproxima la demanda de mercado a medida que los gastos de mercadotecnia en la industria se aproximan al infinito para un ambiente o ámbito en particular. Constituida por la cantidad de productos que se pueden comprar en el mercado, para determinar esta demanda se considera primero las familias de la Ciudad de Loja (51462.80), por lo que se ha procedió a realizar una proyección de la población para los 10 años de vida útil con una tasa de crecimiento del 2.65%, dividida para 4 miembros de las familias utilizando la siguiente fórmula:

Fórmula de la Proyección:

$$Pd = Dt\ (1 + r)^t$$

En donde:
Pd: Proyección de la demanda
Dt: Demanda Total
R: Índice de crecimiento
T: Tiempo en años

CUADRO N. 20	
DEMANDA POTENCIAL EN FAMILIAS	
AÑO	POBLACION
2015	51462,80

Fuente: INEC CENSO 2010
Elaboración: La Autora

CALCULO DE LA PROYECCION

P2015= 51462,80 (1+0.0265)= 52827

CUADRO N. 21	
PROYECCION FAMILIAS	
AÑO	PROYECCION
0	51463
1	52827
2	54226
3	55663
4	57139
5	58653
6	60207
7	61803
8	63440
9	65121
10	66847

Fuente: Proyecciones (2.65%) INEC 2010 Cuadro N. 20
Elaboración: La Autora

La Demanda Potencial está dada por las familias de la Ciudad de Loja, siendo para el año base de 51463 habitantes y para el año 10 de 66847 habitantes.

DEMANDA REAL

La demanda de mercado para un producto es el volumen total que adquiriría un grupo de clientes “definido”, en un área geográfica definida, dentro de un

período “definido”, en un ambiente o ámbito de mercadotecnia “definido”, bajo un programa de mercadotecnia “definido”.

CUADRO N. 22			
USO PERCAPITA			
INTERVALO	FRECUENCIA	XM	F.XM
UNO A TRES	331	2	662
CUATRO A SEIS	5	5	25
SIETE A DIEZ	4	8.5	34
TOTAL	340		721

Fuente: Cuadro 15
Elaboración: La Autora

CUADRO N. 23		
DEMANDA REAL		
AÑO	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL 85%
0	51463	43743
1	52827	44903
2	54226	46092
3	55663	47314
4	57139	48568
5	58653	49855
6	60207	51176
7	61803	52532
8	63440	53924
9	65121	55353
10	66847	56820

Fuente: Cuadro 4 y 21
Elaboración: La Autora

Para el cálculo de esta demanda se toma en cuenta la demanda Potencial para el año 2015 que es 51462,80 al mismo que multiplicamos por el 85% (CUADRO 4 PREGUNTA 3) que constituye la población que compra artículos de la línea de plásticos PICA , a esta demanda también se la proyecta para 10 años de vida útil del proyecto.

CUADRO N.24			
DEMANDA REAL EN ART. DE PLASTICOS			
AÑO	DEMANDA REAL 85%	USO POR FAMILIA	DEMANDA REAL EN SERVICIO. DE PLASTICOS
0	43743	25,29	1113259
1	44903	25,29	1142781
2	46092	25,29	1173041
3	47314	25,29	1204141
4	48568	25,29	1236056
5	49855	25,29	1268810
6	51176	25,29	1302429
7	52532	25,29	1336939
8	53924	25,29	1372366
9	55353	25,29	1408734
10	56820	25,29	1446069

Fuente: Cuadro 23 y Cuadro 22
Elaboración: La Autora

DEMANDA EFECTIVA

Conjunto de mercancías y servicios que los Consumidores realmente adquieren en el Mercado en un Tiempo determinado y a un Precio dado. La Demanda efectiva es el deseo de adquirir un Bien o servicio, más la capacidad que se tiene para hacerlo.

Está constituida por la cantidad de clientes que cree que se debería crear una nueva sucursal de K-Centro Pica en el mercado.

Para realizar el cálculo se toma en consideración la demanda real del año 2015 que es de 43743 al mismo que se lo multiplica por el 98% (cuadro 9 pregunta 8) de la cantidad de clientes que desean la creación de una nueva sucursal.

Fórmula

De: Qp* M%

Para el año 2015

De: QP* M%
De: 43743*98%

En donde:

De: Demanda Efectiva
Qp: Población Proyectada
M%: Porcentaje de la demanda muestral

De: 42868

CUADRO N. 25			
DEMANDA EFECTIVA			
AÑO	DEMANDA REAL	DEMANDA EFECTIVA 98%	DEMANDA EFECTIVA EN SERVICIOS
0	43743	0,98	42868
1	44903	0,98	44005
2	46092	0,98	45170
3	47314	0,98	46368
4	48568	0,98	47597
5	49855	0,98	48858
6	51176	0,98	50152
7	52532	0,98	51481
8	53924	0,98	52846
9	55353	0,98	54246
10	56820	0,98	55684

Fuente: Cuadro 24 Y 9

Elaboración: La Autora

Se determina una demanda efectiva para el año 10 de 55684 PEA.

ANALISIS DE LA OFERTA

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores o prestadores de servicios están decididos a poner a la disposición del mercado a un precio determinado.

OFERTA ACTUAL

Para poder determinar la oferta actual se ha recolectado la información sobre la cantidad de artículos que vende mensualmente la empresa, datos que al formularlo con una tabla de distribución de frecuencias por intervalos, permitió conocer la media promedio de venta del local.

Para lo cual se utiliza los datos del Cuadro N. 19 para obtener la oferta total se multiplica la oferta anual promedio por el número de locales.

CUADRO N. 26			
EMPRESA	**DISTRIBUIDOR**	**OFERTA PROMEDIO MENSUAL**	**OFERTA TOTAL**
K-CENTRO PICA	1	1000	1000

Fuente: Cuadro N. 19
Elaboración: La Autora

CUADRO N. 27	
PROYECCION DE LA OFERTA DE PLASTICOS	
AÑOS	**OFERTA TOTAL**
0	1000
1	1070
2	1145
3	1225
4	1311
5	1403
6	1501
7	1606
8	1718
9	1838
10	1967

Fuente: Tasa Crecimiento (7%) del SRI y Cuadro 25
Elaboración: La Autora

ANALISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA

El análisis de la oferta y la demanda permite determinar la demanda insatisfecha para el producto.

Se denomina insatisfecha a la diferencia entre la demanda efectiva y la oferta, siendo esta la cantidad de bienes servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún producto podrá satisfacer si prevalece las condiciones en las cuales hizo el cálculo.

Como se pudo determinar en el estudio de la oferta, está se realizó en el local de la que se tomó las cantidades de productos vendidos.

CUADRO N. 28			
DEMANDA INSATISFECHA			
AÑO	DEMANDA EFECTIVA TOTAL	OFERTA TOTAL PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
0	42868	1000	41868
1	44005	1070	42935
2	45170	1145	44025
3	46368	1225	45143
4	47597	1311	46286
5	48858	1403	47455
6	50152	1501	48651
7	51481	1606	49875
8	52846	1718	51128
9	54246	1838	52400
10	55684	1967	53717

Fuente: Cuadro N. 24 Y 27
Elaboración: La Autora

PLAN DE COMERCIALIZACION

PRODUCTO

El producto se define como el objeto resultante, producido en un trabajo ejercicio sobre la tierra o un bien obtenido a través de su procesamiento

Él se plástico se define tiene algunas propiedades que lo hacen especialmente apetecido: la elasticidad, la resistencia química y mecánica y la resistencia al enmohecimiento lo transforman en un elemento sin igual.

Beneficios del Plástico

Los plásticos tienen numerosos beneficios, tanto ambientales, como de publicidad y ventas. Entre los cuales se destacan:

- Se biodegradan, pero no necesitan ser enterrados para degradarse. Se degradan en un ambiente normal, lo cual es muy importante ya que grandes cantidades de plásticos en la tierra o en el mar no pueden recogerse y enterrarse.
- Están aprobados por la FDA (Food and Drug Administration) y la Unión Europea para el contacto directo con alimentos.
- Son más fuertes y versátiles.
- Pueden ser transparentes.
- No gotean.
- No contienen ingredientes genéticamente modificados.
- No dejan residuos de partículas plásticas.

SLOGAN: Es un medio efectivo para atraer la atención del público

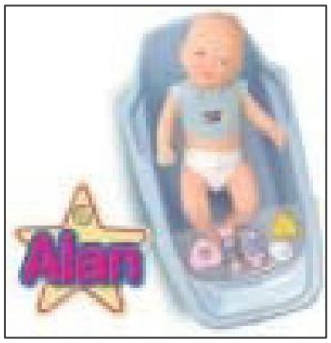
Con la K de la calidad

LOGOTIPO Tiene la función principal de representar a una compañía.

LINEAS DE PRODUCTOS CON SUS CARACTERIZTICAS

HOGAR		Conformada por un amplio surtido de productos plásticos para uso dentro y fuera del hogar. Siempre innovando con diseños al día, en las tendencias mundiales en utilidad y practicidad. Elaborada con materia prima de alta calidad y en alegres colores. Comprende artículos de cocina, limpieza y organización, escolares e infantiles y plásticos de hogar.
ESTELAR		La línea de jardinería de PICA, con diversas formas y tamaños los maceteros satisfacen al ama de casa moderna. Los hay redondos, rectangulares, para pared realzando los jardines y balcones de la familia ecuatoriana.
AMBASSADOR		Línea creada para los segmentos más altos del mercado. Línea formada por artículos plásticos, en general de alta transparencia, a la altura de productos de moda y calidad a nivel mundial.
INDUSTRIAL	**GAVETAS INDUSTRIALES**	Línea fabricada con materia prima de alta calidad en diseños, en diseños resistentes y prácticos. De enorme demanda por su elevada capacidad de orden, conservación, transporte e higiene para las más diversas industrias, desde agrícolas hasta mineras. La línea está conformada por baldes, cascos, bandejas y las afamadas Gavetas. Su gran aceptación comprueba sus

		altas condiciones de optimización de espacios y conservación de productos.
MUEBLES		Una colección creada para satisfacer las necesidades de los consumidores en cuanto a comodidad, resistencia y durabilidad. Esta línea es fabricada con resinas que le permiten permanecer tanto en interiores como exteriores, conservando todas sus cualidades. Los muebles cumplen con un factor importante: la facilidad de almacenamiento en espacios reducidos. Siempre a la moda y en diseños de actualidad, los muebles satisfacen todo tipo de exigencias en gustos y color
BORA-BORA		Las zapatillas BORA-BORA de PICA están elaboradas con suelas de planchas micro porosas de "EVA". Para uso diario, casual o de playa se encuentran diseños modernos, clásicos, juveniles e infantiles y con plantilla preformada de tipo ortopédico.

7 VIDAS		Para el sector pesquero, agrícola, constructor y otros que requieren resistencia; las botas de la Línea 7 Vidas proporcionan seguridad y comodidad en el trabajo diario. Son totalmente impermeables; se presentan en diseños y colores variados, fabricadas con suelas especialmente diseñadas para mejor agarre en superficies húmedas e irregulares y con materiales de calidad que facilitan su limpieza.
JUGUETES		La línea de juguetes PICA, que incluye: juguetes de vinyl, pelotas, carros, juegos didácticos, juegos de playa y su línea de muñecas de todo tipo, que vienen con los más originales mecanismos y accesorios. Todos, por su precio, surtido y presentación, satisfacen los más inquietos deseos. Por su calidad, esta línea ha convertido a PICA en la empresa líder, productora y comercializadora de juguetes en el Ecuador.
KIT	 	Calzado escolar, deportivo y casual fabricado en combinación de lona y suela inyectada de P.V.C. Resistentes a todos los estados ambientales. Destacan por su durabilidad, resistencia y modelos. Una acertada elección de todos sus usuarios. La nueva línea creada por PICA la cual salió al mercado en el 2008, lo más novedoso en artículos para el hogar con una gama de colores única en el mercado.

PLAZA

Se refiere al cubrimiento del mercado en los diferentes territorios o zonas de ventas. Aquí intervienen de manera decisiva los canales de distribución. La plaza puede ser grande mediana o pequeña, en la medida en que la empresa puede cubrir el mercado local. La plaza en estudio para este proyecto es la ciudad de Loja.

Estructura del Canal de Distribución

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, el negocio utilizará una distribución directa la cual va a ser desde la planta ubicada en la ciudad de Guayaquil - K-Centro Loja - Consumidor Final.

Figura N° 1: Estructura del Canal de Distribución

Fuente: PICA
Elaborado por: La Autora

La figura Presentada demuestra el flujo de traslado de la mercadería, dentro del cual por ser un K-Centro posee el beneficio de no incurrir en costos de transportación.

PRECIO

El precio de un producto es la cantidad de dinero que se paga por una compra realizada.

La empresa para el cálculo de los precios considera algunos puntos entre estos:

Costos: Es la cantidad total que interviene el productor para la elaboración de un producto en el cual se lo recupera con la venta del mismo mas un determinado margen de utilidad, siendo este el precio del mercado.

Demanda: La existencia de mayor o menor demanda es sin duda un factor determinante, esta importancia se traduce en la necesidad del posible y futuro comprador.

Competencia: También la competencia y el grado de penetración de los competidores serán tomados en cuenta en el momento de fijar precio del producto, es necesario tener presente que la falta de competencia no debe decidir fijar un precio demasiado bajo o demasiado alto

Debido a la gran variedad de artículos (6000 aproximadamente) se presentará la tabla de precios consolidada en el Anexo misma que será utilizada en el estudio financiero del presente proyecto.

PROMOCION

Es el conjunto de estrategias puestas en marchas para incentivar a los consumidores para que tomen las decisiones de compra con estímulos. Su función es acercar el producto a los consumidores en forma ventajosa y atractiva, y crear preferencia (fidelidad) hacia el negocio y los productos que se distribuyen en él

Para promover la venta del producto la empresa empleara las siguientes operaciones

- Precios Especiales
- Ofrecimiento de premios para consumidores y comerciantes
- Promociones por parte de la empresa propuesta por K-Centro Pica Guayaquil

Descripción de la Promoción: Impulsando las ventas

El K-Centro en su estrategia de buscar aliados para incrementar sus ventas, implementará un sistema de recompensa que está dirigido a premiar la labor de la fuerza de ventas directa. La cual consiste en incentivar a los dependientes del local, mediante el reconocimiento de su nivel de ventas individual.

Esta promoción consiste en crear unos stickers los cuales serán colocados en todos los productos de venta, bajo supervisión del administrador del negocio. Dicho sticker deberá ser retirado del artículo al momento de la venta y ser colocado en una cartilla que será entregada a los dependientes, cada sticker tendrá un valor monetario el cual será impuesto por la administración de acuerdo a los objetivos de venta, y serán cancelados como un bono mensual a cada dependiente.

