



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
Facultad Jurídica, Social y
Administrativa
Carrera de Banca y Finanzas

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
SUCURSAL DE LA EMPRESA COMERCIAL PAÑALERA
BABYSHOP EN LA CIUDAD DE LOJA”.**

Tesis previa a optar al
grado de Ingeniera en
Banca y Finanzas

AUTORA:

Tatiana Anabel Morales Palacios.

DIRECTOR:

Ing. Carlos Alfredo Rodríguez Armijos Mg. Sc.

LOJA – ECUADOR

2019

*No basta con
alcanzar la
sabiduría, es
necesario saber
utilizarla.*



Ing. Carlos Alfredo Rodríguez Armijos Mg. Sc. **DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA CARRERA DE BANCA Y FINANZAS Y DIRECTOR DE TESIS.**

CERTIFICA:

Que he dirigido el trabajo de tesis de grado titulada **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA COMERCIAL PAÑALERA BABYSHOP EN LA CIUDAD DE LOJA"**, elaborada por la aspirante: **Tatiana Anabel Morales Palacios**, previa a la obtención del grado de Ingeniera en Banca y Finanzas; la misma que ha sido sometida a revisiones y correcciones pertinentes; por lo cual autorizo su presentación ante el Honorable Tribunal de Grado

Loja, 19 de Marzo del 2019



Ing. Carlos Alfredo Rodríguez Armijos Mg. Sc.
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **Tatiana Anabel Morales Palacios**, declaro ser la autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes Jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente declaro y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.

Autor: Tatiana Anabel Morales Palacios

Firma: 

Cedula N°: 110412405-0

Fecha: Loja, 19 de Marzo del 2019

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

Yo, **TATIANA ANABEL MORALES PALACIOS**, declaro ser la autora de la tesis titulada **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA COMERCIAL PAÑALERA BABYSHOP EN LA CIUDAD DE LOJA"**, como requisito para optar el grado de Ingeniera en Banca y Finanzas; autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre al mundo la producción intelectual de la universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional: Los usuarios pueden consultar los contenidos de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y el 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 19 días del mes de Marzo del dos mil diecinueve, firma la autora.

Firma: _____

Autor: Tatiana Anabel Morales Palacios

Cedula: 110412405-0

Dirección: Loja, El Panecillo (Andrés Bello y Miguel Ángel Suarez)

Correo Electrónico: tatimorales25@hotmail.com

Teléfono: 0994977303

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTORA DE TESIS: Ing. Carlos Alfredo Rodríguez Armijos, Mg. Sc.

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

PRESIDENTE: Ing. Neusa Cecilia Cueva Jiménez, Mg. Sc.

VOCAL: Lic. Franklin Yovani Malla Alvarado, Mg. Sc.

VOCAL: Ing. Jorge Luis López Lapo, Mg. Sc.

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de tesis primeramente a Dios por bendecirme en todo momento, haciendo realidad este sueño anhelado y por ser la fortaleza fundamental para poder seguir adelante.

A mi madre **RITA PALACIOS** y mi padre **JOSÉ MORALES** quienes siempre me han brindado el apoyo constante, con sus consejos y valores que me ha permitido ser una persona de bien, tratando de que siempre salga adelante y agradecerles por estar conmigo en los malos y buenos momentos.

A mis queridos abuelitos Elvira y Rubén, que, a pesar de nuestra distancia física, siento que siempre están junto a mí, desde el cielo acaricio sus bendiciones infinitas.

A mis hermanos Jhon y Milton, y mis sobrinos Alejandro, Elena y Aaron y mi mejor amigo Marco Solórzano que con sus ocurrencias me han brindado la fortaleza y cuidado para poder concluir con el presente proyecto.

Sin dudarle agradecerle a mi novio José Puertas y mis dos amigos incondicionales Marco y María que con mucho amor y afecto han estado siempre conmigo, que sin su apoyo no hubiese sido posible culminar esta etapa de mi vida.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que les encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí vida, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Tatiana Morales

AGRADECIMIENTO

Gracias a la Universidad Nacional de Loja, por haberme aceptado y ser parte de ella, abriéndome las puertas de su seno científico para poder optar por la carrera de Banca y Finanzas como la mejor opción para mi formación académica.

Así como también el agradecimiento muy profundo al personal docente de mi carrera, quienes, por su acogida y el apoyo constante en todo el periodo, me brindaron de su gran conocimiento para la formación académica deseada.

Al Ing. Carlos Alfredo Rodríguez Armijos, docente y Asesor del Proyecto, por su valiosa y eficiente asesoría, sus clases magistrales y también por su interés constante en el desarrollo del proyecto y la culminación del mismo.

A la señora Claudia Coralina Luzuriaga Flores, por abrirme las puertas de su empresa para la realización del proyecto.

La Autora

1. TEMA

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA COMERCIAL PAÑALERA BABYSHOP EN LA CIUDAD DE LOJA”.

2. RESUMEN

El proyecto de factibilidad para la creación de una sucursal de la empresa comercial pañalera Babyshop en la ciudad de Loja, comprende un plan de análisis de diversos factores con el fin de establecer una sucursal como una alternativa para mejorar la atención y cubrir con toda la demanda de clientes y así obtener un mejor desempeño de los mismos y poder cumplir a cabalidad con las metas y objetivos propuestos.

El presente proyecto se realizó en base a cinco objetivos determinados: estudio de mercado, técnico, administrativo-legal, económico-financiero y la evaluación financiera.

Para dar cumplimiento con estos objetivos se utilizó diferentes métodos como el científico que sirvió como guía sistemática para llevar a cabo todo el proceso de investigación mediante la adquisición de nuevos conocimientos, el método inductivo que ayudó a establecer la demanda, las conclusiones y recomendaciones, el método descriptivo donde se detalla los procesos y requerimientos necesarios para la organización del proyecto, y posteriormente el método analítico donde se analizó la información obtenida de las encuestas, así como también los resultados emitidos por los indicadores de evaluación financiera.

Para los resultados obtenidos en el estudio de mercado, se demostró que existe una demanda de 304 clientes como resultado de la aceptación y la creación de la nueva sucursal, en el estudio técnico, se estableció que la ubicación de la nueva sucursal estará situada en la zona norte de la ciudad de Loja. A continuación, se detallaron los aspectos legales de la entidad, donde se determinó los permisos de funcionamiento, manuales de funciones de cada cargo y el reglamento interno de la nueva sucursal. Por último, se realizó el estudio financiero en el que se detalla los recursos utilizados como la inversión, el financiamiento, costos, ingresos, rentabilidad, y el flujo de efectivo para posteriormente utilizar las herramientas de evaluación financiera como el valor actual neto, la tasa interna de retorno, la relación beneficio-costos, periodo de recuperación de capital y el análisis de sensibilidad.

SUMMARY

The feasibility project for the creation of a branch of the commercial company Diapera Babyshop in the city of Loja, comprises a plan of analysis of diverse factors in order to establish a branch as an alternative to improve the attention and to cover with All the demand of clients and thus to obtain a better performance of the same ones and to be able to fulfill in full with the goals and objectives proposed.

The present project was based on five specific objectives: market research, technical, administrative-legal, economic-financial and financial evaluation.

To comply with these objectives, different methods were used as the scientist who served as a systematic guide to carry out the whole investigation process through the acquisition of new knowledge, the inductive method that helped to establish the Demand, the conclusions and recommendations, the descriptive method detailing the processes and requirements necessary for the organization of the project, and later the analytical method where the information obtained from the surveys was analyzed, as well as Also the results issued by the financial assessment indicators.

For the results obtained in the market study, it was demonstrated that there is a demand of 304 customers as a result of the acceptance and creation of the new branch, in the technical study, it was established that the location of the new branch will be located in the area North of the city of Loja. The legal aspects of the entity were then detailed, where the operating permits, the functions manuals of each office and the rules of procedure of the new branch were determined. Finally, the financial study was carried out detailing the resources used as investment, financing, costs, income, profitability, and cash flow to later use the financial assessment tools as the value Current NET, internal rate of return, benefit-cost ratio, period of capital recovery and sensitivity analysis.

3. INTRODUCCIÓN

El emprendimiento de una nueva idea empresarial, implica el desarrollo de un plan de negocio o la definición de un proyecto de inversión, que sea idóneo según las necesidades del mercado potencial al que se pretender llegar.

Para la ejecución de un proyecto es de vital importancia realizar un estudio de factibilidad ya que este, a través de una serie de procesos logra comprobar si será rentable económicamente y si dispondrá de la acogida favorable por el público permitiendo determinar si es pertinente desarrollarlo.

La investigación pretende por medio de un estudio de factibilidad, determinar la creación de una sucursal de la pañalera Babyshop, las condiciones necesarias de mercado, organizacionales y financieras, buscando garantizar su éxito comercial y financiero. Para lograr este objetivo, se parte de la necesidad de definir un plan de negocio idóneo que ayude a identificar las variables de éxito del proyecto y seguidamente evaluar su vulnerabilidad por medio de un análisis de sensibilidad.

En la ciudad de Loja existe un amplio mercado para esta importante labor, es por ello que la creación de una sucursal de dicha empresa se convierte en una alternativa de negocio con proyección y crecimiento a mediano y largo plazo, así como la intención de generar empleo y mejorar la calidad del servicio contando con una alta demanda de clientes potenciales tratando de satisfacer las necesidades de los consumidores.

El proyecto se enmarca dentro de una investigación práctica ya que se está proponiendo una solución para aumentar la oferta de servicios de pañaleras frente a una demanda creciente y que día a día exige más empresas completas de este tipo.

De esta manera se pretende que con este proyecto se pueda seguir expandiendo con la creación de más sucursales, no solo dentro de la ciudad de Loja, sino a nivel cantonal y nacional.

La estructura del presente trabajo de tesis de acuerdo al artículo 151 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja que está dada por: el **Título** que es la base del desarrollo del trabajo, titulado, Proyecto de Factibilidad para la creación de una sucursal de la Empresa Comercial Pañalera Babyshop en la ciudad de Loja, **Resumen** que es la síntesis global de los resultados encontrados en base a los objetivos del proyecto; **Introducción** donde se destaca lo más relevante del tema, su aporte y la estructura del trabajo; **Revisión de la Literatura** aquí se plasma los conceptos y definiciones utilizadas para la investigación; **Materiales y Métodos** en donde se detallan los elementos necesarios para la ejecución del proyecto, métodos que se utiliza para obtener ideas claras de lo que se requiere saber acerca de la temática en estudio; así como las técnicas aplicadas con la finalidad de recopilar la información veraz y oportuna, los **Resultados** que constituyen la parte fundamental del desarrollo del proyecto con la aplicación de las encuestas a los clientes de la pañalera Babyshop en la ciudad de Loja, y encontrar la demanda existente que por medio de la ejecución de una serie de estudios, se determina la factibilidad de la nueva sucursal; **Discusión** que es un contraste de la teoría con la práctica, analizando los estudios realizados en el transcurso del proyecto; **Conclusiones**, que señalan los puntos más relevantes en base a los resultados obtenidos; **Recomendaciones**, soluciones dadas en base a las conclusiones planteadas; **Bibliografía**, que es la recopilación e información de libros y páginas web que sustentan el trabajo; **Anexos**, se adjuntan los documentos que sirven como información de apoyo para el desarrollo del trabajo.

4. REVISIÓN DE LITERATURA

4.1. Empresa

Una Empresa es un sistema conformado por personas que realizan diversas actividades y hacen uso de distintos tipos de recursos para la producción de bienes y/o la prestación de servicios con el que pretenden satisfacer alguna necesidad de la sociedad a cambio de obtener una utilidad o beneficio (Thompson, 2012).

4.2. Empresa Comercial

Una empresa comercial es una compañía dedicada a la compra y venta de productos o mercancías, legalmente registrada y operada bajo normas comerciales socialmente aceptadas, que sirve de intermediaria entre productores y consumidores.

4.3. Los 3 Tipos de Empresas Comerciales

4.3.1. Mayorista

Son aquellas que se encargan de comercializar a gran escala productos y mercancías. Por lo general estas empresas compran grandes cantidades de materia prima o productos, para luego venderlos o distribuirlos entre las empresas minoristas o de detal.

4.3.2. Minorista

Es una empresa que se encarga de la comercialización de productos a pequeña escala. No necesariamente tiene que ser una pequeña empresa.

Este tipo de empresa es el último eslabón en la cadena de comercialización de un producto o mercancía, dado que es la que lo vende al consumidor final. Los abastos y supermercados entran en esta categoría.

4.3.3 Comisionista

Es una empresa intermediaria que se dedica a vender productos a otra empresa a cambio de recibir una determinada comisión.

4.4. Empresa matriz, agencia y sucursal

4.4.1. Matriz

Según Alicia (2012) manifiesta que casa principal o matriz, término utilizado por ser el de mayor uso en el medio económico gubernamental y empresarial; es la sociedad que ostenta el control o dominio o poder de decisión sobre otra llamada subordinada sucursal.

Características:

1. Ubicación geográfica única.
2. Posee dominio o control de decisión.
3. Independencia económica.
4. Representación legal permanente.
5. Cuenta con Inventario.
6. Distribuye mercancías.
7. Realiza facturación. (ventas y cobranza)
8. Crea empresas y sucursales.
9. Representación legal permanente.
10. Tiene autonomía de gestión.
11. Responde por las obligaciones de la sucursal.

4.4.2. Agencia

Según la autora Alicia (2012) manifiesta que son entes económicos independientes que se encargan de fomentar los negocios de otros entes económicos, actúan en nombre y por cuenta de un tercero de manera independiente. Responden a sus derechos y obligaciones en forma también independiente.

Características:

1. Persona natural o jurídica propia.
2. Ubicación geográfica fuera de la principal matriz.

3. Independencia decisoria de la casa principal matriz.
4. Independencia económica.
5. Representación legal permanente.
6. Tiene autonomía total de gestión.
7. Responde por sus obligaciones.
8. No factura. (solo remite)
9. Cobranza y remisión a la casa principal matriz.
10. No mantiene inventario.
11. Distribución y colocación de mercancías de un tercero.
12. Mantiene contratos de condiciones o exclusividad.
13. Es comisionista.
14. Comisionista.

4.4.3. Sucursales

Según la autora Alicia (2012) el establecimiento mercantil o industrial que depende de otro, llamado central o principal, siendo este mismo una extensión de la central o principal, cuyo nombre reproduce, ya sea dentro de la misma o distinta ciudad.

Es un establecimiento mercantil o industrial que depende de otro, llamado central o principal, cuyo nombre reproduce, ya esté situado en distinta población o en barrio distinto de una ciudad importante. Los bancos, las grandes casas de comercio, los hoteles poseen con frecuencia sucursales cuando los negocios marchan favorables.

Las sucursales mantienen la unidad de firma social, no poseen capital propio ni responsabilidad separada, aunque puedan gozar de relativa independencia dentro de la estructura interna de la institución. Sus jefes son gerentes con mayores o menores atribuciones. Llevan contabilidad especial, que luego se resume en la general del establecimiento.

Las sucursales integran especie, de colonias o bases económicas de las grandes empresas, cuyas instrucciones y suministros proceden por lo común y exclusivamente de lo casa central o matriz.

Características:

1. Carece de personería jurídica independiente de la principal. (solo dependiente)
2. Ubicación geográfica fuera de la principal matriz.
3. Carece de decisión.
4. Dependencia económica.
5. Representación legal permanente.
6. Tiene autonomía de gestión específica.
7. No responde por sus obligaciones.
8. Ya sea local o foránea.
9. Registro contable. (puede o no)
10. No cuenta con capital.
11. Realiza facturación.
12. Cobranza, autorizar créditos.
13. Inventario.

4.5. Proyecto

Según Sapag (1991) manifiesta que "un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantas, una necesidad humana."

Por otro lado, Thompson (2006) señala que "un proyecto es una técnica que busca recopilar, crear y analizar en forma sistemática un conjunto de antecedentes económicos que

permitan juzgar cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de asignar recursos a una determinada iniciativa.”

Un proyecto, es una tarea innovadora, que involucra un conjunto ordenada de antecedentes, estudios y actividades planificadas y relacionadas entre sí, que requiere la decisión sobre el uso de recursos, que apuntan a alcanzar objetivos definidos, efectuada en un cierto periodo, en una zona geográfica delimitada y para un grupo de beneficiarios, solucionando problemas, mejorando una situación o satisfaciendo una necesidad y de esta manera contribuir a los objetivos de desarrollo de un país (Rosales, 2011)

4.6. Proyecto de inversión

“Es una propuesta técnica y económica para resolver un problema de la sociedad utilizando los recursos humanos, materiales y tecnológicos mediante un documento escrito que comprende una serie de estudios que permiten al inversionista saber si es viable su realización” (Córdoba, 2011).

4.7. Factibilidad

Según Valera (1997)“se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”.

La factibilidad, indica la posibilidad de desarrollar un proyecto, tomando en consideración la necesidad detectada, beneficios, recursos humanos, técnicos, financieros, estudio de mercado, y beneficiarios (Gómez, 2000).

4.7.1. Estudio de Factibilidad

Según Varela (1997) nos dice que el estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

El estudio de factibilidad nos permite recopilar información importante para un proyecto permitiéndonos tomar la decisión correcta para ver si se realiza el estudio, desarrollo o la implementación del proyecto.

4.7.2. Objetivos que determinan la Factibilidad

Según Pineda (2005) determina los siguientes objetivos de factibilidad:

- ❖ Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.
- ❖ Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de los recursos no necesarios.
- ❖ Integración de todas las áreas y subsistemas
- ❖ Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.
- ❖ Hacer un plan de producción y comercialización.
- ❖ Aceleración en la recopilación de los datos.
- ❖ Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de las tareas.
- ❖ Automatización óptima de procedimientos manuales.
- ❖ Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos señalados.
- ❖ Saber si es posible producir con ganancias.
- ❖ Conocer si la gente comprará el producto.

4.8. Proyecto Factible

Para Arias (2006) señala: “Que se trata de una propuesta de acción para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad. Es indispensable que dicha propuesta se acompañe de una investigación, que demuestre su factibilidad o posibilidad de realización”.

Según Labrador y Otros, (2002), expresan: “El diagnóstico es una reconstrucción del objeto de estudio y tiene por finalidad, detectar situaciones donde se ponga de manifiesto la necesidad de realizarlo”

Para Stoner, Freeman y Gilbert (2000) el plan hace referencia a un amplio conjunto de fines, objetivos, estrategias, recursos, etc. para lograr el desarrollo de un sector amplio (plan de desarrollo económico de un país o comunidad, plan de estudios).

La UPEL (1998) define el proyecto factible como un estudio “que 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”

Según Pineda (2005) si el proyecto es factible, se puede pensar en diseñar un plan de proyecto para su ejecución y poder convertir el proyecto en una unidad productiva de un bien o servicio planteado.

Además Pineda (2005) menciona que, los proyectos en los cuales se busca la factibilidad, son aquellos que intenta producir un bien o servicio para satisfacer una necesidad; para ello se necesita definir su rentabilidad o no, éste es el objetivo de la evaluación financiera.

4.8.1. Evaluación de un Proyecto Factible

Para Pineda (2005) un proyecto factible, es el que ha aprobado cuatro evaluaciones básicas:

- Evaluación de Mercado
- Evaluación Técnica
- Evaluación Financiera.
- Evaluación Socio-económica.

4.9. Tipos de Factibilidad

4.9.1. Estudio de Mercado

Para Pineda (2005) el estudio de mercado tiene como finalidad determinar si existe o no, una demanda que justifique la puesta en marcha de un programa de producción de ciertos bienes o servicios, en un espacio de tiempo.

Según Malhotra (1997), clasifica al estudio de mercado como un tipo de investigación descriptiva (tipo de investigación concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones del mercado), así como lo son también: los estudios de participación, los estudios de análisis de ventas, los estudios de imagen, entre otros.

Para Córdoba (2006), refiere que el estudio de mercado permite conocer la situación que existe entre la oferta, la demanda y los determinados precios de un bien para saber si existe una demanda potencial que pueda ser cubierta mediante un aumento de los bienes ofrecidos.

Para poder llevar a cabo un estudio de mercado, es necesario primero definir cuál es nuestro mercado, en base a nuestro producto y sus especificaciones, para poder generar herramientas o para realizar una investigación sobre un determinado mercado meta.

4.9.1.1 Demanda

“La demanda se define como la cantidad que están dispuestos a comprar los consumidores de un determinado producto o servicios, considerando un precio y en un determinado periodo” (Suárez, 2011).

4.9.1.1.1 Determinación de la demanda

Según Morales (2009) a relación entre las diferentes alternativas de precio y la demanda resultante se expresa en una curva de demanda. En términos generales, la demanda y el precio tienen una relación inversa: cuanto más alto es el precio, menor es la demanda. El estudio de la de-manda tiene como propósitos:

- Cuantificar la cantidad de productos que el mercado está dispuesto a adquirir.
- Conocer las características de los productos que requiere el mercado.
- Determinar si el producto puede satisfacer las necesidades del mercado.
- Conocer a detalle las necesidades de la población.
- Identificar las características de los consumidores.

4.9.1.1.2. Demanda potencial

“Es la cuantificación de los requerimientos de productos de la población, independientemente de que ésta pueda o no adquirirlos, es decir, es la determinación en términos cuantitativos de los requerimientos de productos para satisfacer las necesidades de la población” (Morales, 2009).

4.9.1.1.3. Demanda real

“Es la cantidad de productos que la población puede adquirir, determinada principalmente por su nivel de ingresos, dado que es lo que le proporciona el poder de compra” (Morales, 2009).

4.9.1.1.4. Demanda efectiva

“Es la demanda real; es decir la cantidad que realmente compran las personas de un producto o servicio” (Morales, 2009).

4.9.1.1.5. Demanda insatisfecha

Es aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la Oferta.

4.9.1.2 Oferta

El estudio de oferta tiene por objeto identificar la forma como se han atendido y se atenderán en un futuro, las demandas o necesidades de la comunidad. La oferta es también una variable que depende de otras, tales como: Morales (2009) los costos y disponibilidad de los insumos, las restricciones determinadas por el gobierno, los desarrollos tecnológicos, las alteraciones del clima etc.

“El termino oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a vender a determinados precios” (Sapag, 2010).

4.9.1.2.1. Las 7 P'S

Según Kotler (2012) definía el Marketing Mix como el conjunto de herramientas tácticas controlables de marketing que la empresa combina para producir una respuesta deseada en un mercado objetivo específico. Es decir, que el Marketing Mix incluye todo lo que la empresa puede realizar para influir en su consumidor para la demanda de su producto.

Existen herramientas específicas tanto para el marketing de productos como para el sector de servicios, esta es una adaptación de la primera logrando formar una combinación final de 7 elementos: producto, precio, plaza, promoción y a mayores personas, evidencia física y procesos.

4.9.1.2.1.1 Producto

El producto, sea bien o servicio, se centra en la satisfacer las necesidades del consumidor. El producto puede ser intangible o tangible, ya que puede ser en forma de servicios o bienes. Dentro del producto se ubican aspectos relevantes como la imagen, la marca, el empaque o los servicios posventa. Así mismo, se deben tomar en cuenta criterios acerca de la cartera de productos, de su estrategia de diferenciación de los mismos, del ciclo de vida o incluso de lanzamiento de nuevos productos: de la misma forma también se necesitará prestar atención a aspectos como el empleo de marcas, garantías y servicios post-venta. Un producto tiene un cierto ciclo de vida que incluye la fase de crecimiento, la fase de madurez y la fase de declive de ventas. Es importante que los especialistas en marketing reinventen sus productos para estimular una mayor demanda una vez que llegue a la fase de declive de ventas.

4.9.1.2.1.2. Precio

El precio del producto es el monto que un cliente paga por disfrutar de un bien o servicio. Las decisiones sobre el precio son de importancia vital en la estrategia de marketing de cualquier empresa, siendo la variable de Marketing Mix que mayor número de decisiones

suele generar, pues determina los beneficios y la supervivencia de su empresa. Establecer el precio del producto tiene un gran impacto en toda la estrategia de marketing y afecta en gran medida las ventas y la demanda del mismo. Los precios siempre ayudan a formar la percepción de su producto a los ojos de los consumidores, pues un precio bajo, comúnmente, significa un bien inferior en los ojos de los consumidores, ya que comparan su bien con un competidor.

4.9.1.2.1.3. Plaza

Es el lugar o punto desde el que ofrecemos el producto a los clientes, es decir lo distribuimos. La ubicación o distribución es una parte muy importante de la definición de la mezcla de productos. Debe posicionar y distribuir el producto en un lugar accesible para su público y clientes potenciales. Esto viene de la mano con un conocimiento intensivo del mercado al que se dirige.

4.9.1.2.1.4. Promoción

La promoción puede impulsar el reconocimiento y las ventas de la marca. El principal propósito de la promoción es crear interés en el bien o servicio y en la empresa, para que pueda diferenciarse de la competencia, comunicar y representar los beneficios de los servicios disponibles; así como, persuadir a los clientes para que compren o usen el bien o servicio.

4.9.1.2.1.5. Personas

Si hay algo que define a los servicios es que no pueden sustraerse de las personas que los suministran y por lo tanto el personal puede llegar a ser un factor clave en la diferenciación de los servicios y en su posicionamiento. Los colaboradores de la empresa son importantes en el marketing porque son ellos quienes brindan el servicio. Es importante contratar y capacitar a las personas adecuadas para brindar un servicio de alta calidad a los clientes; esta

es una ventaja competitiva interna que una empresa puede tener sobre otros competidores, la cual puede afectar intrínsecamente la posición de una empresa en el mercado.

4.9.1.2.1.6. Procesos

Se define como los mecanismos en la prestación de un servicio que afectan a la calidad percibida del mismo. Se debe plantear, estratégicamente, el proceso correcto según el canal elegido, pues afectan la ejecución del servicio; si se realizará desde un sitio web la empresa debe tener en cuenta que el sitio se maneje de forma sencilla y accesible, que el cliente encuentre lo que necesite de una manera rápida y sin complejidades. Si es de forma personal se enfoca en el trato al cliente, con la finalidad del retorno para una venta. Por lo tanto, debe asegurarse de contar con un proceso bien adaptado para minimizar costos.

4.9.1.2.1.7. Presencia física

En las empresas que ofrecen servicios, debe existir evidencia física de que el servicio fue otorgado. Además, la presencia física se refiere también a cómo se percibe una empresa, sus productos en el mercado y presencia de marca en la mente del consumidor.

El diseño y creación de un contexto o espacio físico debe ser una acción bien planificada para una empresa en que se realiza un servicio y en dónde interactúa la marca y el consumidor, es por ello que muchas instituciones cuentan con sedes en varias ubicaciones o franquicias con un ambiente homogéneo unas con otras para lograr proyectar una imagen global en todos sus establecimientos.

4.9.2 Estudio Técnico

El objetivo de un estudio técnico es verificar cuán posible es fabricar un producto o brindar un servicio, analizando el tamaño óptimo, localización más favorable, equipos a utilizar, instalaciones necesarias y la organización requerida para su ejecución (Prieto, 2009).

Para Córdoba (2011) el estudio técnico busca responder a las interrogantes: ¿cuánto, dónde, cómo y con qué producirá la empresa?, así como diseñar la función de producción

óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado.

Según Murcia y otros (2009) acotan que el hecho de que un proyecto sea viable técnicamente significa que el bien o servicio que el proyecto va a ofertar puede ser producido o comercializado con la tecnología disponible y asequible para el inversionista, en la cantidad y calidad proyectada, y en la localización seleccionada a un costo competitivo

Según Pineda (2005) el estudio técnico tiene por objeto proveer información, para cuantificar el monto de las inversiones y costos de las operaciones relativas en esta área.

El estudio técnico mantiene fases metodológicas, las cuales se las representa a continuación:

- Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.
- Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto
- Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros
- Identificación y descripción del proceso
- Determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto

4.9.1.1. Tamaño del Proyecto

“Hace referencia a la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la capacidad de maquinaria y equipos requeridos para alcanzar un volumen de producción óptima”. (Meza, 2010).

4.9.1.1.1. Capacidad Instalada

“Corresponde a la capacidad máxima disponible de producción permanentemente de la empresa” (Flórez, 2010).

4.9.1.1.2. Capacidad Utilizada

“Es el porcentaje de la capacidad instalada que en promedio se está utilizando, teniendo en cuenta las contingencias de producción y ventas, durante un tiempo determinado” (Córdoba, 2011).

4.9.1.2. Localización.

El objetivo que persigue la localización del proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental porque una vez localizado y construidas las instalaciones del proyecto, no es fácil cambiar de domicilio (Meza, 2010).

4.9.1.2.1. Macro localización

La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto. Ésta tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente. Además, compara las alternativas propuestas para determinar las regiones o terrenos más apropiados para el proyecto (Córdoba, 2011).

4.9.1.2.2. Micro localización

“Una vez que se ha escogido la región donde se puede localizar el proyecto (macro localización), se comienza el proceso de elegir la zona y dentro de esta, el sitio preciso” (Flórez, 2010).

4.9.1.3. Ingeniería del Proyecto

Córdoba (2011) afirma que el estudio de ingeniería es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto. La ingeniería del proyecto tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto cuya disposición en planta conlleva a la adopción de una determinada

tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos.

También se ocupa del almacenamiento y distribución del producto, de métodos de diseño, de trabajos de laboratorio, de empaques de productos, de obras de infraestructura y de sistemas de distribución.

4.9.3. Estudio Administrativo Legal

El análisis de los aspectos legales en la etapa de estudio de su viabilidad económica no debe confundirse con la viabilidad legal. Mientras la viabilidad legal busca principalmente determinar la existencia de alguna restricción legal a la realización de una inversión en un proyecto como el que se evalúa, el estudio de los aspectos legales en la viabilidad económica pretende determinar cómo la normatividad vigente afecta la cuantía de los beneficios y costos de un proyecto que ya demostró su viabilidad legal (Nassir, 2011).

4.9.3.1. Estudio Organizacional

Un estudio de organización es la aplicación de métodos y técnicas para diseñar estructuras organizativas, eficaces y racionales, mediante el uso efectivo y económico de los recursos humanos necesarios para el cumplimiento de las funciones de planificación, ejecución y control, propias de cualquier núcleo organizativo (Córdoba, 2011).