- Publicidad Masiva en los medios locales

La publicidad es la fase del proceso de distribución que se ocupa de informar a los consumidores sobre las cualidades y existencia del producto de tal modo que estimule su adquisición.

Objetivos de la publicidad:

- ✓ Expandir la venta del producto
- ✓ Respaldar la venta
- ✓ Llegar a las personas inaccesibles para la fuerza de venta.
- ✓ Llegar a un nuevo mercado geográfico o atraer un nuevo segmento de mercado

ESTUDIO TECNICO

El estudio Técnico tiene por objetivo proveer información para generar la logística de distribución de los productos de plásticos así como también para cuantificar el monto de las inversiones (necesidades de capital mano de obra) costos de operaciones y recursos materiales útiles en el almacenamiento en bodega, carga y despacho de esta forma ayudara a que se maximice la operación.

Además identificar una óptima localización para el proyecto en la que se llevara a cabo las operaciones con el personal bajo un control y manejo ambiental con políticas internas que maneja la fábrica de plásticos PICA C.A

Determinar un espacio que posibilite el funcionamiento del mismo cubriendo las necesidades de la demanda proyectada en función a los productos, localización y estrategias para comercializar los productos para los periodos establecidos.

CAPACIDAD DE LA PLANTA

CAPACIDAD INSTALADA: Es aquella que indican cuál será la máxima capacidad de producción que se alcanzará con los recursos disponibles. Esta capacidad se expresa en la cantidad a producir por unidad de tiempo, es decir volumen, peso, valor o unidades de producto elaborados por año, mes, días, turno, hora, etc. En algunos casos la capacidad de una planta se expresa, no en términos de la cantidad de producto que se obtiene, sino en función del volumen de materia prima que se procesa.

CUADRO N. 29				
CUADRO DE CAPACIDAD INSTALADA				
PERSONAS ATENDIDAS POR HORA	HORAS DIARIAS	DIAS-ANUAL	CLTE ATENDIDOS	TOTAL DE CLTES ATENDIDOS ANUALMENTE
6	8	260	48	12480

Fuente: Pica Loja
Elaboración: La Autora

CUADRO N. 30				
CAPACIDAD INSTALADA				
PERIODOS	AÑOS	UNIDADES	DEMANDA INSATISFECHA	% PARTICIPACION
0	2015	12480	41868	30
1	2016	12480	42935	29
2	2017	12480	44025	28
3	2018	12480	45143	28
4	2019	12480	46286	27
5	2020	12480	47455	26
6	2021	12480	48651	26
7	2022	12480	49875	25
8	2023	12480	51128	24
9	2024	12480	52400	24
10	2025	12480	53717	23

Fuente: Pica Loja
Elaboración: La Autora

CAPACIDAD UTILIZADA: Se **i**ndican y explican el porcentaje de utilización de la capacidad instalada, tomando en cuenta la demanda, curva de aprendizaje, disponibilidad de materia prima, y mano de obra

CUADRO N.31				
CAPACIDAD UTILIZADA				
PERIODOS	AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	% PARTICIPACION	CAPACIDAD UTILIZADA
0	2015	12480	70	8736
1	2016	12480	70	8736
2	2017	12480	75	9360
3	2018	12480	75	9360
4	2019	12480	80	9984
5	2020	12480	80	9984
6	2021	12480	85	10608
7	2022	12480	85	10608
8	2023	12480	90	11232
9	2024	12480	90	11232
10	2025	12480	95	11856

Fuente: Pica Loja
Elaboración: La Autora

LOCALIZACION DEL PROYECTO:

MACROLOCALIZACION:

El proyecto de implementación de una sucursal PICA C.A se llevara a cabo en Ecuador país ubicado al noroeste de Sudamérica en la Cuidad de Loja situada al sur del Ecuador en la capital de la provincia de Loja.

CARACTERISTICAS GENERALES EN LA PROVINCIA DE LOJA

El COMERCIO: En los registros de la cámara de comercio de Loja se encuentran inscritos 1.100 diversos establecimientos de comercio, dedicados a las actividades como importación, exportación, servicios, manufactura, despensas, abarrotes, imprentas, representaciones y agencias

Entre otros está dedicada mayoritariamente a la agricultura y ganadería (19%), seguida del comercio (17%) y por el grupo humano que está dedicado a la enseñanza (17%), el resto del porcentaje (30%) de la PEA está ubicado en actividades tales como construcción, administración pública, industrias manufactureras y transporte y comunicaciones

CLIMA: El clima en la ciudad de Loja no influye en la localización del proyecto ya que se ofrecen productos que pueden ser adquiridos en cualquier clima, sin ser este un factor para maximizar o minimizar la compra.

INDUSTRIA: La industria manufacturera es demasiado embrionaria en la Provincia de Loja. Una excepción de lo analizado constituye la empresa Malca

o Monterrey, emplazada en el valle del Catamayo en el año 1963 y orientada a la producción de azúcar. Esta empresa agroindustrial, sigue siendo una de las más importantes de la provincia tanto desde el punto de vista del empleo como de las inversiones y de la producción que genera.

De acuerdo al Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca, la mayoría de las industrias lojanas se enmarcan dentro de la pequeña industria, siendo las más numerosas aquellas que se dedican a la industrialización de la madera (27%), y alimentos, bebidas y tabacos (22%)

GASTRONOMIA: La provincia de Loja ha desarrollado una gastronomía única, entre los platos típicos más destacados tenemos: seco de chivo, cecina lojana, sango, repe, los cuyes de San Juan de El Valle, entre otros.

TURISMO: Como principales centros de atracción turística, se resaltan las catedrales que prosperan por toda la ciudad de Loja, los valles y los hermosos paisajes llenan a esta provincia, llena de encanto y verde. El Bosque Petrificado de Puyango el cual es compartido conjuntamente con la provincia de El Oro posee un gran valor científico, y forma parte de unos de los pocos bosques secos tropicales del mundo.

Vilcabamba, situada al sur de la ciudad de Loja, posee un encanto especial, sus habitantes son menos de mil, y tienen un excelente promedio de vida, los turistas se acercan buscando encontrar y tener los beneficios de esta longevidad.

El Valle de Malacatos se encuentra entre uno de los valles más hermosos en cuanto al paisaje y la flora.

Otra atracción turística elegida por los peregrinos es la parroquia de El Cisne que queda a una hora de Catamayo. En ésta encuentra el templo religioso de la virgen de El Cisne de estilo gótico y que es uno de los más grandes de la provincia de Loja. Las fiestas en El Cisne son en agosto comienzan el 17 y terminan el 17 de noviembre. Durante esos 4 meses la población aumenta en Loja y mucho más en El Cisne.

GRAFICO N. 3
UBICACIÓN DE LA CIUDAD DE LOJA

Fuente: Google Maps

MICROLOCALIZACION

Para establecer la micro localización del proyecto es necesario tomar en cuenta un sector específico en la ciudad de Loja, en el cual se pueda realizar la gestión logística de bodega despachos, ventas y además se pueda a partir de esta obtener una ventaja comparativa y competitiva contra futuros exponentes de esta línea de productos.

La cuidad de Loja se encuentra ubicado al este de la provincia de Loja y posee las características propicias para emprender un proyecto de inversión privada.

En ella encontraremos centros comerciales, empresas privadas y públicas, sectores financieros formales dedicados al comercio así como también cabe recalcar es la originalidad de las personas al crear nuevas fuentes de ingresos dando así cavidad al sector informal. Dentro de la ciudad se evaluaran las variables para tomar la decisión sobre el sector, razón que con lleva a establecer la distribuidora en el sector de la Calle 18 de noviembre y Cariamanga puesto que este sector dispone de una casa grande con parqueadero interno y externo con un local comercial que cumple con los requerimientos de la empresa PICA C.A.

Además de ser un sector al cual se puede ingresar fácilmente porque es un sector comercial con una calle principal con movimiento constante en la ciudad, con acceso necesario para que los clientes puedan acercarse sin ninguna restricción.

FACTORES QUE INFLUYEN EN LA MICROLOCALIZACION DEL PROYECTO

MEDIOS DE COMUNICACIÓN: Loja cuenta con todos los medios de comunicación eficientes por lo que el local obtiene beneficios de estos.

MEDIOS DE TRASNPORTE: La ciudad cuenta con todos los medios de transportes públicos y privados como para llegar al lugar donde se ha decidido implementar al proyecto.

MERCADO: Aquí en la ciudad encontramos muchas sucursales bancarias, automovilísticas y de servicios. La infraestructura para comercializar es muy buena al ser Loja cabecera Cantonal.

FUENTES DE ENERGIA: La cuidad se encuentra provista por la red de energía eléctrica además de nuestro Parque Eólico que al el pasar de los años nos beneficiara con más energía.

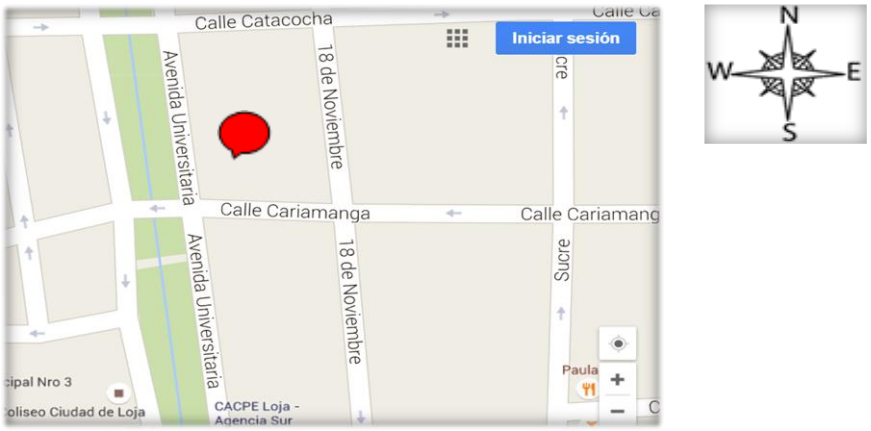
DISPONIBILIDAD DE AGUA: Actualmente la ciudad cuenta con disponibilidad de agua diaria mientras que el sector periférico la obtiene mediante tanqueros.

IMPUESTOS: Los impuestos nacionales a los que los ecuatorianos estamos obligados a contribuir son:

- IVA Impuestos al valor Agregado
- ICE: Impuestos a los Consumos Especiales
- Retención en la Fuente.
- Impuesto a la Renta

MANO DE OBRA: Loja cuenta con Universidades altamente calificadas para devolver a la sociedad individuos capaces. De esto encontramos gran cantidad de jóvenes que al no encontrar fuentes de empleo en su cuidad emigran a otras urbes importantes del país, además que desde otras localidades emigran a Loja en busca de empleo lo que resulta una ventaja al momento de captar personal para el negocio.

GRAFICO N. 3
UBICACIÓN DE LA SUCURSAL DE K-CENTRO PICA LOJA



Fuente: Google Maps

INGENIERIA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto tiene como objetivo resolver lo referente a la instalación y funcionamiento del negocio. Comenzando con la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima del proyecto hasta definir la estructura jurídica y organizacional que tendrá el negocio.

TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto mide la relación de la capacidad productiva durante el período considerado. Las variables determinantes del tamaño son: dimensión del mercado, tecnología del proceso productivo, disponibilidad de insumos, la localización, también se encuentran ligados con la oferta y demanda del producto y todos los aspectos de proyecto

El elemento más importante en la determinación del tamaño óptimo es el nivel de la demanda potencial que pueda existir, que es aquel número que habrá

que satisfacer dado que esto proporciona el tamaño necesario máximo que se precisa para el almacenamiento de los plásticos

PROCESOS PRODUCTIVOS

Esta parte describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto final. Técnicamente es la forma en que una serie de insumos se transforman con la participación de tecnología, mano de obra, maquinaria y procedimientos de operación.

PROCESO DE SERVICIO

Establece una guía que permita al personal de atención al cliente brindar un servicio óptimo, de manera que este cumpla las expectativas de una atención correcta, este proceso aplica a toda el área de servicio al cliente.

DESCRIPCION DEL PROCESO

1. El proceso empieza desde que ingresa el cliente al local con una necesidad a satisfacer y el vendedor lo recibe brindándole una respuesta a esta necesidad con la información de los producto
2. El cliente solicita su artículo informando al vendedor la necesidad que tiene.
3. El vendedor guía al cliente a la zona donde se encuentra el artículo que desea
4. El cliente escoge el artículo que cumple las expectativas para cubrir su necesidad
5. El vendedor guía al cliente al área de caja.
6. Cliente realiza su pago y recibe su factura.
7. Finalmente se realiza la verificación y entrega del producto.

GRAFICO N. 4
PROCESO DEL SERVICIO DE ATENCION AL CLIENTE

N.	ACTIVIDADES	DEMORA	OPERACIÓN	TRANSPORTE	INSPECCION	COMBINADO	TIEMPO
1	El proceso empieza desde que ingresa el cliente al local con una necesidad a satisfacer y el vendedor lo recibe brindandole una respuesta a esta necesidad con informacion de los						3 MIN.
2	El cliente solicita su articulo informando la necesidad que tiene						2 MIN.
3	El vendedor guia al cliente a la zona donde se encuentra el articulo que desea						1 MIN.
4	El cliente escoge el articulo que cumple las expectativas para cubrir su necesidad						7 MIN.
5	El vendedor guia al cliente al area de la caja						1 MIN.
6	El cliente realiza su pago y recibe su factura						3 MIN.
7	Finalamente se realiza la entrega del producto donde se verifica que este en perfectas condiciones.						3 MIN.
	TOTAL :						20 MIN.

Fuente: K-Centro Pica
Elaboración: La Autora

PROCESO DE LOGISTICA

Basa sus actividades a la coordinación de compras de materia prima recepción del material almacenamiento en bodega control de inventarios, fabricación servicio de apoyo en control de calidad ,expedición de productos terminados a la bodega de almacenamiento y finalmente la distribución para los diferentes puntos de venta, es proceso lo vemos como un término que frecuentemente se le asocia como la distribución y transporte de productos terminados, en los proceso se debe coordinar entre si para lograr mayor eficiencia en todo el sistema productivo, por esta razón no se debe aislar a esta actividad sino se la debe considerar como un proceso global de generación de valor para el cliente.

La materia prima, materiales e insumos requeridos para el proceso de producción son adquiridos a proveedores internacionales que entregan y despachan trimestralmente este producto para el sistema de producción garantizando así que la empresa pueda cumplir con su plan de producción semanal, mensual y anual almacenándolos hasta el momento de su utilización en el proceso productivo.

PROCESOS DE ALMACENADO: Se lo realiza en la bodega después de haber realizado las pruebas de control de calidad, el producto es apilado y llevado al sitio de almacenamiento para posteriormente ser transportado al punto de venta final.

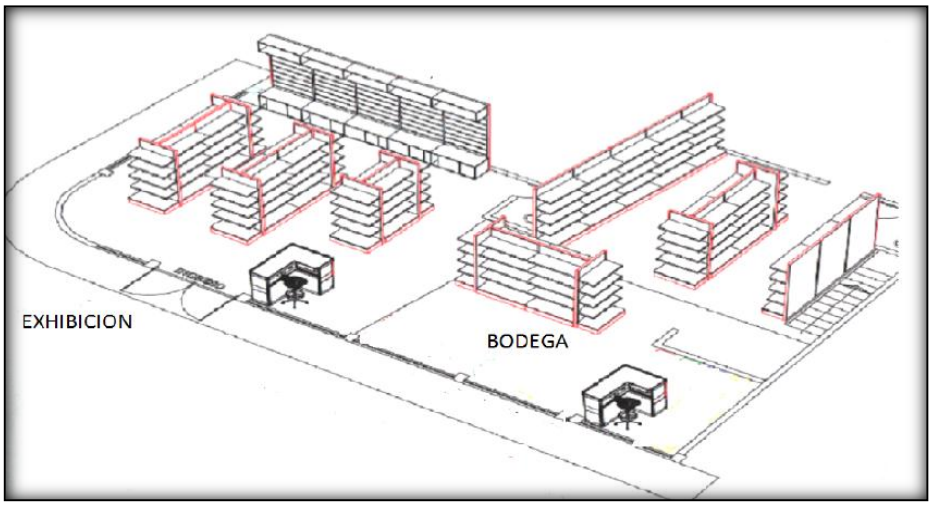
GRAFICO N. 5
APILAMIENTO DEL PRODUCTO

Fuente: K-Centro Pica

DISTRIBUCION FISICA: Se indica la distribución física de las maquinarias y equipos dentro de la planta para establecer el tamaño y la localización de las áreas industriales dedicadas a recepción de insumos, producción, servicios auxiliares, almacenamiento e intercomunicación de la planta.

Uno de los requerimientos que la empresa PICA C.A exige a los distribuidores es el espacio físico para la exhibición de los plásticos. Una zona administrativa en la cual esté involucrado un sistema de facturación, cobros, ingresos, entrega de productos y la zona de bodega.

GRAFICO N. 6
ESPACIO FISICO PARA LA DISTRIBUCION DE LOS PLASTICOS



Fuente: K-Centro Pica

ANALISIS DEL PROCESO DE DESPACHO Y ENTREGA DE PRODUCTOS A LOS DISTRIBUIDORES

Actualmente los despachos que maneja la industria PICA C,A, con sus distribuidores es a partir de un periodo global que se realiza 48 horas antes del envió este periodo contiene todas las líneas que dispone la empresa, para de esta manera poder preparar y embalar el pedido, el producto que no dispone la empresa pasa aún proceso determinado backorder que consiste en ingresar el producto a producción para ser despachado posteriormente en un tiempo determinado de 8 días y máximo de 15 días ; para de esta manera concluir con el despacho total, que posteriormente se envía desde la ciudad de Guayaquil vía terrestre a la ciudad de Loja , mediante transporte que los distribuidores se encargan de contratar.

El personal de servicio al cliente se encarga de coordinar con el distribuidor de Loja la hora de llegada aproximada del transporte para que el proceso concluya. El distribuidor que espera el pedido, recibe por parte del transporte una guía y la factura en el cual viene detallado los productos con los códigos para poder ingresar en el sistema, una vez que el producto ya se encuentra en la bodega es ingresado en el sistema de kardex y de esta manera se coordina con el grupo de ventas para que cada uno de los vendedores pueda salir al mercado y así tenga conocimiento del stock para ofrecer a los clientes y comercializar el producto.

El despacho se cumple en función del periodo del pedido ingresado por parte del vendedor que trae su requerimiento en una hoja vendedora debidamente firmada por el vendedor y por el cliente, este pedido pasa por la aprobación de la Jefa de Ventas la cual verifica que el cliente no se encuentre en mora con la empresa, para de esta forma entregar a bodega y preparar el pedido con el stock que se tiene, así en va de bodega a facturación quien se encarga de emitir la factura con los datos del cliente, grabando en este los descuentos ofrecidos y colocando todos los productos que se pudo obtener de bodega.

Ya facturado bodega se encarga de coordinar con el chofer que el producto llegue a su destino final en perfectas condiciones, así en el momento de llegar se verifica que el producto contenga las cantidad indicadas.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Para la etapa de operación de la empresa, es necesario contar con una adecuada organización que facilite la asignación de funciones y responsabilidades al talento humano que conformará la misma, de tal forma

que se logre la eficiencia, calidez y calidad en el desempeño de las actividades.

ORGANIZACIÓN JURIDICA

BASE LEGAL: Para la organización jurídica se ha previsto la implementación de una compañía de Responsabilidad Limitada, de conformidad con el Art. 93 de la Ley de Compañías, que en su parte pertinente dice que la compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo su razón social o denominación objetiva, a lo que analizará.

Se llama Responsabilidad Limitada por cuanto nace de las necesidades de dirigir una determinada organización jurídica adecuada a la pequeña y mediana empresa, así como también por las ventajas que presenta en relación a otro tipo de compañías.

NIVELES ADMINISTRATIVOS

Es indispensable determinar un modelo de estructura administrativa que identifique los niveles que tienen a su cargo la administración legislativa, ejecutiva, asesor, operativa y de apoyo.

a. **NIVEL LEGISLATIVO**: Representa el primer nivel jerárquico y está integrado por los dueños de la empresa, que tomarán el nombre de la Junta General de Accionista y está representado por el presidente, su función es la de legislar sobre la política que debe seguir la

organización, normar los procedimientos, dictar los reglamentos, resoluciones, etc. y decidir sobre los aspectos de mayor importancia.

b. **NIVEL DIRECTIVO:** Constituye el segundo grado de autoridad, está conformado por el Gerente-Administrador que es nombrado por Junta General de Accionista, se encarga de ejecutar las políticas dictaminadas por el nivel legislativo. Su función es Planear, Orientar y Dirigir la marcha administrativa e interpretar planes, programas y más directivas técnicas, administrativas de alto nivel y los tramites a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución.

c. **NIVEL ASESOR:** La empresa contará con servicios temporales de una Abogado, para orientar las situaciones de carácter laboral y judicial. Este nivel no tiene autoridad de mando.

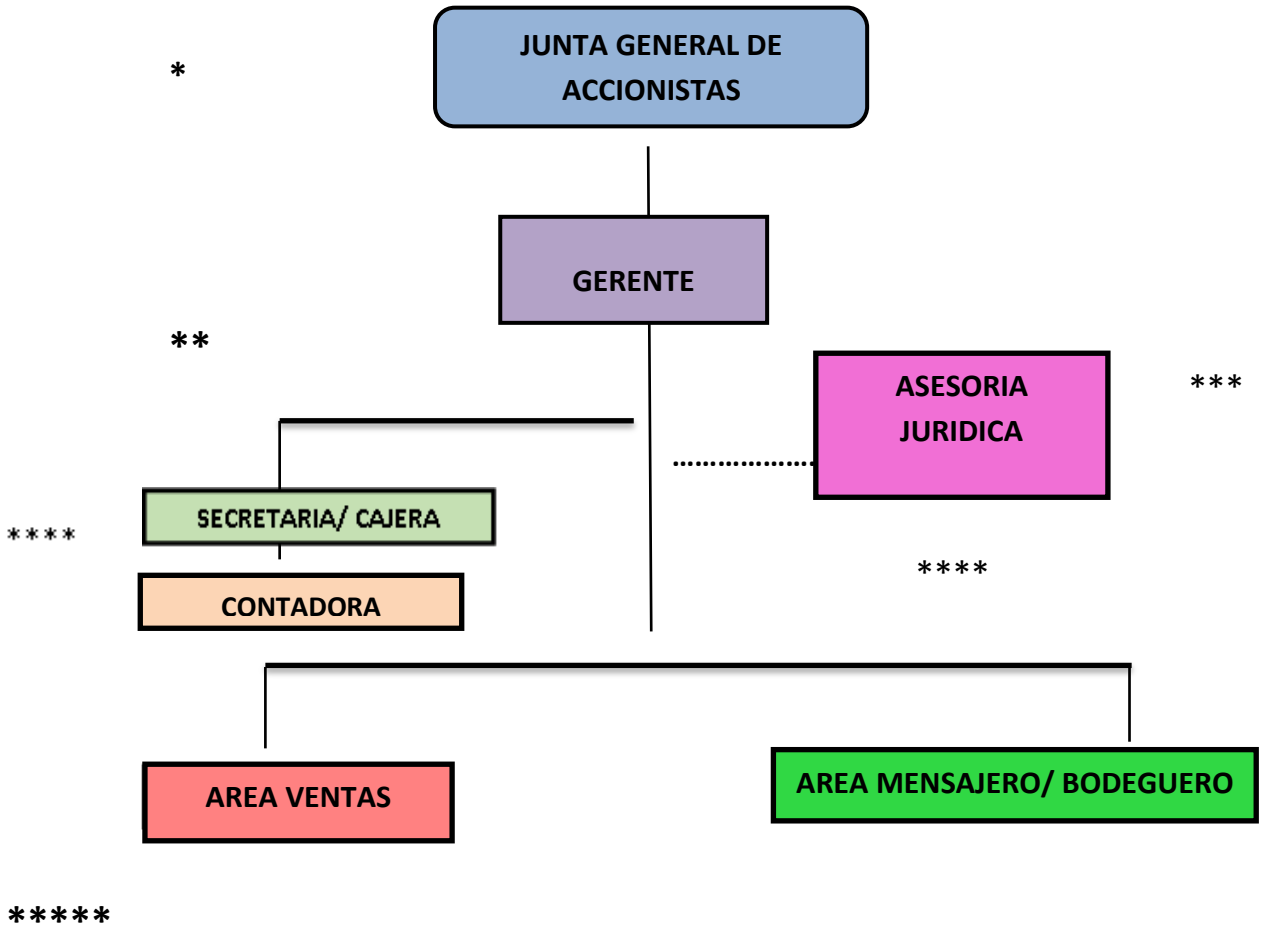
d. **NIVEL AUXILIAR O DE APOYO**: Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la presentación de servicios con oportunidad y eficiencia.

e. **NIVEL OPERATIVO:** Corresponde a todos los obreros apoyaran en el proceso de producción de la empresa. Es quien ejecuta materialmente las órdenes emanadas por órganos de legislativos y directivo.

ORGANIGRAMA:

Las relaciones de autoridad y responsabilidad, que tendrá la empresa se representa a través del organigrama estructural y funcional, de la siguiente manera:

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

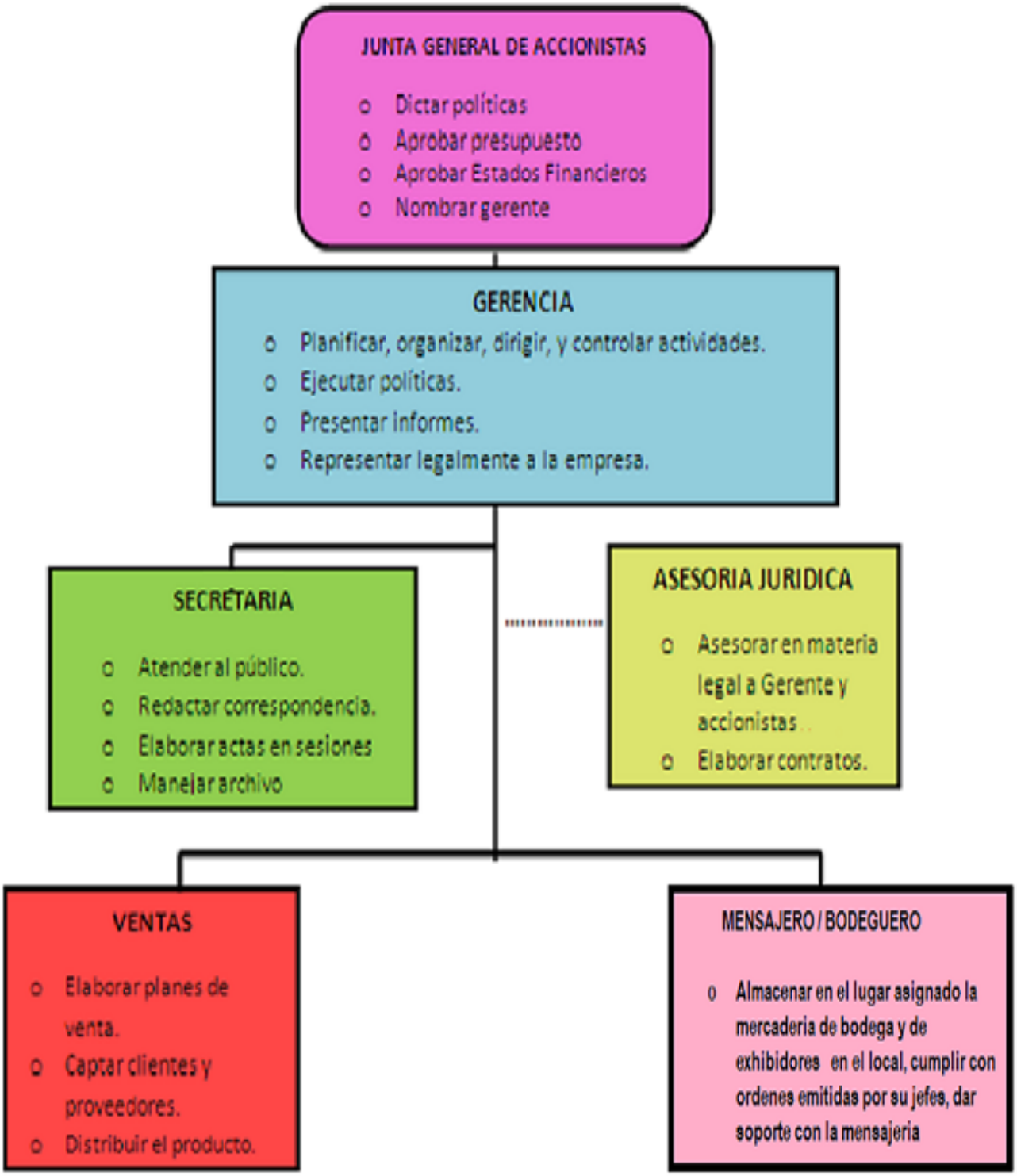


REFERENCIA:

•	Nivel Legislativo
• •	Nivel Ejecutivo
• • •	Nivel Asesor
• • • •	Nivel de Apoyo
• • • • •	Nivel Operativo

Fuente: La autora

ORGANIGRAMA FUNCIONAL



MANUAL DE FUNCIONES

NIVEL EJECUTIVO

TITULO DEL PUESTO: Gerente	**CODIGO**:01
NATURALEZA DEL TRABAJO: Planear, organizar, dirigir, y controlar las actividades de la empresa.	
TAREAS TIPICAS: • Ejercer la representación legal de la empresa (judicial y extrajudicial). • Administrar y gestionar los recursos materiales, económicos, humanos y tecnológicos de la organización. • Presentar informes económicos, financieros y administrativos al nivel superior (JGA) • Ejecutar los planes de acción trazados y disposiciones de la JGA • Controlar la ejecución de los planes, evaluar sus resultados para tomar acciones correctivas. • Reclutar al recurso humano con idoneidad para la nómina de la empresa. • Diseñar estrategias para la promoción y publicidad, así como de comercialización del producto. • Suscribir documentos en representación de la empresa.	
CARACTERISTICAS DE LA CLASE: El puesto requiere don de mando, liderazgo, responsabilidad económica y financiera, trabajo bajo presión, cumplimiento de metas, nivel de gestión óptimo.	
REQUISITOS MINIMOS: • **Instrucción formal**: Superior • **Título**: Ingeniero Comercial • **Experiencia:** un año en actividades afines. • **Capacitación:** Cursos de liderazgo, alta gerencia, manejo de paquetes informáticos.	