4.9.3.1.1. Estructura Legal

“Es el andamiaje jurídico que regula las relaciones de los diferentes miembros de la organización, las cuales deben estar enmarcadas en la Constitución y la Ley” (Córdoba, 2011)

4.9.3.1.1.1. Aspectos de la estructura legal

Según Córdoba (2011) La estructura legal abarca fundamentalmente los siguientes aspectos de la organización:

- ❖ Elección de la forma jurídica

- ❖ Requisitos para la constitución
- ❖ Datos de identificación

4.9.3.1.2. Estructura Administrativa

“En toda actividad organizada se plantea una división del trabajo y una coordinación de esas tareas para llegar al trabajo final. Todo esto nos lleva a distribuir, asignar y coordinar las tareas dentro de la organización” (Córdoba, 2011)

4.9.3.1.2.1. Organigrama

Un organigrama es el diagrama de organización de un negocio, empresa, trabajo o cualquier entidad que generalmente contiene las principales áreas dentro del organismo. Representa una herramienta fundamental en toda empresa y sirve para conocer su estructura general. Es un sistema de organización que se representa en forma intuitiva y con objetividad. También son llamados cartas o gráficas de organización (Córdoba, 2011)

Los organigramas revelan

- ✓ La división de funciones.
- ✓ Los niveles jerárquicos.
- ✓ Las líneas de autoridad y responsabilidad.
- ✓ Los canales formales de comunicación
- ✓ La naturaleza lineal o staff del departamento
- ✓ Los fejes de cada grupo de empleados, trabajadores, etc.
- ✓ Las relaciones existentes entre los diversos puestos de la empresa y en cada departamento.

Descripción de funciones: Define de manera precisa lo que debe hacerse en cada unidad de trabajo, lo que comúnmente se le conoce con el nombre de puesto, muestra los niveles de organización para una empresa ya que el grado de autoridad y responsabilidad que se da dentro de cada línea determina los niveles jerárquicos.

División del trabajo: Los diferentes criterios de departamentalización son el reflejo de la necesidad de dividir el trabajo y asignarlo al nivel institucional e individual que corresponda, con una adecuada definición de autoridad, responsabilidad y niveles de logro. Con el propósito de aumentar la productividad, a los trabajadores se les especializa en la realización de tareas.

4.9.3.1.2.2. Filosofía Institucional

Es el conjunto de valores, prácticas y creencias que son la razón de ser de la organización y representan su compromiso ante la sociedad. La filosofía organizacional es imprescindible para darle sentido y finalidad a todas las acciones de la empresa (Münch, 2010).

4.9.3.1.2.2.1. Misión

Se refiere al propósito que distingue a una empresa de otras similares. La declaración de la misión identifica el alcance de las operaciones de una empresa en términos de producto y mercado (Fred, 2013).

Según Córdoba (2011) en la misión se debe considerar lo siguiente:

- ¿A qué negocio se dedicará?
- ¿Qué lo diferenciará de su competencia ahora y en el futuro?
- ¿Qué fabricará?
- ¿Qué nivel de calidad pretende para sus productos?
- Flexibilidad del proceso productivo.
- Investigación básica, ¿sí o no?
- ¿Desarrollo de productos propio o tercerizado?
- Cada división, gerencia, planta, o individuo con su misión.

4.9.3.1.2.2.2. Visión

La declaración de la visión es la manifestación del estado deseado para el futuro, es decir provee dirección estimulando acciones concretas para lograr lo que la empresa pretende convertirse en el largo plazo (Münch, 2010).

Según Córdoba (2011) en la visión se tiene que:

- Es inherente a la alta dirección.
- Define al conjunto.
- Enfoque holístico de la empresa.
- Es la expresión formal de cómo la empresa “ve” su realidad futura en el más alto nivel.

4.9.3.1.2.2.3. Objetivos

Los objetivos son los resultados específicos que se desea alcanzar, medibles y cuantificables a un tiempo, para lograr la misión (Münch, 2010).

4.9.3.1.3. Manual de Funciones

Este manual consiste en la definición de la estructura organizativa de una empresa. Engloba el diseño y descripción de los diferentes puestos de trabajo estableciendo normas de coordinación entre ellos. Es un documento que especifica requisitos para el cargo, interacción con otros procesos, responsabilidades y funciones.

4.9.3.1.4. Reglamento Interno

“El Reglamento Interno es el instrumento por medio del cual el empleador regula las obligaciones y prohibiciones a que deben sujetarse los trabajadores, en relación con sus labores, permanencia y vida en la empresa” (Cortés, 2009).

4.9.4. Estudio Financiero

Para Navarro (2013) el estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la

creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción.

Según Baca (1998) el estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción.

Según el autor Pineda (2005) determina que el estudio financiero se encarga de:

- Ordenar y sistematizar la información de tipo monetario que proporcionaron las etapas anteriores.
- Elaborar los cuadros analíticos para la evaluación del proyecto.
- Evaluar los antecedentes anteriores para determinar su rentabilidad.

“Corresponde a la última etapa de la formulación del proyecto y recoge y cuantifica toda la información proveniente de los estudios de mercado, estudio técnico y estudio organizacional” (Meza, 2010).

4.9.4.1. Inversiones

Comprende la inversión inicial constituida por todos los activos fijos, tangibles e intangibles necesarios para operar y el capital de trabajo.

Córdoba (2011) refiere que las decisiones que se adoptan en el estudio técnico corresponden a una utilización que debe justificarse de diversos modos desde el punto de vista financiero. Inicialmente se debe demostrar que los inversionistas cuentan con recursos financieros suficientes para hacer las inversiones y los gastos corrientes, que implican la solución dada a los problemas de proceso, tamaño y localización.

4.9.4.1.1. Inversión fija

Se llama Inversión fija porque el Proyecto no puede desprenderse fácilmente de él sin que con ello perjudique la actividad productiva.

Las Inversiones Fijas que tiene una vida útil mayor a un año se deprecian, tal es el caso de las maquinarias y equipos, edificios, muebles, enseres, vehículos, obras civiles, instalaciones y otros. Los terrenos son los únicos activos que no se deprecian. Los recursos naturales no renovables, como los yacimientos mineros, están sujetos a una forma particular de depreciación denominada agotamiento, que es la gradual extinción de la riqueza por efecto de la explotación. La Inversión en activos fijos se recupera mediante el mecanismo de depreciación.

4.9.4.1.1.1. Depreciación

La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él. Cuando un activo es utilizado para generar ingresos, este sufre un desgaste normal durante su vida útil que al final lo lleva a ser inutilizable. El ingreso generado por el activo usado, se le debe incorporar el gasto correspondiente al desgaste que ese activo ha sufrido para poder generar el ingreso, puesto que como según señala un elemental principio económico, no puede haber ingreso sin haber incurrido en un gasto, y el desgaste de un activo por su uso, es uno de los gastos que al final permiten generar un determinado ingreso (Castillo, 2013)

Al utilizar un activo, este con el tiempo se hace necesario reemplazarlo, y reemplazarlo genera una derogación, la que no puede ser cargada a los ingresos del periodo en que se reemplace el activo, puesto que ese activo generó ingresos y significó un gasto en más de un periodo, por lo que mediante la depreciación se distribuye en varios periodos el gasto inherente al uso del activo, de esta forma solo se imputan a los ingresos los gastos en que efectivamente se incurrieron para generarlo en sus respectivos periodos.

4.9.4.1.1.2. Amortización

“Es el reembolso gradual de una deuda a través de pagos periódicos, que cubren los intereses y permiten liquidar la deuda al vencimiento. Pago parcial o total del principal de un financiamiento” (Vidales, 2003).

4.9.4.1.2. Inversión diferida

Son los activos intangibles propiedad de la empresa incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de invención, licencias, permisos, marcas, asistencia técnica, gastos pre operativos y de instalación, puesta en marcha, estructura organizativa, etc. (Córdoba, 2011).

4.9.4.1.3. Capital de Trabajo

El capital de trabajo, que contablemente se define como la diferencia entre el activo circulante y pasivo circulante, está representado por el capital adicional necesario para que funcione una empresa, es decir, los medios financieros necesarios para la primera producción mientras se perciben ingresos: materias primas, sueldos y salarios, cuentas por cobrar, almacén de productos terminados y un efectivo mínimo necesario para sufragar los gastos diarios de la empresa. El capital de trabajo son los recursos que requiere la empresa para poder operar, se calcula deduciendo su pasivo circulante de su activo circulante, (Córdoba, 2011).

4.9.4.2. Financiamiento

La decisión acerca de llevar cabo o no el proyecto es la primera que debe tomar la entidad que lo impulsa. Si en la evaluación el mismo resulta conveniente, surge una segunda decisión: su financiamiento.

La separación de estas dos decisiones enfatiza su carácter independiente: es posible que un proyecto sea social y/o privadamente conveniente, pero eso no implica que sea

financiable. Más aun, la existencia de fondos para financiar proyectos no debería motivar que los mismos se realicen si de la evaluación resulta que no son rentables.

La decisión de financiar el proyecto significa determinar de qué fuentes se obtendrán los fondos para cubrir la inversión inicial y, eventualmente, quién pagará costos y recibirá los beneficios del proyecto. (Córdoba, 2011).

4.9.4.2.1. Financiamiento interno

“Surge de las operaciones de la empresa. Incluye fuentes como utilidades retenidas, salarios devengados o cuentas por pagar”, (Bodie & Roberth, 2003).

4.9.4.2.2. Financiamiento externo

“Ocurre siempre que los administradores de la compañía tienen que obtener fondos de prestamistas o inversionistas externos”, (Bodie & Roberth, 2003).

4.9.4.3. Presupuesto

“Es la programación sistemática de los ingresos y egresos de organización en un determinado periodo de tiempo con el propósito de dar cumplimiento a las actividades establecidas en sus planes de acción” (Córdoba, 2011).

4.9.4.3.1. Presupuestos de ingresos y egresos

Presenta el análisis descriptivo de los ingresos y gastos presupuestados en el tiempo, de tal forma que facilite el establecimiento del flujo de caja proyectándolo durante la vida útil del proyecto, (Córdoba, 2011).

4.9.4.4. Costos Fijos

Son costos que no varían con los cambios en el volumen de las ventas o en el nivel de producción. Los costos fijos se producen efectúese o no la producción o la venta, o se realice o no la actividad de un negocio

Los costos fijos gráficamente se representan con una línea horizontal, esto es porque su volumen será igual

4.9.4.5. Costos Variables

Son costos que varían en proporción al volumen de las ventas o al nivel de la actividad. El manejo de costos variables hace que la empresa sea mucho más adaptable a las circunstancias cambiantes del mercado y se grafican con una línea ascendente.

4.9.4.6. Punto de equilibrio

Punto de equilibrio es un concepto de las finanzas que hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Esto supone que la empresa, en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero (no gana dinero, pero tampoco pierde).

En el punto de equilibrio, por lo tanto, una empresa logra cubrir sus costos. Al incrementar sus ventas, logrará ubicarse por encima del punto de equilibrio y obtendrá beneficio positivo. En cambio, una caída de sus ventas desde el punto de equilibrio generará pérdidas.

La estimación del punto de equilibrio permitirá que una empresa, aún antes de iniciar sus operaciones, sepa qué nivel de ventas necesitará para recuperar la inversión. En caso que no llegue a cubrir los costos, la compañía deberá realizar modificaciones hasta alcanzar un nuevo punto de equilibrio.

Para hallar su punto de equilibrio, la empresa debe conocer cuáles son sus costos. Este cálculo debe considerar todos los desembolsos (es decir, toda la salida de dinero de las arcas de la empresa). Es necesario, además, clasificar los costos en variables (varían de acuerdo al nivel de actividad) y fijos. El paso siguiente es encontrar el costo variable unitario, que es el resultado de la división entre el número de unidades fabricadas y las unidades vendidas. Entonces se podrá aplicar la fórmula del punto de equilibrio, comprobar los resultados y analizarlos.

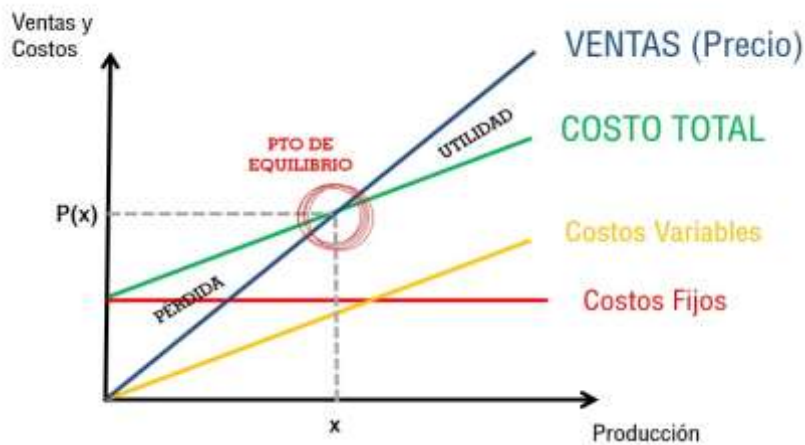


Figura 1. Punto de Equilibrio

Fuente: Definición (2016) Punto de Equilibrio.

4.9.4.7. Estado de Pérdidas y Ganancias

Es aquel estado que mide las utilidades de la unidad de producción o de prestación de servicios durante el período proyectado (Córdoba, 2011).

4.9.4.8. Flujo de Caja

Mide los movimientos de efectivo, excluyendo aquellas operaciones que, como la depreciación y amortización, constituyen una salida de dinero, es decir su principal objetivo es analizar la viabilidad financiera de la empresa o del proyecto desde el punto de vista de la generación suficiente de dinero para cumplir sus obligaciones financieras y de efectivo para distribuir entre los socios (Córdoba, 2011).

4.9.5. Aspectos Básicos de la Factibilidad

Según Navarro (2013) la factibilidad se refiere a que un proyecto que se tenga en mente, pueda llevarse a cabo, es decir, pueda materializarse. La factibilidad puede ser clasificada en: Operativa, Técnica y Económica.

4.9.5.1. Factibilidad Operativa

Para Pineda (2005) la factibilidad operacional comprende una determinación de posibilidad que un nuevo sistema se use como se supone. Se deben considerar cuatro aspectos:

- La utilización de un nuevo sistema puede ser demasiado complejo para los usuarios de la organización o los operadores del sistema.
- Este nuevo sistema puede hacer que los usuarios se resistan a él como consecuencia de una técnica de trabajo, miedo a ser desplazado u otras razones.
- Un sistema nuevo puede introducir cambios demasiado rápidos que no permita al personal adaptarse a él y aceptarlo.
- La probabilidad de obsolescencia en el sistema. Cambios anticipados en la práctica o políticas administrativas pueden hacerse que un nuevo sistema sea obsoleto muy pronto.

Según Baca Urbina (2001) la factibilidad operativa, se refiere a identificar las actividades que facilitan alcanzar la meta propuesta determinando los recursos humanos y procesos necesarios para poder ejecutarlo; la factibilidad técnica, ayuda a reconocer aquellos recursos físicos o tangibles que se requieren para la implementación del proyecto donde se determinen cuáles son necesarios respecto a planta física, localización, equipos, recursos de dotación, instalaciones, entre otros y factibilidad financiera, tiene en cuenta aspectos relacionados con los recursos monetarios donde se determinen los costos totales y de inversión inicial así como la inclusión de cálculos contables para identificar que los costos que se están generando son justificadas por las ganancias que se esperan obtener.

4.9.5.2. Factibilidad Técnica

Según Kendall y Kendall (2005) el analista debe averiguar si posible actualizar o incrementar los recursos técnicos actuales de tal manera que satisfagan los requerimientos

bajo consideración. Sin embargo en ocasiones los agregados a los sistemas existentes son muy costosos y no redituables, simplemente porque no cumplen las necesidades con eficiencia. Si no es posible actualizar los sistemas existentes, la siguiente pregunta es si hay tecnología disponible que cumpla las especificaciones.

Según Pineda (2005) la factibilidad técnica permite evaluar si el equipo y software están disponibles y tienen las capacidades técnicas requeridas por cada alternativa del diseño que se esté planificando, también se consideran las interfaces entre los sistemas actuales y los nuevos. Así mismo, estos estudios consideran si las organizaciones tienen el personal que posee la experiencia técnica requerida para diseñar, implementar, operar y mantener el sistema propuesto.

4.9.5.3. Factibilidad Económica

Para Pineda (2005) la factibilidad económica dentro de estos estudios se puede incluir el análisis de costo y beneficios asociados con cada alternativa del proyecto. Con análisis de costo/beneficios, todos los costos y beneficios de adquirir y operar cada sistema alternativo se identifican y se establece una comparación entre ellos. Esto permite seleccionar el más conveniente para la empresa.

Dentro de esta comparación se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Se comparan los costos esperados de cada alternativa con los beneficios esperados para asegurarse que los beneficios excedan los costos.
- La proporción costo/beneficio de cada alternativa se comparan con las que proporcionan los costos/beneficios de las otras alternativas para escoger la mejor.
- Se determinan las formas en que la organización podría gastar su dinero.

4.9.6. Evaluación Económica

La evaluación económica es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Si no han existido contratiempos, hasta este punto se sabrá que hay un

mercado potencial atractivo, se habrá determinado un lugar óptimo y el tamaño más adecuado para el proyecto, de acuerdo con las restricciones del medio; se conocerá y dominará el proceso de producción.

Según Baca (2010) manifiesta que los costos en que se incurrirá en la etapa productiva; además, se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto. Sin embargo, a pesar de conocer incluso las utilidades probables del proyecto durante los primeros cinco años de operación, aun no se habrá demostrado que la inversión propuesta será económicamente rentable.

4.9.6.1. Costo de Oportunidad o Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

Es la tasa que representa una medida de rentabilidad, la mínima que se le exigirá al proyecto.

Baca (2011) propone la siguiente fórmula:

$$TMAR = i + f + if$$

En dónde:

i=Premio al riesgo

f=Inflación

4.9.6.2. Valor Actual Neto (VAN)

Es una cifra monetaria que resulta de comparar el valor presente de los ingresos con el valor presente de los egresos. En términos concretos el VPN es la diferencia de los ingresos y egresos en pesos de la misma fecha (Meza, 2010).

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros originados por una inversión (Córdoba, 2011).

En otras palabras, es simplemente la suma actualizada al presente de todos los beneficios, costos e inversiones del proyecto, mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.

Tabla 1. Interpretación del VAN

Valor	Significado	Decisión A Tomar
	La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida	El proyecto puede aceptarse
VAN > 0	La inversión produciría ganancias por debajo de la rentabilidad exigida	El proyecto debería rechazarse
VAN < 0	La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas	Dado que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida, la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores.
VAN = 0		

Fuente: Córdoba, M. (2011). *Interpretación del Valor Actual Neto*.

La fórmula para el cálculo del factor de actualización es la siguiente elaborada por el autor (Córdoba, 2011).

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

En donde:

i = La tasa de interés con la que estamos comparando

n = El número de años de la inversión

La fórmula para calcular el VAN es la siguiente:

$$VAN = \sum VP \text{ Ingresos} - \text{Inversión Inicial}$$

4.9.6.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno es la tasa que permite que el VPN = 0, o también la tasa de interés que iguala al valor presente neto de los flujos descontados con la inversión.

Representa el rendimiento o costo sobre la inversión inicial. La TIR es la tasa de interés pagada sobre los saldos de dinero tomado en préstamo o la tasa de rendimiento ganada sobre el saldo no recuperado de la inversión ((Meza, 2010).

Es la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero. La relación entre el VAN y la tasa de descuento es una relación inversa, detallando la formula elaborada por el autor (Meza, 2010).

Fórmula

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

Donde:

Tm = Tasa menor de descuento para actualización

TIR = Tasa interna de retorno

Dt = Diferencia de tasas

VAN menor = Van menor obtenido

VAN mayor = Van mayor obtenido

Tabla 2. Interpretación de la TIR

Valor	Decisión A Tomar
TIR > 0	Tasa de interés de oportunidad se acepta
TIR < 0	Tasa de interés de oportunidad se rechaza
TIR = 0	Hay indiferencia frente al proyecto.

Fuente: Córdova, M. (2011). Interpretación de la Tasa Interna de Retorno

4.9.6.4. Relación Beneficio- Costo (RBC)

La relación beneficio costo, también llamada índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendente de productividad. Si la razón beneficio costo es mayor que 1, entonces acepte el proyecto (Infante, 1998).

Fórmula: B

$$\frac{B}{C}(i) = \frac{VPN \text{ Ingresos } (i)}{VPN \text{ Egresos } (i)}$$

Tabla 3. Interpretación RBC

Valor	Decisión a tomar
RBC > 1	Indica que los beneficios superan los costes, por consiguiente el proyecto debe ser considerado
RBC < 1	Muestra que los costes son mayores que los beneficios, no se debe considerar
RBC = 1	Aquí no hay ganancias, pues los beneficios son iguales a los costes.

Fuente: Córdova, M. (2011). Relación Beneficio-Costo

4.9.6.5. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

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. El proceso es muy sencillo: se suman los flujos futuros de efectivo de cada año hasta que el costo inicial del proyecto de capital quede por lo menos cubierto. La cantidad total de tiempo que se requiere para recuperar el monto original invertido, incluyendo la fracción de un año en caso de que sea apropiada, es igual al período de recuperación.

El cual el autor, Meza (2010) establece la siguiente fórmula:

Fórmula

$$PRI = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión inicial} - \Sigma \text{ Primeros Flujos}}{\text{Flujo de años que supera la inversión}}$$

4.9.6.6. Análisis de Sensibilidad

“El Análisis de Sensibilidad busca medir cómo se afecta la rentabilidad de un proyecto, cuando una o varias variables que conforman los supuestos, bajo los cuales se elaboraron las proyecciones financieras, se modifican. Para calcular el análisis de sensibilidad” (Lira, 2011) expone la siguiente fórmula:

$$IS = \frac{\text{Porcentaje de variación en la rentabilidad}}{\text{Porcentaje de variación en el factor que se analiza}}$$

Tabla 4. Interpretación de Análisis y Sensibilidad

Valor	Decisión A Tomar
Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor a 1	El proyecto es sensible
Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor a 1	El proyecto no es sensible
Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a 1	El proyecto no sufre ningún efecto

Fuente: Lira, M. (2011) *Interpretación Análisis de Sensibilidad*.

5. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1. Materiales

Los elementos requeridos en el presente proyecto de tesis para su elaboración fueron: computadora, internet, flash memory, impresora, hojas de papel bond, material bibliográfico, esferográficos, carpetas, anillados y empastados.

5.2. Métodos

5.2.1. Científico

Se utilizó en todo el proceso de la revisión de literatura y sus diferentes fases que este conlleva mediante la búsqueda y recolección bibliográfica de conceptos, definiciones, leyes y normas generales necesarios para fundamentar los resultados prácticos del proyecto.

5.2.2. Inductivo

Se empleó en el estudio de mercado a través de una encuesta realizada a un determinado número de clientes de la pañalera Babyshop obtenidos en la muestra con el fin de conocer la demanda y sus necesidades actuales.

5.2.3. Deductivo

Se usó en el estudio legal ya que basados en leyes fue posible estructurar el manual de funciones y reglamentos de la nueva sucursal, además se lo empleó a través del análisis de información y cuadros estadísticos que permitieron la deducción de los resultados, logrando determinar la posición actual de la empresa y su nueva sucursal dentro del mercado competitivo de acuerdo a la necesidad del cliente, en base de lo cual se estructuró la discusión de los resultados de la tesis y se estableció sus respectivas conclusiones y recomendaciones.

5.2.4. Descriptivo

Se aplicó en el estudio técnico para detallar la distribución de la planta, los procesos y requerimientos de personal; y equipos necesarios para asegurar el buen funcionamiento de la sucursal.

5.2.5. Analítico

Se utilizó en el estudio económico – financiero, éste método permitió analizar la información obtenida en las encuestas, así también los resultados arrojados por los indicadores de evaluación financiera tales como: VAN, TIR, RBC, PRI y análisis de sensibilidad.

5.3. Técnicas

5.3.1. Observación directa

La observación se la utilizó para obtener una visión más amplia del entorno en el mercado actual de la ciudad de Loja y frente a la competencia directa de la misma.

5.3.2. Revisión bibliográfica

Se empleó para realizar una búsqueda de la literatura con información concisa y lógica del conocimiento actual y que este ayudó a conocer de forma básica cómo se realizó el estudio de factibilidad, su importancia y sus beneficios.

5.3.3. Encuesta

Esta herramienta se aplicó a la ciudadanía lojana, de manera que se obtuvo información con respecto a los gustos y preferencias de su ubicación, productos o su atención de la nueva sucursal, identificando el nivel de aceptación de los clientes; además por medio de esta herramienta se recopiló sugerencias del público en general.

5.3.4. Determinación de la muestra

Se empleó para determinar la muestra dentro del proyecto de factibilidad donde la población de estudio está conformada por 4.498 bebés nacidos vivos según el índice de natalidad registrado en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, dentro de la ciudad de Loja proyectado para el año 2018.

Factor de Crecimiento

$$n - 1 \sqrt{\frac{R}{A}}$$

Fuente: Córdova, M. (2011). *Fórmula para el cálculo del factor de crecimiento.*

Donde:

R= Dato histórico más reciente

A= Dato histórico más anterior

n= Número de años de la serie histórica

Tabla 5. Crecimiento

Año	N° Nacidos Vivos
2012	3.629
2013	3.354
2014	3.504
2015	4.536
2016	4.360

Fuente: Instituto Nacional Estadísticas y Censos

$$5 - 1 \sqrt{\frac{4.360}{3.629}} = 1,046947442$$

Donde:

pf = Población Final = 3.629

pi = Población Inicial = 4.360

i = Tasa de Crecimiento = 1,05%

n = Número de Años = 4

Tabla 6. Proyección

pf=	$pi(1+i)^n$	
pf=	$4.360(1+0,010469)^1$	
pf=	4406	2017
pf=	$pi(1+i)^n$	
pf=	$4.406(1+0,010469)^2$	
pf=	4498	2018

Muestra

Aplicando la formula se obtuvo como resultado 354 encuestas.

$$M = \frac{N \times P \times Q \times Z^2}{(N - 1) \times E^2 + Z^2 \times P \times Q}$$

$$M = \frac{4.498 \times 0,50 \times 0,50 \times 1,96^2}{(4.498 - 1) \times 0,05^2 + 1,96^2 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$M = \frac{4320,243601}{12,20384857}$$

$$M = 354 \text{ Encuestas}$$

Cálculo de la Muestra**Donde:**

$$N = \text{Total de la población} = 4.498$$

$$Z = \text{Seguridad del 95\%} = 1.96$$

$$P = \text{Proporción esperada (en este caso 50\%)} = 0,50$$

$$Q = 1 - p \text{ (en este caso } 1-0,5) = 0,50$$

$$E = \text{Precisión (5\%)} = 0,05$$

De una población de 4.498 nacidos vivos para el año 2018 en la ciudad de Loja, bajo los parámetros de la fórmula escogida para la determinación de la muestra, se obtuvo como resultado 354 encuestas que serán aplicadas a la población del cantón de Loja.

6. RESULTADOS

Los resultados obtenidos se estructuraron mediante la formulación del estudio y análisis del proyecto de inversión aplicando sus cuatro escenarios fundamentales: estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo - legal y estudio financiero.

Estudio de mercado

En este estudio se va a evaluar el comportamiento de los consumidores con respecto a la creación de una sucursal de la empresa comercial pañalera Babyshop.

Análisis de la Información - Cuestionario

Presencia de niños menores de 3 años

Tabla 7. Existencia de niños menores de 3 años

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	354	100,00%
No	0	0,00%
Total	354	100,00%

Fuente: Aplicación de encuestas

Análisis

De las 354 personas encuestadas el 100% menciona que en su núcleo familiar que si cuentan con niños menores a 3 años de edad.

Componentes significativos para la compra de productos para bebé

Tabla 8. Factor importante para la compra de productos para bebé

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Marca	23	6,50%
Precio	88	24,86%
Calidad	71	20,06%
Todas las anteriores	172	48,59%
Total	354	100,00%

Fuente: Aplicación de encuestas

Análisis

Según las encuestas realizadas un 48,59% menciona que tanto la marca, precio y calidad son elementos importantes que se toma en cuenta para adquirir los productos para sus bebés,

el 24,86% deducen que el precio es el factor importante, el 20,06% verifican que la calidad y un 6,50% señalan que la marca es lo más trascendental para sus compras y lo esencial que se toma en cuenta para realizarlas.

Establecimientos comerciales para adquirir productos para bebé

Tabla 9. Establecimientos de competencia

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Casa del pañal	180	50,85%
El pañal	20	5,65%
Bambino	14	3,95%
Ninguna	140	39,55%
Total	354	100,00%

Fuente: Aplicación de encuestas

Análisis

Según las encuestas realizadas un 50,85% compran en la pañalera La Casa del Pañal, un 39,55% no realizan sus compras en ninguna de las pañaleras mencionadas, un 5,65% lo realiza en la pañalera El Pañal como su distribuidor de productos para bebé y un 3,95% realizan sus compras en la pañalera El Bambino, siendo estos establecimientos como

Aceptación para ser cliente de la pañaleras Babyshop

Tabla 10. Clientes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	205	57,91%
No	50	14,12%
Ya soy cliente	99	27,97%
Total	354	100,00%

Fuente: Aplicación de encuestas

Análisis

Según las encuestas realizadas un 57,91% mencionan que, si le gustaría ser cliente de la pañalera Babyshop, un 27,97% ya es cliente de la misma y un 14,12% no serían parte de los clientes de la pañalera.

Implementos primordiales para el aseo de bebé

Tabla 11. Implementos primordiales de aseo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Shampoo, jabón, talcos	3	0,99%
Pañales y paños húmedos	203	66,78%
Cremas y lociones	5	1,64%
Todas las anteriores	93	30,59%
Total	304	100,00%

Fuente: Aplicación de encuestas

Análisis

Según las encuestas realizadas a los clientes de las pañaleras Babyshop un 66,78% opina que lo primordial para el uso diario son los pañales y los paños húmedos, un 30,59% se refieren al shampoo, jabón y talcos, pañales, paños húmedos, cremas y lociones como lo esencial, un 1,64% opina que para su uso diario lo esencial son las cremas y lociones y un 0,99% son los shampoo, jabón y talcos como los implementos necesarios para el uso diario de sus bebés.

Disposición para la adquisición de productos para bebé en la nueva sucursal

Tabla 12. Adquirir productos

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	290	95,39%
No	14	4,61%
Total	304	100,00%

Fuente: Aplicación de encuestas

Análisis

Según las encuestas realizadas un 95,39% si está dispuesto a ser cliente de la nueva sucursal mientras que un 4,61% no acudirían al nuevo establecimiento.

Ubicación de la nueva sucursal

Tabla 13. Sector de ubicación para la nueva sucursal

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Norte	189	65,17%
Centro	41	14,14%
Sur	60	20,69%
Total	290	100,00%

Fuente: Aplicación de encuestas

Análisis

Según las encuestas realizadas un 65,17% encuentran que en el sector norte sería una mejor opción para la implementación de la nueva sucursal, un 20,69% al sector sur y un 14,14% en el sector centro de la ciudad de Loja.