NIVEL DE APOYO

TITULO DEL PUESTO: Secretaria – Contadora **CODIGO**:02
NATURALEZA DEL TRABAJO Encargada de llevar la contabilidad de costos de la empresa y cumplimiento de labores de secretariado, redacción de documentos archivos de correspondencia y atención al público.
TAREAS TIPICAS: • Atender al publico • Brindar información a los clientes. • Redactar oficios, memorandos y circulares internas. • Elaborar actas de reuniones de trabajo del personal de la empresa. • Manejar archivo. • Administrar caja y caja chica. • Llevar los registro contables y prepara los estados financieros • Las demás que por disposición superior le sean requeridas.
CARACTERISTICAS DE LA CLASE: Eficiencia, responsabilidad, lealtad y reserva sobre los asuntos internos de la organización, cumplir disposiciones del nivel superior.
REQUISITOS MINIMOS: • **Instrucción formal**: Superior • **Título**: Bachiller en secretariado y Título de Contabilidad • **Experiencia:** un año en funciones similares. • **Capacitación:** Manejo de programas informáticos básicos, técnicas de redacción comercial, curso de relaciones humanas.

NIVEL DE ASESOR

TITULO DEL PUESTO: Asesor Jurídico	**CODIGO**:03
NATURALEZA DEL TRABAJO: El trabajo implica el manejo de las relaciones conflictivas que tenga que enfrentar la empresa.	
TAREAS TIPICAS: • Atender los asuntos jurídicos de la empresa (Asuntos legales (judicial y extrajudicial). • Elaborar los contratos de trabajo de los empleados de la organización. • Asesorar en trámites legales. • Ejecutar los planes de acción trazados y disposiciones de la JGA • Representar conjuntamente con el gerente a la empresa. • Aprobar manuales de proceso de trabajo..	
CARACTERISTICAS DE LA CLASE: El puesto requiere de un profesional en Jurisprudencia con iniciativa y capacidad para resolver problemas de tipo legal, además su participación en la empresa será eventual.	
REQUISITOS MINIMOS: • **Instrucción formal**: Superior • **Título**: Abogado • **Experiencia:** dos años en actividades afines. • **Capacitación:** Cursos de litigación, manejos de procesos judiciales y penales.	

NIVEL OPERATIVO

TITULO DEL PUESTO: Ventas - Vendedor **CODIGO**:04
NATURALEZA DEL TRABAJO: Pieza clave para que la empresa funcione, es la persona que planifica, organiza ,dirige, controla el crecimiento empresarial teniendo contacto directo con los clientes para realizar y cerrar la venta de productos o servicios que ofrece la empresa.
TAREAS TIPICAS: • Asesorar al cliente. • Presentar informes de ventas a su inmediato superior. • Ofrecer absolutamente todo el mix de productos que la empresa tiene para sus clientes • Cumplir con la meta asignada mensual • Mantener una buena relación con el cliente • Conocimiento completo sobre los productos.
CARACTERISTICAS DE LA CLASE: Es responsable por la ejecución de las labores de venta, requiere concentración y buen criterio para la ejecución de trabajo además requiere esfuerzo físico, trabaja bajo presión
REQUISITOS MINIMOS: • **Instrucción formal**: Media • **Título**: Bachiller en cualquier rama • **Experiencia:** Mínima de dos años • **Capacitación:** Ventas en general.

NIVEL OPERATIVO

TITULO DEL PUESTO: Bodeguero-Mensajero **CODIGO**:05
NATURALEZA DEL TRABAJO: Ejecutar las actividades del proceso de producción asignadas por el nivel superior.
TAREAS TIPICAS: • Ordenar y almacenar la materia prima que ingresa a producción. • Efectuar las labores de envasado y embalaje del producto. • Realizar la limpieza del equipo e instalaciones al finalizar tareas. • Custodiar y velar por la conservación, así como el buen uso de los equipos y material asignado a su cargo. • Las demás que por disposición superior le sean asignadas.
CARACTERISTICAS DE LA CLASE: No aplica
REQUISITOS MINIMOS: • **Instrucción formal**: Media • **Título**: Bachiller en cualquier rama • **Experiencia:** No indispensable • **Capacitación:** No indispensable.

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero determina cual será el monto de recursos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de las operaciones que realizará la nueva empresa, así mismo en la evaluación económica la que permitirá determinar la rentabilidad del proyecto.

INVERSIONES

Es la cantidad de dinero que se lo pone a trabajar para en un tiempo determinado obtener una utilidad o una ganancia. Se trabajará con tres clases de activos que son en donde está la inversión del proyecto. Activos fijos, diferidos y capital de trabajo, los gastos son otra clase de inversión que será necesario para poder poner en funcionamiento la nueva sucursal de la empresa K-Centro Pica.

ACTIVOS FIJOS

Son todas las inversiones en activos tangibles y que se constituyen en propiedad de la empresa, los mismos que son necesarios en el área administrativa, en producción y ventas.

Los activos fijos están sujetos a depreciaciones, y para el presente proyecto los activos necesarios se detallan en el siguiente cuadro

EQUIPO

En cuanto al equipo el valor de la misma asciende a $ 1.660,00 dólares. La depreciación de ésta maquinaria y equipo se la realiza con el 10% de acuerdo a lo indicado anteriormente.

CUADRO N° 32			
PRESUPUESTO PARA MAQUINARIA Y EQUIPO			
DENOMINACIÓN	**CANT.**	**V/UNIT.**	**VALOR TOTAL**
Caja registradora	1	800	$ 800,00
Etiquetadora automática	2	430	$ 860,00
TOTAL			$ 1.660,00

FUENTE: Almacenes de la ciudad de Quito
ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 33		
DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO		
Valor	1.660,00	
Años de Vida útil	10	
Depreciación	149,4	
Valor Residual	166	10,00%

FUENTE: Servicio de Rentas Internas
ELABORACIÓN: La Autora

VEHÍCULO

Para la distribución de los productos que vende la sucursal de K-Centro Pica se hace necesario adquirir un vehículo de características de una camioneta Chevrolet, la cual está valorada en $18.000,00 dólares según el concesionario.

CUADRO N° 34			
PRESUPUESTO PARA VEHICULO			
DENOMINACIÓN	**CANTIDAD**	**VALOR UNIT.**	**VAL. TOTAL**
Camioneta	1	$18.000,00	$18.000,00
TOTAL			**$18.000,00**

FUENTE: Chevrolet
ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 35		
DEPRECIACIÓN DE VEHICULO		
Valor	18.000,00	
Años de Vida útil	5	
Depreciación	3240	
Valor Residual	1800	10,00%

FUENTE: Servicio de Rentas Internas

ELABORACIÓN: La Autora

HERRAMIENTAS

Para el proceso de venta de artículos de la sucursal es necesario de algunas herramientas, para ello se comprará dos kits de herramientas. La depreciación de las herramientas se hace con el 10%

CUADRO N° 36			
PRESUPUESTO PARA HERRAMIENTAS			
DENOMINACIÓN	**CANTIDAD**	**VALOR UNIT.**	**VAL. TOTAL**
Kit de herramientas	2	$ 260,00	$520,00
TOTAL			**$520,00**

FUENTE: Almacenes de la ciudad de Loja

ELABORACION: La Autora

CUADRO N° 37		
DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTAS		
Valor	520,00	
Años de Vida útil	10	
Depreciación	46,8	
Valor Residual	52	10,00%

FUENTE: Servicio de Rentas Internas

ELABORACIÓN: La Autora

MUEBLES Y ENSERES

En cuanto a muebles de oficina que requiere la empresa, ésta asciende a un valor de $ 1.784,00 dólares según cuadro siguiente, estos también tienen una depreciación del 10% que se indica a continuación:

CUADRO N° 38			
PRESUPUESTO PARA MUEBLES Y ENSERES			
DENOMINACIÓN	**CANT**	**VAL. UNIT**	**VAL. TOTAL**
Escritorio Tipo Gerente	1	250	$ 250,00
Escritorio simple	2	220	$ 440,00
Silla tipo Gerente	3	110	$ 330,00
Sillas de cuero	8	30	$ 240,00
Perchas Metálicas	2	220	$ 440,00
Sillas plásticas	4	21	$ 84,00
Total:			**$ 1.784,00**

FUENTE: Almacenes de la ciudad de Loja
ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 39		
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES		
Valor	1.784,00	
Años de Vida útil	10	
Depreciación	160,56	
Valor Residual	178,4	10,00%

FUENTE: Servicio de Rentas Internas
ELABORACIÓN: La Autora

EQUIPO DE OFICINA

El equipo de oficina es necesario para desarrollar el trabajo de los empleados administrativos, asciende a un valor de $ 365,00 dólares y su deprecación es del 10% anual.

CUADRO N° 40			
PRESUPUESTO PARA EQUIPO DE OFICINA			
DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Sumadora	1	$ 130,00	$ 130,00
Servicio Básicos	1	$ 160,00	$ 160,00
Teléfono	1	$ 75,00	$ 75,00
Total:			$ 365,00

FUENTE: Almacenes de la ciudad de Loja
ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 41		
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA		
Valor	365,00	
Años de Vida útil	10	
Depreciación	32,85	
Valor Residual	36,5	10,00%

FUENTE: Servicio de Rentas Internas
ELABORACIÓN: La Autora

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Equipos de cómputo.- En el cuadro siguiente se describen el equipo de computación, que ascienden a la cantidad de $ 2.490,00 dólares, los mismos que tienen una depreciación del 33,33% igualmente indicado en el Reglamento a la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno. La siguiente depreciación se calculará en base al costo que tiene el equipo del año 1 al año 3, pero como para el año 4 se reinvertirá en un equipo nuevo, entonces se calculará la depreciación correspondiente para ese año.

CUADRO N° 42			
PRESUPUESTO PARA EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Computador de Escritorio	3	$ 780,00	$ 2.340,00
Impresoras	2	$ 75,00	$ 150,00
Total:			$ 2.490,00

FUENTE: Almacenes de la ciudad de Loja
ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 43		
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
Valor	2.490,00	
Años de Vida útil	3	
Depreciación	553,36	
Valor Residual	829,92	33,33%

FUENTE: Servicio de Rentas Internas
ELABORACIÓN: La Autora

El equipo de cómputo tiene un tiempo de vida útil de 3 años por lo que requerirán una reposición o reinversión al cuarto año, esta reinversión se la calculará con la tasa de 3,67% de inflación, según datos del Banco Central del Ecuador al mes de diciembre del 2014

CUADRO N° 44			
REINVERSIÓN DE EQUIPO DE CÓMPUTO			
Valor	**Inflación**	**Años**	**Inversión**
2.490,00	3,67%	1	2581,38
2581,38	3,67%	2	2676,12
2676,12	3,67%	3	2774,33
2774,33	3,67%	4	2876,15

FUENTE: Servicio de Rentas Internas
ELABORACIÓN: La Autora

Como se observa al cuarto año debemos realizar una reinversión de $2.876,15 en el equipo de cómputo, pero también se calculará la depreciación de este nuevo valor.

Cuadro N° 45		
DEPRECIACIÓN DE REINVERSIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
Valor	2.876,15	
Años de Vida útil	3	
Depreciación	639,18	
Valor Residual	958,62	33,33%

FUENTE: Servicio de Rentas Internas
ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 46	
INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	
ACTIVOS	**VALOR**
Equipo	$ 1.660,00
Vehículo	$ 18.000,00
Herramientas	$ 520,00
Muebles y Enseres	$ 1.784,00
Equipo de Oficina	$ 365,00
Equipo de Computación	$ 2.490,00
TOTAL	**$ 24.819,00**

FUENTE: Cuadros del 30 al 42
ELABORACIÓN: La Autora

INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

Son aquellos gastos en que se incurrirá previo al inicio de las operaciones de la empresa. Estos activos son:

Software De Gestión.- El software de gestión servirá para llevar registro de las actividades contables y financieras de la empresa

Elaboración del Estudio.- Son los gastos invertidos en la elaboración del presente proyecto, los mismos que están compuestos de los gastos de movilización, medios de comunicación, tabulación de datos, materiales de escritorio, tiempo invertido en tabulación y recolección de datos entre otros. Estos gastos están detallados en el cuadro siguiente y su valor asciende a $ 600 dólares.

Gastos de Constitución.- La Minuta tendrá un costo de $300 dólares según información otorgada por la Notaría 2da del cantón Loja.

Registro Sanitario y Patentes- El valor de la patente de acuerdo a lo indicado en el Municipio de Loja, es de 60 dólares además el registro sanitario, el cual se estima en un valor de 180 dólares.

Permiso de funcionamiento.- El permiso de funcionamiento otorgado por los Bomberos tendrá un costo de $100,00 dólares.

Instalación de servicios básicos.- Los servicios básicos como agua, teléfono, TV cable y luz tiene un valor de instalación ya que necesitan de un medidor para laborar de manera normal, este valor asciende a $ 200 dólares en el área urbana.

CUADRO N° 47	
INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS	
ACTIVOS	**VALOR**
Adecuaciones	$ 1.800,00
Software De Gestión	$ 450,00
Elaboración del Estudio	$ 600,00
Gastos de Constitución	$ 300,00
Registro Sanitario y Patentes	$ 240,00
Permiso de Funcionamiento	$ 100,00
Instalación de Servicios. Básicos	$ 200,00
TOTAL	**$ 3.690,00**

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORACIÓN: La Autora

INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO

En nuestro proyecto el capital de operación corresponderá la adquisición de materia prima, mano de obra, suministros de oficina, arriendo, publicidad y propaganda, servicios básicos, y amortizaciones.

Materia Prima.- El cuadro que apreciamos a continuación nos indica el costo de productos que la empresa adquirirá a la empresa matriz que es de $ 64.767,72 dólares al año. Hay que tomar en consideración que este costo es

de la compra de artículos que venderá la empresa K-Centro Pica como se detalla a continuación.

CUADRO N° 48		
PRESUPUESTO DE INVENTARIOS		
DENOMINACIÓN	**VAL. MENSUAL**	**VAL. ANUAL**
Productos Plásticos	$ 985,32	$ 11.823,84
Calzado	$ 914,38	$ 10.972,56
Industrial	$ 2.847,11	$ 34.165,32
Juguetes	$ 650,50	$ 7.806,00
Total	$ 5.397,31	$ 64.767,72

FUENTE: k-Centro Pica Central Quito
ELABORACIÓN: La Autora

Mano de obra directa.- El rubro asignado para mano de obra directa en el primer año asciende a $17.766,74 dólares y para el primer mes de $ 1.480,56 dólares como se lo determinó en el cuadro siguiente.

CUADRO N° 49		
PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA PARA EL PRIMER AÑO DE OPERACIÓN		
DESCRIPCIÓN	**Vendedores**	**Cajera**
REMUNERACIONES		
Salario Básico	366	366
13º Sueldo	30,50	30,50
14º Sueldo	30,50	30,50
Aporte Patronal (11.15%)	47,61	47,61
IECE (0.50%)	1,83	1,83
SECAP (0.50%)	1,83	1,83
Vacaciones	15,25	15,25
Total	**493,52**	**493,52**
Número de empleados	2	1
Total Mensual	**987,04**	**493,52**
Total Anual	**11.844,49**	**5.922,25**

FUENTE: Servicio de Rentas Internas
ELABORACIÓN: La Autora

Internet.- Se ha considerado un valor de $ 30,25 dólares para el pago del servicio de Internet Mensualmente.

CUADRO N° 50			
PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INTERNET			
DENOMINACIÓN	**CONS.GLNS.**	**VAL. UNIT.**	**VAL. MENSUAL**
Internet	$30,25	1	$30,25
TOTAL			$30,25

FUENTE: CNT
ELABORACIÓN: La Autora

Combustible.- Se ha considerado un valor de $ 40 dólares para el combustible del vehículo que se va a adquirir.

CUADRO N° 51			
PRESUPUESTO PARA COMBUSTIBLE			
DENOMINACIÓN	**CONS.GLNS.**	**VAL. UNIT.**	**VAL. MENSUAL**
Combustible y lubricantes	$40,00	1	$40,00
TOTAL			$40,00

FUENTE: Investigación Directa
ELABORACIÓN: La Autora

Energía eléctrica.- La energía eléctrica para el funcionamiento de la empresa asciende a un valor de $145,15 dólares anuales.

CUADRO N° 52				
PRESUPUESTO PARA USO DE ENERGÍA ELÉCTRICA				
DENOMINACIÓN	**CANT. (Kw./h)**	**V. UNIT.**	**VAL. MENS.**	**VALOR ANUAL**
Consumo de energía eléctrica sector industrial	144	0,084	$ 12,10	$ 145,15
TOTAL			$ 12,10	$ 145,15

FUENTE: EERSSA
ELABORACIÓN: La Autora

Agua Potable.- El rubro de agua potable asciende a $ 5,58 anual, que es la base que se paga en el Municipio de Loja.

CUADRO N° 53				
PRESUPUESTO PARACONSUMO AGUA POTABLE				
DENOMINACIÓN	**CANT. Metros cúbicos**	**V. UNIT.**	**VAL. MENS.**	**VALOR ANUAL**
Consumo de agua	62	0,09	$ 5,58	$ 66,96
TOTAL			$ 5,58	$ 66,96

FUENTE: Municipio de Loja
ELABORACIÓN: La Autora

Arriendo.- En lo referente al arriendo para el local donde funcionará la empresa asciende a un valor de $350,00 dólares mensuales.

CUADRO N° 54				
PRESUPUESTO PARA USO DE ENERGÍA ELÉCTRICA				
DENOMINACIÓN	**CANT.**	**V. UNIT.**	**VAL. MENS.**	**VALOR ANUAL**
Arriendo	1	350,00	$ 350,00	$ 4.200,00
TOTAL			$ 350,00	$ 4.200,00

FUENTE: EERSSA
ELABORACIÓN: La Autora

Sueldos administrativos.- Dentro de este rubro se han considerado los sueldos de Gerente, secretaria contadora y Conserje Bodeguero, el cual tiene un valor de $21.353,28 dólares para el primer año.

CUADRO N° 55			
PRESUPUESTO SUELDOS Y SALARIOS			
DESCRIPCIÓN	**Gerente**	**Secretaria Contadora**	**Conserje Bodeguero**
REMUNERACIONES			
Salario Básico	550	420	366
13º Sueldo	45,83	35,00	30,50
14º Sueldo	30,50	30,50	30,50
Aporte Patronal (11.15%)	69,84	54,13	47,61
IECE (0.50%)	2,75	2,1	1,83
SECAP (0.50%)	2,75	2,1	1,83
Vacaciones	22,92	17,50	15,25
Total	**724,59**	**561,33**	**493,52**
Número de empleados	1	1	1
Total Mensual	**724,59**	**561,33**	**493,52**
Total Anual	**8.695,03**	**6.736,00**	**5.922,25**

FUENTE: Servicio de Rentas Internas
ELABORACIÓN: La Autora

Utensilios de aseo.- El rubro asignado para utensilios necesarios para realizar la limpieza, se han considerado escoba y trapeador, lo cual asciende a un valor de $210,00 dólares anual.

Suministros de oficina.- El rubro asignado para suministros de oficina asciende a $200,00 dólares anuales, esto para un mes nos da un rubro de $16,67 dólares.

Consumo telefónico.- Para el consumo telefónico se ha determinado un valor de $241,92 dólares anuales.

CUADRO N° 56				
PRESUPUESTO PARA USO DE TELÉFONO				
DENOMINACIÓN	CANT. Minutos	V. UNIT.	VAL. MENS.	VALOR ANUAL
Consumo de Teléfono	840	0,024	$ 20,16	$ 241,92
TOTAL			$ 20,16	$ 241,92

FUENTE: CNT
ELABORACIÓN: La Autora

Publicidad y propaganda.- El rubro asignado para publicidad y propaganda asciende a $ 50 dólares mensuales, lo que al año da $ 600 dólares, como se lo determina en el cuadro N° 63.

CUADRO N° 57		
PUBLICIDAD		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Cuñas radiales- Radio la Hechicera	$40,00	$480,00

FUENTE: Medios de Comunicación Local
ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 58	
INVERSIONES EN ACTIVO CIRCULANTE	
ACTIVOS	**VALOR**
Rubros calculados para un mes de operación	
Materia Prima	$ 5.397,31
Mano de obra directa	$ 1.480,56
Combustible	$ 40,00
Energía eléctrica	$ 12,10
Agua Potable	$ 5,58
Sueldos administrativos	$ 1.779,44
Utensilios de Aseo	$ 17,50
Suministros de oficina	$ 16,67
Internet	$ 30,25
Arriendo	$ 350,00
Consumo telefónico	$ 20,16
Publicidad y propaganda	$ 40,00
TOTAL:	**$ 9.189,57**

FUENTE: Cuadros del 47 al 57
ELABORACIÓN: La Autora

Resumen de las inversiones

CUADRO N° 59		
INVERSIÓN TOTAL		
DESCRIPCIÓN	**VALOR USD**	**%**
ACTIVOS FIJOS:		
Equipo	$ 1.660,00	
Vehículo	$ 18.000,00	
Herramientas	$ 520,00	
Muebles y Enseres	$ 1.784,00	
Equipo de Oficina	$ 365,00	
Equipo de Computación	$ 2.490,00	
Subtotal:	**$ 24.819,00**	65,84
ACTIVOS DIFERIDOS:		
Adecuaciones	$ 1.800,00	
Software De Gestión	$ 450,00	
Elaboración del Estudio	$ 600,00	
Gastos de Constitución	$ 300,00	
Registro Sanitario y Patentes	$ 240,00	
Permiso de Funcionamiento	$ 100,00	
Instalación de Servicios. Básicos	$ 200,00	
Subtotal:	**$ 3.690,00**	9,79
CAPITAL DE TRABAJO (Un mes)		
Materia Prima	$ 5.397,31	
Mano de obra directa	$ 1.480,56	
Combustible	$ 40,00	
Energía eléctrica	$ 12,10	
Agua Potable	$ 5,58	
Sueldos administrativos	$ 1.779,44	
Utensilios de Aseo	$ 17,50	
Suministros de oficina	$ 16,67	
Internet	$ 30,25	
Arriendo	$ 350,00	
Consumo telefónico	$ 20,16	
Publicidad y propaganda	$ 40,00	
Subtotal:	**$ 9.189,57**	24,38
TOTAL:	**37.698,57**	**100,00**

FUENTE: Cuadros: 46, 47 y 55
ELABORACIÓN: La Autora

Financiamiento

Una vez determinados los montos correspondientes a las inversiones, es decir el costo total del proyecto se requiere analizar la manera de financiarlo. El proyecto hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento de la siguiente manera: el 52,25% será aportado por los socios de la empresa; mientras que el 47,75% de la inversión será financiada mediante crédito al Banco de Fomento, el cual ofrece créditos a corto y largo plazo como son 10 años para la ejecución del proyecto a un interés del 15% anual, dinero que servirá para financiar la adquisición de: equipo y parte de las adecuaciones.

CUADRO N. 60		
FINANCIAMIENTO		
FINANCIAMIENTO	**VALOR**	**PORCENTAJE**
Capital social	$ 19.698,57	52,25
Crédito	$ 18.000,00	47,75
TOTAL:	$ 37.698,57	100,00

Fuente: Cuadro 66

Elaboración: La Autora

CUADRO N . 61				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
CAPITAL:	18000		**PAGO:**	SEMESTRAL
INTERÉS:	15,00%			
TIEMPO:	5	AÑOS		
SEMESTRES	**CAPITAL**	**INTERÉS**	**DIVIDENDO**	**CAPITAL RED.**
0				18.000,00
1	1.800,00	1.350,00	3.150,00	16.200,00
2	1.800,00	1.215,00	3.015,00	14.400,00
3	1.800,00	1.080,00	2.880,00	12.600,00
4	1.800,00	945,00	2.745,00	10.800,00
5	1.800,00	810,00	2.610,00	9.000,00
6	1.800,00	675,00	2.475,00	7.200,00
7	1.800,00	540,00	2.340,00	5.400,00
8	1.800,00	405,00	2.205,00	3.600,00
9	1.800,00	270,00	2.070,00	1.800,00
10	1.800,00	135,00	1.935,00	0,00

FUENTE: Banco de Fomento
ELABORACIÓN: La Autora

PRESUPUESTOS DE COSTOS E INGRESOS

Se entiende por costos a todas las erogaciones o desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico. Mientras que los ingresos son aquellos que se dan por el volumen de producción y por las ventas. Ambos ítems se irán desglosando, con el fin de obtener los ingresos por ventas.

COSTOS TOTALES

Son aquellos que se dan por la fabricación o elaboración del producto, para presentarlos se comienza desglosando los rubros como son el costo primo, gastos generales de fabricación o de producción, gastos de operación los mismos que se desglosan en gastos de administración y venta o de operación y los gastos financieros. Así se lo expone en el cuadro siguiente:

CUADRO N° 62
COSTOS TOTALES

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTO PRIMO										
Materia Prima	64.767,72	67.144,70	69.608,91	72.163,55	74.811,95	77.557,55	80.403,92	83.354,74	86.413,86	89.585,25
Mano de Obra Directa	17.766,74	18.418,78	19.094,75	19.795,53	20.522,02	21.275,18	22.055,98	22.865,43	23.704,59	24.574,55
TOTAL COSTO PRIMO	82.534,46	85.563,47	88.703,65	91.959,08	95.333,98	98.832,73	102.459,89	106.220,17	110.118,45	114.159,80
COSTOS DEL SERVICIO										
Depreciación de herramientas	46,80	46,80	46,80	46,80	46,80	46,80	46,80	46,80	46,80	46,80
Depreciación de Equipo	149,40	149,40	149,40	149,40	149,40	149,40	149,40	149,40	149,40	149,40
Depreciación de vehiculo	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00
Combustibles	480,00	497,62	515,88	534,81	554,44	574,79	595,88	617,75	640,42	663,93
Amortización de Activos diferidos	369,00	369,00	369,00	369,00	369,00	369,00	369,00	369,00	369,00	369,00
TOTAL COSTO DEL SERVICIO	2.395,20	2.412,82	2.431,08	2.450,01	2.469,64	2.489,99	2.511,08	2.532,95	2.555,62	2.579,13
COSTO DE OPERACIÓN										
Gastos de Administración										
Remuneraciones	21.353,28	22.136,95	22.949,37	23.791,61	24.664,77	25.569,96	26.508,38	27.481,24	28.489,80	29.535,37
Útiles de oficina	200,00	207,34	214,95	222,84	231,02	239,49	248,28	257,40	266,84	276,64
Servicio telefónico	241,92	250,80	260,00	269,54	279,44	289,69	300,32	311,35	322,77	334,62
Servicio eléctrico	145,15	150,48	156,00	161,72	167,66	173,81	180,19	186,81	193,66	200,77
INTERNET	363,00	376,32	390,13	404,45	419,29	434,68	450,64	467,17	484,32	502,09
Arriendo	4.200,00	4.354,14	4.513,94	4.679,60	4.851,34	5.029,38	5.213,96	5.405,31	5.603,69	5.809,35
Agua Potable	66,96	69,42	71,97	74,61	77,34	80,18	83,13	86,18	89,34	92,62
Depreciación de Equipo de Oficina	32,85	32,85	32,85	32,85	32,85	32,85	32,85	32,85	32,85	32,85
Depreciación de muebles y ensere	160,56	160,56	160,56	160,56	160,56	160,56	160,56	160,56	160,56	160,56
Depreciación equipos de computac	553,36	553,36	553,36	553,36	553,36	553,36	553,36	553,36	553,36	553,36
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	27.317,08	28.292,21	29.303,13	30.351,15	31.437,63	32.563,98	33.731,67	34.942,22	36.197,19	37.498,22
Gastos de Ventas										
Publicidad	480,00	497,62	515,88	534,81	554,44	574,79	595,88	617,75	640,42	663,93
TOTAL GASTOS DE VENTAS	480,00	497,62	515,88	534,81	554,44	574,79	595,88	617,75	640,42	663,93
Gastos de Financieros										
Interés sobre crédito	2.565,00	2.025,00	1.485,00	945,00	405,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	2.565,00	2.025,00	1.485,00	945,00	405,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
COSTO TOTAL	**115.291,74**	**118.791,12**	**122.438,74**	**126.240,05**	**130.200,68**	**134.461,49**	**139.298,53**	**144.313,09**	**149.511,69**	**154.901,07**

INGRESOS TOTALES

Los ingresos constituyen el producto de la venta de bienes y servicios que genera el proyecto. En el presente caso por la venta de productos que venden en la empresa K-Centro Pica como Plásticos, Calzado, Industrial y Juguetes.