Horario de atención en la nueva sucursal

Tabla 14. Horario de atención

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Lunes a Viernes 8 am-8 pm	40	13,79%
Lunes a Sábado 8 am-8 pm	167	57,59%
Lunes a Domingo 8 am-8 pm	83	28,62%
Total	290	100,00%

Fuente: Aplicación de encuestas

Análisis

Según las encuestas realizadas un 57,59% manifiestan que su horario más conveniente sería de Lunes a Sábado de 8am a 8pm, un 28,62% revelan que el horario más provechoso es de Lunes a Domingo de 8am a 8pm y un 13,79% declara que su horario de beneficio es de Lunes a Viernes de 8am a 8pm como el horario adecuado para la adquisición de sus productos en la nueva sucursal.

Falta de aparcamiento vehicular

Tabla 15. Inconveniente de acceso vehicular

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	276	95,17%
No	14	4,83%
Total	290	100,00%

Fuente: Aplicación de encuestas

Análisis

Según las encuestas ejecutadas un 95,17% opinan que si es un inconveniente el aparcamiento de su vehículo al momento de acceder a la pañalera mientras que un 4,83% opinan que no.

Medio de pago para cancelar las compras

Tabla 16. Medio de pago

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Contado	225	77,59%
Depósito o transferencia	20	6,90%
Cheque	10	3,45%
Convenios	35	12,07%
Total	290	100,00%

Fuente: Aplicación de encuestas

Análisis

Según las encuestas elaboradas un 77,59% desea realizar sus compras al contado, un 12,07% lo desea por medio de convenios que poseen las instituciones con la pañalera, un 6,90% por medio de pósitos o transferencias y un 3,45% desean cancelar por medio de cheques como el mejor medio de pago.

Frecuencia de adquisición de productos para bebé

Tabla 17. Frecuencia de adquisición de productos

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Una vez a la semana	14	4,83%
Cada dos semanas	100	34,48%
Una vez al mes	176	60,69%
Total	290	100,00%

Fuente: Aplicación de encuestas

Análisis

Según las encuestas verificadas un 60,69% recurren con frecuencia a la pañalera una vez al mes, un 34,48% cada dos semanas adquiere productos para su bebé, y un 4,83% acude una vez a la semana.

Gasto promedio por la compra de productos para bebé

Tabla 18. Gastos por cada compra

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
De \$1 a \$20	20	6,90%
De \$21 a \$40	115	39,66%
De \$41 a \$60	140	48,28%
De \$61 a \$80	10	3,45%
Más de \$100	5	1,72%
Total	290	100,00%

Análisis

Según las encuestas realizadas un 48,28% cancelan entre \$41 a \$60 dólares por la adquisición de productos para su bebé, un 39,66% cancelan entre \$21 a \$40 dólares, un 6,90% gastan entre \$1 a \$20 dólares, un 3,45% adquiere sus productos por un monto de \$61 a \$80 dólares y un 1,72% cancela más de \$100 dólares por compra.

Medios de comunicación para descuentos y promociones

Tabla 19. Medios de comunicación.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Radio	43	14,83%
Televisión	29	10,00%
Periódico	5	1,72%
Redes Sociales	213	73,45%
Total	290	100,00%

Fuente: Aplicación de encuestas

Análisis

Según las encuestas elaboradas un 73,45% su mejor medio de comunicación es por las redes sociales, un 14,83% su medio de noticia es por la radio, un 10,00% por medio de la televisión y un 1,72% se le hace mejor por medio del periódico como medio de comunicación.

Entrega de promociones

Tabla 19. Entrega de promociones

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos en precios	195	67,24%
Sorteos	28	9,66%
Obsequio de producto adicional	67	23,10%
Total	290	100,00%

Fuente: Aplicación de encuestas

Análisis

Según las encuestas elaboradas un 67,24% al momento de implementar la nueva sucursal le gustaría que sus promociones fueran en descuentos de precios, un 23,10% en obsequio de

producto adicional, y un 9,66% prefieren que se les realice por medio de sorteos como forma ideal para entrega de promociones.

Aceptación de la creación de una página oficial de la pañalera Babyshop

Tabla 20. Creación de la página oficial

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	286	98,62%
No	4	1,38%
Total	290	100,00%

Fuente: Aplicación de encuestas

Análisis

Según las encuestas realizadas un 98,62% le gustaría que se cree la página oficial de la pañalera, donde le brindará mayor comodidad al cliente, mientras que un 1.38% no desea la creación de una página web.

Análisis de la demanda

El estudio de la demanda constituye la etapa fundamental del proyecto, en base a la aplicación de encuestas para obtener en forma cuantitativa la demanda potencial y efectiva. Los datos obtenidos servirán más adelante para la toma de decisiones respecto a implantar o no la nueva sucursal de la pañalera Babyshop.

Tabla 21. Número de nacidos vivos por año.

Periodo	Años	Proyectado
0	2018	4.498
1	2019	4.545
2	2020	4.593
3	2021	4.641
4	2022	4.690
5	2023	4.739

Fuente: INEC

Demanda potencial

En el presente estudio, se llama demandantes potenciales a todos los nacidos vivos dentro de la ciudad de Loja, los mismos que son 4.498 en el año 2018. Para el desarrollo de la demanda potencial de productos se tomó en consideración la pregunta N° 1 de la encuesta,

¿En su núcleo familiar hay niños menores de 3 años? De la cual se tiene como resultado un 100% de aceptación.

Tabla 22. Demanda potencial

Años	Población Proyectada	Demanda Potencial 100%
2018	4.498	4.498
2019	4.545	4.545
2020	4.593	4.593
2021	4.641	4.641
2022	4.690	4.690
2023	4.739	4.739

Fuente: Investigación Directa

Demanda real

La demanda real del presente proyecto está constituida por todos los encuestados que están de acuerdo con la creación de la nueva sucursal de la pañalera Babyshop; para la obtención de la demanda real se tomó en consideración la pregunta N° 4 *¿Usted le gustaría ser cliente de las pañaleras Babyshop?* De la cual se tiene como resultado un 85,88% de aceptación.

Tabla 23. Demanda real

Años	Demanda Potencial	Demanda Real 85,88%
2018	4.498	3.863
2019	4.545	3.903
2020	4.593	3.944
2021	4.641	3.986
2022	4.690	4.027
2023	4.739	4.070

Fuente: Investigación Directa

Demanda efectiva

Una vez obtenido los demandantes reales para el proyecto es necesario determinar los demandantes efectivos que está constituido por todos los clientes que van a realizar sus compras dentro de la nueva sucursal, para la obtención de la demanda efectiva se tomó en consideración la pregunta N° 6 de la encuesta *¿Usted estaría dispuesto a adquirir los*

productos para su bebé en una nueva sucursal que le brinde mejor atención, con mejor infraestructura y mayor comodidad? obteniendo resultados del 95,39%.

Tabla 24. Demanda efectiva

Años	Demanda Real	Demanda Efectiva
		95,39%
2018	3.863	3.685
2019	3.903	3.724
2020	3.944	3.763
2021	3.986	3.802
2022	4.027	3.842
2023	4.070	3.882

Fuente: Investigación Directa

Resumen demanda potencial, real y efectiva

Tabla 25. Resumen de Demandas

Años	Demanda Potencial	Demanda Real	Demanda Efectiva
2018	4.498	3.863	3.685
2019	4.545	3.903	3.724
2020	4.593	3.944	3.763
2021	4.641	3.986	3.802
2022	4.690	4.027	3.842
2023	4.739	4.070	3.882

Fuente: Investigación Directa

Tabla 26. Resumen de Demandas Anuales

Años	Demanda Potencial	Demanda Real	Demanda Efectiva
	Anual	Anual	Anual
	Compra 1 veces al mes por 12 meses		12
2018	53.981	46.356	44.221
2019	54.546	46.842	44.684
2020	55.117	47.332	45.152
2021	55.694	47.827	45.625
2022	56.277	48.328	46.103
2023	56.866	48.834	46.585

Fuente: Investigación Directa

Para calcular la proyección de la demanda potencial, real y efectiva, se toma en cuenta la población proyectada de nacidos vivos dentro de la ciudad de Loja. Como se anotó

anteriormente la demanda potencial corresponde a todos los clientes que conforman la población con un 100% de la cual se calcula la demanda real obteniendo el 85,88% que corresponde a las personas que están de acuerdo con la creación de la nueva sucursal y de la misma manera la demanda efectiva se la calcula sacando de la demanda real el 95,39% que corresponde a las personas que si accederían a comprar en la nueva sucursal de la pañalera Babyshop.

Análisis de la Oferta

Se considera a la oferta como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado en un momento preciso y con un precio adecuado, es muy importante saber sobre la situación de los competidores de los productos o servicios vinculados con el proyecto porque estos constituyen la competencia, por tal motivo es importante investigar la calidad de precios, producto, la plaza y la promoción.

Oferta actual

Es la cantidad de productos que se ofrecen a los clientes en el mercado de negocios intermediarios de venta de productos para bebé.

Para determinar la oferta actual que va a dar la nueva sucursal, se procedió a realizar la investigación sobre la existencia de otras empresas intermediarias que ofrecen los mismos productos para bebé (pañaleras) lo cual se ha tomado en consideración la pregunta N° 3 de la encuesta: *¿Cuál de estas siguientes pañaleras usted ha adquirido productos para su bebé?* Obteniendo que el 60,45% de los encuestados, conocen o utilizan los productos para su bebé en las pañaleras la Casa del Pañal, El Pañal y la pañalera Bambino, mientras que un 39,55% no acceden a ninguna de estas pañaleras para sus consumos de productos para sus bebés.

Tabla 27. Oferta Actual

Competencia	N°	%
Casa del pañal	180	50,85%
El pañal	20	5,65%
Bambino	14	3,95%
Total Oferta	154	60,45%

Oferta proyectada

Para calcular la proyección de la oferta, se toma en cuenta la demanda potencial. Como se anotó anteriormente la oferta proyectada corresponde a todas las personas naturales o jurídicas que adquieren los mismos productos en otras pañaleras las cuales corresponden al 60,45% según las encuestas aplicadas.

Tabla 28. Oferta proyectada

Años	Demanda Potencial	Oferta (60,45%)
2018	4.498	2.719
2019	4.545	2.748
2020	4.593	2.777
2021	4.641	2.806
2022	4.690	2.835
2023	4.739	2.865

Fuente: Investigación Directa

Oferta de productos anuales

Para calcular la oferta de productos anuales se toma la oferta multiplicada por todo el año.

Tabla 29. Oferta de Productos Anuales

Años	Demanda Potencial	Oferta (60,45%)	Oferta De Servicios
2018	4.498	2.719	32.632
2019	4.545	2.748	32.974
2020	4.593	2.777	33.319
2021	4.641	2.806	33.668
2022	4.690	2.835	34.020
2023	4.739	2.865	34.377

Fuente: Encuesta

Demanda Insatisfecha

Es muy importante conocer la demanda insatisfecha, ya que permite conocer a los clientes que están insatisfechos con los productos que se ofertan actualmente, para que de esta manera poder comparar con los productos que se piensa ofrecer, mejorándolos y adaptándolos a la nueva sucursal.

Calculo:

Demanda Insatisfecha 2018=	DEMANDA EFECTIVA	-	OFERTA
Demanda Insatisfecha 2018=	3.685	-	2.719
Demanda Insatisfecha 2018=	966		

Tabla 30. Proyección demanda insatisfecha

Años	Demanda Efectiva	Oferta	Demanda Insatisfecha
2018	3.685	2.719	966
2019	3.724	2.748	976
2020	3.763	2.777	986
2021	3.802	2.806	996
2022	3.842	2.835	1.007
2023	3.882	2.865	1.017

Fuente: Investigación Directa

Tabla 31. Proyección demanda insatisfecha anual

Años	Demanda Efectiva	Oferta	Demanda Insatisfecha	D. Insat. De Servicios
2018	3.685	2.719	966	11.589
2019	3.724	2.748	976	11.710
2020	3.763	2.777	986	11.833
2021	3.802	2.806	996	11.957
2022	3.842	2.835	1.007	12.082
2023	3.882	2.865	1.017	12.209

Fuente: Investigación Directa

Plan de Mercado

Imagen Corporativa

Marca

El nombre es el referente fundamental que diferencia a la empresa de otras. La nueva sucursal seguirá con el nombre de “PAÑALERAS BABYSHOP”, obtenemos la razón social de la nueva sucursal, y tomando en cuenta que ya tienen un impacto dentro de la ciudad de Loja que se lo puede relacionar directamente con los locales ya existentes.

Eslogan

El eslogan enfatiza la responsabilidad que tendrá la empresa con el cliente por lo cual la pañalera ya cuenta con un eslogan y se mantendrá el mismo enfocándose principalmente, en la comodidad de nuestros clientes.

JUNTOS AL CUIDADO DE SU BEBÉ

Figura 2. Eslogan

Logotipo

Es la imagen de la empresa que se la representa gráficamente para que sea reconocida y diferenciada de las demás; se mantendrá el mismo logotipo de la pañalera por lo que ya es reconocida por los clientes actuales.



Figura 3. Logotipo

Producto

Los productos que ofrece la pañalera Babyshop a sus clientes, cumplen con el requerimiento necesario para que puedan ser utilizados y consumidos por el más pequeño de la familia, los mismos que provienen a nivel internacional y de distintas partes del país.

Productos para bebé

Tabla 32. Composición interna y externa de productos de bebé

<p style="text-align: center;">PAÑALES</p>		<p style="text-align: center;">COMPOSICIÓN INTERNA</p> <p><u>Núcleo del pañal:</u> el centro del pañal donde se absorben y almacenan la orina y las heces líquidas.</p> <p><u>Estructura del pañal:</u> la cubierta del pañal que sostiene el núcleo, agarra un el pañal al bebé y se ajusta apropiadamente alrededor de las piernas.</p>	<p style="text-align: center;">COMPOSICIÓN EXTERNA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lámina de polietileno • Adhesivos termo fusibles • Tipo tela o tipo algodón • Elásticos • Cintas laterales • Empaque de 24, 48,72 y 100 unidades dependiendo de la marca • Empaque de funda biodegradable.
		<p style="text-align: center;">COMPOSICIÓN INTERNA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agua pura • Con fragancia y sin fragancia • Pupileno Glycol 	<p style="text-align: center;">COMPOSICIÓN EXTERNA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empaque de plástico. • Unidades de 10, 24,48,100 y 200

<p>PAÑOS HÚMEDOS</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Lauroil sarcosinato de sodio • Aceite de castor hidrogenado • Alantoína • Benzanato de sodio • Aloe vera • Caléndula 	<p>dependiendo de la marca</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cierre reselladle • Tapa
<p>FÓRMULAS ALIMENTICIAS</p>		<p>COMPOSICIÓN INTERNA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proteínas • Lípidos • Hidratos de carbono • Minerales • Probióticos • Sacarosa 	<p>COMPOSICIÓN EXTERNA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Envase de lata • Tapa de plástico • Etiquetas
<p>PRODUCTOS DE LIMPIEZA</p>		<p>COMPOSICIÓN INTERNA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agua • Glicerina • Gel dermolimpiador • Cocoglucósido 	<p>COMPOSICIÓN EXTERNA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Envase de plástico • Etiquetas

Fuente: Inventario de Pañaleras Babyshop

Artículos para bebé

Tabla 33. *Artículos para bebé*

<p>ARTÍCULOS PARA ASEO</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Jabonera • Tina de baño • Silla de baño • Esponja de baño • Cortauñas • Cepillo dental • Cepillo de pelo • Algodón
<p>ARTÍCULOS DE DESCANSO Y DIVERSIÓN</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Cuna • Coche • Mesa de comer • Mecedoras • Silla de auto • Gimnasio de bebé • Móvil musical
<p>ARTÍCULOS PARA LA ALIMENTACIÓN</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Biberones • Toma todo • Vajilla completa • Cepillo de limpieza • Goteros • Sonajeras • Mordedores • Chupones

<p style="text-align: center;">ROPA</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Camisetas • Pantalones • Chompas • Monos • Ajuares • Gorras • Vestidos • Medias • Zapatos • Cintillos
<p style="text-align: center;">VARIOS</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Almohadas de lactancia • Cobertores de cuna • Sábanas de cuna • Cobertor de lactancia • Monitores • Calentadores de biberón

Fuente: Inventario de Pañaleras Babyshop

Servicio

- Atención al cliente
- Horarios de atención
- Cómo está dividido el local
- Facilidades de pago
- Asesoramiento del producto
- Exhibidores de productos
- Perchas cómodas
- Máquinas para el control del precio del producto
- Espacio de aparcamiento vehicular
- Envío a domicilio
- Espacio de distracción para niños

Precio

Los precios de todos los productos que ofrece la pañalera dependen de la marca, calidad, cantidad, garantías del producto y de los convenios que se logre obtener con los proveedores. Los precios son fijados por los dueños de la empresa y son adecuados y coherentes al segmento de mercado al cual está dirigida la empresa y hace que sean accesibles para todas las familias de tengas hijos pequeños.

Tabla 34. Precio

Productos	Encuestas	Competencia	Precio Del Servicio
Productos para bebes	De \$41 a \$60	De \$60 a \$70	\$55

Fuente: Investigación Directa

Según las encuestas aplicadas y verificando los gastos que realiza un cliente por compra tanto en las encuestas como en las pañaleras de la competencia se determinó que el precio promedio estimado que un cliente gasta por compra y es de \$55 dólares.

Plaza

El lugar donde la sucursal brindará sus productos será en la ciudad de Loja, donde se ha denotado la existencia de bastante circulación de clientela y cerca de las instalaciones de la nueva sucursal tiene 1 empresas intermediarias o competencias.

Promoción

Para determinar los medios de promoción para la nueva sucursal se toma en consideración varias preguntas que fueron realizadas a las personas encuestadas y también por medio de convenios que se logra tener con los proveedores para ello se ha obteniendo que la promoción de nuestro producto se realizará a través de los siguientes medios:

Tabla 35. Promoción

PROMOCIÓN	COSTO	DESCRIPCIÓN	IMAGEN
PRODUCTO COMPLEMENTARIO	Sin costo, convenio con proveedores	Pañales con paños adicionales	
PRODUCTO COMPLEMENTARIO	Sin costo, convenio con proveedores	Pañales con más pañales adicionales	
PRODUCTO COMPLEMENTARIO	Sin costo, convenio con proveedores	Shampoo con jabón adicional	
PRODUCTO COMPLEMENTARIO	Sin costo, convenio con proveedores	Shampoo con otro shampoo adicional	

Fuente: Investigación directa.

Publicidad

Tabla 36. *Publicidad*

PUBLICIDAD	DESCRIPCIÓN	IMAGEN
REDES SOCIALES	Facebook Whatsapp Instagram	
PERIÓDICO	Diario La Hora Diario La Crónica	
RADIAL	Radio Boquerón 93,7 FM en el horario vespertino de 2 a 6 de la tarde, 4 cuñas radiales	
HOJAS VOLANTES	500 Hojas Volantes de la nueva sucursal 500 Tripticos de promociones	

<p>AFICHES</p>	<p>50 Afiches grandes y 30 afiches medianos</p>	
<p>EVENTO DE LANZAMIENTO</p>	<p>1 Sanquero 1 grupo de animación 1 pinta caritas para niños 50 globos 3 cariocas grandes</p>	

Fuente: Investigación directa.

Estudio Técnico

A través del Estudio Técnico, se diseña la función de producción óptima, que mejor utiliza los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea este un bien o un servicio, en síntesis, el estudio técnico busca dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir. Todo el análisis se lo realiza tomando en cuenta las fuerzas de localización, procesos de atención y equipo que sirve para la oferta de servicios.

Localización del Proyecto

El proyecto se enfocará en las siguientes etapas; macro-localización y micro-localización.

Macro-localización

El proyecto en estudio se ubicará en la república del Ecuador, ciudad de Loja, cantón de Loja, situada en el sur del país, en la zona geográfica conocida como región interandina o sierra. Ocupa un territorio de unos 11.066 km², siendo la novena provincia del país por extensión.

Loja es un cantón en la provincia de Loja, Ecuador. El origen de su nombre se debe a la presencia de la ciudad y cabecera cantonal de Loja.

Es el cantón más grande y poblado de la provincia de Loja y agrupa el 50% de la población provincial en tres secciones geográficas; La Hoya de Loja donde está la ciudad de Loja (65% de la población), los valles tropicales y subtropicales del sur (25% de la población) y las mesetas templadas del norte del Cantón (10% de la población).

Límites

Al Norte: Con el cantón de Saraguro

Al sur: Con Perú.

Al Este: Con Zamora Chinchipe.

Al Oeste: Con el cantón de Catamayo, Gonzanamá y Quilanga

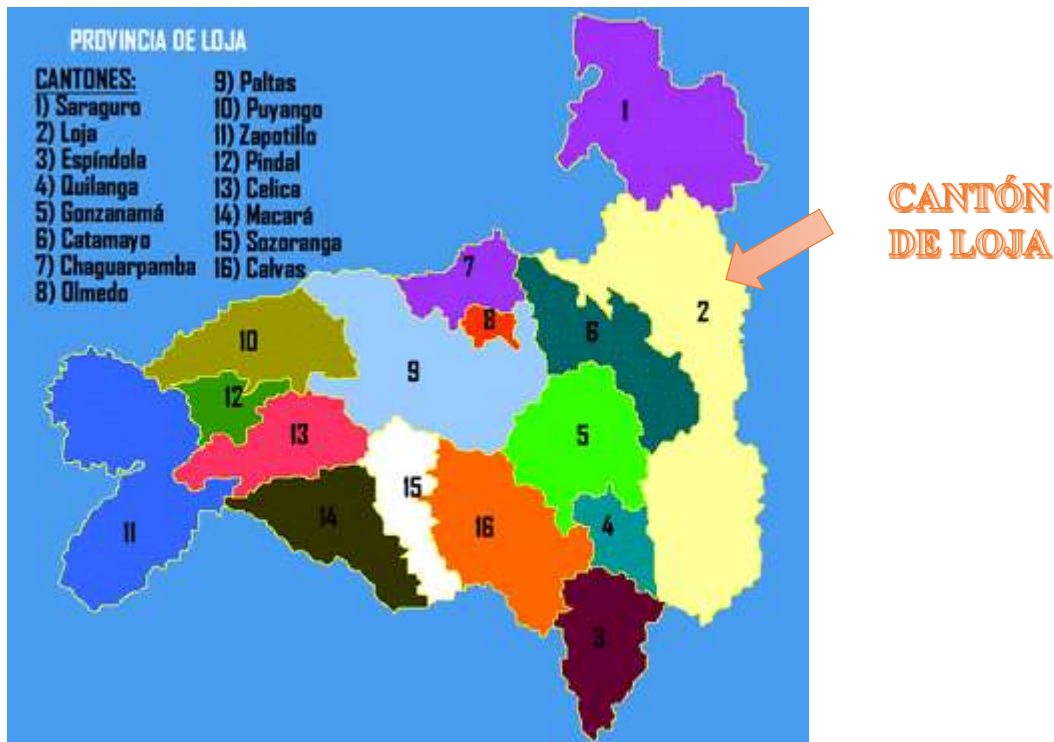


Figura 4. Macro-localización del Proyecto

Fuente: Municipio de Loja (2015) Mapa Político de la Provincia de Loja.

Micro-localización

La nueva sucursal de la pañalera Babyshop va dirigida a los clientes y público en general que deseen hacer uso de los productos que ofrece la pañalera; esta ubicación se ha considerado por ser un sitio estratégico y con mucha influencia diaria, la misma que cuenta con una excelente ubicación y cumple con las normas requeridas.

Para el estudio de la micro-localización se tomará en cuenta algunos aspectos importantes como las vías de acceso, los medios de transporte existentes, características del lugar, el acceso a servicios básicos, la seguridad que caracteriza el servicio y las condiciones climáticas.

De acuerdo a los resultados de la encuesta se determinó que la nueva sucursal, se encuentre ubicada en la zona norte de la ciudad de Loja específicamente en la Av. Gran Colombia y Tulcán esquina, para ello se considera los siguientes aspectos:

Disponibilidad de mano de obra

Se puede encontrar dentro de la localidad mano de obra calificada que preste sus servicios para la atención del local, contribuyendo a la generación de empleo en la ciudad.

Transporte

La ubicación del local se encontrará en el norte de la ciudad, lo que constituye un privilegio para el cliente como para la empresa, para el cliente en el sentido de que los costos y el tiempo que invertirían para llegar son relativamente bajos, y para la empresa también representa costos bajos al momento de que los clientes accedan a la pañalera sin ningún inconveniente.

Servicios básicos

El lugar donde se instalará la empresa cuenta con todos los servicios básicos que son indispensables para el desenvolvimiento de cualquier actividad cotidiana estos son:

- Luz eléctrica

- Teléfono
- Agua potable
- Alcantarillado
- Recolección de basura
- Vías en buen estado

Factores ambientales

La zona de desarrollo del proyecto estará situada en el norte de la ciudad, mantiene un clima dependiendo de la estación climática. Ningún cambio ambiental hace peligrar las operaciones del proyecto.

Todos estos factores fueron determinantes para elegir el sitio adecuado donde la sucursal inicie con sus operaciones, el cual se lo demuestra en el siguiente croquis de la ciudad. El lugar exacto donde se implementará la empresa será en las calles:

Al Norte: Calle Tulcán

Al sur: Calle Guaranda

Al Este: Av. Gran Colombia

Al Oeste: Av. Cuxibamba

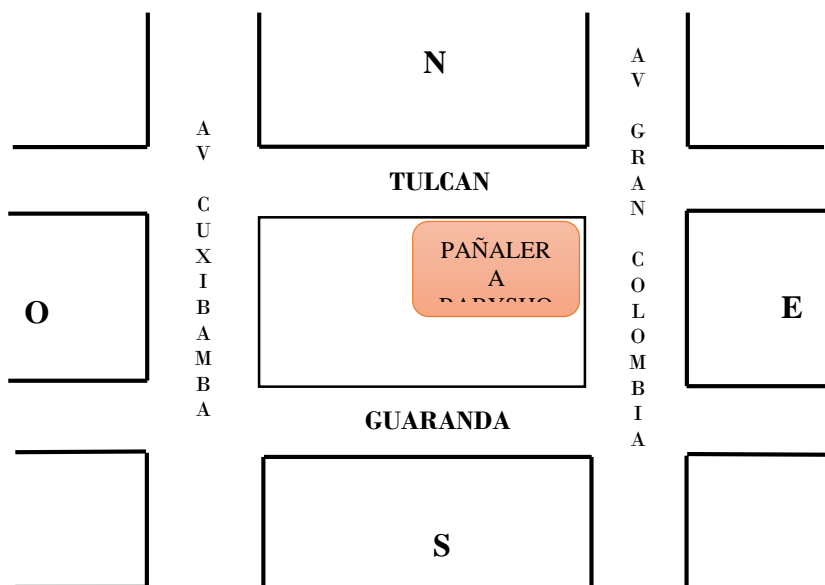


Figura 5. Micro- Localización

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y los costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual manera, la decisión que se tome respecto del tamaño determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por venta.

Capacidad Diseñada. - Es el nivel de producción o de prestación de servicios en condiciones normales de operación que tiene la empresa.

Tabla 37. Tiempo del servicio

Actividad	Tiempo En Horas	Horario
Servicio	12 Horas	Lunes a Sábado 8 am-8 pm

Fuente: Investigación Directa

Aquí se distribuye el tiempo que se va a utilizar y en el cual se va a incurrir al momento de prestar el servicio, luego se calcula el tiempo al año con las 12 horas diarias multiplicando por los 311 días que se va a prestar el servicio al año, dándonos como resultado 3.732 horas de prestación de servicio por parte de la nueva sucursal.

Tabla 38. Capacidad diseñada

Horas Laborables	N° de días al año	Total horas laboradas
12	311	3.732

Fuente: Investigación Directa

Capacidad Instalada. –Para determinar nuestra capacidad instalada, la misma que se fijó en base a la demanda insatisfecha anual y mensual y en base a estas variables, la empresa iniciará sus actividades con un 40%, para atender toda la demanda insatisfecha.

Tabla 39. Capacidad instalada

Periodo	Año	Demanda Insatisfecha De Servicios	% De Instalación	Capacidad Instalada
0	2018	11.589		4.636
1	2019	11.710		4.684
2	2020	11.833	40%	4.733
3	2021	11.957		4.783
4	2022	12.082		4.833
5	2023	12.209		4.883

Capacidad Utilizada. - Está determinada en función de horas hombre de trabajo de mano de obra directa cubriendo capacidad de producción o servicio que se piensa ofrecer.

Tabla 40. Capacidad Utilizada

Periodo	Año	Capacidad Instalada	% Capacidad Utilizada	Capacidad Utilizada
1	2017	4.684	80%	3.747
2	2018	4.733	85%	4.023
3	2019	4.783	90%	4.304
4	2020	4.833	95%	4.591
5	2021	4.883	100%	4.883

Fuente: Investigación Directa

Ingeniería del Proyecto

El estudio de ingeniería del proyecto debe llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado. Para ello deberán analizarse las distintas alternativas y condiciones en que se pueden combinar los factores productivos, identificando, a través de la cuantificación y proyección en el tiempo de los montos de inversiones de capital, los costos y los ingresos de operación. (Sapag, 2010)

Logística del Proceso

Se basa en la parte fundamental para la creación de una nueva sucursal haciendo hincapié que la pañalera “Babyshop” contará con personal necesario calificado y capacitado para ejecutar de forma eficiente, efectiva y eficaz la atención al cliente, para lograr satisfacer las necesidades de los del mismos.

Para la admisión de llamadas y atención en recepción, redactar y mecanografiar la correspondencia, contará con una secretaria, quien organizará las citas y reuniones de negocios del gerente, ingreso de la mercadería en la nueva sucursal, y ejecución de actividades contables de gran variedad, como manejar y tramitar información confidencial

de la organización estableciendo buenas relaciones con el público, proveedores y el personal de la empresa.

Contará con un Vendedor que contribuirá a la captación de nuevos clientes, logrando determinados volúmenes de venta estableciendo un nexo entre los clientes y la empresa, contribuirá activamente a la solución de problemas y asesorará a los compradores acerca de cómo los productos que ofrece la pañalera puede satisfacer sus necesidades y deseos.

Sus dos cajeras contarán con buena disposición para atender a los clientes, contarán con habilidades comunicativas, trabajo en equipo y tener una excelente orientación con el comprador, registrarán directamente los movimientos de cajas (entradas y salidas de dinero), siendo personas responsables con sus funciones y tolerando el trabajo bajo presión.