En los ingresos que se han establecido en la vida útil de la empresa, tal como se indica en el cuadro siguiente considerando un margen de utilidad bruta del 30% en función a lo que determina casa matriz de la ciudad de Quito.

CUADRO N° 63			
PRESUPUESTO DE INVENTARIOS			
Año	**Costos**	**Margen de utilidad 30%**	**Ingresos**
1	115.291,74	34.588	149.879,26
2	118.791,12	35.637	154.428,45
3	122.438,74	36.732	159.170,36
4	126.240,05	37.872	164.112,06
5	130.200,68	39.060	169.260,89
6	134.461,49	40.338	174.799,93
7	139.298,53	41.790	181.088,09
8	144.313,09	43.294	187.607,02
9	149.511,69	44.854	194.365,20
10	154.901,07	46.470	201.371,40

FUENTE: Cuadro Nº 47

ELABORACIÓN: La Autora

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

Permite comparar los ingresos con los egresos generados en un período de diez años, mostrando de esta manera las utilidades o pérdidas sufridas en este proyecto.

CUADRO Nº 64										
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS										
PERIODOS	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Ingresos por ventas	149879,26	154428,45	159170,36	164112,06	169260,89	174799,93	181088,09	187607,02	194365,20	201371,40
(-) Costo Total	115.291,74	118.791,12	122.438,74	126.240,05	130.200,68	134.461,49	139.298,53	144.313,09	149.511,69	154.901,07
(=) Utilidad Bruta Ventas	34.587,52	35.637,34	36.731,62	37.872,01	39.060,20	40.338,45	41.789,56	43.293,93	44.853,51	46.470,32
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	5.188,13	5.345,60	5.509,74	5.680,80	5.859,03	6.050,77	6.268,43	6.494,09	6.728,03	6.970,55
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	29.399,39	30.291,73	31.221,88	32.191,21	33.201,17	34.287,68	35.521,13	36.799,84	38.125,48	39.499,77
(-) 22% Impuesto a la renta	6.467,87	6.664,18	6.868,81	7.082,07	7.304,26	7.543,29	7.814,65	8.095,96	8.387,61	8.689,95
(=) Utilidad Neta	22.931,53	23.627,55	24.353,07	25.109,15	25.896,92	26.744,39	27.706,48	28.703,87	29.737,87	30.809,82
(-) 10% reserva Legal	2.293,15	2.362,76	2.435,31	2.510,91	2.589,69	2.674,44	2.770,65	2.870,39	2.973,79	3.080,98
(=) Utilidad Líquida	**20.638,37**	**21.264,80**	**21.917,76**	**22.598,23**	**23.307,22**	**24.069,95**	**24.935,83**	**25.833,49**	**26.764,09**	**27.728,84**

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Para determinar los costos fijos y variables se ha realizado una distribución teniendo en cuenta que los costos fijos son los que no intervienen directamente en la producción y los costos variables son los que se utilizan para producir, tal y como se muestran en el siguiente cuadro.

CUADRO Nº 65
COSTOS FIJOS Y VARIABLES

DETALLE	AÑO 1		AÑO 5		AÑO 10	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
COSTO PRIMO						
Materia Prima		64.767,72		74.811,95		89.585,25
Mano de Obra Directa		17766,74		20522,02		24574,55
TOTAL COSTO PRIMO		82.534,46		95.333,98		114.159,80
COSTOS DE PRODUCCIÓN						
Depreciación de herramientas	46,8		46,8		46,8	
Depreciación de Maquinaria y Equipo	149,4		149,4		149,4	
Depreciación de vehiculo	1350		1350		1350	
Combustibles	480		554,44		663,93	
Amortización de Activos diferidos	369		369		369	
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	2395,20		2469,64		2579,13	
COSTO DE OPERACIÓN						
Gastos de Administración						
Remuneraciones	21353,28		24664,77		29535,37	
Útiles de oficina	200		231,02		276,64	
Servicio telefónico	241,92		279,44		334,62	
Servicio eléctrico	145,15		167,66		200,77	
Internet	363		419,29		502,09	
Arriendo	4200		4851,34		5809,35	
Agua Potable	66,96		77,34		92,62	
Depreciación de Equipo de Oficina	32,85		32,85		32,85	
Depreciación de muebles y enseres	160,56		160,56		160,56	
Depreciación equipos de computación	553,36		553,36		553,36	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVO	27317,08		31437,63		37498,22	
Gastos de Ventas						
Publicidad	480		554,44		663,93	
TOTAL GASTOS DE VENTAS	480,00		554,44		663,93	
Gastos de Financieros						
Interés sobre crédito	2.565,00		405,00			
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	2.565,00		405,00			
TOTAL	**32757,28**	**82534,46**	**34866,70**	**95333,98**	**40741,27**	**114159,80**

FUENTE: Cuadro Nº 61
ELABORACIÓN: La Autora

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio permite determinar en el presente proyecto el nivel necesario para cubrir los costos totales. Para ello se utilizó el cuadro anterior de costos fijos y variables.

El punto de equilibrio se ha calculado para el año 1 y 5 y lo obtendremos matemáticamente a través de fórmulas y gráficamente, luego del cuadro de clasificación de costos.

AÑO 1

MATEMÁTICAMENTE

MATEMÁTICAMENTE:

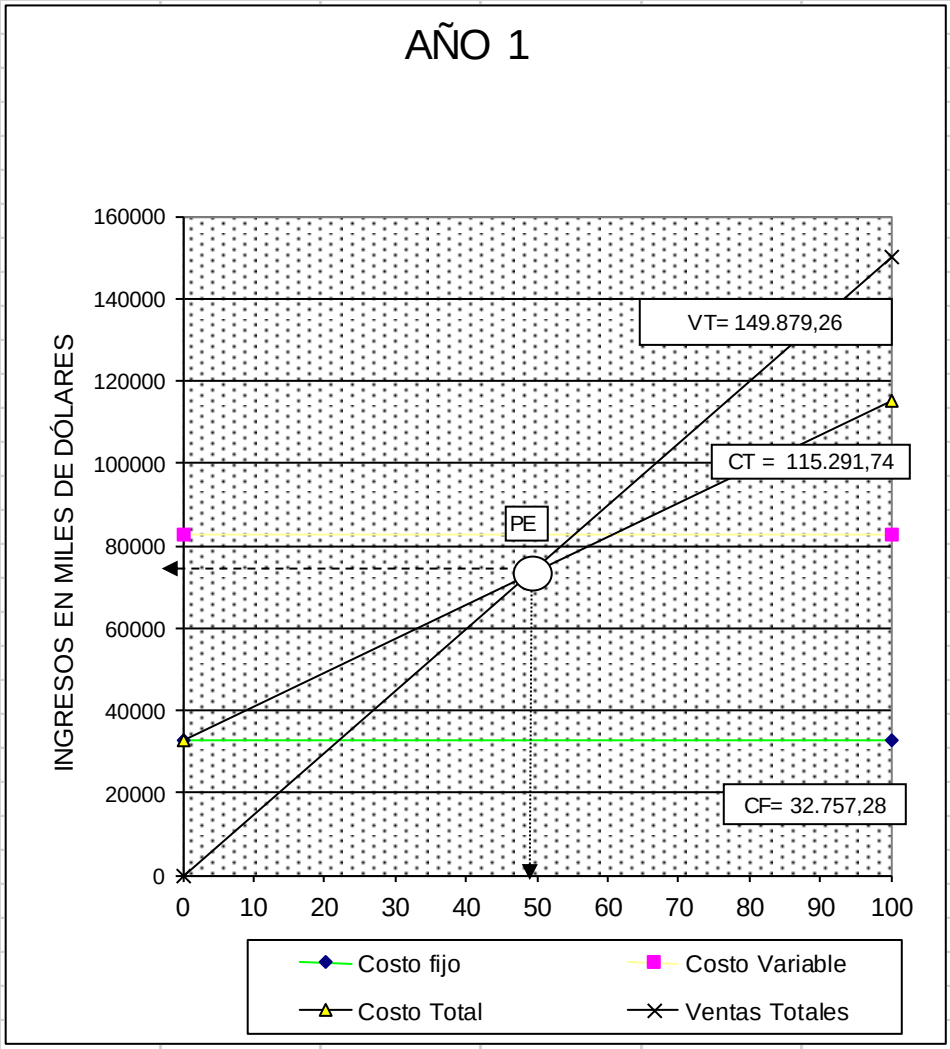
* **PE en función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{32.757,28}{149.879,26 \quad 82.534,46} * 100 = \mathbf{48,64\%}$$

* **PE en función de los Ingresos (Ventas)**

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{32.757,28}{1 - \frac{82.534,46}{149.879,26}} = \mathbf{72.902,98}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO
EN FUNCION DE LAS VENTAS Y
CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: La Autora

ANÁLISIS: El PE se produce cuando la empresa venda $ 72.902,98 dólares y trabaje con una capacidad instalada de un 48,64%; en este punto la empresa ni pierde ni gana.

AÑO 5

MATEMÁTICAMENTE

MATEMÁTICAMENTE:

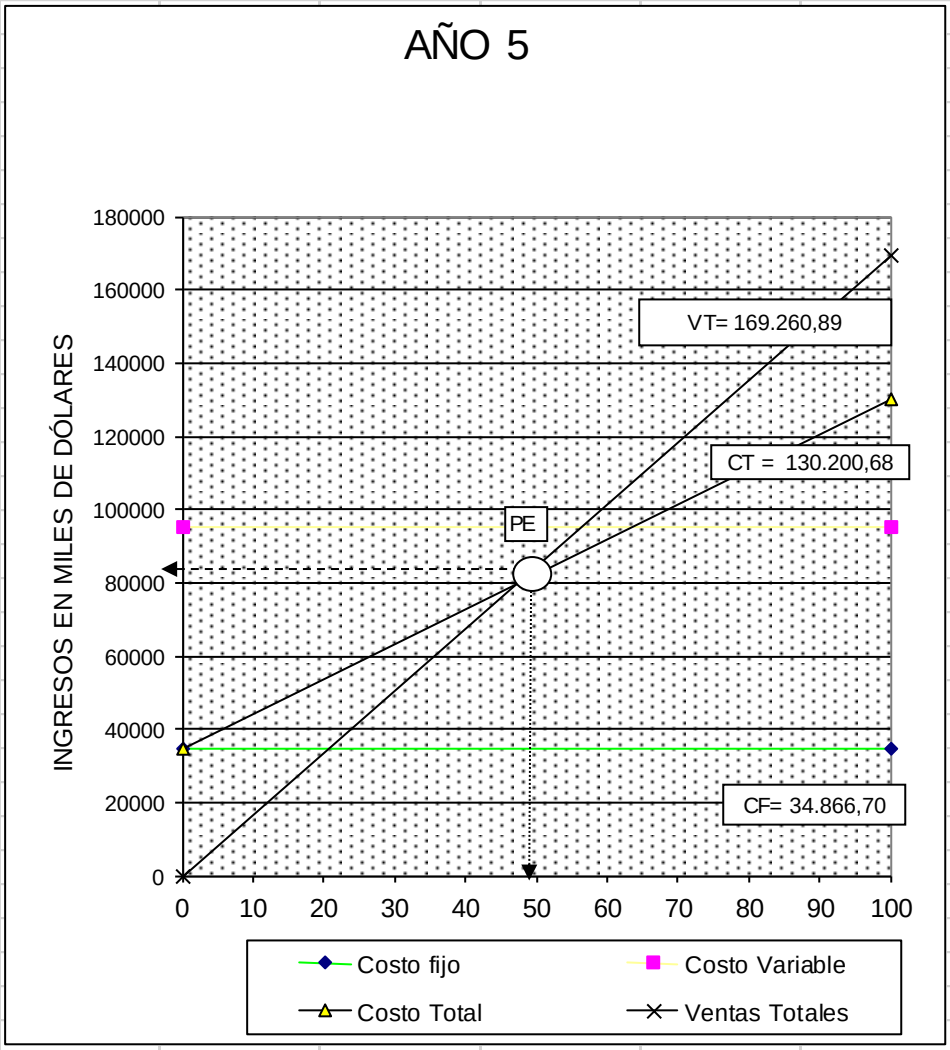
*** PE en función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{34.866,70}{169.260,89 \quad 95.333,98} * 100 = \mathbf{47,16\%}$$

*** PE en función de los Ingresos (Ventas)**

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{34.866,70}{1 - \frac{95.333,98}{169.260,89}} = \mathbf{79.829,78}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO
EN FUNCION DE LAS VENTAS Y
CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: La Autora

ANÁLISIS: Para el quinto año el PE se produce cuando la empresa tiene en ventas $ 79.829,78 dólares para el año 5 y trabaja con una capacidad instalada de un 47,16 **%** por tanto, en este punto, la empresa ni pierde ni gana.