Y por último la nueva sucursal tendrá a su disposición un bodeguero que tendrá el control de toda la mercadería y responsable del control de calidad de todos los productos que se encuentren en bodega, velará por las deficiencias (empaques dañados, faltantes, sobrantes, problemas de infestación, humedad) detectadas en la descarga del productos para que sean reportadas, verificará el adecuado almacenaje del producto en bodega interna y foránea y la verificación de rotación adecuada del producto por fecha de antigüedad.

De tal manera los recursos humanos serán indispensables en la implementación de la nueva sucursal de la pañalera Babyshop porque son quienes llevarán a la generación de utilidades. Así mismo se utilizarán recursos materiales y tecnológicos para la puesta en marcha de la misma.

Recursos Humanos

La sucursal de la pañalera “Babyshop.”, contará con 5 personas calificadas y capacitadas que se encargarán de la ejecución y puesta en marcha de la nueva sucursal quienes prestarán sus servicios, creando ventaja competitiva frente a su competencia indirecta y posicionándose en el mercado.

Tabla 41. Recursos Humanos

Cantidad	Puesto
1	Secretaria
1	Vendedor
2	Cajeras
1	Bodeguero

Fuente: Investigación Directa

Recursos Técnicos y Materiales para la Implementación de la Nueva Sucursal de la Pañalera Babyshop

Para la apertura de la nueva sucursal se analizó los costos de los equipos existentes en el mercado para el efectivo desarrollo de la actividad a desempeñar, detallando una lista de recursos materiales que se necesitará para la implementación de la empresa, siendo los siguientes:

Tabla 42. Recursos técnicos y materiales

NOMBRE	DESCRIPCIÓN
	COMPUTADORA DE MESA Unidades requeridas: 4 Marca: HP 22-C020 Características: <ul style="list-style-type: none">• Windows 10• Memoria de 4GB RAM• Disco duro SATA• Procesador Intel Core i5
	IMPRESORA Unidades requeridas: 3 Marca: Epson L395 Características: <ul style="list-style-type: none">• Sistema multifuncional• Impresora, Fotocopiadora y scanner• Velocidad hasta 37 ppm• Capacidad de papel 100 hojas


	<p align="center">IMPRESORA EPSON DE ROLLO</p> <p>Unidades requeridas: 2 Marca: Epson 220d Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Velocidad de impresión (6 lps - a 30 columnas y 16 dpi) • Impresora, Fotocopiadora y scanner
	<p align="center">LECTOR DE CÓDIGO DE BARRAS</p> <p>Unidades requeridas: 2 Marca: 3NSTAR Modelo: Sc150 Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conexión cable USB • Incluye base o soporte • Barra de 1D
	<p align="center">TELEVISOR</p> <p>Unidades requeridas: 3 Marca: LG 70 pulgadas Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Smart TV • Resolución 4k • Tipo de display led
	<p align="center">PARLANTE</p> <p>Unidades requeridas: 1 Marca: SONY Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Altavoz • Bluetooth • Rango de frecuencia 2402- 2480 GHZ
	<p align="center">EQUIPO DE SONIDO</p> <p>Unidades requeridas: 1 Marca: SONY Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • CD • DVD • USB • Entrada de audio • Consta de la caja de sonido, un bajo, y dos parlantes adicionales.

	<p style="text-align: center;">MICRÓFONOS</p> <p>Unidades requeridas: 1 Marca: SONY Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Gama de frecuencia 50- 20.000HZ •Sensibilidad 6mv/pa •32 dc
	<p style="text-align: center;">TELEFONO FIJO</p> <p>Unidades requeridas: 2 Marca: Panasonic Modelo: KXT6B210 Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Color negro • Inalámbrico • Pantalla 1,6 retro iluminado • Dimensiones cm: 21.2 alto, 14.6 ancho, 12.9 profundidad.
	<p style="text-align: center;">SUMADORA</p> <p>Unidades requeridas: 3 Marca: Casio DR-120 Modelo: 2018 Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Color negra • Impresión de 3.5 líneas por segundo • Impresión de 2 colores
	<p style="text-align: center;">CAJA REGISTRADORA</p> <p>Unidades requeridas: 2 Marca: Bematech o 3NSTAR Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ranura de monedero ajustable • Soporte de caucho para evitar deslizamiento • Cable de conexión rj12 para conexión de impresora
	<p style="text-align: center;">ARCHIVADOR</p> <p>Unidades requeridas: 4 Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acero sólido y resistente • Color negro • 3 compartimientos

	<p style="text-align: center;">ESCRITORIO</p> <p>Unidades requeridas: 2</p> <p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modelo con anexo a computadora • Estructura metálica y madera
	<p style="text-align: center;">SILLA DE OFICINA</p> <p>Unidades requeridas: 3</p> <p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Altura máxima: 55 cm • Altura mínima: 45cm • Color: negro • Apoyabrazos
	<p style="text-align: center;">GÓNDOLAS METÁLICAS</p> <p>Unidades requeridas: 50</p> <p>Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Metálicas • Altura 2 metros • Ancho 1 metro • Profundidad 50 cm • Color blanco
	<p style="text-align: center;">MUEBLE EXHIBIDOR</p> <p>Unidades requeridas: 6</p> <p>Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Doble lado • Altura 2 metros • Ancho 1 metro • Incluye canchos • Color blanco con filos tomates
	<p style="text-align: center;">VITRINAS</p> <p>Unidades requeridas: 6</p> <p>Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Madera y vidrio • Altura 1 metro • Ancho 1 metro • Con dos repisas • Color blanco con tomate

	<p style="text-align: center;">LETRERO</p> <p>Unidades requeridas: 1</p> <p>Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Letras en 3D • Altura 1 metro • Ancho 2 metro • Iluminación
	<p style="text-align: center;">SEÑALÉTICA</p> <p>Unidades requeridas: 1 kit completo</p> <p>Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 3 Extintor • 3 Uso de extintor • 1 Salida • 1 Salida de emergencia • 1 Baños • 2 Prohibido fumar • 1 Botiquín • 1 Números de emergencia • 1 Bodega • 1 Ingreso solo a personal autorizado
	<p style="text-align: center;">SISTEMA DE FACTURACIÓN ELECTRÓNICA TELCONET</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instalación de cableado para facturación electrónica. • Instalación del servicio en el ordenador para facturación electrónica • Sistema operativo de facturación
	<p style="text-align: center;">VEHÍCULO</p> <p>Unidades requeridas: 1</p> <p>Marca: NISSAN</p> <p>Modelo: NV300 año 2017</p> <p>Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Espacio para carga 8,6 m³ • Cámara de visión trasera • Sistema de navegación

	<p style="text-align: center;">SISTEMA DE VIGILANCIA</p> <p>Unidades requeridas: 1 kit completo Marca: Xonz o embalaje Neutral Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • OEM ODM aceptado • 380*180*260mm, 6 kg por juego • 10 cámaras • 1 monitor central
	<p style="text-align: center;">SUMINISTROS DE OFICINA</p> <p>Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Esferos • Grapadora • Perforadora • RESMA de papel • Sellos de la pañalera • Clips, grapas • Juego de reglas • Tijeras • Cinta • Papel de regalo • Cinta de regalo • Globos • Rollos para la impresora con copia
	<p style="text-align: center;">SUMINISTROS DE LIMPIEZA</p> <p>Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Basureros • Escobas • Trapeadores • Ambientales • Papel higiénico • Toalla para manos • Recogedores de basura • Jabón líquido • Cloro • Desinfectante • Fundas biodegradables

	<p style="text-align: center;">UTENSILIOS DE PRIMEROS AUXILIOS</p> <p>Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Extintor • Botiquín de Emergencia: <ul style="list-style-type: none"> • Algodón • Gasas estériles • Vendas • Esparadrapo hipo alergénico • Antiséptico y desinfectantes • Tijeras con punta • Guantes desechables • Antibióticos
---	---

Fuente: Investigación directa.

Distribución de la planta

La distribución de la sucursal de la pañalera “Babyshop”, se realizará en un local arrendado, ubicado en la Av. Gran Colombia y Tulcán, a una cuadra del mercado mayorista de la ciudad de Loja, lugar que se adecuará para lograr el funcionamiento óptimo de la empresa ofreciendo un servicio de calidad, con buen manejo de las instalaciones y excelente trato; satisfaciendo de esta manera los diferentes gustos de los clientes.

Instalaciones físicas

Estas se dividirán en secciones donde se ubicará una de oficina donde se encontrará la secretaria, una bodega donde se pondrá la mercadería, un servicio higiénico para uso del personal y de la clientela, la sección donde se encontrarán los productos e instalación de los cajeros y todo lo necesario para la correcta atención del cliente, para que este se sienta a gusto en las instalaciones de la empresa.



Figura 6. Instalaciones interna

Tabla 43. Descripción de instalaciones

Designación	Descripción
1	Local atención de clientes
2	Baño
3	Oficina
4	Bodega

Proceso del servicio

Es una representación gráfica de los pasos que se seguirán en la secuencia de actividades, dentro de un proceso o un procedimiento, identificándolos mediante símbolos de acuerdo con su naturaleza; incluye, además, toda la información que se considera necesaria para el análisis, tal como distancias recorridas, cantidad considerada y tiempo requerido, por lo que para su representación se utilizará simbología de diagramas de flujo.

Descripción del proceso en atención al cliente

Tabla 44. Proceso en minutos atención al cliente

Descripción de actividades	Tiempo en minutos
• El cliente ingresa a las instalaciones de la pañalera	30 segundos
• El cliente es atendido por el vendedor el cual le pregunta por el producto que él desea. si () no (), en caso de ser la respuesta positiva sigue el procedimiento, en caso de ser negativa el cliente procede a retirarse de las instalaciones.	30 segundos
• Se le atiende al cliente, se le asesora si es necesario o a su vez se procede a ir por el producto deseado	7 minutos

• El cliente dispone al vendedor de todo lo que desea para que su compra sea completada	1 minuto
• El vendedor pregunta al cliente si todo lo que se le está entregando está bien despachado para proceder al cobro; si () no (), en caso de ser la respuesta positiva sigue el procedimiento, en caso de ser negativa el cliente procede a retirarse de las instalaciones.	1 minuto
• El vendedor entrega todos los productos al cajero	1 minuto
• El cajero procede a ingresar toda la mercadería en el sistema de facturación	3 minutos
• Se procede a llenar los datos necesarios para la facturación del cliente	2 minutos
• Se ubica la mercadería en bolsas o fundas	2 minutos
• Se procede al cobro inmediato	3 minutos
• Se entrega el cambio si es necesario y la factura del cliente	1 minuto
• El cliente se retira del local	30 segundos
TOTAL	22 minutos 30 segundos

Fuente: Investigación directa.

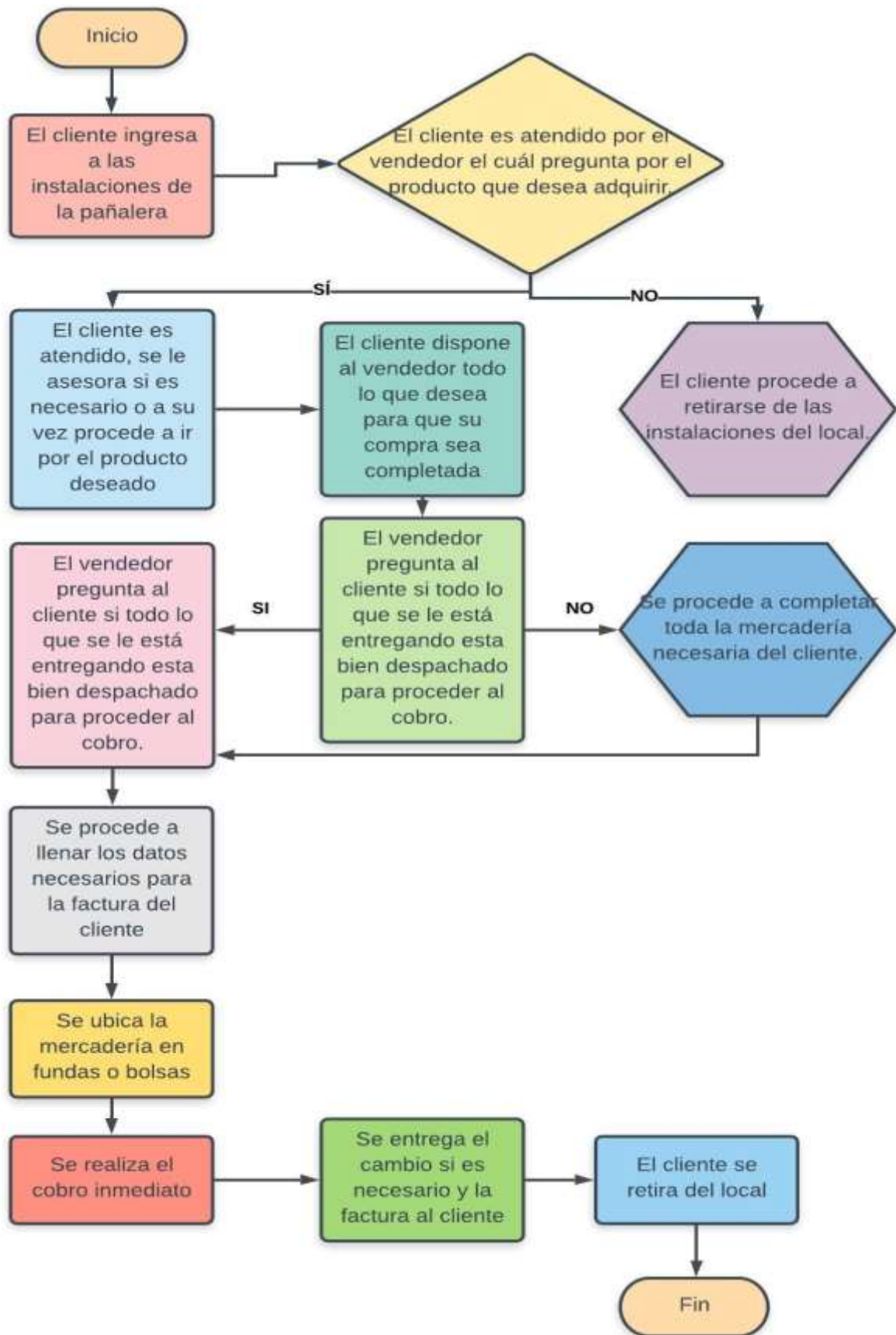


Figura 7. Flujo grama atención al cliente
 Fuente: Investigación directa.

Descripción del proceso en abastecimiento

Tabla 45. *Proceso de abastecimiento*

Descripción de actividades	Tiempo en minutos
Llegada del proveedor indicando que desea entregar el pedido en la pañalera	1 minuto
El bodeguero se encarga de verificar la factura si es para el local indicado; si () no (), en caso de ser la respuesta positiva sigue el procedimiento, en caso de ser negativa el cliente procede a retirarse de las instalaciones.	30 segundos
El bodeguero procede a indicar donde se debe dejar la mercadería	2 minutos
Se comienza a verificar todos los productos que están ingresando al local comprobando que este completo el pedido	30 minutos
Se verifica que la mercadería se encuentre en buen estado y con buena fecha de caducidad	20 minutos
Se firma la factura completando quien ha recibido la mercadería, en que día y a qué hora fue recibida	1 minuto
El bodeguero entrega la factura a la secretaria ya con todo completo.	30 segundos
La secretaria revisa fechas de la factura y que todo esté en regla	1 minuto
La secretaria revisa los precios de la mercadería que ha llegado	5 minutos
Se procede a codificar y poner precio a la mercadería	10 minutos
Se realiza el ingreso de la mercadería al sistema	10 minutos
La mercadería ya puede ser puesta en percha y exhibida	10 minutos
TOTAL	1 Hora y 38 minutos

Fuente: Investigación directa.

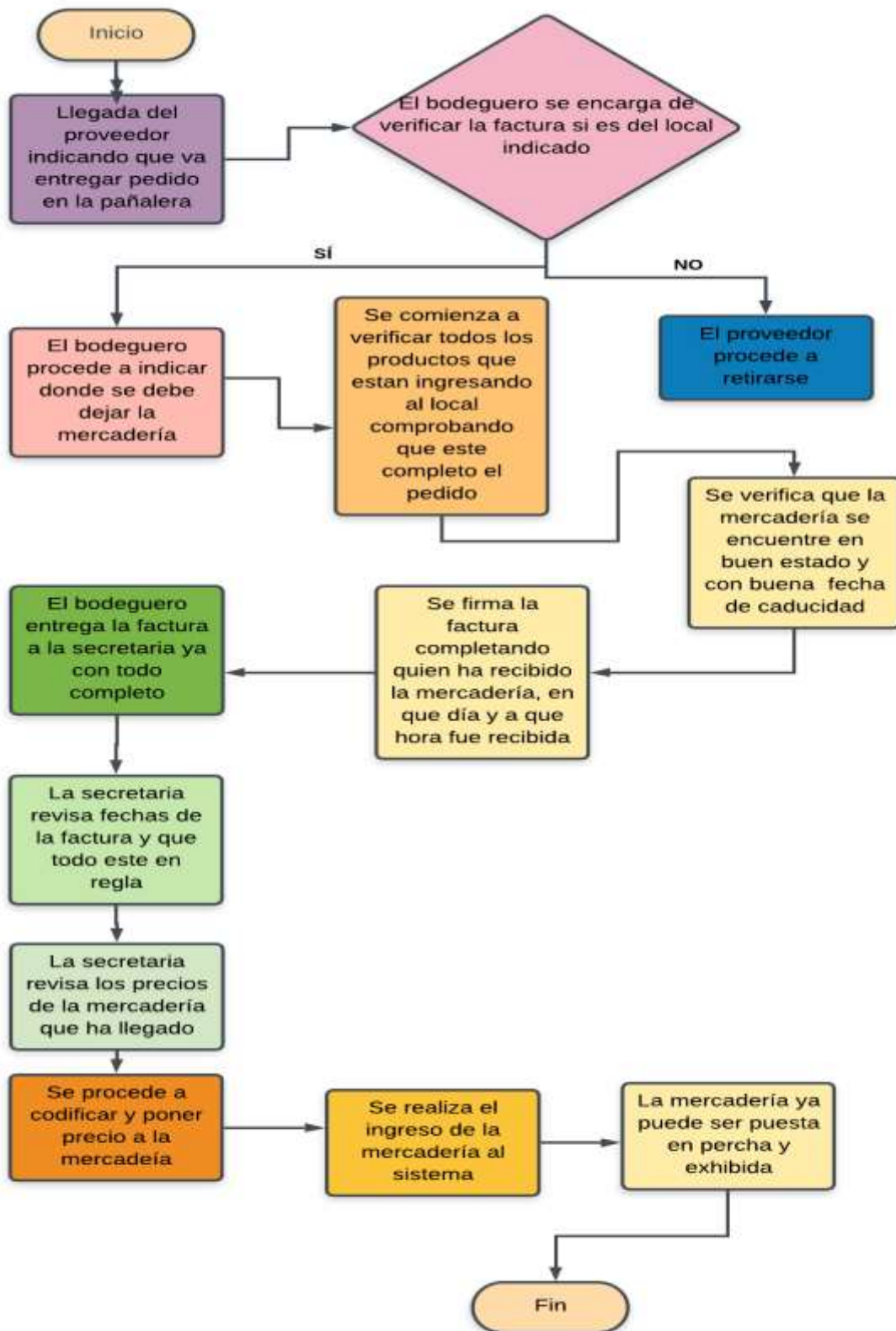


Figura 8. Proceso de abastecimiento
Fuente: Investigación directa.

Estudio Administrativo y Legal

El estudio administrativo permitirá establecer el marco legal, estructura administrativa, objetivos y metas de la nueva sucursal, con la finalidad de estar enmarcada en la legislación de nuestro país y ciudad cumpliendo con todos los requerimientos necesarios para una eficaz implementación y desarrollo de la sucursal.

Para lograr un adecuado funcionamiento de la empresa y sobre todo para que pueda iniciar sus actividades en el mercado, es importante definir cada una de las funciones y responsabilidades de los miembros de la empresa, así como también las políticas, reglamentos y mecanismos de control del personal.

Constitución de la Pañalera Babyshop

Historia

Babyshop es una empresa privada que nace el 30 de enero del 2001 por iniciativa de la familia Yazbek Luzuriaga; como propietaria y dueña del negocio fue creado a nombre de la señora Claudia Carolina Luzuriaga Flores con número de ruc 1715125496001, crea una nueva empresa en la ciudad de Loja con el nombre de BABYSHOP siendo ella la gerente de dicha empresa y su local ubicado en las calles Rocafuerte y 18 de Noviembre, deciden contratar un empleado para bodega y los mismos dueños la fueron haciendo conocer, ésta fue la base del éxito ya que con mucha preparación por parte de sus dueños, recopilando experiencias de su local y de la atención al cliente que iban brindando se fueron ganando el cariño y la aceptación de sus compradores implementándose como una empresa sólida y con ganancias aceptables para quienes conformaron la pañalera.

Viendo que el negocio iba creciendo, que sus clientes iban aumentando y la necesidad de expandirse por que el local era muy pequeño y viendo el crecimiento diario se decide comprar un local ubicado en las calles Lourdes y Bernardo Valdivieso crean una sucursal el 18 de diciembre del 2006; el propósito inicial era satisfacer las necesidades de sus clientes,

ya que no existía una empresa que pueda cubrir con la demanda que exigía la ciudad, está se dedica a la implementar más accesorios que fueran utilizados para bebé como coches, cunas, prendas de vestir, andadores, biberones, juguetes, sillas de automóvil entre otros. Al implementar y formar una empresa mucho más sólida y acogida por la ciudadanía lojana, hoy en día cuenta con una trayectoria de 17 años y cuanta con 7 trabajadores para los dos locales y en su parte gerencial los dueños del mismo y así se encuentra posesionada dentro del mercado lojano.

Permisos para la nueva sucursal

- Patente municipal
- Permiso bomberos
- Permiso ARCSA
- Actualización de RUC
 - Copia de la cédula de identidad
 - Copia de certificado de votación
 - Copia de luz, agua o teléfono del lugar donde se apertura la nueva sucursal.

Filosofía corporativa

Son los principios y valores con los que la empresa contará para prestar un servicio especializado y de calidad garantizando eficiencia en el proceso de atención al cliente para satisfacer las necesidades de los clientes.

Misión

Pañaleras “BABYSHOP” es una empresa dedicada a la comercialización de artículos para bebé, satisfaciendo la necesidad de la ciudadanía lojana; tomando en cuenta las nuevas tendencias del mercado y el compromiso con sus clientes, empleados y proveedores.

Visión

“Para el año 2024 pañaleras BABYSHOP seremos una empresa líder en la comercialización de artículos para bebé a través del fortalecimiento y creación de nuevas alianzas con proveedores y clientes; actuando con responsabilidad social, profesionalismo, calidad humana, seriedad y confianza”.

Valores

- **Responsabilidad social.-** Cumplir con todas las obligaciones para dar lo mejor de cada una de las personas que conforman la pañalera y así ayudar a cumplir los objetivos de la empresa.
- **Honestidad.-** Ser honesto a nosotros mismos con base en la verdad.
- **Cordialidad.-** Siempre tratar al cliente con amabilidad.
- **Respeto.-** El respeto entre los empleados y dueños de la empresa para un buen ambiente de trabajo y el respeto hacia cada uno de los clientes.
- **Trabajo en equipo.-** Trabajar en equipo es fundamental enfocándose hacia un mismo fin.

Principios

- Distribuir y comercializar productos y artículos de alta calidad para bebé que permitirán lograr altos niveles de satisfacción hacia el cliente.
- Ser un eficiente colaborador para sus clientes
- Buscar la satisfacción de sus clientes.
- Brindar un trato ágil, cortés y profesional a los clientes que conforman nuestra empresa.

Estructura Administrativa

Organigrama Estructural

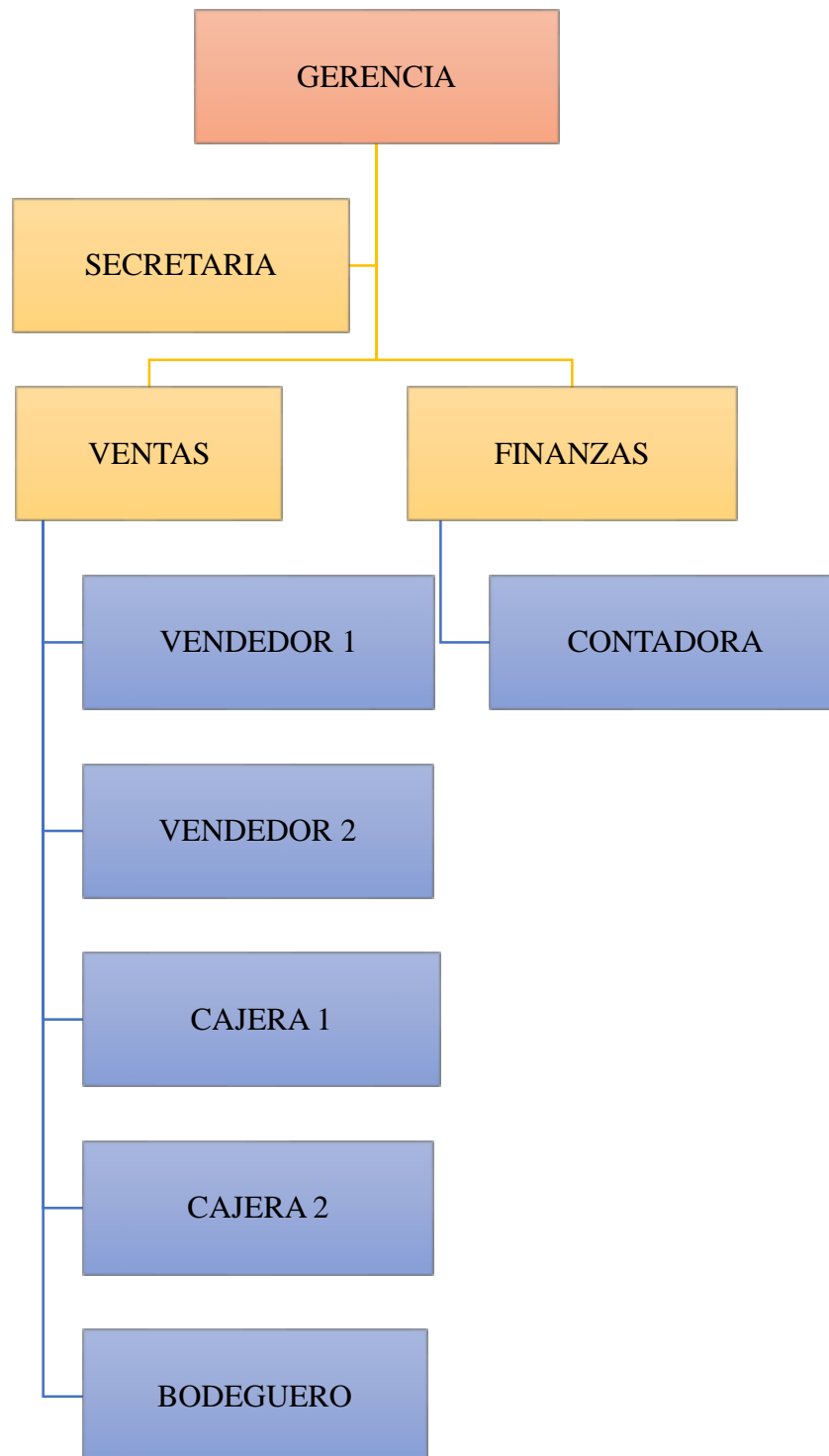


Figura 9. Organigrama estructural

Fuente: Investigación directa.

Organigrama Funcional

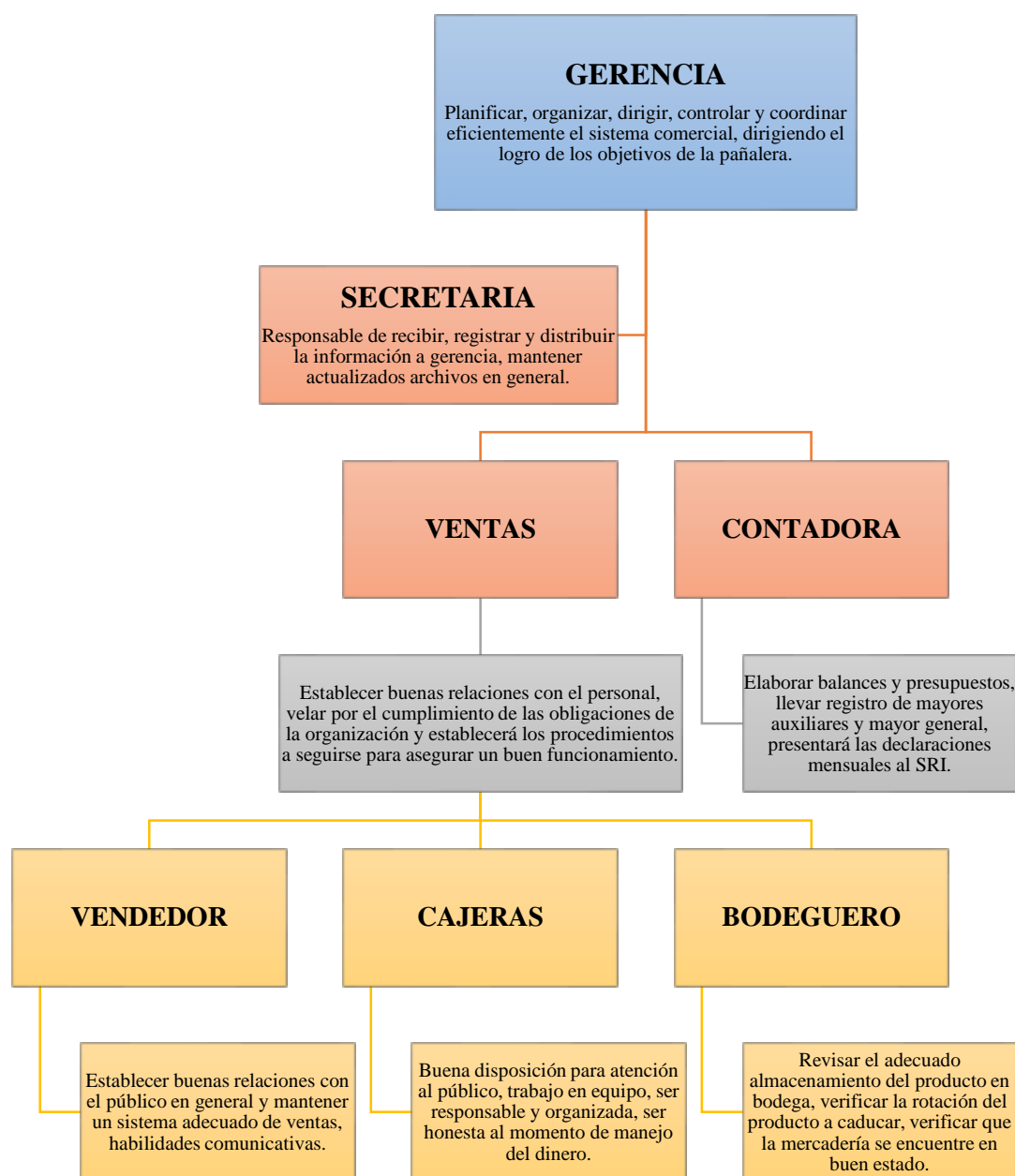


Figura 10. Organigrama Funcional

Fuente: Investigación directa.

- ❖ Para la nueva sucursal la gerencia, jefe de ventas y contadora serán las mismas personas que ya se ha venido trabajando anteriormente en la matriz y sucursal, por lo tanto, no serán parte del nuevo personal para comenzar con las labores del nuevo local.
- ❖ Todas las inquietudes del personal serán expuestas a la secretaria quien será la encargada directa para comunicarse con gerencia y rendir cuentas de los inconvenientes o altercados sucedidos en sus labores diarias.

Manual de funciones de los empleados de la empresa pañaleras “Babyshop”

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

Tabla 46. Manual de funciones Secretaria

Manual de Funciones para la empresa “BABYSHOP”	Código: 002
Nivel:	Auxiliar
Nombre del Cargo:	SECRETARIA
Número de Personas en el Cargo:	1
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none">• Responsable de recibir, registrar y distribuir la correspondencia de gerencia.• Mantener actualizados archivos físicos y en base de datos, sobre las facturas generadas y facturas anuladas, clasificándolas ordenadamente por tipo de transacción y número correlativo.• Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado a los jefes de los compromisos y demás asuntos.• Obedecer y realizar instrucciones que le sean asignadas por su jefe• Redactar y mecanografiar la correspondencia.• Establecer buenas relaciones con el personal de la empresa y el público en general.• Ser responsable, eficiente y manejarse discretamente en el desarrollo de sus funciones.	
Competencias:	
<ul style="list-style-type: none">• Responsabilidad• Carisma y buen trato• Habilidad numérica• Capacidad de toma de decisiones• Trabajo en equipo• Trabajo bajo presión• Creatividad	
Requisitos:	
<ul style="list-style-type: none">• Título de tercer nivel en Banca y Finanzas, Contabilidad y afines.• Edad entre 18 y 35 años• Experiencia mínima de un año como secretaria o cargos similares.• Conocimientos actualizados.• Disponibilidad a tiempo completo.• Sexo femenino	

Fuente: Investigación directa.

Tabla 47. Manual de funciones Vendedor

Manual de Funciones para la empresa “BABYSHOP”	Código: 004
Nivel:	Auxiliar
Nombre del Cargo:	VENDEDOR
Número de Personas en el Cargo:	1

Funciones:

- Establecer un nexo entre cada uno de los clientes y la empresa
- Contribuir activamente a la solución de problemas.
- Asesorar a los clientes de cómo los productos que ofrece la pañalera son necesarios para poder satisfacer sus necesidades.
- Cumplir con lo que el cliente le solicite.
- Captar más clientes.

Competencias:

- Liderazgo
- Capacidad analítica
- Planificación del tiempo y recursos
- Capacidad de toma de decisiones
- Negociación y manejo de conflictos

Requisitos:

- Título de bachiller
- Edad entre 20 y 25 años
- Experiencia mínima de un año en cargos similares.
- Conocimientos actualizados en ventas y comercialización.

Fuente: Investigación directa.

Tabla 48. Manual de funciones Cajeras

Manual de Funciones para la empresa “BABYSHOP”	Código: 005
Nivel:	Auxiliar
Nombre del Cargo:	CAJERAS
Número de Personas en el Cargo:	2
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none">• Saludar a los clientes que entren en el establecimiento y responder a las preguntas de estos últimos sobre lo que necesiten.• Contar el dinero de la caja para garantizar que las cantidades sean las correctas y que haya suficiente cambio.• Establecer o identificar los precios de las mercancías, así como tabular y totalizar las facturas mediante las cajas registradoras, escáneres ópticos de los precios, lectores de códigos de barras o calculadoras.• Recibir y registrar los pagos en efectivo, por cheque y tarjeta de crédito.• Entregar recibos, reembolsos, créditos o el cambio que se les adeude a los clientes.• Ocuparse de las devoluciones y los cambios.• Resolver las reclamaciones de los clientes y facilitar información sobre los procedimientos o las normas.• Mantener limpia y en orden la zona de caja y surtirla de cambio, de rollos para la caja, fundas y otros artículos.• Calcular los pagos totales recibidos y cotejar las entradas con los recibos y los rollos de la caja y mantener los registros de otras transacciones.	
Competencias:	
<ul style="list-style-type: none">• Habilidades comunicativas• Capacidad de toma de decisiones• Negociación y manejo de conflictos• Buena presencia• Tolerar trabajo bajo presión	
Requisitos:	
<ul style="list-style-type: none">• Título de tercer nivel en Banca y Finanzas, Contabilidad y afines.• Edad entre 20 y 25 años• Experiencia mínima de un año en cargos similares.	

Fuente: Investigación directa.

Tabla 49. Manual de funciones Bodeguero

Manual de Funciones para la empresa “BABYSHOP”	Código: 008
Nivel:	Auxiliar
Nombre del Cargo:	BODEGUERO
Número de Personas en el Cargo:	1

Funciones:

- Mantener los registros de ingreso y salida de la mercadería.
- Mantener al día los archivos de documentos que acreditan la existencia de materiales en bodega, tales como: resoluciones u órdenes de compras, copias de facturas, guías de despacho, etc.
- Mantener actualizadas, las tarjetas de control de existencias.
- Firmar las respectivas facturas en trámite, acreditando con su firma la recepción de la mercadería.
- Mantener actualizado el inventario general de bodegas, informando de este inventario trimestralmente a su jefatura directa, a fin de evitar la mantención de stock inutilizables y la sobre adquisición de bienes.
- Informar oportunamente a su jefatura directa, en caso de pérdidas de mercadería.
- Velar por las diferencias (empaques dañados, faltantes, sobrantes y problemas de humedad) detectadas en la descarga de la mercancía.
- Revisar el adecuado almacenaje del producto en bodega interna.
- Verificar la rotación adecuada del producto por fecha de antigüedad.

Competencias:

- Orden
- Capacidad de toma de decisiones
- Negociación y manejo de conflictos
- Capacidad analítica
- Capacidad para toma de decisiones.

Requisitos:

- Título de bachiller
- Edad entre 18 y 25 años
- Experiencia mínima de un año en cargos similares.

Fuente: Investigación directa.

**Reglamento interno de seguridad y salud del trabajo de la empresa
pañaleras. “Babyshop”**

Razón Social: “BABYSHOP”

Actividad Económica: Venta de productos y artículos para bebé

Objetivo

- Conocer las formas de seguridad que deberán seguir el empleador y los empleados de la empresa para prevenir accidentes.

Capítulo I

Disposiciones Reglamentarias

Artículo. 1.- Obligaciones generales del empleador

a) Formular la política empresarial y hacerla conocer a todo el personal de la empresa. Prever los objetivos, recursos, responsables y programas en materia de seguridad y salud en el trabajo;

b) Identificar y evaluar los riesgos, en forma inicial y periódicamente, con la finalidad de planificar adecuadamente las acciones preventivas, mediante sistemas de vigilancia epidemiológica ocupacional específicos u otros sistemas similares, basados en mapa de riesgos.

c) Combatir y controlar los riesgos en su origen, en el medio de transmisión y en el trabajador, privilegiando el control colectivo al individual.

d) Mantener un sistema de registro y notificación de los accidentes de trabajo, incidentes y enfermedades profesionales y de los resultados de las evaluaciones de riesgos realizadas y las medidas de control propuestas, registro al cual tendrán acceso las autoridades correspondientes, empleadores y trabajadores.

e) Investigar y analizar los accidentes, incidentes y enfermedades de trabajo, con el propósito de identificar las causas que los originaron y adoptar acciones correctivas y preventivas tendientes a evitar la ocurrencia de hechos similares,

f) Informar a los trabajadores por escrito y por cualquier otro medio sobre los riesgos laborales a los que están expuestos y capacitarlos a fin de prevenirlos, minimizarlos y eliminarlos.

g) Establecer los mecanismos necesarios para garantizar que sólo aquellos trabajadores que hayan recibido la capacitación adecuada puedan acceder a las áreas de alto riesgo;

h) Fomentar la adaptación del trabajo y de los puestos de trabajo a las capacidades de los trabajadores, habida cuenta de su estado de salud física y mental, teniendo en cuenta la ergonomía y las demás disciplinas relacionadas con los diferentes tipos de riesgos psicosociales en el trabajo.

i) El Reglamento Interno de Seguridad y Salud en el Trabajo, deberá ser revisado y actualizado periódicamente con la participación de empleadores y trabajadores y, en todo caso, siempre que las condiciones laborales se modifiquen.

j) Cumplir las disposiciones de este Reglamento y demás normas vigentes en materia de prevención de riesgos.

k) Adoptar las medidas necesarias para la prevención de los riesgos que puedan afectar a la salud y al bienestar de los trabajadores en los lugares de trabajo de su responsabilidad.

l) Mantener en buen estado de servicio las instalaciones, máquinas, herramientas y materiales para un trabajo seguro.

m) La renuncia para la reubicación se considerará como omisión a acatar las medidas de prevención y seguridad de riesgos.

n) Especificar en el Reglamento interno de Seguridad y Salud, las facultades y deberes del personal directivo, técnicos y mandos medios, en orden a la prevención de los riesgos de trabajo;

o) Instruir sobre los riesgos de los diferentes puestos de trabajo y la forma y métodos para prevenirlos, al personal que ingresa a laborar en la empresa;

p) Dar formación en materia de prevención de riesgos, al personal de la empresa, con especial atención a los directivos técnicos y mandos medios, a través de cursos regulares y periódicos.

q) Proveer a los representantes de los trabajadores de un ejemplar del presente Reglamento y de cuantas normas relativas a prevención de riesgos sean de aplicación en el ámbito de la empresa. Así mismo, entregar a cada trabajador un ejemplar del Reglamento Interno de Seguridad y Salud de la empresa, dejando constancia de dicha entrega.

r) Comunicar al Comité de Seguridad e Higiene, todos los informes que reciban respecto a la prevención de riesgos.

Artículo. 2.- Obligaciones generales y derechos de los trabajadores

Todos los trabajadores tendrán derecho a:

a) Desarrollar sus labores en un ambiente de trabajo adecuado y propio para el pleno ejercicio de sus facultades físicas y mentales, que garanticen su salud, seguridad y bienestar. Los derechos de consulta, participación, formación, vigilancia y control de la salud en materia de prevención, forman parte del derecho de los trabajadores a una adecuada protección en materia de seguridad y salud en el trabajo.

b) Los trabajadores tendrán derecho a estar informados sobre los riesgos laborales vinculados a las actividades que realizan.

c) Sin perjuicio de cumplir con sus obligaciones laborales, los trabajadores tienen derecho a interrumpir su actividad cuando, por motivos razonables, consideren que existe un peligro

inminente que ponga en riesgo su seguridad o la de otros trabajadores. En tal supuesto, no podrán sufrir perjuicio alguno, a menos que hubieran obrado de mala fe o cometido negligencia grave.

d) Los trabajadores tienen derecho a la información y formación continua en materia de prevención y protección de la salud en el trabajo.

Los trabajadores tendrán las siguientes obligaciones en materia de prevención de riesgos laborales:

e) Cumplir con las normas, reglamentos e instrucciones de los programas de seguridad y salud en el trabajo que se apliquen en el lugar de trabajo, así como con las instrucciones que les importan sus superiores jerárquicos directos;

f) Cooperar en el cumplimiento de las obligaciones que competen al empleador;

g) Usar adecuadamente los instrumentos y materiales de trabajo, así como los equipos de protección individual y colectiva;

h) No operar o manipular equipos, maquinarias, herramientas u otros elementos para los cuales no hayan sido autorizados y, en caso de ser necesario, capacitados;

i) Informar a sus superiores jerárquicos directos acerca de cualquier situación de trabajo que a su juicio entrañe, por motivos razonables, un peligro para la vida o la salud de los trabajadores;

j) Velar por el cuidado integral de su salud física y mental, así como por el de los demás trabajadores que dependan de ellos, durante el desarrollo de sus labores;

k) Informar oportunamente sobre cualquier dolencia que sufran y que se haya originado como consecuencia de las labores que realizan o de las condiciones y ambiente de trabajo.

l) Participar en los organismos paritarios, en los programas de capacitación y otras actividades destinadas a prevenir los riesgos laborales que organice su empleador o la autoridad competente.

m) Participar en el control de desastres, prevención de riesgos y mantenimiento de la higiene en los locales de trabajo cumpliendo las normas vigentes.

n) Informar al empleador de las averías y riesgos que puedan ocasionar accidentes de trabajo.

o) No introducir bebidas alcohólicas ni otras sustancias tóxicas a los centros de trabajo, ni presentarse o permanecer en los mismos en estado de embriaguez o bajo los efectos de dichas sustancias

Artículo. 3.-Prohibiciones al empleador

Toda empresa deberá considerar las siguientes prohibiciones:

a) Obligar a sus trabajadores a laborar en ambientes insalubres por efecto de polvo, gases o sustancias tóxicas; salvo que previamente se adopten las medidas preventivas necesarias para la defensa de la salud.

b) Permitir a los trabajadores que realicen sus actividades en estado de embriaguez o bajo la acción de cualquier tóxico.

c) Facultar al trabajador el desempeño de sus labores sin el uso de la ropa y equipo de protección personal.

d) Permitir el trabajo en máquinas, equipos, herramientas o locales que no cuenten con las defensas o guardas de protección u otras seguridades que garanticen la integridad física de los trabajadores.

e) Transportar a los trabajadores en vehículos inadecuados para este efecto.

f) Dejar de cumplir las disposiciones que sobre prevención de riesgos emanen de la Ley.

g) Permitir que el trabajador realice una labor riesgosa para la cual no fue entrenado previamente.

Artículo. 4.- Prohibición para los trabajadores

Los empleados deberán considerar las siguientes prohibiciones:

- a) Efectuar trabajos sin el debido entrenamiento previo para la labor que van a realizar.
- b) Ingresar al trabajo en estado de embriaguez o habiendo ingerido cualquier tipo de sustancia tóxica.
- c) Fumar o prender fuego en sitios señalados como peligrosos para no causar incendios, explosiones o daños en las instalaciones de las empresas.
- d) Distraer la atención en sus labores, con juegos, riñas, discusiones, que puedan ocasionar accidentes.
- e) Alterar, cambiar, reparar o accionar máquinas, instalaciones, sistemas eléctricos, etc., sin conocimientos técnicos o sin previa autorización superior.
- f) Dejar de observar las reglamentaciones colocadas para la promoción de las medidas de prevención de riesgos.

Artículo. 5.- Incumplimientos y sanciones

Las sanciones a los trabajadores se aplicarán conforme lo disponga el Reglamento Interno de Trabajo. Las faltas muy graves podrán sancionarse conforme lo determina el Código del Trabajo.

- a) Serán faltas leves, aquellas que contravienen al presente reglamento, pero que no ponen en peligro la seguridad física del trabajador, ni de otras personas.
- b) Se considerará faltas graves, cuando por primera vez debido a ignorancia o inobservancia de los hechos, el trabajador pone en peligro su seguridad, de terceros y de los bienes de la empresa.
- c) Se considera faltas muy graves, la reincidencia a las faltas graves, violación al presente reglamento interno que, con conocimiento del riesgo o mala intención, ponga en peligro su vida, la de terceros y/o de las instalaciones, equipos y bienes de la empresa. Se tomarán medidas disciplinarias contra los trabajadores que a sabiendas persisten en llevar a cabo prácticas inseguras o peligrosas para él, sus colaboradores y para la empresa, dichos casos

serán vistos, estudiados y calificados, las sanciones que podrá aplicar la empresa de conformidad al Reglamento Interno de Trabajo, de acuerdo a la gravedad de la falta, serán:

- Amonestación Verbal
- Amonestación escrita
- Multa de hasta el 10% de la remuneración diaria unificada
- Terminación de la relación laboral previo visto bueno, de conformidad con lo previsto en el Art. 172 del Código Trabajo

Artículo. 6.- Responsabilidades de los mandos medios

Los distintos niveles de supervisión de la empresa, además de las responsabilidades asignadas por la Gerencia General o el Representante Legal, tienen la responsabilidad de:

a) Velar por el cumplimiento de todos los procedimientos relativos a la Seguridad y Salud del personal a su cargo corrigiendo cualquier condición y/o acción insegura que hayan sido identificadas o informados por los trabajadores.

b) Controlar que las personas a su cargo utilicen los equipos de protección individual designados en cada área.

c) Determinar las condiciones de riesgo y coordinar las mejoras de estas condiciones con la Unidad de Seguridad y Salud o con su responsable.

d) Instruir al personal a su cargo sobre los riesgos específicos de los distintos puestos de trabajo y las medidas de prevención a adoptar.

e) Prohibir o paralizar los trabajos en los que se adviertan riesgos inminentes de accidentes, cuando no sea posible el empleo de los medios adecuados para evitarlos

Artículo. 7.- Protección a trabajadoras embarazadas

a) Cuando las actividades que normalmente realiza una trabajadora resulten peligrosas durante el periodo de embarazo o lactancia, los empleadores deberán adoptar las medidas necesarias para evitar su exposición a tales riesgos.

b) Para ello adoptarán las condiciones de trabajo, incluyendo el traslado temporal a un puesto de trabajo distinto y compatible con su condición, hasta tanto su estado de salud permita su reincorporación al puesto de trabajo correspondiente. En cualquier caso, se garantizará a la trabajadora sus derechos laborales, conforme a lo dispuesto en la legislación nacional.

Artículo. 8.- Prevención de riesgos para personas con discapacidad

a) El empleador deberá garantizar la protección de los trabajadores que por su situación de discapacidad sean especialmente sensibles a los riesgos derivados del trabajo.

Artículo. 9.- Planes de emergencia

El plan de respuesta a emergencias se establecerá mediante el análisis de riesgos, determinación de zonas seguras, rutas de escape, conformación de brigadas, coordinadores de emergencias, inventarios de equipos de atención, comunicación y combate, acercamiento con las entidades externas tales como la policía, bomberos, cruz roja, defensa civil y otros destinados a tal efecto:

a) Para el desarrollo del plan de emergencias adecuado, el personal estará capacitado para reaccionar ante un suceso, minimizando sus efectos y o consecuencias.

b) En el caso de presentarse desastres naturales como terremotos inundaciones, erupciones volcánicas, los trabajadores actuarán de acuerdo a los instructivos correspondientes.

Capítulo II De la Señalización de Seguridad

Artículo. 10.- Señalización

a) La empresa colocará señalización de advertencia según lo indicado en la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN -ISO 3864-Símbolos gráficos. Colores de seguridad y señales de seguridad, en los lugares donde exista peligro, por la presencia de materiales inflamables, circulación peatonal y vehicular, y otros riesgos que alteren la seguridad

personal o colectiva, con el objeto de informar a sus trabajadores, estos avisos son de obligatoria aceptación por parte de los trabajadores.

b) La señalización de seguridad, no sustituirá en ningún caso la adopción obligatoria de medidas preventivas, colectivas e individuales, necesarias para la eliminación o mitigación de los riesgos existentes; esta, será complementaria y se basará en los siguientes criterios:

- Se usarán preferentemente pictogramas, evitando en lo posible, la utilización de palabras escritas.
- Las pinturas utilizadas en la señalización de seguridad serán resistentes al desgaste y lavables; dichas señales, deberán mantenerse en buen estado, limpias, y renovarse cuando estén deterioradas.

A continuación, se detalla el tipo de colores de señalización:

COLOR DE SEGURIDAD	SIGNIFICADO	INDICACIONES Y PRECISIONES
ROJO	PARO	Ato y dispositivos de desconexión para emergencias
	PROHIBICIÓN	Señalamientos para prohibir acciones específicas
	MATERIAL, EQUIPO Y SISTEMAS PARA COMBATE DE INCENDIOS	Identificación y localización
AMARILLO	ADVERTENCIA DE PELIGRO	Atención, precaución, verificación, identificación de fluidos peligrosos
	DELIMITACION DE AREAS	Límites de áreas restringidas o de usos específicos
	ADVERTENCIA DE PELIGRO POR RADIACIONES	Señalamiento para indicar la presencia de material peligroso
VERDE	CONDICIÓN SEGURA	Identificación de tuberías. Señalamiento para indicar salidas de emergencia, zonas de seguridad y primeros auxilios, lugares de reunión, entre otros.
AZUL	OBLIGACIÓN	Señalamientos para realizar acciones específicas, ejemplo: uso de elementos de protección personal.

Figura 11. Colores para la señalización

Fuente: Reglamento de seguridad y salud del Ecuador (2017)

Artículo. 11.- Descripción de las señales de seguridad



Figura 12. Señales de Seguridad

Fuente: Reglamento de seguridad y salud del Ecuador (2017)

Capítulo III

De la Información y Capacitación en Prevención de Riesgos

Artículo. 12.- Inducción, formación y capacitación

a) Todos los trabajadores tienen derecho a desarrollar sus labores en un ambiente de trabajo adecuado y propicio para el pleno ejercicio de sus facultades físicas y mentales, que garanticen su salud, seguridad y bienestar.

b) Los derechos de consulta, participación, formación, vigilancia y control de la salud en materia de prevención, forman parte del derecho de los trabajadores a una adecuada protección en materia de seguridad y salud en el trabajo.

c) Los trabajadores tienen derecho a estar informados sobre los riesgos laborales vinculados a las actividades que realizan.

Capítulo IV

Disposiciones Generales o Finales

Quedan incorporadas al presente Reglamento de seguridad y Salud en el Trabajo, todas las disposiciones contenidas en el Código de Trabajo, sus reglamentos, los reglamentos sobre seguridad y salud ocupacional en general, las normas y disposiciones emitidas por el IESS y las normas internacionales de obligatorio cumplimiento en el País, las mismas que prevalecerán en todo caso.

Artículo. 13.- Aprobación del reglamento de seguridad y salud en el trabajo.

Una vez aprobado el presente reglamento se difundirá la información a todos los empleados mediante su correo electrónico previo aviso para su conocimiento durante su estancia en la empresa como empleado.

Artículo. 14.- Uso del reglamento

Todos los empleados y accionistas de la empresa deben colaborar con la aplicación del presente reglamento en todo el tiempo de vida laboral dentro de la empresa a fin de propiciar un ambiente de trabajo seguro.

Artículo. 14.- Posibles riesgos

Los empleados pueden estar expuestos a los siguientes riesgos laborales:

El Departamento de Riesgos del Seguro Social, en los casos que le son pertinentes, bajo la responsabilidad personal del jefe respectivo, cuidará del cumplimiento de tal requisito, debiendo además enviar a la Dirección Regional del Trabajo los informes médicos relativos a la calificación de riesgos. En caso de incumplimiento, el Director Regional del Trabajo sancionará administrativamente al funcionario responsable.

Artículo. 14.- Vestidos adecuados para trabajos peligrosos

Los trabajadores que realicen labores peligrosas y en general todos aquellos que manejen maquinarias, usarán vestidos adecuados.

Artículo. 15.- Sobre suministro de dotación y entrega de elementos de Protección Personal

Las organizaciones, según la clase de actividad que realizan deben suministrar a sus trabajadores una serie de dotaciones para que estos puedan cumplir de manera segura y efectiva con su actividad o labor.

La obligación a cargo del empleador es hacer entrega de dotación y los elementos de protección a los trabajadores que se encuentren expuestos a algún tipo de riesgo.

Todo empleador que habitualmente ocupe uno o más trabajadores permanentes, deberá suministrar cada año, en forma gratuita, un par de zapatos y una vestimenta de labor al trabajador. Tiene derecho a esta prestación el trabajador que en las fechas de entrega de calzado y vestimenta cuando haya cumplido más de tres meses al servicio del empleador.

Artículo. 15.- Reglamentos sobre prevención de riesgos

La Dirección Regional del Trabajo, dictarán los reglamentos respectivos determinando los mecanismos preventivos de los riesgos provenientes del trabajo que hayan de emplearse en las diversas industrias.

Entre tanto se exigirá que en las fábricas, talleres o laboratorios, se pongan en práctica las medidas preventivas que creyeren necesarias en favor de la salud y seguridad de los trabajadores.

Artículo. 16.- Normas de prevención de riesgos dictadas por el IESS

En las empresas sujetas al régimen del seguro de riesgos del trabajo, además de las reglas sobre prevención de riesgos establecidas en este capítulo, deberán observarse también las disposiciones o normas que dictare el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

Estudio Económico-Financiero

El estudio financiero ayuda a obtener información económica para la toma de decisiones en lo referente a los medios de inversión o financiamiento requerido para poner en marcha

la sucursal, así como la determinación del monto total de la inversión, el cual se lo realiza en base a los recursos humanos, materiales y físicos que son necesarios para que la empresa inicie sus actividades en el mercado; por lo cual dentro de este estudio se permite hacer un análisis sobre la capacidad que tendrá la empresa para perdurar en el mercado durante su vida útil (5 años), también establece los indicadores financieros que se requieren para evaluar la rentabilidad del proyecto.

Estructura del estudio económico y financiero

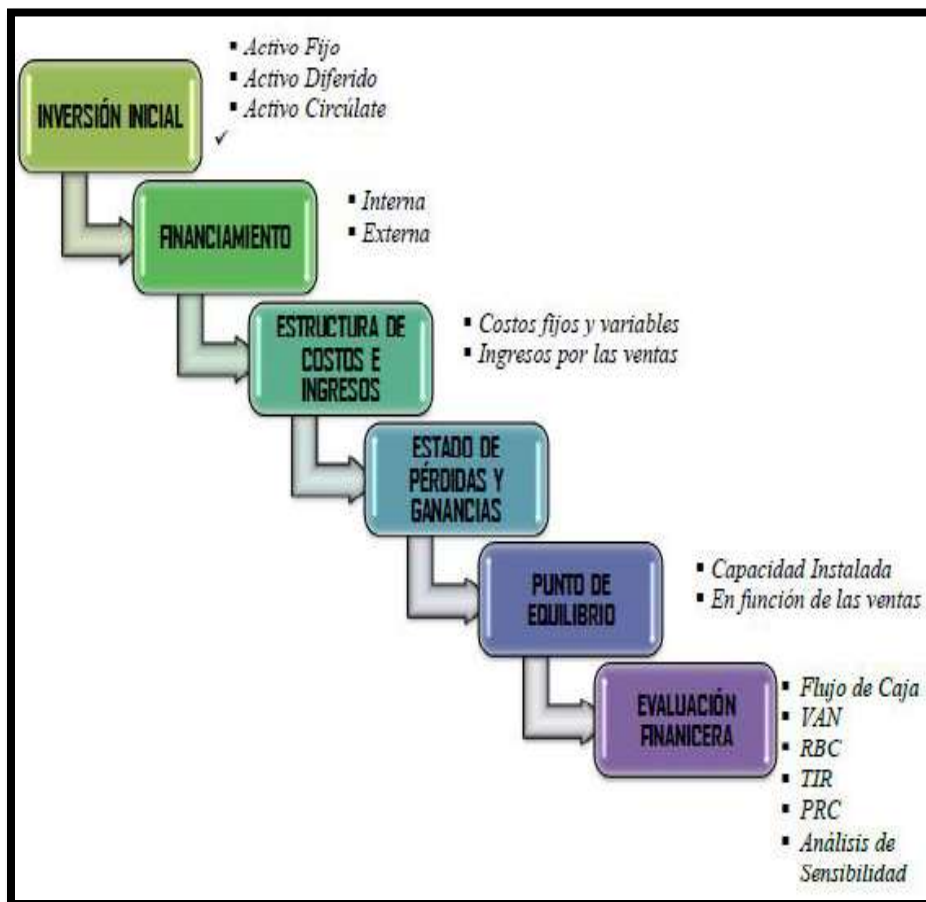


Figura 13. Estructura del estudio económico-financiero

Fuente: Pardo (2013)

Inversión Inicial

Estará conformada la inversión por los desembolsos de dinero que se efectuarán con el propósito de adquirir los bienes tangibles e intangibles y el capital de trabajo necesario para un correcto desempeño de sus operaciones, el capital operativo es de gran importancia ya

que se relaciona directamente con la solvencia y liquidez de la sucursal; los mismos que permitirán la puesta en marcha de la pañalera.

Para determinar la inversión inicial se los agrupó de acuerdo a la clasificación que pertenezca, es decir de acuerdo a la inversión fija y diferida.

Inversión Fija

La Inversión Fija son todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles propiedad de la empresa y son utilizados para llevar a cabo las operaciones de la misma, así mismo estarán sujetos a depreciaciones, las mismas que se realizan en función a porcentajes establecidos en el SRI. Los activos fijos requeridos para el proyecto son los siguientes:

Equipo de computación

Representan todos los equipos requeridos para efectuar eficientemente las actividades de la empresa obteniendo el equipo necesario para que cada empleado pueda brindar mejor atención.

Tabla 50. Equipo de computación

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computadora de mesa HP	4	\$1.200,00	\$4.800,00
Impresora Epson L395	3	\$500,00	\$1.500,00
Impresora Epson de rollo	2	\$500,00	\$1.000,00
Lector de códigos	2	\$150,00	\$300,00
Televisor de 70"	3	\$1.800,00	\$5.400,00
Parlantes	1	\$250,00	\$250,00
Equipo de sonido	1	\$500,00	\$500,00
Micrófonos	1	\$350,00	\$350,00
TOTAL			\$14.100,00

Fuente: Investigación directa.

Equipo de oficina

Pertenece a las herramientas que se requieren para efectuar eficientemente las actividades administrativas.

Tabla 51. Equipo de oficina

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Teléfono Panasonic	2	\$100,00	\$200,00
Sumadora Casio	3	\$130,00	\$390,00
Caja Registradora	2	\$235,00	\$470,00
Archivadores	4	\$210,00	\$840,00
TOTAL			\$1.900,00

Fuente: Investigación directa.