AÑO 10

MATEMÁTICAMENTE

MATEMÁTICAMENTE:

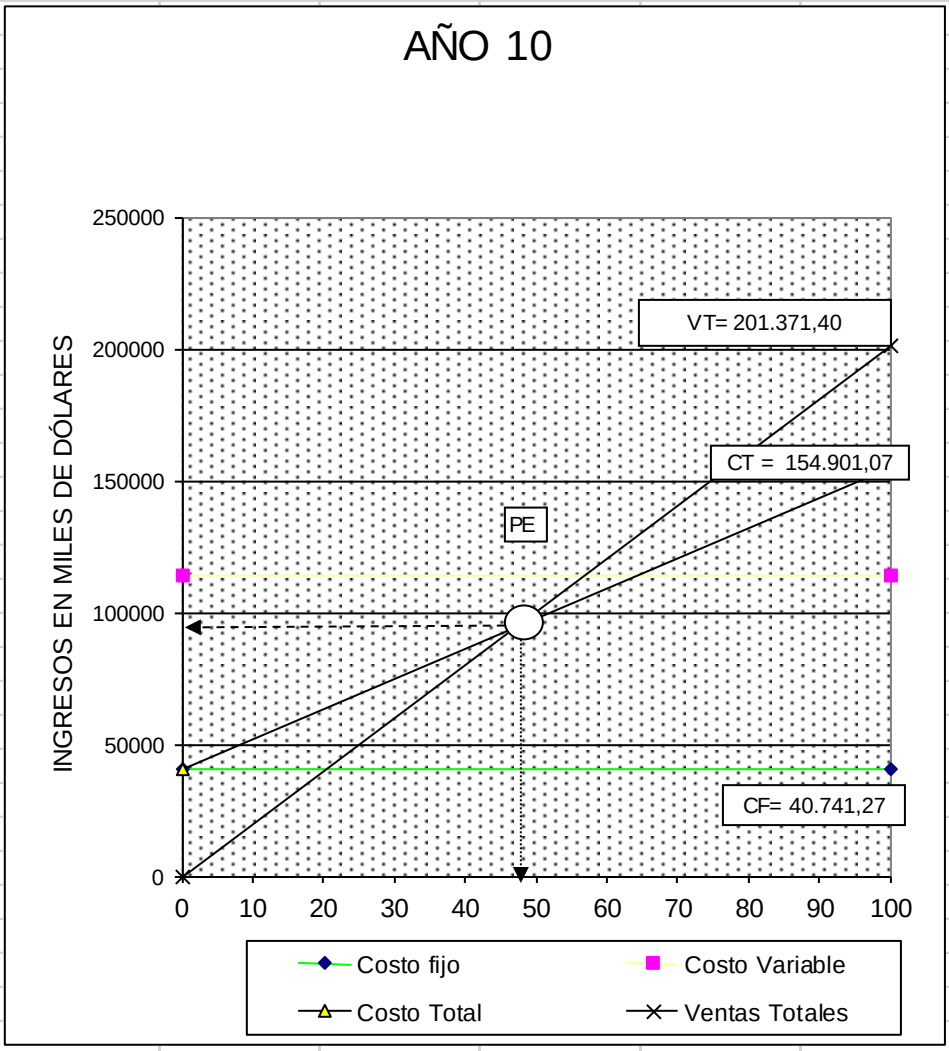
*** PE en función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{40.741,27}{201.371,40 \quad 114.159,80} * 100 = \mathbf{46,72\%}$$

*** PE en función de los Ingresos (Ventas)**

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{40.741,27}{1 - \frac{114.159,80}{201.371,40}} = \mathbf{94.071,51}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO
EN FUNCION DE LAS VENTAS Y
CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: La Autora

ANÁLISIS: Para el quinto año el PE se produce cuando la empresa tiene en ventas $ 94.071,51 dólares para el año 10 y trabaja con una capacidad instalada de un 46,72 **%** por tanto, en este punto, la empresa ni pierde ni gana.

EVALUACIÓN FINANCIERA

FLUJO DE CAJA

Para realizar la aplicación de algunos criterios de evaluación, se hace necesario previamente estimar los flujos de caja. Es por ello que a continuación se encuentra demostrado el cuadro de Flujo de Caja, el mismo que compara los ingresos con los egresos.

CUADRO N. 66

FLUJO DE CAJA

AÑOS / DETALLES	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS											
Capital propio	19.698,57										
Préstamo CFN	18.000,00										
Ventas		149879,26	154428,45	159170,36	164112,06	169260,89	174799,93	181088,09	187607,02	194365,20	201371,40
Valor Residual				829,92		1800	958,62			1.026,30	5124
TOTAL INGRESOS	**37698,57**	**149.879,26**	**154.428,45**	**160.000,28**	**164.112,06**	**171.060,89**	**175.758,55**	**181.088,09**	**187.607,02**	**195.391,50**	**206.495,40**
EGRESOS											
Activo Fijo	24819										
Activo Diferido	3690										
Activos circulantes	9.189,57										
Costo de Producción		115.291,74	118.791,12	122.438,74	126.240,05	130.200,68	134.461,49	139.298,53	144.313,09	149.511,69	154.901,07
Reinversiones					2.876,15		20250	3.301,00			3540
Amortización de capital		1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
TOTAL EGRESOS	**37698,57**	**117.091,74**	**120.591,12**	**124.238,74**	**130.916,20**	**132.000,68**	**156.511,49**	**144.399,53**	**146.113,09**	**151.311,69**	**160.241,07**
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		32.787,52	33.837,34	35.761,54	33.195,86	39.060,20	19.247,07	36.688,56	41.493,93	44.079,81	46.254,32
(-) 15% Utilidad Trabajadores		4918,13	5075,60	5364,23	4979,38	5859,03	2887,06	5503,28	6224,09	6611,97	6938,15
UTILIDAD ANT. IMPUESTO		27.869,39	28.761,73	30.397,31	28.216,48	33.201,17	16.360,01	31.185,28	35.269,84	37.467,84	39.316,17
(-) 22% Impuesto a la renta		6131,27	6327,58	6687,41	6207,63	7304,26	3599,20	6860,76	7759,36	8242,92	8649,56
UTILIDAD LIQUIDA		21.738,13	22.434,15	23.709,90	22.008,86	25.896,92	12.760,81	24.324,51	27.510,47	29.224,91	30.666,62
Amortización Diferidos		369	369	369	369	369	369	369	369	369	369
Depreciaciones		4.125,00	4.125,00	4.125,00	4.125,00	4.125,00	4.125,00	4.125,00	4.125,00	4.125,00	4.125,00
UTILIDAD NETA		**26.232,13**	**26.928,15**	**28.203,90**	**26.502,86**	**30.390,92**	**17.254,81**	**28.818,51**	**32.004,47**	**33.718,91**	**35.160,62**
FUJO NETO DE CAJA	**0**	**26.232,13**	**26.928,15**	**28.203,90**	**26.502,86**	**30.390,92**	**17.254,81**	**28.818,51**	**32.004,47**	**33.718,91**	**35.160,62**

VALOR ACTUAL NETO.

El valor actual neto es un criterio de evaluación de proyectos de inversión que tiene por objetivo el volver el valor del dinero a tiempo futuro, consiste en la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse el préstamo a obtener.

El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto.

Si el VAN es positivo la inversión es conveniente, si es negativo no es conveniente y si es igual a cero su ejecución es indiferente.

Cuadro Nº 67			
VALOR ACTUAL NETO			
PERIODO	**FLUJO NETO**	**FACTOR ACTUALIZACIÓN 15%**	**VALOR ACTUALIZADO**
0	37.698,57		
1	26.232,13	0,869565217	22.810,55
2	26.928,15	0,756143667	20.361,55
3	28.203,90	0,657516232	18.544,52
4	26.502,86	0,571753246	15.153,10
5	30.390,92	0,497176735	15.109,66
6	17.254,81	0,432327596	7.459,73
7	28.818,51	0,37593704	10.833,95
8	32.004,47	0,326901774	10.462,32
9	33.718,91	0,284262412	9.585,02
10	35.160,62	0,247184706	8.691,17
			139.011,55
			37.698,57
			101.312,98

FA = 1 / (1 + i)n

VAN = SFNA - INVERSIÓN INICIAL

VAN = 139.011,55 37.698,57

VAN = 101.312,98

INTERPRETACIÓN: Siendo el van positivo quiere decir que el proyecto si es factible para la inversión.

TASA INTERNA DE RETORNO

Este es otro método de evaluación que al igual que el Valor Actual Neto (VAN), toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. Este método actualmente es muy utilizado por bancos, empresas privadas, industrias, organismos de desarrollo económico y empresas estatales.

Se podría interpretar a la Tasa Interna de Retorno, como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión. Los criterios de decisión son:

- ✓ Si la TIR es mayor que el costo de capital se acepta el proyecto
- ✓ Si la TIR es menor que el costo de capital se rechaza el proyecto
- ✓ Si la TIR es igual que el costo de capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.

Cuadro Nº 68					
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)					
PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ. 70,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 71,00%	VAN MAYOR
0			37.698,57		37.698,57
1	26.232,13	0,5882352941	15.430,66	0,5847953216	15.340,43
2	26.928,15	0,3460207612	9.317,70	0,3419855682	9.209,04
3	28.203,90	0,2035416243	5.740,67	0,1999915604	5.640,54
4	26.502,86	0,1197303672	3.173,20	0,1169541289	3.099,62
5	30.390,92	0,0704296278	2.140,42	0,0683942274	2.078,56
6	17.254,81	0,0414291928	714,85	0,0399966242	690,13
7	28.818,51	0,0243701134	702,31	0,0233898387	674,06
8	32.004,47	0,0143353608	458,80	0,0136782683	437,77
9	33.718,91	0,0084325652	284,34	0,0079989873	269,72
10	35.160,62	0,0049603325	174,41	0,0046777703	164,47
			438,78		**-94,23**

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

$$TIR = 70 + 1{,}00 \left(\frac{438{,}78}{533{,}01} \right)$$

$$TIR = 70 + 1{,}00 \left(0{,}82 \right)$$

$$TIR = 70 + 0{,}82 \left(\right.$$

$$\mathbf{TIR = 70{,}82} \ \%$$

INTERPRETACIÓN: La TIR para el presente proyecto es de 70,82%, la misma que es mayor a la tasa de oportunidad en el mercado (15%), siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.

B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.

CUADRO Nº 69						
RELACIÓN BENEFICIO COSTO R(B/C)						
ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL				**ACTUALIZACIÓN INGRESOS**		
PERIODO	**COSTO ORIGINAL**	**FACT. ACTUALIZ. 15,00%**	**COSTO ACTUALIZADO**	**INGRESO ORIGINAL**	**FACT. ACTUALIZ. 15,00%**	**INGRESO ACTUALIZADO**
0						
1	115291,74	0,8695652174	100253,69	149879,26	0,8695652174	130329,79
2	118791,12	0,7561436673	89823,15	154428,45	0,7561436673	116770,10
3	122438,74	0,6575162324	80505,46	159170,36	0,6575162324	104657,10
4	126240,05	0,5717532456	72178,16	164112,06	0,5717532456	93831,60
5	130200,68	0,4971767353	64732,75	169260,89	0,4971767353	84152,57
6	134461,49	0,4323275959	58131,41	174799,93	0,4323275959	75570,84
7	139298,53	0,3759370399	52367,48	181088,09	0,3759370399	68077,72
8	144313,09	0,3269017738	47176,21	187607,02	0,3269017738	61329,07
9	149511,69	0,2842624120	42500,55	194365,20	0,2842624120	55250,72
10	154901,07	0,2471847061	38289,18	201371,40	0,2471847061	49775,93
			645.958,03			839.745,44

$$R\ (B/C) = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

$$R\ (B/C) = \frac{839745,44}{645958,03}$$

R (B/C) = 1,30 Dólares

INTERPRETACIÓN: El resultado de la Relación Beneficio Costo en el presente proyecto es de 1,30; esto significa que por cada dólar invertido se obtiene una utilidad de 0,30 centavos de dólar, por lo tanto, el proyecto es ejecutable.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Consiste en el tiempo de recuperación de capital. Usualmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El período de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial.

En el siguiente cuadro se demuestra el tiempo requerido para que la empresa recupere la inversión inicial de capital.

Cuadro Nº 70			
PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PRC)			
PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA	FACTOR ACUMULADO
0	(37698,57)		
1		26.232,13	
2		26.928,15	53.160,28
3		28.203,90	81.364,18
4		26.502,86	107.867,04
5		30.390,92	138.257,96
6		17.254,81	155.512,76
7		28.818,51	184.331,28
8		32.004,47	216.335,75
9		33.718,91	250.054,66
10		35.160,62	285.215,28
		285.215,28	

PRC =	Año anterior a cubrir la inversión +	INVERSIÓN - SUMA DE LOS PRIMEROS FLUJOS / FLUJO AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN

$$PRC = 1 \frac{37698,57 - 26928,15}{28203,90}$$

PRC =		**1,38**		
			1	**Años**
	0,38 * 12 =	4,58	**4**	**Meses**
	0,58 * 30 =	17,48	**17**	**Días**

INTERPRETACIÓN: La inversión del presente proyecto se recuperará en 1 año, 4 meses, 17 días

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, porque se trata de medir si le afectan o no a un proyecto, dos situaciones que se dan en una economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos. Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 16,5% en los costos y una disminución del 13% en los ingresos. Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

* Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.

*Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.

* Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

INTERPRETACIÓN: Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores a 1, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos incrementados y los ingresos disminuidos en un 16,5% y en un 13%, respectivamente; es decir, el proyecto no es sensible a estos cambios como quedó demostrado al calcular los demás índices, por lo que el proyecto es conveniente.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO EN LOS COSTOS DEL 16,9 %

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL INCREMENTADO 16,90%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 41,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 42,00%	VAN MAYOR
0						37.698,57		37.698,57
1	115.291,74	134.776,04	149.879,26	15.103,22	0,7092198582	10.711,50	0,7042253521	10.636,07
2	118.791,12	138.866,82	154.428,45	15.561,64	0,5029928072	7.827,39	0,4959333466	7.717,53
3	122.438,74	143.130,89	159.170,36	16.039,47	0,3567324874	5.721,80	0,3492488356	5.601,77
4	126.240,05	147.574,62	164.112,06	16.537,45	0,2530017641	4.184,00	0,2459498842	4.067,38
5	130.200,68	152.204,60	169.260,89	17.056,29	0,1794338752	3.060,48	0,1732041438	2.954,22
6	134.461,49	157.185,48	174.799,93	17.614,45	0,1272580676	2.241,58	0,1219747492	2.148,52
7	139.298,53	162.839,98	181.088,09	18.248,11	0,0902539486	1.646,96	0,0858977107	1.567,47
8	144.313,09	168.702,01	187.607,02	18.905,02	0,0640098926	1.210,11	0,0604913456	1.143,59
9	149.511,69	174.779,16	194.365,20	19.586,03	0,0453970870	889,15	0,0425995391	834,36
10	154.901,07	181.079,35	201.371,40	20.292,04	0,0321965156	653,33	0,0299996754	608,75
						447,74		**-418,91**

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right) = 41{,}00 + 1{,}00 \left(\frac{447{,}74}{866{,}65} \right) = \mathbf{41{,}52\ \%}$$

Diferencias TIR =	*Tir Proyecto - Nueva Tir*	70,82	-	41,52 =	29,31 %
Porcentaje de variación =	*Diferencia. Tir / Tir del proyecto*	29,31	/	70,82 =	41,38%
Sensibilidad =	*Porcentaje de variación / Nueva Tir*	41,38	/	41,52 =	**0,9967**