Muebles y Enseres**Tabla 52. Muebles y enseres**

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorio	2	\$300,00	\$600,00
Silla de oficina	3	\$120,00	\$360,00
Góndolas metálicas	50	\$400,00	\$20.000,00
Mueble exhibidor	6	\$275,00	\$1.650,00
Vitrina	6	\$380,00	\$2.280,00
Letrero para sucursal	1	\$400,00	\$400,00
Señalética	15	\$15,00	\$225,00
TOTAL			\$25.515,00

Fuente: Investigación directa.

Activo fijo**Tabla 53. Vehículo**

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Vehículo	1	\$38.000,00	\$38.000,00
TOTAL			\$38.000,00

Fuente: Investigación directa.

Resumen de inversión fija**Tabla 54. Resumen de inversión fija**

Detalle	Valor total
Equipo de Computación	\$14.100,00
Equipo de Oficina	\$1.900,00
Muebles y Enseres	\$25.515,00
Vehículo	\$38.000,00
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$79.515,00

Fuente: Investigación directa.

Inversión Diferida

La inversión diferida es el conjunto de bienes de propiedad de la empresa, es decir; los principales documentos abalizados para el funcionamiento; los mismos que se los realizará al inicio de las actividades; cuyos desembolsos se los ejecuta al momento de llevar a cabo la apertura de la nueva sucursal, mencionando los siguientes:

Marcas y patentes

Gastos en el que incurre la empresa para registrar el nombre con el que se identificará en el mercado, los mismos que corresponden al pago de patente municipal y permiso de funcionamiento por parte del cuerpo de bomberos y el permiso de la agencia nacional de regulación, control y vigilancia sanitaria (**ARCOSA**)

Tabla 55. Permisos y patentes

Detalle	Valor total
Permiso de Bomberos	\$20,00
Patente Municipal	\$180,00
Permiso ARCOSA	\$70,00
TOTAL	\$270,00

Fuente: Municipio de Loja

Adecuaciones e instalaciones

Son los gastos generados por la compra e instalación de la línea telefónica y de internet, los cuales son necesarios para poder atender la demanda, un sistema de vigilancia para la seguridad de la nueva sucursal, al igual que la adecuación del local con el objetivo principal de brindar una buena imagen empresarial.

Tabla 56. Adecuaciones e instalaciones

Detalle	Valor total
Línea Telefónica	\$60,00
Internet	\$80,00
Sistema de vigilancia	\$5.000,00
Adecuaciones del local	\$4.000,00
TOTAL	\$9.140,00

Fuente: Investigación Directa

Tabla 57. Software

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Software Visual Fac	1	\$8.000,00	\$8.000,00
TOTAL			\$8.000,00

Fuente: Investigación Directa

Tabla 58. Mercadería inicial

MERCADERÍA INICIAL	
Pañales	\$12.000,00
Paños húmedos	\$ 2.000,00
Fórmulas alimenticias	\$ 8.000,00
Productos de limpieza	\$ 1.000,00
Artículos de aseo	\$ 1.000,00
Artículos de descanso y diversión	\$ 5.000,00
Artículos para la alimentación	\$ 1.000,00
Ropa	\$ 2.000,00
Varios	\$ 3.000,00
TOTAL	\$35.000,00

Fuente: Investigación Directa (Ver Anexo 4).

Resumen Inversión Diferida

Tabla 59. Resumen inversión diferida

Detalle	Valor total
Marcas y Patentes	\$270,00
Adecuaciones e Instalaciones	\$9.140,00
Software	\$8.000,00
Mercadería inicial	\$35.000,00
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	\$52.410,00

Fuente: Investigación directa.

Capital de Trabajo

Son aquellos recursos que permiten que la empresa pueda iniciar sus actividades. Constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo. Para la ejecución del proyecto se establece el capital de operaciones de forma mensual para que pueda cumplir con sus obligaciones de manera positiva en el mercado (*Ver anexo 5*).

Para determinar el monto de capital de trabajo se tomará en cuenta lo siguiente:

Mano de Obra Directa

Se conoce como mano de obra al esfuerzo físico y mental que se pone al servicio de la fabricación de un bien o servicio. El concepto también se utiliza para nombrar al costo de este trabajo, es decir, el precio que se le paga.

Tabla 60. Sueldos y Salarios

CARGO	Sueldo	INGRESOS						EGRESOS		
		Horas	Cargas	Horas	TOTAL	Aporte	Anticipos	Comisariato	TOTAL	Líquido a
		Suplementarias	Familiares	Extraordinarias	INGRESOS	Personal 9,45%			EGRESOS	Recibir
Secretaria	\$ 600,00	\$ 14,47	\$ -	\$ 46,30	\$ 660,77	\$ 62,44	\$ -	\$ -	\$ 62,44	\$ 598,33
Vendedor	\$ 450,00	\$ 10,85	\$ -	\$ 34,73	\$ 495,58	\$ 46,83	\$ -	\$ -	\$ 46,83	\$ 448,75
Cajera 1	\$ 450,00	\$ 10,85	\$ -	\$ 34,73	\$ 495,58	\$ 46,83	\$ -	\$ -	\$ 46,83	\$ 448,75
Cajera 2	\$ 450,00	\$ 10,85	\$ -	\$ 34,73	\$ 495,58	\$ 46,83	\$ -	\$ -	\$ 46,83	\$ 448,75
Bodeguero	\$ 500,00	\$ 12,06	\$ -	\$ 38,59	\$ 550,64	\$ 52,04	\$ -	\$ -	\$ 52,04	\$ 498,61
Total Mensual	\$ 2.450,00	\$ 59,08	\$ -	\$ 189,07	\$ 2.698,15	\$ 254,98	\$ -	\$ -	\$ 254,98	\$ 2.443,18
Total Anual	\$ 9.400,00	\$ 709,00	\$ -	\$ 2.268,81	\$ 32.377,81	\$3.059,70	\$ -	\$ -	\$3.059,70	\$ 29.318,11

Está representado por el personal que se encuentra en interacción directa con el cliente, de esta forma la secretaria, el vendedor, las cajeras y un bodeguero recibirán una remuneración legal, de las horas que brinden el servicio y con sus respectivas horas extras, bajo el reglamento del ministerio de relaciones laborales 2019.

Tabla 61. Beneficios Sociales Año 1

Cargo	Total Ingresos	Décimo 3ero	Décimo 4to	Vacaciones	Aporte Patronal 12,15%	Total Provisión
Secretaria	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 25,00	\$ 72,90	\$ 177,40
Vendedor	\$ 450,00	\$ 37,50	\$ 29,50	\$ 18,75	\$ 54,68	\$ 140,43
Cajera 1	\$ 450,00	\$ 37,50	\$ 29,50	\$ 18,75	\$ 54,68	\$ 140,43
Cajera 2	\$ 450,00	\$ 37,50	\$ 29,50	\$ 18,75	\$ 54,68	\$ 140,43
Bodeguero	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 29,50	\$ 20,83	\$ 60,75	\$ 152,75
TOTAL ANUAL	\$ 2.450,00	\$ 204,17	\$ 147,50	\$ 102,08	\$ 297,68	\$ 751,43
TOTAL MENSUAL	\$ 204,17	\$ 17,01	\$ 12,29	\$ 8,51	\$ 24,81	\$ 62,62

Fuente: Investigación directa.

Tabla 62. Beneficios Sociales Año 2, 3, 4,5

Cargo	Total Ingresos	Décimo 3ero	Décimo 4to	Vacaciones	Fondos de Reserva 8,33%	Aporte Patronal 12,15%	Total Provisión
Secretaria	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 25,00	\$ 49,98	\$ 72,90	\$ 227,38
Vendedor	\$ 450,00	\$ 37,50	\$ 29,50	\$ 18,75	\$ 37,49	\$ 54,68	\$ 177,91
Cajera 1	\$ 450,00	\$ 37,50	\$ 29,50	\$ 18,75	\$ 37,49	\$ 54,68	\$ 177,91
Cajera 2	\$ 450,00	\$ 37,50	\$ 29,50	\$ 18,75	\$ 37,49	\$ 54,68	\$ 177,91
Bodeguero	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 29,50	\$ 20,83	\$ 41,65	\$ 60,75	\$ 194,40
TOTAL ANUAL	\$ 2.450,00	\$ 204,17	\$ 147,50	\$ 102,08	\$ 204,09	\$ 297,68	\$ 955,51
TOTAL MENSUAL	\$ 204,17	\$ 17,01	\$ 12,29	\$ 8,51	\$ 17,01	\$ 24,81	\$ 79,63

Fuente: Investigación directa.

Suministros de oficina

Son todos aquellos materiales que se necesitan para el adecuado cumplimiento de las operaciones de la empresa, constituyen un complemento fundamental dentro de la administración, debido que, son instrumentos indispensables para el correcto funcionamiento de la empresa.

Tabla 63. Suministros de oficina

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Esferos BIC	15 cajas	\$7,25	\$108,75
Grapadora	4	\$3,00	\$12,00
Perforadora	2	\$5,00	\$10,00
RESMA de papel Bond	25	\$4,75	\$118,75
Sellos de la pañalera	4	\$7,00	\$28,00
Clips	12 cajas	\$1,25	\$15,00
Grapas	12 cajas	\$2,50	\$30,00
Juego de reglas	3	\$0,75	\$2,25
Tijeras	12	\$2,00	\$24,00
Cinta	360	\$1,00	\$360,00
Papel de regalo	2400	\$0,05	\$120,00
Cinta de regalo	36 rollos	\$1,15	\$41,40
Globos para decoración	24 Fundas	\$3,75	\$90,00
Rollos de impresora con copia	600	\$1,20	\$720,00
TOTAL ANUAL			\$1.680,15
TOTAL MENSUAL			\$140,01

Fuente: Investigación directa.

Suministros de limpieza

Son los gastos en que se incurren para la limpieza de las instalaciones de la empresa y así brindar una buena imagen a sus clientes, ofreciendo las condiciones higiénicas pertinentes para que el personal se encuentre laborando en un ambiente sano y salubre.

Tabla 64. Suministros de Limpieza

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Basureros	6	\$7,00	\$42,00
Escobas	6	\$2,00	\$12,00
Trapeadores	6	\$3,00	\$18,00
Ambientales	20	\$5,00	\$100,00
Papel Higiénico	20 Paquetes de 12 unidades	\$7,00	\$140,00
Toalla de Manos	6	\$5,00	\$30,00
Recogedores de Basura	5	\$5,00	\$25,00
Jabón líquido	12	\$3,00	\$36,00
Cloro 2 Litros	12	\$2,00	\$24,00
Desinfectante de piso 5litros	12	\$4,50	\$54,00
Fundas Biodegradables para mercadería	75 quintales	\$30,00	\$2.250,00
TOTAL ANUAL			\$2.731,00
TOTAL MENSUAL			\$227,58

Fuente: Investigación directa.

Suministros de seguridad y botiquín

Son todos aquellos materiales que se utilizarán para la seguridad y bienestar de los empleados de acuerdo a lo establecido en el reglamento interno de seguridad que manifiesta que se debe velar por la integridad de los trabajadores para que ejecuten sus actividades de forma eficiente y eficaz, brindando a los clientes una atención de calidad.

Tabla 65. Suministros de seguridad y botiquín

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Extintor	3	\$80,00	\$240,00
Algodón	1 Rollo grande	\$6,70	\$6,70
Gasas estériles	20	\$3,25	\$65,00
Vendas	4	\$5,00	\$5,00
Esparadrapo hipo alergénico	1 Caja	\$8,00	\$8,00
Antiséptico y desinfectantes	1 Kit	\$7,00	\$7,00
Tijeras con punta	2	\$4,00	\$8,00
Antibióticos	1 kit	\$10,00	\$10,00
Guantes desechables	1 caja	\$3,00	\$3,00
TOTAL ANUAL			\$352,70
TOTAL MENSUAL			\$29,39

Fuente: Investigación directa.

Servicios básicos

Para la implementación de la empresa se necesitará del uso de servicios básicos como el teléfono e internet que son imprescindibles para la puesta en marcha de la entidad y de esta manera brindar un excelente servicio a los clientes.

Tabla 66. Servicios Básicos

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Agua	m ³	300	\$0,50	\$150,00
Luz	Kw/h	1200	\$0,11	\$132,00
Teléfono	Minutos	1500	\$0,10	\$150,00
Internet			\$60,00	\$720,00
TOTAL ANUAL				\$1.152,00
TOTAL MENSUAL				\$96,00

Fuente: Investigación Directa

Arriendo

Corresponde al pago que se debe cancelar por el uso de las oficinas en donde funcionará la empresa.

Tabla 67. Arriendo

Detalle	Unidad	Valor parcial	Valor total
Arriendo	12	\$1.000,00	\$12.000,00
TOTAL ANUAL			\$12.000,00
TOTAL MENSUAL			\$1.000,00

Fuente: Investigación Directa

Resumen De Gastos Administrativos

Tabla 68. Resumen gastos administrativos

Detalle	Valor mensual	Valor anual
Sueldo y salarios	\$2.443,18	\$29.318,11
Beneficios sociales	\$62,62	\$751,43
Suministros de Oficina	\$140,01	\$1.680,15
Suministros de Limpieza	\$227,58	\$2.731,00
Suministros de primeros auxilios	\$29,39	\$352,70
Servicios Básicos	\$96,00	\$1.152,00
Arriendo	\$1.000,00	\$12.000,00
TOTAL	\$3.998,78	\$47.985,39

Fuente: Investigación Directa

Publicidad y propaganda

Comprende la publicidad que se realizará en dos medios de comunicación de gran sintonía en la ciudad de Loja, por medio de la publicidad radial, periódica, volantes y por redes sociales; esto se realiza con la finalidad de dar a conocer la prestación del servicio que brindará la sucursal, para atraer la afluencia de clientes.

Tabla 69. Publicidad y propaganda

Detalle	Unidad	Valor unitario	Valor total
Radio	10 cuñas	\$100,00	\$1.000,00
Volantes	1250	\$0,40	\$500,00
Pantalla Gigante	7	\$200,00	\$1.400,00
Periódico	1	\$100,00	\$100,00
TOTAL MENSUAL			\$3.000,00
TOTAL ANUAL			\$36.000,00

Fuente: Investigación Directa

Gasto por Intereses

El interés es una cantidad que se paga por el uso de dinero prestado. Los intereses se pueden reclamar como deducciones.

Para este proyecto se solicitó un préstamo Comercial Prioritario para PYMES por un monto de \$50.000 al Banco de Loja a 5 años plazo con un interés del 16.06% anual capitalizable mensualmente. (Ver Anexo 3).Cálculo de la cuota:

$$C = \$50.000,00 \times \frac{(1 + 0,0134)^{60} \times 0,0134}{(1 + 0,0134)^{60} - 1}$$

$$C = \$50.000,00 \times \frac{2,220370465 \times 0,0134}{2,220370465 - 1}$$

$$C = \$50.000,00 \times \frac{0,029715958}{1,220370465}$$

$$C = \$1.217,497428$$

Tabla 70. Tabla de intereses anual

Intereses 1er año	=	\$ 7.523,39
Intereses 2do año	=	\$ 6.297,66
Intereses 3er año	=	\$ 4.859,92
Intereses 4to año	=	\$ 3.173,50
Intereses 5to año	=	\$ 1.195,39

Fuente: Investigación Directa

Capital De Trabajo

Tabla 71. Gasto Administrativo

Descripción	Valor mensual	Valor trimestral	Valor anual
Sueldos y Salarios	\$ 2.443,18	\$ 7.329,53	\$ 29.318,11
Beneficios Sociales	\$ 62,62	\$ 187,86	\$ 751,43
Suministros de Oficina	\$ 140,01	\$ 420,04	\$ 1.680,15
Suministros de Limpieza	\$ 227,58	\$ 682,75	\$ 2.731,00
Suministros de Primeros auxilios	\$ 29,39	\$ 88,18	\$ 352,70
Servicios Básicos	\$ 96,00	\$ 288,00	\$ 1.152,00
Arriendo	\$ 1.000,00	\$ 3.000,00	\$ 12.000,00
TOTAL	\$3.998,78	\$ 11.996,35	\$ 47.985,39

Fuente: Investigación Directa

Tabla 72. Gasto Venta

Descripción	Valor mensual	Valor trimestral	Valor anual
Publicidad y Propaganda	\$3.000,00	\$ 9.000,00	\$36.000,00
TOTAL	\$3.000,00	\$ 9.000,00	\$36.000,00

Fuente: Investigación Directa

Tabla 73. Gasto financiero

Descripción	Valor
Interés 1er Mes	\$ 669,17
Interés 2do Mes	\$ 661,83
Interés 3er Mes	\$ 654,39
TOTAL	\$ 1.985,39

Fuente: Investigación Directa

Tabla 74. Inversión Total

Descripción	Valor total
Inversión Fija	\$ 79.515,00
Inversión Diferida	\$ 52.410,00
Capital de Trabajo	\$ 22.981,73
INVERSION INICIAL	\$154.906,73

Fuente: Investigación Directa

El capital que será utilizado para el inicio de operaciones de la nueva sucursal, el cual está determinado por el total de la inversión que se requerirá para la implementación de la empresa por un valor de **\$ 154.906,73**, cabe recalcar que se utilizaron los valores mensuales para su determinación tomando en consideración 3 meses de capital de trabajo.

Financiamiento de la inversión

El proyecto será constituido con una inversión inicial de \$ 154.906,73 dólares americanos; los que corresponden a inversiones fijas, diferidas y capital de trabajo, los mismos costos que serán suministrados un 67,72% por la propietaria de la empresa y el 32,28% se financiara por un préstamo al Banco de Loja para llevar acabo el negocio el cual será un aporte inicial para la constitución de la sucursal.

Tabla 75. Financiamiento

Detalle	Aporte social	Financiamiento	Porcentaje
Propietaria	\$104.906,73		67,72%
Banco de Loja		\$ 50.000,00	32,28%
FINANCIAMIENTO		\$154.906,73	100,00%

Fuente: Investigación Directa

Presupuesto de costos

Para poner en marcha la sucursal se estima los siguientes costos:

Proyección de los costos y gastos

Para su determinación, se tomó como porcentaje de crecimiento el de sueldos básicos aplicando el método de regresión de mínimos cuadrados en los 4 años siguientes (2 al 5to año) excepto las depreciaciones y amortizaciones que serán un valor fijo excepto equipo de computación que se deprecia totalmente al tercer año por lo cual se realizó una reinversión en equipos de \$ 8.000,00

Así mismo, se estimó una cuenta de imprevistos del 2% de los costos como respaldo en el caso de cualquier eventualidad.

Tabla 76. Reinversión

Reinversión Equipo de Computación			
D=	Valor Activo Fijo	*	% Depreciación
D=	\$ 8.000,00	*	33,00%
D=	\$ 2.640,00		

Tabla 77. Presupuesto de costos

DESCRIPCIÓN	PRESUPUESTO DE COSTOS				
	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Gastos Administrativos	\$ 58.467,39	\$ 60.644,35	\$ 62.754,68	\$ 65.012,86	\$ 67.430,21
Sueldo y salarios	\$ 29.318,11	\$ 30.518,39	\$ 31.802,30	\$ 33.176,16	\$ 34.646,86
Beneficios Sociales	\$ 751,43	\$ 994,63	\$ 1.036,47	\$ 1.081,25	\$ 1.129,18
Suministros de Oficina	\$ 1.680,15	\$ 1.748,94	\$ 1.822,51	\$ 1.901,25	\$ 1.985,53
Suministros de Limpieza	\$ 2.731,00	\$ 2.842,81	\$ 2.962,40	\$ 3.090,38	\$ 3.227,38
Suministros de Seguridad y Botiquín	\$ 352,70	\$ 367,14	\$ 382,59	\$ 399,11	\$ 416,81
Servicios Básicos (Agua, Luz, Teléfono e Internet)	\$ 1.152,00	\$ 1.199,16	\$ 1.249,61	\$ 1.303,59	\$ 1.361,38
Arriendo	\$ 12.000,00	\$ 12.491,28	\$ 13.016,79	\$ 13.579,11	\$ 14.181,08
Amortización Activo Diferido	\$ 10.482,00	\$ 10.482,00	\$ 10.482,00	\$ 10.482,00	\$ 10.482,00
Gastos de Depreciación	\$ 14.994,50	\$ 14.994,50	\$ 14.994,50	\$ 12.981,50	\$ 29.409,00
Depreciación de Equipo de Oficina	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 1.140,00
Depreciación de Equipo de Computación	\$ 4.653,00	\$ 4.653,00	\$ 4.653,00	\$ 2.640,00	\$ 5.360,00
Depreciación de Muebles y Enseres	\$ 2.551,50	\$ 2.551,50	\$ 2.551,50	\$ 2.551,50	\$ 15.309,00
Depreciación de Vehículo	\$ 7.600,00	\$ 7.600,00	\$ 7.600,00	\$ 7.600,00	\$ 7.600,00
Gasto de Ventas	\$ 36.000,00	\$ 37.473,84	\$ 39.050,36	\$ 40.737,34	\$ 42.543,23
Publicidad y Propaganda	\$ 36.000,00	\$ 37.473,84	\$ 39.050,36	\$ 40.737,34	\$ 42.543,23
Gasto Financiero	\$ 7.523,39	\$ 6.297,66	\$ 4.859,92	\$ 3.173,50	\$ 1.195,39
Intereses por Préstamo	\$ 7.523,39	\$ 6.297,66	\$ 4.859,92	\$ 3.173,50	\$ 1.195,39
SUBTOTAL	\$ 116.985,27	\$ 119.410,34	\$ 121.659,46	\$ 121.905,19	\$ 140.577,82
Imprevistos (2%)	\$ 2.339,71	\$ 2.388,21	\$ 2.433,19	\$ 2.438,10	\$ 2.811,56
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$ 119.324,98	\$ 121.798,55	\$ 124.092,65	\$ 124.343,30	\$ 143.389,38

Fuente: Investigación Directa

Presupuesto de ingresos

Es la base principal de la empresa ya que representa el nivel de ingresos generados por la adquisición del servicio efectuándose durante la vida útil del proyecto, el mismo que permitirá determinar la viabilidad de las operaciones. Para su determinación se tomó la capacidad utilizada y se la multiplico para el precio.

Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de resultados o estado de pérdidas y ganancias muestra detallada y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio durante determinado período económico, se determina todos los ingresos y egresos estimados del proyecto, es muy importante para la toma de decisiones dentro de la empresa, se toma en consideración los ingresos obtenidos por la adquisición del servicio, menos los costos en que se ha incurrido para su ejecución y los desembolsos que por ley se los debe realizar como, el 15% de utilidad a trabajadores y el 22% de Impuesto a la renta, lo cual da como resultado la utilidad líquida del ejercicio en cada período anual durante los cinco años de vida útil

Tabla 78. Estado de pérdidas y ganancias

DESCRIPCION	ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS				
	AÑOS				
	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$206.102,63	\$221.276,69	\$236.745,89	\$252.514,74	\$268.587,83
Ventas	\$206.102,63	\$221.276,69	\$236.745,89	\$252.514,74	\$268.587,83
GASTOS	\$119.324,98	\$121.798,55	\$124.092,65	\$124.343,30	\$143.389,38
Gastos Administrativos	\$ 58.467,39	\$ 60.644,35	\$ 62.754,68	\$ 65.012,86	\$ 67.430,21
Sueldo y salarios	\$ 29.318,11	\$ 30.518,39	\$ 31.802,30	\$ 33.176,16	\$ 34.646,86
Beneficios Sociales	\$ 751,43	\$ 994,63	\$ 1.036,47	\$ 1.081,25	\$ 1.129,18
Suministros de Oficina	\$ 1.680,15	\$ 1.748,94	\$ 1.822,51	\$ 1.901,25	\$ 1.985,53
Suministros de Limpieza	\$ 2.731,00	\$ 2.842,81	\$ 2.962,40	\$ 3.090,38	\$ 3.227,38
Suministros de Seguridad y Botiquín	\$ 352,70	\$ 367,14	\$ 382,59	\$ 399,11	\$ 416,81
Servicios Básicos (Agua, Luz, Teléfono e Internet)	\$ 1.152,00	\$ 1.199,16	\$ 1.249,61	\$ 1.303,59	\$ 1.361,38
Arriendo	\$ 12.000,00	\$ 12.491,28	\$ 13.016,79	\$ 13.579,11	\$ 14.181,08
Amortización Activo Diferido	\$ 10.482,00	\$ 10.482,00	\$ 10.482,00	\$ 10.482,00	\$ 10.482,00
Gastos de Depreciación	\$ 14.994,50	\$ 14.994,50	\$ 14.994,50	\$ 12.981,50	\$ 29.409,00
Depreciación de Equipo de Oficina	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 1.140,00
Depreciación de Equipo de Computación	\$ 4.653,00	\$ 4.653,00	\$ 4.653,00	\$ 2.640,00	\$ 5.360,00
Depreciación de Muebles y Enseres	\$ 2.551,50	\$ 2.551,50	\$ 2.551,50	\$ 2.551,50	\$ 15.309,00
Depreciación de Vehículo	\$ 7.600,00	\$ 7.600,00	\$ 7.600,00	\$ 7.600,00	\$ 7.600,00
Gasto de Ventas	\$ 36.000,00	\$ 37.473,84	\$ 39.050,36	\$ 40.737,34	\$ 42.543,23
Publicidad y Propaganda	\$ 36.000,00	\$ 37.473,84	\$ 39.050,36	\$ 40.737,34	\$ 42.543,23
Gasto Financiero	\$ 7.523,39	\$ 6.297,66	\$ 4.859,92	\$ 3.173,50	\$ 1.195,39
Intereses por Préstamo	\$ 7.523,39	\$ 6.297,66	\$ 4.859,92	\$ 3.173,50	\$ 1.195,39
Otros Gastos	\$ 2.339,71	\$ 2.388,21	\$ 2.433,19	\$ 2.438,10	\$ 2.811,56
Imprevistos (2%)	\$ 2.339,71	\$ 2.388,21	\$ 2.433,19	\$ 2.438,10	\$ 2.811,56
UTILIDAD BRUTA	\$ 86.777,65	\$ 99.478,14	\$112.653,24	\$128.171,44	\$125.198,45
15% Participación Trabajadores	\$ 13.016,65	\$ 14.921,72	\$ 16.897,99	\$ 19.225,72	\$ 18.779,77
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 73.761,00	\$ 84.556,42	\$ 95.755,26	\$108.945,73	\$106.418,68
22% Impuesto a la Renta	\$ 16.227,42	\$ 18.602,41	\$ 21.066,16	\$ 23.968,06	\$ 23.412,11
UTILIDAD NETA	\$ 57.533,58	\$ 65.954,01	\$ 74.689,10	\$ 84.977,67	\$ 83.006,57

Fuente: Investigación directa.

Punto de equilibrio

La determinación del punto de equilibrio es el balance entre los ingresos y egresos, es decir el punto donde no hay ni pérdidas ni ganancia. Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, si se vende una cantidad menor la empresa tendrá pérdidas y si se vende más del punto de equilibrio se obtendrá utilidades. El punto de equilibrio es una estrategia eficaz que ayudará a determinar la solvencia y rentabilidad que se tendrá dentro de la empresa.

Fórmula:

$$E = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos}}}$$

Para el cálculo se clasifican los costos fijos y variables, el punto de equilibrio ayudará a determinar la liquidez que se tendrá dentro de la empresa y así mismo permitirá determinar su nivel de rentabilidad.

Tabla 79. Costos Fijos y Variables

DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	C.F.	C.V.	C.F.	C.V.	C.F.	C.V.	C.F.	C.V.	C.F.	C.V.
GASTOS	\$111.069,42	\$ 5.915,85	\$113.252,30	\$ 6.158,04	\$115.242,34	\$6.417,11	\$115.210,86	\$6.694,33	\$133.586,73	\$6.991,09
Gastos Administrativos	\$ 52.551,54	\$ 5.915,85	\$ 54.486,30	\$ 6.158,04	\$ 56.337,56	\$6.417,11	\$ 58.318,52	\$6.694,33	\$ 60.439,12	\$6.991,09
Sueldo y salarios	\$ 29.318,11		\$ 30.518,39		\$ 31.802,30		\$ 33.176,16		\$ 34.646,86	
Beneficios Sociales	\$ 751,43		\$ 994,63		\$ 1.036,47		\$ 1.081,25		\$ 1.129,18	
Suministros de Oficina		\$ 1.680,15		\$ 1.748,94		\$ 1.822,51		\$ 1.901,25		\$ 1.985,53
Suministros de Limpieza		\$ 2.731,00		\$ 2.842,81		\$ 2.962,40		\$ 3.090,38		\$ 3.227,38
Suministros de Seguridad y Botiquín		\$ 352,70		\$ 367,14		\$ 382,59		\$ 399,11		\$ 416,81
Servicios Básicos (Agua, Luz, Teléfono e Internet)		\$ 1.152,00		\$ 1.199,16		\$ 1.249,61		\$ 1.303,59		\$ 1.361,38
Arriendo	\$ 12.000,00		\$ 12.491,28		\$ 13.016,79		\$ 13.579,11		\$ 14.181,08	
Amortización Activo Diferido	\$ 10.482,00		\$ 10.482,00		\$ 10.482,00		\$ 10.482,00		\$ 10.482,00	
Gastos de Depreciación	\$ 14.994,50		\$ 14.994,50		\$ 14.994,50		\$ 12.981,50		\$ 29.409,00	
Depreciación de Equipo de Oficina	\$ 190,00		\$ 190,00		\$ 190,00		\$ 190,00		\$ 1.140,00	
Depreciación de Equipo de Computación	\$ 4.653,00		\$ 4.653,00		\$ 4.653,00		\$ 2.640,00		\$ 5.360,00	
Depreciación de Muebles y Enseres	\$ 2.551,50		\$ 2.551,50		\$ 2.551,50		\$ 2.551,50		\$ 15.309,00	
Depreciación de Vehículo	\$ 7.600,00		\$ 7.600,00		\$ 7.600,00		\$ 7.600,00		\$ 7.600,00	
Gasto de Ventas	\$ 36.000,00		\$ 37.473,84		\$ 39.050,36		\$ 40.737,34		\$ 42.543,23	
Publicidad y Propaganda	\$ 36.000,00		\$ 37.473,84		\$ 39.050,36		\$ 40.737,34		\$ 42.543,23	
Gasto Financiero	\$ 7.523,39		\$ 6.297,66		\$ 4.859,92		\$ 3.173,50		\$ 1.195,39	
Intereses por Préstamo	\$ 7.523,39		\$ 6.297,66		\$ 4.859,92		\$ 3.173,50		\$ 1.195,39	
SUBTOTAL	\$111.069,42	\$ 5.915,85	\$113.252,30	\$ 6.158,04	\$115.242,34	\$6.417,11	\$115.210,86	\$6.694,33	\$133.586,73	\$6.991,09
Imprevistos (2%)	\$ 2.339,71		\$ 2.388,21		\$ 2.433,19		\$ 2.438,10		\$ 2.811,56	
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$113.409,13	\$ 5.915,85	\$115.640,51	\$ 6.158,04	\$117.675,53	\$6.417,11	\$117.648,97	\$6.694,33	\$136.398,29	\$6.991,09

Fuente: Investigación directa.

Punto de equilibrio según los ingresos del primer año

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos}}}$$

$$PE = \frac{113.409,13}{1 - \frac{5.915,85}{206.102,63}}$$

$$PE = \frac{113.409,13}{1 - 0,028703418757092}$$

$$PE = \frac{113.409,13}{0,971296581242908}$$

$$PE = 116.760,56$$

Para alcanzar el punto de equilibrio en comparación a las ventas se debe llegar a ingresos de \$116.760,56 para lograrlo para el primer año.

Tabla 80. Punto de Equilibrio

Descripción	Años				
	1	2	3	4	5
Costo Fijo	\$113.409,13	\$115.640,51	\$117.675,53	\$117.648,97	\$136.398,29
Costo Variable	\$ 5.915,85	\$ 6.158,04	\$ 6.417,11	\$ 6.694,33	\$ 6.991,09
Ingresos	\$206.102,63	\$221.276,69	\$236.745,89	\$252.514,74	\$268.587,83
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$116.760,56	\$118.950,86	\$120.954,05	\$120.852,85	\$140.043,49

Fuente: Investigación directa.

Método Gráfico

Se toma los valores del punto de equilibrio para representar gráficamente cuando los ingresos y egresos son iguales y tomando en consideración el año 1 tenemos el siguiente gráfico.

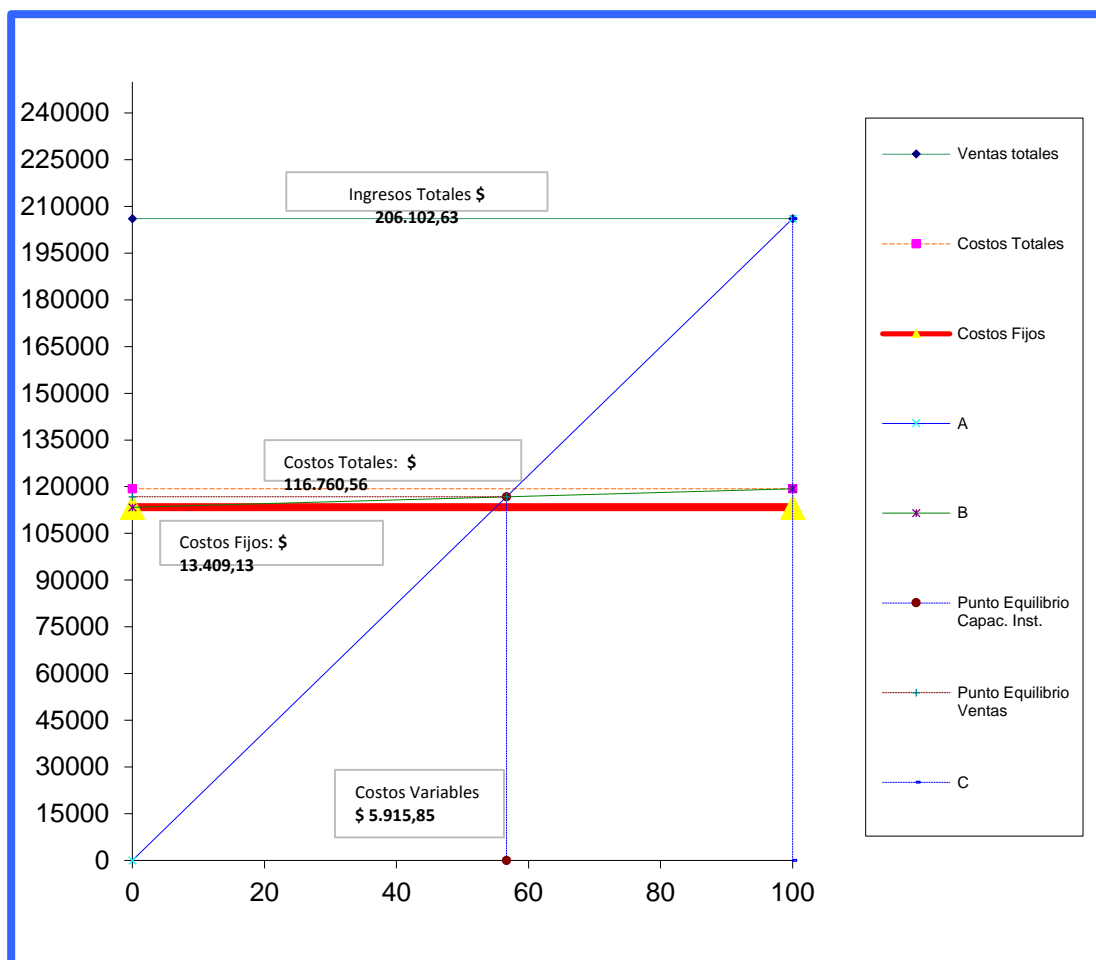


Figura 14. Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación directa.

Evaluación Financiera

Una vez determinada la inversión inicial y los beneficios futuros, así como los respectivos costos durante la vida útil del proyecto, se determina si el proyecto es rentable o no, es decir; permite determinar a dueños y gerentes de la pañalera si el proyecto generará utilidades o pérdidas y si será conveniente crear la nueva sucursal, ese es el propósito de la evaluación del proyecto.

Flujo de caja

El flujo de caja son los recursos monetarios que la empresa generara por su actividad económica, se establece mediante la identificación del beneficio y las amortizaciones del periodo contable; la proyección se la realiza para cinco años de vida útil del proyecto de inversión.

Tabla 81. Flujo Caja

DESCRIPCION	FLUJO DE CAJA					
	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		<u>206.102,63</u>	<u>221.276,69</u>	<u>236.745,89</u>	<u>252.514,74</u>	<u>\$268.587,83</u>
Ventas		206.102,63	221.276,69	236.745,89	252.514,74	\$268.587,83
GASTOS		<u>\$119.324,98</u>	<u>\$121.798,55</u>	<u>\$124.092,65</u>	<u>\$124.343,30</u>	<u>\$143.389,38</u>
Gastos		\$ 58.467,39	\$ 60.644,35	\$ 62.754,68	\$ 65.012,86	\$ 67.430,21
Administrativos						
Sueldo y salarios		\$ 29.318,11	\$ 30.518,39	\$ 31.802,30	\$ 33.176,16	\$ 34.646,86
Beneficios Sociales		\$ 751,43	\$ 994,63	\$ 1.036,47	\$ 1.081,25	\$ 1.129,18
Suministros de Oficina		\$ 1.680,15	\$ 1.748,94	\$ 1.822,51	\$ 1.901,25	\$ 1.985,53
Suministros de Limpieza		\$ 2.731,00	\$ 2.842,81	\$ 2.962,40	\$ 3.090,38	\$ 3.227,38
Suministros de Seguridad y Botiquín		\$ 352,70	\$ 367,14	\$ 382,59	\$ 399,11	\$ 416,81
Servicios Básicos		\$ 1.152,00	\$ 1.199,16	\$ 1.249,61	\$ 1.303,59	\$ 1.361,38
Arriendo		\$ 12.000,00	\$ 12.491,28	\$ 13.016,79	\$ 13.579,11	\$ 14.181,08
Amortización Activo Diferido		\$ 10.482,00	\$ 10.482,00	\$ 10.482,00	\$ 10.482,00	\$ 10.482,00
Gastos de Depreciación		\$ 14.994,50	\$ 14.994,50	\$ 14.994,50	\$ 12.981,50	\$ 29.409,00
Depreciación de Equipo de Oficina		\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 190,00	\$ 1.140,00
Depreciación de Equipo de Computación		\$ 4.653,00	\$ 4.653,00	\$ 4.653,00	\$ 2.640,00	\$ 5.360,00
Depreciación de Muebles y Enseres		\$ 2.551,50	\$ 2.551,50	\$ 2.551,50	\$ 2.551,50	\$ 15.309,00
Depreciación de Vehículo		\$ 7.600,00	\$ 7.600,00	\$ 7.600,00	\$ 7.600,00	\$ 7.600,00
Gasto de Ventas		\$ 36.000,00	\$ 37.473,84	\$ 39.050,36	\$ 40.737,34	\$ 42.543,23
Publicidad y Propaganda		\$ 36.000,00	\$ 37.473,84	\$ 39.050,36	\$ 40.737,34	\$ 42.543,23
Gasto Financiero		\$ 7.523,39	\$ 6.297,66	\$ 4.859,92	\$ 3.173,50	\$ 1.195,39
Intereses por Préstamo		\$ 7.523,39	\$ 6.297,66	\$ 4.859,92	\$ 3.173,50	\$ 1.195,39
Otros Gastos		\$ 2.339,71	\$ 2.388,21	\$ 2.433,19	\$ 2.438,10	\$ 2.811,56
Imprevistos (2%)		\$ 2.339,71	\$ 2.388,21	\$ 2.433,19	\$ 2.438,10	\$ 2.811,56
UTILIDAD BRUTA		\$ 86.777,65	\$ 99.478,14	\$112.653,24	\$128.171,44	\$125.198,45
15% Participación Trabajadores		\$ 13.016,65	\$ 14.921,72	\$ 16.897,99	\$ 19.225,72	\$ 18.779,77
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 73.761,00	\$ 84.556,42	\$ 95.755,26	\$108.945,73	\$106.418,68
22% Impuesto a la Renta		\$ 16.227,42	\$ 18.602,41	\$ 21.066,16	\$ 23.968,06	\$ 23.412,11

UTILIDAD NETA		<u>\$ 57.533,58</u>	<u>\$ 65.954,01</u>	<u>\$ 74.689,10</u>	<u>\$ 84.977,67</u>	<u>\$ 83.006,57</u>
(-) Inversión Inicial	\$-154.906,73					
Inversión Fija						
(+) Depreciación de Activos Fijos		\$ 14.994,50	\$ 14.994,50	\$ 14.994,50	\$ 12.981,50	\$ 29.409,00
Inversión Diferida						
(+) Amortización Activo Diferido		\$ 10.482,00	\$ 10.482,00	\$ 10.482,00	\$ 10.482,00	\$ 10.482,00
Capital de Trabajo						
(+) Recuperación del Capital de Trabajo						\$ 22.981,73
(-) Reinversión					\$ 8.000,00	
(-) Amortización del Crédito Bancario		\$ 7.086,58	\$ 8.312,31	\$ 9.750,05	\$ 11.436,47	\$ 13.414,58
FLUJOS NETOS	<u>\$154.906,73</u>	<u>\$ 75.923,50</u>	<u>\$ 83.118,19</u>	<u>\$ 90.415,55</u>	<u>\$ 89.004,70</u>	<u>\$132.464,72</u>

Fuente: Investigación Directa

Tasa de rendimiento mínimo esperada

Es la tasa mínima de ganancia esperada para la inversión, analizando el costo de oportunidad del capital, pues esta refleja las expectativas de rendimiento de una forma congruente y referenciada a las condiciones vigentes en el mercado durante el proceso de evaluación.

Por lo tanto; para efectuar el cálculo de la TRMR se lo efectuó de acuerdo a las siguientes estimaciones:

1. Tasa a plazo fijo mayor a 360 días: 8,54% (tasa tomada del Banco Central)
2. Índice inflacionario anual: 0,81%
3. Tasa de crédito comercial PYMES: 16,06% (tasa tomada del Banco de Loja)

Tabla 82. Tasa de rendimiento mínima esperada

Descripción	Valor nominal	% de composición	Tasa ponderada	Costo del capital ponderado
Inversión Propia	104.906,73	67,72%	8,54%	5,78%
Financiamiento	50.000,00	32,28%	16,06%	5,18%
TOTAL	154.906,73	100%	24,60%	10,97%

Fuente: Banco Central del Ecuador y Banco de Loja.

Tasa de rentabilidad mínima esperada (TRMR)

$$TRMR = [(1 + CK) * (1 + I) - 1]$$

$$TRMR = [(1 + 0,0875) * (1 + 0,0081) - 1]$$

$$TRMR = 0,118661019$$

$$TRMR = 11,87\%$$

Valor actual neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) de una inversión se define como el valor actualizado de la corriente de los flujos de caja que la misma promete generar a lo largo de su vida.

Por tanto, un VAN positivo implica que el proyecto de inversión produce un rendimiento superior al mínimo requerido y ese exceso lo ganarán los dueños de la empresa, quienes verán el crecimiento del capital exactamente en dicha cantidad. Es esta relación directa entre la riqueza de los accionistas y la definición del VAN es la que hace que este criterio sea tan importante a la hora de valorar un proyecto de inversión.

Se calcula la tasa actualizada de acuerdo a la tasa de rendimiento requerida (TMRR) definida anteriormente del 11,87%.

$$FACTOR DE ACTUALIZACIÓN = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

$$FACTOR DE ACTUALIZACIÓN = \frac{1}{(1 + 0,1132)^1}$$

$$FACTOR DE ACTUALIZACIÓN = \frac{1}{1,118661019}$$

$$FACTOR DE ACTUALIZACIÓN = 0,8939258$$

Tabla 83. Valor Actual Neto

Periodo	Flujo	Factor de actualización	Flujo actualizado
0	154.906,73		
1	75.923,50	0,893925848	67.869,98
2	83.118,19	0,799103422	66.420,03
3	90.415,55	0,714339205	64.587,37
4	89.004,70	0,638566279	56.835,40
5	132.464,72	0,570830903	75.614,96
TOTAL			<u>331.327,74</u>
INVERSIÓN			<u>154.906,73</u>

Fuente: Investigación directa.

Fórmula:

$$\begin{aligned} \text{VAN} &= \Sigma \text{Flujos Actualizados} - \text{Inversión} \\ \text{VAN} &= 331.327,74 - 154.906,73 \\ \text{VAN} &= \underline{\underline{176.421,00}} \end{aligned}$$

Siendo la suma del valor actualizado de \$ 331,327,74 que es superior a la inversión inicial de \$154.906,73, la empresa logrará cubrir esta inversión y generará una utilidad durante los cinco años de vida útil del proyecto de \$176.421,00, generada con una tasa de rendimiento requerida del 11,87%, lo cual significa que el proyecto es factible y es recomendable realizarlo.

Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno es un índice de rentabilidad que permite conocer si al final del proyecto existirá rentabilidad o no, está se mide en términos porcentuales y debe ser más alta de la tasa de interés que se paga por un préstamo y de la que nos pagarían por invertir en una institución financiera.

Para el cálculo de la TIR se debe obtener un VAN positivo y otro negativo, los cuales se compararán para determinar si el proyecto tendrá rendimiento o no, esta debe ser mayor a la

tasa de oportunidad del dinero con lo cual se probará si el proyecto está en capacidad de generar mayor rentabilidad que en otra inversión.

Tabla 84. Tasa Interna de Retorno

Periodo	Flujo	Factor de actualización	Van menor (47,7800%)	Factor de actualización	Van mayor (47,7810%)
1	75.923,50	0,676681553660847	51.376,03	0,676676974712581	51.375,68
2	83.118,19	0,457897925064858	38.059,65	0,457891728106172	38.059,13
3	90.415,55	0,309851079350966	28.015,35	0,309844789320800	28.014,79
4	89.004,70	0,209670509778702	18.661,66	0,209664834668056	18.661,15
5	132.464,72	0,141880166313914	18.794,12	0,141875366026794	18.793,48
TOTAL			<u>154.906,81</u>		<u>154.904,24</u>
INVERSIÓN			154.906,73		154.906,73
VAN			0,08		-2,49

Fuente: Investigación directa.

Fórmula:

$$TIR = \%Menor + Diferencia\ de\ \% * (VAN </(VAN < -VAN >))$$

$$TIR = 0,4778 + 0,0000100 * 0,079/2,57242651$$

$$TIR = 0,4778 + 0,0000100 * 0,030695194$$

$$TIR = 0,4778 + 0,00000030695194$$

$$TIR = 47,780031\%$$

La tasa interna de retorno del presente proyecto es del 47,780031% mayor a la tasa de oportunidad del 11,87%, esto significa que la inversión ofrece un rendimiento promedio, y por lo tanto se debe ejecutar.

Razón Beneficio - Costo (RBC)

La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad. Para su cálculo he tomado del valor presente de los flujos netos y la inversión inicial y así determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se invierte en el proyecto.

Tabla 85. Beneficio - Costo

Periodo	Costo original	Ingreso original	Factor de actualización	Costo actualizado	Ingreso actualizado
0					
1	119.324,98	206.102,63	0,893925848272250	106.667,68	184.240,47
2	121.798,55	221.276,69	0,799103422209261	97.329,64	176.822,96
3	124.092,65	236.745,89	0,714339204555672	88.644,24	169.116,87
4	124.343,30	252.514,74	0,638566279386553	79.401,44	161.247,40
5	143.389,38	268.587,83	0,570830902978679	81.851,09	153.318,23
TOTAL				<u>453.894,09</u>	<u>844.745,93</u>

Fuente: Investigación directa.

$$\frac{B}{C} = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados}}$$

$$\frac{B}{C} = \frac{844.745,93}{453.894,09}$$

$$\frac{B}{C} = 1,86$$

El resultado de la fórmula planteada nos da a conocer por cada dólar invertido en la empresa, tendrá un excedente de 0,86 ctvs, los cuales representan la utilidad para la empresa.

Periodo de recuperación de capital (PRI)

Por su facilidad de cálculo y aplicación es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo. Consiste en medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo.

Tabla 86. Periodo de Recuperación de la Inversión

Periodo	Inversión	Flujo neto	Flujo acumulado
0	154.906,73		
1		75.923,50	75.923,50
2		83.118,19	159.041,69
3		90.415,55	249.457,24
4		89.004,70	338.461,94
5		132.464,72	470.926,66

Fuente: Investigación directa.

$$PRC = \text{Año anterior a la inversión} + \frac{\text{Inversión inicial} - \Sigma \text{ Primeros Flujos}}{\text{Flujo año supera la inversión}}$$

$$PRC = 2 + \frac{154.906,73 - 159.041,69}{83.118,19}$$

$$PRC = 2 + \frac{-4,134,96}{83.118,19}$$

$$PRC = 2 + (-0,049747951)$$

$$PRC = 1,950252049$$

$$1 \text{ AÑOS} = (1,950252049-1) \times 12 = 11,4030246$$

$$11 \text{ MES} = (11,4030246-11) \times 30 = 12,0907375$$

12 DIAS

El tiempo en que la nueva sucursal, recuperará la totalidad de la inversión será en 1 año, 11 meses y 12 días.

Análisis de Sensibilidad

El aumento de costos y la disminución de ingresos provocan desajustes en la factibilidad de implementación de un negocio a futuro, el análisis de sensibilidad permite establecer la magnitud de los riesgos, para ello se presentan 2 supuestos escenarios:

- Cuando incrementan los egresos y los ingresos se mantienen normales
- Cuando disminuyen los ingresos y los egresos se mantienen normales

Tabla 87. Incremento de los costos

Años	Costo Original	Costo Original Incrementado (30,60%)	Ingreso Original	Flujo Neto	Factor Actualizado	Valor Actualizado (32,4115%)	Factor Actualizado	Valor Actualizado (32,41155%)
0						-154.906,73		-154.906,73
1	119.324,98	155.838,4216	206.102,63	50.264,21	0,755221412037474	37.960,60	0,755221126857891	37.960,59
2	121.798,55	159.068,9068	221.276,69	62.207,78	0,570359381199876	35.480,79	0,57035895045250	35.480,77
3	124.092,65	162.064,9971	236.745,89	74.680,89	0,430747617238591	32.168,62	0,430747129274223	32.168,58
4	124.343,30	162.392,3477	252.514,74	90.122,40	0,325309823722706	29.317,70	0,325309332361281	29.317,66
5	143.389,38	187.266,5300	268.587,83	81.321,30	0,245680944421524	19.979,09	0,245680480563275	19.979,06
						0,07		-0,09

Fuente: Investigación directa.

NUEVA TIR

$$TIR = \%Menor + Diferencia de \% * (VAN </(VAN < -VAN >))$$

$$TIR = 32,4115\% + 0,0000005 * 0,074/0,16$$

$$TIR = 0,324115 + 0,0000005 * 0,464854151$$

$$TIR = 0,324115 + 0,00000023242708$$

$$TIR = 32,41\%$$

DIFERENCIA DE TIR

$$**Diferencia TIR** = *TIR Proyecto* – *Nueva TIR*$$

$$**Diferencia TIR** = 47,78% – 32,41%$$

$$**Diferencia TIR** = 15,37%$$

PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$\% **Variación** = *Diferencia TIR* – *TIR Proyecto*$$

$$\% **Variación** = 15,37% – 47,78%$$

$$\% **Variación** = 32,17%$$

SENSIBILIDAD

$$**Coficiente Sensib** = \% *Variación* – *Nueva TIR*$$

$$**Coficiente Sensib** = 32,1651267880671% – 32,4115232427076%$$

$$**Coficiente Sensib** = 0,99$$

Calculando el primer escenario se determinó lo siguiente: cuando existe un incremento del 30,60% en los egresos y los ingresos se mantienen estáticos se generó una nueva TIR del 32,411% mayor a la tasa de oportunidad del 11,87%, esto quiere decir, que la empresa podrá soportar un incremento en sus egresos de hasta el 30,60% sin afectar su rendimiento.

Tabla 88. Disminución de los Ingresos

Años	Costo Original	Ingreso Original	Ingreso Disminuido (16,60%)	Flujo Neto	Factor Actualizado	Valor Actualizado (32,4243%)	Factor Actualizado	Valor Actualizado (32,4243%)
0						-154.906,73		-154.906,73
1	119.324,98	206.102,63	171.889,5906	52.564,61	0,755148698218038	39.694,10	0,75515	39.694,09
2	121.798,55	221.276,69	184.544,7583	62.746,21	0,570249556420397	35.781,00	0,5702493842	35.780,99
3	124.092,65	236.745,89	197.446,0711	73.353,42	0,430623210190276	31.587,69	0,430623015079601	31.587,67
4	124.343,30	252.514,74	210.597,2959	86.254,00	0,325184556597660	28.048,47	0,325184360147578	28.048,45
5	143.389,38	268.587,83	224.002,2515	80.612,87	0,245562694595333	19.795,51	0,245562509159067	19.795,50
						0,03		-0,03

Fuente: Investigación directa.

NUEVA TIR

$$TIR = \%Menor + Diferencia\ de\ \% * (VAN </(VAN < -VAN >))$$

$$TIR = 32,4240\% + 0,0000100 * 0,820/3,15$$

$$TIR = 0,32424 + 0,0000100 * 0,260210309$$

$$TIR = 0,32424 + 0,00000260210309$$

$$TIR = 32,42\%$$

DIFERENCIA DE TIR

$$*Diferencia TIR = TIR Proyecto - Nueva TIR*$$

$$*Diferencia TIR = 47,78\% - 32,42\%*$$

$$*Diferencia TIR = 15,36\%*$$

PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$\% *Variación = Diferencia TIR - TIR Proyecto*$$

$$\% *Variación = 15,36\% - 47,78\%*$$

$$\% *Variación = 32,14\%*$$

SENSIBILIDAD

$$*Coeficiente Sensib = \% Variación - Nueva TIR*$$

$$*Coeficiente Sensib = 32,1384692756787\% - 32,4242602103093\%*$$

$$*Coeficiente Sensib = 0,99*$$

Calculando el segundo escenario se determinó lo siguiente: cuando existe una disminución de ingresos del 16,60% y se mantiene los egresos estáticos, se genera una nueva TIR del 32,4242% mayor a la tasa de oportunidad del 11,87%; esto permitió verificar que el proyecto puede soportar una reducción de sus entradas de capital de hasta el 16,60%.

7. DISCUSION

La Pañalera “Babyshop” tiene como objetivo primordial satisfacer las diferentes necesidades de los clientes del cantón de Loja, brindando productos eficientes y de esta manera contribuir al desarrollo económico de la ciudad. Para lo cual se desarrolló los diferentes estudios para determinar la viabilidad del proyecto.

Para el desarrollo del proyecto de tesis se procedió a realizar los diferentes estudios que ayudaran a una oportuna toma de decisiones, entre los cuales se tiene el Estudio de mercado, para la determinación de este estudio se aplicó fuentes primarias de información como la encuesta mismo que a través de la elaboración, aplicación, análisis e interpretación, se obtuvo información pertinente para determinar la demanda y oferta proyectándola para los años de vida útil del proyecto, conociendo sí existe una demanda insatisfecha; por ende la aceptación que tendrá la nueva sucursal.

El segundo estudio es el Estudio Técnico en donde se determina el tamaño de la nueva sucursal, se consideró solamente un porcentaje del mercado para trabajar todos los años de vida del proyecto, fase importante al momento de determinar la capacidad instalada del 40% y la capacidad utilizada, por medio de estos datos se determinó la capacidad de productos necesarios para la implementación del nuevo sitio de trabajo y del personal que se va a requerir. Se estableció la localización más idónea para la nueva sucursal, se efectuó la ingeniería del proyecto de acuerdo a la capacidad instala y utilizada, estableciendo un flujo grama en donde se detalla los procesos de ingreso de la mercadería y de la atención que se brinde al cliente otro factor importante que se estableció en el presente estudio es la distribución de la planta de acuerdo a las estructura del nuevo local, realizando una repartición proporcional a cada departamento para el buen desempeño del personal.

El tercer estudio comprende el Estudio administrativo - legal estableciendo la estructura de la empresa desarrollando los pasos de forma ordenada, así mismo se determinó los requisitos necesarios para la obtención del permiso de funcionamiento de la empresa, como también las fases que se deben cumplir; se desarrolló los respectivos organigramas y manuales que deberá cumplir el personal que laborara en la empresa.

De la misma manera se realiza una comparación con otros trabajos de investigación expuesto por Armijos (2013) en el que se menciona la creación de una comercializadora de Pañales Desechables, pañitos húmedos, leche en fórmula y biberones para bebés en el cantón Marcabelí y por otro lado Cárdenas (2013) menciona la creación de una empresa dedicada a la distribución de productos para de bebés en la ciudad de Quito, donde se refleja un 50% de población investigada, que se beneficia con la creación de estas empresa comercializadoras, mismos que ayudan a crear empleo y a su vez activar la economía para generar ingresos; situación similar en el presente estudio al conocer la falta de la creación de la nueva sucursal de la empresa Babyshop para cubrir con su alta demanda de clientes y poder crear empleo dentro del mismo sector y su factibilidad de la venta de productos para bebé obteniendo tanto en el Estado de Pérdidas y Ganancias como en el Flujo de Caja valores positivos para los cinco años de vida útil de los proyectos.

En la evaluación financiera se obtiene que el Valor Actual Neto de \$176.421,00, monto positivo al igual que del primer proyecto a comparar con un resultado de \$43.909,80, y del segundo proyecto a comparar con un resultado de \$43.909,80, dando a conocer que si es recomendable implementar el proyecto, la Tasa Interna de Retorno es de 47,78% en el primer proyecto resultó una TIR de 132,45% y en el segundo proyecto con un valor de 41,44% de la inversión, lo que demuestra que se va a obtener una alta rentabilidad por la venta de los productos para bebé, la Relación Beneficio/Costo en el proyecto planteado es de \$1,86, mientras que en el primer proyecto a comparar es de \$1,17 y en el segundo

con un resultado de \$1,91 en todos los ámbitos propuestos obtiene una ganancia por cada dólar invertido, y la inversión inicial del proyecto se logrará recuperar en 1 año 11 meses y 12 días para la creación de la nueva sucursal de la pañalera Babyshop, mientras que en el proyecto de la implementación de una empresa comercializadora de Pañales Desechables, pañitos húmedos, leche en fórmula y biberones para bebés su resultado es de 9 meses 8 días, que es un periodo menor a 2 años en cualquiera de los dos campos financieros..

En base a estos referentes se puede concluir que el proyecto es factible puesto que se recomienda la ejecución del mismo, ya que beneficiara a todos los factores involucrados en esta actividad económica, dando a conocer que la venta de las líneas de productos para bebé son propuestas financieras para una buena inversión.

8. CONCLUSIONES

- El estudio de mercado demostró que el 86% de los clientes están dispuestos a acudir a la nueva sucursal, es decir coexiste una demanda insatisfecha, lo que significa gran disponibilidad de mercado para la nueva sucursal
- El estudio técnico permitió identificar y determinar el lugar óptimo donde se instalará la sucursal ubicado en la parte norte de la ciudad, además para un correcto desempeño de sus operaciones se consideró una capacidad instalada del 40% del total de la demanda insatisfecha, así como también, se estableció la distribución de planta, los recursos humanos y los materiales necesarios para la prestación del servicio.
- El análisis del estudio administrativo-legal determinó la creación de la sucursal de la pañalera Babyshop, estableciendo todos los aspectos legales y cumpliendo con los estándares requeridos para su constitución interna, además se elaboró un organigrama estructural y funcional, los cuales muestran las funciones que deberán cumplir cada uno de los trabajadores de la misma, quienes deberán acoplarse a los reglamentos internos y de seguridad que se estableció.
- En el estudio financiero y económico se establecieron todos los rubros que serán necesarios para la implementación de la empresa estableciendo una inversión fija de \$78.465,00 ,una inversión diferida de \$39.390,00 y un capital de trabajo de \$21.824,23 dándonos como resultado una inversión inicial que será de \$ 139.679,23.
- En la evaluación financiera se obtiene un valor actual neto de \$ 176.617,75, obteniendo una TIR del 51,59% porcentaje que es mayor a la tasa de oportunidad del 12,11%, la RBC determinó que por cada dólar invertido se obtendrá una ganancia de \$0,88 ctvs, la inversión se recupera durante el primer año y 10 meses y 4 días de vida útil de la empresa, y el análisis de sensibilidad da a conocer que la empresa podrá soportar un incremento en sus egresos de hasta el 30,60% y puede soportar una

reducción de sus entradas de capital de hasta el 16,60% sin afectar su rendimiento por lo tanto no es sensible así exista disminución de sus ingresos e incremento en sus egresos.

- Luego del completo estudio para determinar la factibilidad el proyecto se llega a la conclusión de que es rentable su realización, ya que tiene altos índices de rendimiento económico y social, permitiendo de esta manera aportar al desarrollo económico del sector, satisfaciendo las necesidades insatisfechas de los clientes y potenciales clientes.