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DE LOS INGRESOS DEL 13 %

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL DISMINUIDO 13,00%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 41,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 42,00%	VAN MAYOR
0						37.698,57		37.698,57
1	115.291,74	130.394,96	149.879,26	15.103,22	0,7092198582	10.711,50	0,7042253521	10.636,07
2	118.791,12	134.352,75	154.428,45	15.561,64	0,5029928072	7.827,39	0,4959333466	7.717,53
3	122.438,74	138.478,21	159.170,36	16.039,47	0,3567324874	5.721,80	0,3492488356	5.601,77
4	126.240,05	142.777,49	164.112,06	16.537,45	0,2530017641	4.184,00	0,2459498842	4.067,38
5	130.200,68	147.256,97	169.260,89	17.056,29	0,1794338752	3.060,48	0,1732041438	2.954,22
6	134.461,49	152.075,94	174.799,93	17.614,45	0,1272580676	2.241,58	0,1219747492	2.148,52
7	139.298,53	157.546,64	181.088,09	18.248,11	0,0902539486	1.646,96	0,0858977107	1.567,47
8	144.313,09	163.218,11	187.607,02	18.905,02	0,0640098926	1.210,11	0,0604913456	1.143,59
9	149.511,69	169.097,72	194.365,20	19.586,03	0,0453970870	889,15	0,0425995391	834,36
10	154.901,07	175.193,11	201.371,40	20.292,04	0,0321965156	653,33	0,0299996754	608,75
						447,74		**-418,91**

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right) = 41{,}00 + 1{,}00 \left(\frac{447{,}74}{866{,}65} \right) = \mathbf{41{,}52\ \%}$$

Diferencias TIR =	*Tir Proyecto - Nueva Tir*	70,82	- 41,52	= 29,31 %
Porcentaje de variación =	*Diferencia. Tir / Tir del proyecto*	29,31	/ 70,82	= 41,38%
Sensibilidad =	*Porcentaje de variación / Nueva Tir*	41,38	/ 41,52	= **0,9967**

h. CONCLUSIONES

- De acuerdo con los resultados del Estudio de Mercado, la demanda total para la ciudad de Loja es de 42868.
- La demanda insatisfecha es de 41868 familias
- La capacidad instalada para atender a clientes es de 12480 clientes, mientras que la capacidad utilizada será del 70% para el primer año ya que en los siguientes años aumentara en un 5 % por año.
- El monto total al que asciende la inversión es de $ 37698.57 dólares.
- El financiamiento del proyecto se estructura con los aportes de socios $ 19698,57 y un crédito con el Banco Nacional del Fomento por la cantidad $ 18000,00
- El resultado de los indicadores es el siguiente: el VAN es de $ 101312,98 la TIR 70.82%, el tiempo de recuperación de la inversión será de 1 año 4 meses y 17 días, los valores de análisis de sensibilidad son menores que 1 por lo tanto no afecta al proyecto los cambios en los costos incrementados y los ingresos disminuidos en un 16.5% y en un 13 % respectivamente es decir el proyecto es sensible a estos cambios.
- Podemos concluir que en la ciudad de Loja ya existe un K-CENTRO PICA pero podemos implementar una sucursal ya que existe una gran demanda que no está siendo aprovechada por la competencia, por ellos vamos a dar valores agregados y contribuir con el desarrollo socio-económico del país ya que esta empresa en mucho países aporta de manera favorable

i. RECOMENDACIONES

- Con el financiamiento propuesto en el presente proyecto realizar la implementación del proyecto, de manera que se cristalice su ejecución para beneficio de los inversionistas.
- Considerar por parte del inversionista privado el presente estudio puesto que garantiza una rentabilidad y un posicionamiento dentro del sector comercial de Loja
- Se recomienda que para la implementación de la sucursal K-CENTRO PICA debamos tener el conocimiento exacto del mercado, los proveedores, el ambiente socio-económico en que se desenvuelven la población de Loja.
- Adoptar la estrategia central definida por los objetivos de mercado, esto permitirá en todo momento tener claro panorama hacia donde quiera llegar la empresa
- Podemos agregar que el gobierno nacional debe apoyar este tipo de microempresas a través de políticas de estado que permitan la creación de las mismas, mediante créditos con bajos porcentajes de interés facilitando e desarrollo empresarial.
- Apoyar en la elaboración de este tipo de investigaciones por parte de la ciudadanía en general ya que al ponerse en marcha se beneficiaría al inversionista así como con la generación de empleos
- Se aspira que la investigación realizada constituya como fuente de consulta y en futuros estudios se actualicen con información relacionada con el tema

j. BIBLIOGRAFIA

- Arias Fidias(2006).El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica (5°ed)Caracas-Venezuela-Episteme
- Documento sobre “Elaboración y Evaluación de proyectos de Inversion”Centro de capacitación Ocupacional Integral Loja-Ecuador Año 1995 pág. 12
- GERRERO, Parra Francisca, 2005.Gestion de Stocks. ESIC 3° Edición
- NARESH, Malhotra K. Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico,Pag 90
- Módulo IV UNL, Carrera de administración de empresas: El proceso de mercadotecnia y la Gestión de Comercialización de Bienes y Servicios. 2009,PAG,114
- Miranda Juan José (2005) gestión de proyectos edición. Página 119
- BACA URBINA GABRIEL, Evaluación de proyectos, 3°Edicion 2000
- GITMAN LAWRENCE J; RESTREPO S. CARLOS. “Fundamentos de la Administración financiera”, Harla. México D.F. 1980
- ARIAS, Fernando. Administración de RRHH. Editorial México 1980 Trillas
- Sanchez Machado, R Evaluación de proyectos de inversión, Curso para Diplomados y Maestrias, Universidad Central de las Villas, Septiembre 1998.
- Modulo 10 Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión

- Lawrence, J, Gitman, “Fundamentos de la Administración Financiera” Editorial Harla
- Infante, Arturo. Educación Financiera de Proyectos de Inversión Editorial Norma 1992

LINKOGRAFIA

- http/www.eco-finanzas.com/diccionario/D/Demanda-Efectiva.htm
- http/www.promonegocios.net/producto/concepto-producto.html
- http://www.blog-emprendedor-info/que-es-elestudio-de-mercado/
- http//es Wikipedia.org/wiki/plaza

k. ANEXOS

ANEXO N. 1

FICHA RESUMEN

TEMA

“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA K-CENTRO PICA EN LA CIUDAD DE LOJA”

PROBLEMÁTICA

La situación actual se caracteriza por un proceso de globalización, por lo que se habla de una sociedad, compleja y contradictoria, que privilegia el mercado, fomentando la comercialización de bienes y servicios.

La Constitución de la República del Ecuador dispone que el sistema económico es social y solidario y tiene por objetivo garantizar la producción y las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir, en concordancia con el Art. 284, que establece que la política económica tiene como uno de sus objetivos mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenibles

Por tal motivo las empresas ecuatorianas del presente milenio se ven en la necesidad de realizar monitoreo o seguimiento de sus mercados ya que están permanentemente cambiando de preferencias de consumo, por lo que es importante conocerlos para ajustar los productos o servicios,

consecuentemente está la limitada competencia de las grandes medianas y pequeñas empresas de la región del sur del país.

Una de las industrias con mayor desarrollo en el Ecuador es la industria plástica que se ha convertido en las áreas más dinámicas y con mayor presencia dentro del sector.

Por tal motivo, ha generado un aumento en la importación de la materia prima y, en consecuencia, en la facturación del sector

El mercado nacional del plástico en el 2010 tenía un tamaño de 26 millones de toneladas métricas, está línea de productos principalmente se basa su materia prima en productos reciclables, además está compuesto por varios subgrupos como son los termoplásticos, poliuretanos, plásticos termoestables, elastómeros, adhesivos, recubrimientos y selladores y las fibras de polipropileno.

En Ecuador, Guayas es la provincia pionera de la industria, le siguen Pichincha Chimborazo y Azuay el resto de provincias tiene una participación insignificante y en algunos casos nula.. Recién en 1961 se creó, Plásticos Industriales C.A. (PICA), constituyéndose en la primera empresa Ecuatoriana que se dedicó a la elaboración con maquinaria altamente tecnificada. Para 1964, se lanza al mercado la primera gran industria de calzado y botas de PVC, En 1970 surge una nueva línea de fabricación, que permitió una integración vertical para la producción de calzado, el cuero plástico "Kuero Lite", el sintético de mayor semejanza al cuero natural. Diez años después la empresa construye una nueva planta, para empezar la producción de zapatillas para la playa, BORA BORA. Actualmente es la única en Latinoamérica que

fabrica bajo un mismo techo una extensa variedad de artículos que incluyen desde líneas para el hogar hasta línea de juguetes,

La venta de plásticos ha generado que existan varios aspectos negativos que han limitado el desarrollo de este subsector industrial, tales como: alta dependencia de las importaciones, sus productos no se han posicionado significativamente en el país, el mercado actualmente no está abastecido de estos productos, tiene dificultad para competir con los productos chinos porque son más baratos, genera limitados puestos de trabajo

Por tal motivo, el presente proyecto de inversión sobre la implementación de una sucursal de la empresa K-Centro Pica en la ciudad de Loja, nace de la necesidad de tener un local que satisfaga la compra de productos de plásticos muy demandados en todas las ciudades del país, donde se permita ofertar productos de denominados tipo menaje cuya utilización está enfocada en el hogar y la pequeña industria.

Además con la finalidad de conocer si es financieramente viable el emprendimiento como alternativa de inversión donde nos permita obtener una atractiva rentabilidad que justifique el costo de oportunidad de esta idea de negocio y así nos permita ser líderes en las ventas y competitivos con el mercado

Por lo tanto el tema de investigación denominado “PROYECTO DE INVERSION PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA K-CENTRO PICA EN LA CIUDAD DE LOJA ,encaminado a

contribuir con el desarrollo socio-económico y comercial de la ciudad de Loja brindándole productos de calidad

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

“Elaborar un proyecto de Inversión para la implementación de una sucursal de la empresa K-CENTRO PICA en la ciudad de Loja”

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un Estudio de Mercado para determinar la demanda y la oferta, para determinar la demanda insatisfecha y elaborar el plan de comercialización.
- Realizar el Estudio Técnico para determinar la capacidad instalada, la capacidad utilizada, la macro, la micro localización y la ingeniería del proyecto.
- Elaborar un Estudio Organizacional para determinar la base legal y la estructura orgánica administrativa de la empresa.
- Elaborar un Estudio Financiero, para determinar las inversiones, los presupuestos, los ingresos y egresos y los estados financieros.
- Realizar la Evaluación Financiera utilizando los índices de evaluación financiera haciendo uso del Valor actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Periodo de Recuperación de Capital (PRC), Relación Beneficio Costo (RBC), y el análisis de sensibilidad.

MÉTODOS

Los métodos que se utilizaremos son los siguientes:

- **Método descriptivo**.- Es un proceso que permite analizar descripciones de hechos y fenómenos actuales. Éste método se utilizó para evidenciar y detallar la problemática planteada, además este método sirvió para exponer y realizar el análisis respectivo de cada una de las partes que conforman el marco teórico, como la implementación de la empresa antes mencionada.
- **Método analítico.-** Consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos.

  Este método sirvió para realizar un análisis, cuantitativo y cualitativo en la que se explica la realidad por medio del marco teórico, así como el punto de equilibrio, y conocer la factibilidad de poner en marcha una empresa dedicada a la venta de plásticos en diferente gamas.
- **Método Sintético.-** Es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis; se trata en consecuencia de hacer una explosión metódica y breve.

  Con éste método se encontró coherencia teórica, lógica y metodológica a lo largo del trabajo, basándose para ello en la realidad de la demanda social y la oferta productiva que hace la empresa con el apoyo de la investigación.
- **Método deductivo.-** Es un proceso sintético - analítico; se presentan leyes o normas generales. Sirvió para describir los aspectos relacionados a la compilación teórica.

- **Método inductivo.-** Es un proceso analítico-sintético, mediante el cual se parte del estudio de hechos o fenómenos particulares, para llegar al descubrimiento de un principio o ley general.

  Éste método se utilizó para generalizar la aplicación del proyecto de implementación

TÉCNICAS

- **Técnica de la Observación.-** Es una técnica que nos permite conocer directamente, los acontecimientos, de un caso en singular, esta me permitirá conocer cuáles son las necesidades de los clientes, sus exigencias, preferencias y gustos. Con el objetivo de vender un producto de buena calidad a un bajo costo, que llene las expectativas de los clientes.
- **La encuesta,** Es una técnica de recolección de información por medio de preguntas escritas organizadas en un cuestionario impreso.
- Está técnica se aplicó para investigar hechos o fenómenos de forma general la misma que será dirigida a los consumidores mediante un conjunto selecto de una muestra, la misma que se realizará con toda la exactitud, del sector involucrado en el estudio, para sobre esa base tomar decisiones en cuanto a inversión.
- En el presente proyecto se utilizó la técnica de la encuesta en donde se aplica la fórmula para saber a cuantas personas en la Ciudad de Loja se tomaran en cuenta para la respectiva encuesta.

POBLACIÓN Y MUESTRA

- **Población:** El estudio de mercado se encuentra dirigido a todas las familias, por ser consideradas como las demandantes del servicio que se ofrece.
- **Muestra:** El proceso de selección de la muestra se lo realizó a través del método del muestreo aleatorio estratificado, este método da a todos los individuos de una población las mismas posibilidades de ser elegidos para contestar el cuestionario, este hecho, disminuye sustancialmente la posibilidad de cometer sesgos, ya que la muestra se estructura como un segmento muy representativo de la población.

  Para determinar el número de encuestas se utiliza la población en general de la Ciudad de Loja, la misma que asume a 180617 habitantes, distribuidos por familias conformados 4 miembros, según el censo los datos del INEC 2010, así como también las fórmulas estadísticas:

Proyección de la Muestra para consumidores

Tasa de Crecimiento Poblacional de la ciudad de Loja = 2.65% = 0,0265

Pf = Po (1 + i) n

Pf = 180617 $(1+0,0265)^{5}$

Pf = 205851.20

Pf = 205851.20 / 4 integrantes por familia

Pf= 51462.80 Muestra:

Una vez elegida la población de estudio aplicamos la fórmula estadística para saber cuántas encuestas debería aplicarse en dicha población.

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

$$n = \frac{51462.80}{1 + 0.05^2 x\ 51462.80}$$

$$n = \frac{51462.80}{129.76}$$

n = 398 encuestas.

Dónde:

N= Población
e= Error maestral 5% —► 0.05
n = Muestra

TAMAÑO DE LA MUESTRA PARA LA OFERTA: Se determinó la muestra con el único establecimiento que comercializa productos de plásticos Pica en la Ciudad de Loja, siendo una sola persona que tiene la distribución autorizada por la marca

ÍNDICE

PORTADA i

CERTIFICACIÓN..... ii

AUTORÍA iii

CARTA DE AUTORIZACIÓN iv

DEDICATORIA.....v

AGRADECIMIENTO..... vi

a. TÍTULO.....1

b. RESUMEN.....2

ABSTRACT 5

c. INTRODUCCIÓN.....8

d. REVISIÓN DE LITERATURA.....11

e. MATERIALES Y MÉTODOS.....30

f. RESULTADOS.....34

g DISCUSIÓN.....52

h. CONCLUSIONES.....129

i. RECOMENDACIONES 130

j. BIBLIOGRAFÍA.....131

k. ANEXOS.....133

INDICE 141