9. RECOMENDACIONES

- Se deben realizar estudios de mercado continuos a efectos de evaluar el comportamiento cambiante del entorno, la demanda insatisfecha, competencia, precios, entre otros, y realizar los ajustes que correspondan para continuar captando un nicho apropiado de mercado.
- Que la empresa opere eficiente y eficazmente manejando al máximo los recursos disponibles, innovando la tecnología, mejorar los procesos utilizados y diseñar estrategias que generen motivación al personal para incrementar la efectividad en la realización de su trabajo.
- Organizar a la empresa estructural y funcionalmente de la mejor manera dando siempre una buena imagen, basándose en leyes, reglamentos y estatutos, respetando los derechos de los empleados; evitando de esta manera conflictos en la prestación del servicio, siendo favorable que tanto los directivos como el personal operativo de la empresa se capaciten constantemente, de manera que posean conocimientos actualizados.
- Ofrecer capacitaciones a los empleados para que trabajen con eficacia y eficiencia haciendo un buen uso de los recursos económicos y así lograr una excelente atención al cliente.
- Existiendo una alta demanda de clientes para la pañalera Babyshop se recomienda difundir de manera responsable estos beneficios por los medios más adecuados para llegar a las madres de familia y así poder cubrir con la demanda insatisfecha existente y a la vez tener resultados positivos para la empresa.
- Que los gerentes propietarios de la casa comercial consideren el presente proyecto puesto que con los estudios realizados, demuestran que la nueva sucursal es rentable,

el cual generará ingresos para los mismos en poco tiempo y cubriendo con la demanda de clientes existentes.

10. BIBLIOGRAFÍA

- Acuña, J. (2013). *“Emprendimiento Globalizado en Competitividad”*. Colombia.
- Alcarria, J. (2009). *“Contabilidad Financiera”*. Madrid, España: Universitat Jaume.
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. (5^o.ed.) . Caracas - Venezuela: Episteme.
- Arias, J. (2010). *“Mercadotecnia”*. Barraquillas- Colombia: Universidad Simón Bolívar.
- Armijos, T. (2013) *“Factibilidad para la implementación de una empresa comercializadora de Pañales Desechables, pañitos húmedos, leche en fórmula y biberones para bebés en el cantón Marcabellí”*. Loja. Ecuador.
- Baca, G. (2001). *Evaluación de Proyectos*. Mexico: (4ta edición). Editorial.
- Baca, G. (2011). *“Evaluación de Proyectos”*. México, D.F.
- Besley, S, & Brigham, E. (2009). *“Fundamentos de Administración Financiera”*. México, D.F.: Cosegraf.
- Bodie & Roberth. (2003). *“Finanzas”*. Mexico: Pearson Educacion.
- Bodie, Z. (2003). *“Finanzas”*. Mexico: Pearson Educacion.
- Borrego, D. (2009). *Marketing para PYMES/Herramientas, soluciones e ideas*. Mexico.
- Castillo, M. (2013). *“Depreciaciones”*. Colombia.
- Celi, D. (Venezuela de 2010). *Evaluación de proyectos*. Obtenido de Evaluación de proyectos: <http://www.spw.cl/proyectos/evaluacion.htm>
- Córdoba, M. (2006). *“Formulación y Evaluación de Proyectos”*. Bogotá - Colombia: ECOE.: 1era Edición.
- Córdova, M. (2011). Tipos de Proyectos. En M. Córdova, *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Ecoe.
- Cortés, C. (2009). *“Reglamento Interno”* .
- Cárdenas, F. (2011) “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la distribución de productos para el cuidado de bebés, en la ciudad de Quito”. Quito. Ecuador.
- Endeavor,J. (2009). *Emprendedor*. Obtenido de Emprendedor: <http://www2.esmas.com/emprendedor/herramientas-y-apoyos/aprende-del-mercado/081285/demanda-estudio-mercado-necesidades-demandantes/>

- Endeavor. (23 de 09 de 2009). *Emprendedor*. Bogota- Colombia. Obtenido de Emprendedor: <http://www2.esmas.com/emprendedor/herramientas-y-apoyos/aprende-del-mercado/099240/estudio-mercado---la-oferta>
- Flórez, J. (2010). *Proyectos de Inversión para las PYME*. Bogotá, Colombia: : ECOE.
- Gabriel, B. (1998). *Evaluación De Proyecto*. Mexico DF: 3° Edición.
- Gavilanes, J. (2012). *“Niveles de las Empresas”*. Mexico: Segunda Edición.
- Gómez, C. (2000). *Proyectos Factibles*. Valencia.: Editorial Predios.
- Graus. (2013). *Per-Cápita*. Colombia.
- Herrera, H. (2007). *“Manual Administrativo”*. Mexico: Primera edición.
- Infante, A. (1998). *“Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión”*. Colombia: ED. Norma.
- K., M. (1997). *Investigación de Mercados Un Enfoque Practico*. Mexico: Prentice-Hall Hispanoamericana, Segunda Edición.
- Kendall, K. (2005). *Analisis y Diseño de Sistemas*. Monterrey - Mexico: 6ta edicion.
- Kotler, P. (2012). *Dirección de Marketing*. Mexico: cuarta Edición.
- Lagos, V. (2004). *“Tipos de Presupuestos”*. Colombia: Benito.
- Lara, C. , & Conde, A. (2004). *Gaceta Espirituana Proyectos*. Obtenido de Gaceta Espirituana Proyectos: [http://bvs.sld.cu/revistas/gme/pub/vol.6.\(3\)_08/p8.html](http://bvs.sld.cu/revistas/gme/pub/vol.6.(3)_08/p8.html)
- Libertador, U. (1998). *Manual de Trabajos de Grado*. Mexico.
- Lira, P. (2011). *“Análisis de Sensibilidad”*. Madrid: Valencia.
- Manene, L. (2011). *“Diagramas de Flujo”*. Colombia : primera edicion .
- Mcbride, C. (2011). *Tasa de Crecimiento Empresarial*. Mexico.
- Meza, J. (2010). *Evaluación Financiera de Proyectos”*. Bogotá, Colombia: ECOE.: 4ta edicion.
- Miranda, J. (2005). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis: <http://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>
- Morales, A. (2009). *Proyectos de Inversión: Evaluación y Formulación*. México, D.F: 3era edicion.
- Murcia, J. (2009). *Proyectos, formulación y criterios de evaluación*. . México: Alfaomega Grupo Editor.
- Otros, L. (2002). *Metodología*. Valencia.: 2da edicion.
- Navarro, D. (2013). *Teoria de Factibilidad*. Bogota: 3era edicion.
- Pineda, R. (2005). *Proyectos y Presupuestos*. Honduras: Tercera Edición.
- Prieto, H. (2009). *Proyectos: enfoque gerencial*. Colombia: Ecoe Ediciones.

- Prieto, J. (2009). *Proyectos: enfoque gerencial*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Robles, P. (2016). *Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Servicios de Recaudación y Pagos para la Parroquia Taquil Cantón y Provincia Loja*. Loja.
- Romero, R. (2008). *La segmentación de mercado*. Universidad Rafael Velloso, Venezuela: cuarta edición.
- Salazar, A. (06 de Mayo de 2015). *Inen Five Industrial Engineer*. Obtenido de Inen Five Industrial Engineer: <http://www.inenfive.com/2013/10/como-hallar-la-demanda-potencial.html>
- Sampieri, R. (2014). Proceso de un proyecto de investigación. En R. H. Sampieri, *Metodología de la investigación*. México DF: Interamericana Editores.
- Sánchez, L. (2011). *Definición de Empresa y Clasificación*.
- Sapag, N. (2010). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. México, D.F.: 2da Edición.
- Stoner, J. (2000). *Administración*. México: Prentice-Hall. .
- Suárez, R. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Huancayo, Perú: Universidad Perunana Los Andes.
- v, j. (01 de sep de 2019). *economía. mercurio*, pág. 1.2.
- Varela, R. (1997). *Evaluación económica de proyectos de inversión*. Grupo editorial Iberoamericana.
- Vásquez, C. (2012). “*Tipos de Organigramas*”.
- Vidales, L. (2003). “*Glosario de términos financieros, contables, administrativos, económicos, computacionales y legales*”. Baja California: Plaza y Valdés.
- Wolters, K. (s.f.). *Sucursales y establecimientos*. Obtenido de Guías Jurídicas: http://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAEAMtMSbF1jTAAAUMTI3MTtbLUouLM_DxbIwMDCwNzAwuQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoA1hWU-jUAAAA=WKE

11. ANEXOS

Anexo 1. Encuesta.



Universidad Nacional de Loja
Área jurídica, social y Administrativa
Carrera de Banca y Finanzas



ENCUESTA

La presente encuesta tiene como objeto fundamental, recabar información acerca de la satisfacción de los productos para bebé y la aceptación de la ciudadanía lojana para la creación de una sucursal de la empresa Pañaleras Babyshop.

El uso de la presente investigación será estrictamente académico. Marque con una X la respuesta.

- 1. ¿En su núcleo familiar hay niños menores de 3 años?**
a) Si b) No
- 2. ¿Cuándo usted realiza una compra de un producto para su bebé qué tiene en cuenta?**
a) Marca b) Precio
c) Calidad d) Todas las anteriores
- 3. ¿En cuál de las siguientes pañaleras usted ha adquirido productos para su bebé?**
a) La casa del pañal b) El pañal
c) Bambino d) Ninguna
- 4. ¿Usted le gustaría ser cliente de las pañaleras Babyshop?**
a) Si b) No
- 5. De los implementos para el aseo de su bebé ¿Cuál considera usted que es el más primordial para su uso diario?**
a) Shampoo, jabón y talcos b) Pañales y paños húmedos
c) Cremas y lociones d) Todas las anteriores
- 6. ¿Usted estaría dispuesto a adquirir los productos para su bebé en una nueva sucursal que le brinde mejor atención, con mejor infraestructura y mayor comodidad?**
a) Si b) No
- 7. ¿En qué sector de la ciudad de Loja, le gustaría que se ubique la nueva sucursal de la Pañalera Babyshop?**

- a) Norte () b) Centro () d) Sur ()
- 8. ¿Cuál sería el horario de atención ideal para adquirir los productos para su bebé en la nueva sucursal?**
- a) Lunes a Viernes 8 am-8 pm () b) Lunes a Sábado 8 am-8 pm ()
c) Lunes a Domingo 8 am-8 pm ()
- 9. ¿Cree usted que la falta de aparcamiento vehicular es un inconveniente para que usted pueda acceder para realizar sus compras en la pañalera?**
- a) Si () b) No ()
- 10. Al momento de adquirir sus productos para su bebé ¿Cuál es su medio de pago con el que le gustaría cancelar su compra?**
- a) Contado () b) Depósito o transferencia ()
c) Cheque () d) Convenios ()
- 11. ¿Con que frecuencia usted adquiere los productos para su bebé?**
- a) Una vez a la semana () b) Cada dos semanas ()
c) Una vez al mes ()
- 12. ¿Cuánto en promedio gasta al mes para la adquisición de los productos para su bebé?**
- a) De \$1 a \$20 () b) De \$21 a \$40 ()
c) De \$41 a \$60 () d) De \$61 a \$80 ()
e) Más de \$100 ()
- 13. ¿En qué medios usted le interesaría que se comuniquen las promociones, descuentos de la pañalera?**
- a) Radio () b) Televisión ()
c) Periódico () d) Redes sociales ()
- 14. ¿De qué manera sería de su agrado que se le entreguen las promociones?**
- a) Descuentos en precio () b) Sorteos ()
c) Obsequio de producto adicional ()
- 15. ¿Le gustaría que se cree una página oficial de la pañalera donde pueda observar la nueva mercadería, promociones actualizadas, disponibilidad de productos y poder realizar pedidos por este medio?**
- a) Si () b) No ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2. Fotografías.



Figura 15. Foto 1 encuesta.
Fuente: La Autora



Figura 16. Foto 2 encuesta.
Fuente: La Autora

Anexo 3. Tabla de amortización.



Preparado para: CLAUDIA CAROLINA LUZURIAGA FLORES

Datos del cálculo de crédito

TipodeCrédito:Emprendimiento

Destino: Capital / Comercio

FormadePago:Mensual

Método: Francés

TasaPreferencial:16.06%

Monto Deseado: \$50,000.00

Plazo:5 años

Sistema de Amortización: Cuota fija

Fecha de emisión: 16/03/2019

NOTA: "Recuerda, esta información es una simulación de crédito, para que te familiarices con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito"

CUOTA	CAPITAL	VALOR A PAGAR	INTERES	SALDO CAPITAL
0				\$ 50.000,00
1	\$ 548,33	\$ 1.217,50	\$ 669,17	\$ 49.451,67
2	\$ 555,67	\$ 1.217,50	\$ 661,83	\$ 48.896,00
3	\$ 563,11	\$ 1.217,50	\$ 654,39	\$ 48.332,89
4	\$ 570,64	\$ 1.217,50	\$ 646,86	\$ 47.762,25
5	\$ 578,28	\$ 1.217,50	\$ 639,22	\$ 47.183,97
6	\$ 586,02	\$ 1.217,50	\$ 631,48	\$ 46.597,95
7	\$ 593,86	\$ 1.217,50	\$ 623,64	\$ 46.004,09
8	\$ 601,81	\$ 1.217,50	\$ 615,69	\$ 45.402,28
9	\$ 609,86	\$ 1.217,50	\$ 607,63	\$ 44.792,42
10	\$ 618,03	\$ 1.217,50	\$ 599,47	\$ 44.174,39
11	\$ 626,30	\$ 1.217,50	\$ 591,20	\$ 43.548,10
12	\$ 634,68	\$ 1.217,50	\$ 582,82	\$ 42.913,42
13	\$ 643,17	\$ 1.217,50	\$ 574,32	\$ 42.270,25
14	\$ 651,78	\$ 1.217,50	\$ 565,72	\$ 41.618,47
15	\$ 660,50	\$ 1.217,50	\$ 556,99	\$ 40.957,96
16	\$ 669,34	\$ 1.217,50	\$ 548,15	\$ 40.288,62
17	\$ 678,30	\$ 1.217,50	\$ 539,20	\$ 39.610,32
18	\$ 687,38	\$ 1.217,50	\$ 530,12	\$ 38.922,94

19	\$ 696,58	\$ 1.217,50	\$ 520,92	\$ 38.226,36
20	\$ 705,90	\$ 1.217,50	\$ 511,60	\$ 37.520,46
21	\$ 715,35	\$ 1.217,50	\$ 502,15	\$ 36.805,11
22	\$ 724,92	\$ 1.217,50	\$ 492,58	\$ 36.080,19
23	\$ 734,62	\$ 1.217,50	\$ 482,87	\$ 35.345,56
24	\$ 744,46	\$ 1.217,50	\$ 473,04	\$ 34.601,11
25	\$ 754,42	\$ 1.217,50	\$ 463,08	\$ 33.846,69
26	\$ 764,52	\$ 1.217,50	\$ 452,98	\$ 33.082,17
27	\$ 774,75	\$ 1.217,50	\$ 442,75	\$ 32.307,42
28	\$ 785,12	\$ 1.217,50	\$ 432,38	\$ 31.522,31
29	\$ 795,62	\$ 1.217,50	\$ 421,87	\$ 30.726,68
30	\$ 806,27	\$ 1.217,50	\$ 411,23	\$ 29.920,41
31	\$ 817,06	\$ 1.217,50	\$ 400,43	\$ 29.103,35
32	\$ 828,00	\$ 1.217,50	\$ 389,50	\$ 28.275,35
33	\$ 839,08	\$ 1.217,50	\$ 378,42	\$ 27.436,27
34	\$ 850,31	\$ 1.217,50	\$ 367,19	\$ 26.585,96
35	\$ 861,69	\$ 1.217,50	\$ 355,81	\$ 25.724,27
36	\$ 873,22	\$ 1.217,50	\$ 344,28	\$ 24.851,05
37	\$ 884,91	\$ 1.217,50	\$ 332,59	\$ 23.966,15
38	\$ 896,75	\$ 1.217,50	\$ 320,75	\$ 23.069,40
39	\$ 908,75	\$ 1.217,50	\$ 308,75	\$ 22.160,64
40	\$ 920,91	\$ 1.217,50	\$ 296,58	\$ 21.239,73
41	\$ 933,24	\$ 1.217,50	\$ 284,26	\$ 20.306,49
42	\$ 945,73	\$ 1.217,50	\$ 271,77	\$ 19.360,76
43	\$ 958,39	\$ 1.217,50	\$ 259,11	\$ 18.402,38
44	\$ 971,21	\$ 1.217,50	\$ 246,29	\$ 17.431,16
45	\$ 984,21	\$ 1.217,50	\$ 233,29	\$ 16.446,95
46	\$ 997,38	\$ 1.217,50	\$ 220,12	\$ 15.449,57
47	\$ 1.010,73	\$ 1.217,50	\$ 206,77	\$ 14.438,84
48	\$ 1.024,26	\$ 1.217,50	\$ 193,24	\$ 13.414,58
49	\$ 1.037,97	\$ 1.217,50	\$ 179,53	\$ 12.376,62
50	\$ 1.051,86	\$ 1.217,50	\$ 165,64	\$ 11.324,76
51	\$ 1.065,93	\$ 1.217,50	\$ 151,56	\$ 10.258,82
52	\$ 1.080,20	\$ 1.217,50	\$ 137,30	\$ 9.178,62
53	\$ 1.094,66	\$ 1.217,50	\$ 122,84	\$ 8.083,97
54	\$ 1.109,31	\$ 1.217,50	\$ 108,19	\$ 6.974,66
55	\$ 1.124,15	\$ 1.217,50	\$ 93,34	\$ 5.850,51
56	\$ 1.139,20	\$ 1.217,50	\$ 78,30	\$ 4.711,31
57	\$ 1.154,44	\$ 1.217,50	\$ 63,05	\$ 3.556,86
58	\$ 1.169,89	\$ 1.217,50	\$ 47,60	\$ 2.386,97
59	\$ 1.185,55	\$ 1.217,50	\$ 31,95	\$ 1.201,42
60	\$ 1.201,42	\$ 1.217,50	\$ 16,08	\$ 0,00

Anexo 4. Mercadería Inicial.

PAÑALES			
HUGGIES	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
HUGGIES A S R N X30	13	3,52	45,82
HUGGIES A S PX50	13	6,15	79,92
HUGGIES A S MX100	13	17,30	224,84
HUGGIES A S MX72	13	15,16	197,13
HUGGIES A S MX50	13	8,77	114,02
HUGGIES A S MX26	13	4,51	58,61
HUGGIES A S GX100	13	18,85	245,08
HUGGIES A S GX50	13	13,93	181,15
HUGGIES A S GX44	13	8,77	114,02
HUGGIES A S GX22	13	4,51	58,61
HUGGIES A S XGX100	13	22,95	298,36
HUGGIES A S XGX50	13	15,57	202,46
HUGGIES A S XGX36	13	8,77	114,02
HUGGIES A S XGX18	13	4,51	58,61
HUGGIES A S XXG X100	13	31,15	404,92
HUGGIES A S XXG X50	13	16,39	213,11
HUGGIES A S XXGX34	13	8,77	114,02
HUGGIES A S XXGX14	13	4,51	58,61
HUGGIES A S PX40 AJPER.	13	6,39	83,11
HUGGIES A S MX20 AJPER.	13	4,67	60,74
HUGGIES A S MX34 AJPER.	13	9,84	127,87
HUGGIES A S MX92 AJPER.	13	15,57	202,46
HUGGIES A S GX18 AJPER.	13	4,67	60,74
HUGGIES A S GX28 AJPER.	13	9,84	127,87
HUGGIES A S GX80 AJPER.	13	15,57	202,46
HUGGIES A S XGX14 AJPER.	13	4,67	60,74
HUGGIES A S XGX22 AJPER.	13	9,84	127,87
HUGGIES A S XGX66 AJPER.	13	15,57	202,46
HUGGIES N C RN X20	13	3,11	40,49
HUGGIES N C RN X60	13	8,36	108,69
HUGGIES N C P X30	13	5,16	67,13
HUGGIES N C P X50	13	8,36	108,69
HUGGIES N C M X60 NINA	13	14,26	185,41

HUGGIES N C M X60 NINO	13	14,26	185,41
HUGGIES N C G X36 NINA	13	14,26	185,41
HUGGIES N C G X36 NINO	13	14,26	185,41
HUGGIES N C XG X30 NINA	13	14,26	185,41
HUGGIES N C XG X30 NINO	13	14,26	185,41
HUGGIES N C XXG X28 NINA	13	14,26	185,41
HUGGIES N C XXG X28 NINO	13	14,26	185,41
PANOLINI	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
PANOLINI RX24 DELICARE	13	2,70	35,16
PANOLINI DELICARE RN PAG 40 LLEVE 48	13	4,75	61,80
PANOLINI PX22 DELICARE	13	3,11	40,49
PANOLINI PX44 DELICARE	13	5,00	65,00
PANOLINI MX24 COMFORT	13	3,11	40,49
PANOLINI MX48 COMFORT	13	6,31	82,05
PANOLINI MX100 COMFORT	13	11,48	149,18
PANOLINI GX20 COMFORT	13	3,11	40,49
PANOLINI GX40 COMFORT	13	6,31	82,05
PANOLINI GX100 COMFORT	13	15,12	196,60
PANOLINI XGX18 COMFORT	13	3,11	40,49
PANOLINI XGX36 COMFORT	13	6,31	82,05
PANOLINI XGX100 COMFORT	13	16,72	217,38
PANOLINI XXGX32 COMFORT	13	6,31	82,05
PANOLINI MX24 PREM PLUS	13	3,69	47,95
PANOLINI MX48 PREM PLUS	13	7,46	96,97
PANOLINI MX96 PREM PLUS	13	12,30	159,84
PANOLINI GX20 PREM PLUS	13	3,69	47,95
PANOLINI GX40 PREM PLUS	13	7,46	96,97
PANOLINI GX80 PREM PLUS	13	13,93	181,15
PANOLINI XGX36 PREM PLUS	13	7,46	96,97
PANOLINI XGX72 PREM PLUS	13	13,93	181,15
PANOLINI XXGX32 PREM PLUS	13	7,46	96,97
NAPPIS	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
NAPPIS R N X20 FISHER-PRICE	12	2,62	31,48
NAPPIS MX26 FISHER-PRICE	12	3,85	46,23
NAPPIS MX52 FISHER-PRICE	12	8,11	97,38
NAPPIS MX100 FISHER-PRICE	12	12,30	147,54

NAPPIS GX22 FISHER-PRICE	12	3,85	46,23
NAPPIS GX44 FISHER-PRICE	12	8,11	97,38
NAPPIS GX100 FISHER-PRICE	12	14,43	173,11
NAPPIS XGX18 FISHER-PRICE	12	3,85	46,23
NAPPIS XGX36 FISHER-PRICE	12	8,11	97,38
NAPPIS XGX100 FISHER-PRICE	12	16,15	193,77
NAPPIS XXGX14 FISHER-PRICE	12	3,85	46,23
NAPPIS XXGX34 FISHER-PRICE	12	8,11	97,38
PEQUENIN	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
PEQUENIN RN X 30	13	5,33	69,26
PEQUENIN RN X 50	13	8,03	104,43
PEQUENIN 1X28 CONFORT	13	5,33	69,26
PEQUENIN 1X56 CONFORT	13	9,22	119,88
PEQUENIN 2X24 CONFORT	13	5,33	69,26
PEQUENIN 2X48 CONFORT	13	9,22	119,88
PEQUENIN 2X96 COMFORT	13	17,58	228,57
PEQUENIN 3X20 CONFORT	13	5,33	69,26
PEQUENIN 3X40 CONFORT	13	9,22	119,88
PEQUENIN 3X80 COMFORT	13	17,58	228,57
PEQUENIN 4X18 CONFORT	13	5,33	69,26
PEQUENIN 4X36 CONFORT	13	9,22	119,88
PEQUENIN 4X72 CONFORT	13	17,58	228,57
PEQUENIN 5X16 CONFORT	13	5,33	69,26
PEQUENIN 5X32 CONFORT	13	9,22	119,88
PEQUENIN TOUCH 1X30	13	2,62	34,10
PEQUENIN TOUCH 1X50	13	2,62	34,10
PEQUENIN TOUCH 2X40	13	2,62	34,10
PEQUENIN TOUCH 2X66	13	2,62	34,10
PEQUENIN TOUCH 3X34	13	2,62	34,10
PEQUENIN TOUCH 3X58	13	2,62	34,10
PEQUENIN TOUCH 4X28	13	2,62	34,10
PEQUENIN TOUCH 4X50	13	2,62	34,10
PEQUENIN TOUCH 5X26	13	2,62	34,10
PAÑALIN	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
PANALIN P X24 CLASICO	11	1,64	18,03
PANALIN M X24 CLASICO	11	2,30	25,25

PANALIN M X96 CLASICO	11	9,02	99,18
PANALIN G X24 CLASICO	11	2,54	27,95
PANALIN G X96 CLASICO	11	10,66	117,21
PANALIN XG X 24 CLASICO	11	3,20	35,16
PANALIN U S P X24	11	2,08	22,87
PANALIN U S MX24	11	2,66	29,30
PANALIN U S M X96	11	10,66	117,21
PANALIN U S GX24	11	3,20	35,16
PANALIN U S G X96	11	12,30	135,25
PANALIN U S XG X24	11	3,28	36,07
SUMA TOTAL			12.000,00

PAÑOS HÚMEDOS

HUGGIES	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
TH. HUGGIES A F 3X48 PACK	15	3,28	49,18
TH. HUGGIES A F X120	15	3,20	47,95
TH. HUGGIES A F X16	15	0,74	11,07
TH. HUGGIES A F X160	15	3,69	55,33
TH. HUGGIES A F X48	15	1,43	21,52
TH. HUGGIES A FRE X96	15	2,62	39,34
TH. HUGGIES MANZ X80	15	2,21	33,20
TH. HUGGIES MANZ X80 X3	15	4,10	61,48
TH. HUGGIES ONE DONE X160	15	1,43	21,52
TH. HUGGIES ONE DONE X240	15	1,43	21,52
TH. HUGGIES ONE DONE X48	15	1,43	21,52
TH. HUGGIES ONE DONE X80	15	1,43	21,52
TH. HUGGIES PANITO 288	15	1,43	21,52
TH. HUGGIES R N X160	15	1,43	21,52
TH. HUGGIES R N X48	15	1,43	21,52
TH. HUGGIES R N X80	15	1,43	21,52
PAÑALIN	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
TH. PANALIN ALOE CALENDULA X120	15	3,03	45,49
TH. PANALIN MANZ FLOWPCK X100	15	3,20	47,95
TH. PANALIN MANZ FLOWPCK X50	15	1,64	24,59
TH. PANALIN U FRESH X100	15	2,54	38,11

TH. PANALIN U FRESH X50	15	1,84	27,66
PANOLINI	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
TH. PANOLINI A JUGAR X 20	15	0,74	11,07
TH. PANOLINI ALOE X 20	15	0,74	11,07
TH. PANOLINI ALOE X 50	15	1,23	18,44
TH. PANOLINI CALEND X 100	15	3,20	47,95
TH. PANOLINI CALEND X 50	15	1,64	24,59
TH. PANOLINI DELICARE X 100	15	3,03	45,49
TH. PANOLINI DUO FLOWPACK X 200	15	3,28	49,18
TH. PANOLINI FLOW-TRIPACK X 150	15	2,83	42,42
TH. PANOLINI X 100	15	2,46	36,89
PEQUEÑIN	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
TH. PEQUENIN ACOLCH X 80	15	3,36	50,41
TH. PEQUENIN ACOLCHA X 24	15	1,48	22,13
TH. PEQUENIN ACOLCHA X 40	15	1,72	25,82
TH. PEQUENIN ACOLCHA X160	15	9,84	147,54
TH. PEQUENIN ALOE FLAT X120	15	2,91	43,65
TH. PEQUENIN ALOE FLAT X200 +50	15	7,30	109,43
TH. PEQUENIN ALOE FLAT X24	15	1,43	21,52
TH. PEQUENIN ALOE FLAT X60	15	1,89	28,28
TH. PEQUENIN PURE & SKIN X 30	15	1,72	25,82
TH. PEQUENIN PURE & SKIN X 80	15	3,20	47,95
TH. PEQUENIN RN X 160 CAJA	15	9,84	147,54
TH. PEQUENIN RN X 40	15	1,97	29,51
TH. PEQUENIN RN X 80	15	2,46	36,89
TH. PEQUENIN SENSITIVE X 160	15	9,84	147,54
TH. PEQUENIN SENSITIVE X 80 CAJA	15	4,836	72,54
CARLITOS	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
TH. CARLITOS X100	15	1,72	25,82
TH. CARLITOS X10U	15	0,08	1,23
TH. CARLITOS X200	15	3,62	54,31
SUMA TOTAL			2.000,00

FÓRMULAS ALIMENTICIAS			
BLEMIL	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
BLEMIL ARROZ HIDRO. 1	7	12,88	90,16
BLEMIL ARROZ HIDRO.2	7	12,88	90,16
BLEMIL PLUS 1 NUTRIEXPERT X400	7	10,88	76,16
BLEMIL PLUS 1 NUTRIEXPERT X800	7	23,08	161,56
BLEMIL PLUS 1AE NUTRIEXPERT X400	7	14,93	104,51
BLEMIL PLUS 1AE X800 NUTRIEXPERT	7	29,58	207,06
BLEMIL PLUS 2 NUTRIEXPERT X400	7	10,88	76,16
BLEMIL PLUS 2 X800 NUTRIEXPERT	7	23,08	161,56
BLEMIL PLUS 2AE NUTRIEXPERT X400	7	14,93	104,51
BLEMIL PLUS 2AE X800 NUTRIEXPERT	7	29,58	207,06
BLEMIL PLUS 3 X1200G	7	22,78	159,46
BLEMIL PLUS 3 X800	7	15,93	111,51
BLEMIL PLUS CONFORT X400	7	14,58	102,06
BLEMIL PLUS S LACTOSA 400G	7	13,43	94,01
BLEMIL PREMATUROS	7	12,28	85,96
ENFAMIL	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
ENFAMIL AR PREMIUN	6	20,88	125,28
ENFAMIL C HIERRO 1 X 400	6	8,88	53,28
ENFAMIL C HIERRO 1 X 800	6	17,88	107,28
ENFAMIL C HIERRO 2 X 800	6	18,88	113,28
ENFAMIL C HIERRO 2X400	6	8,88	53,28
ENFAMIL CONFORT PREMIUM X 800	6	40,88	245,28
ENFAMIL CONFORT PREMIUN X 400	6	19,88	119,28
ENFAMIL DIGEST+AE 352G	6	17,88	107,28
ENFAMIL ENFACARE X 363	6	20,88	125,28
ENFAMIL PREMIUN 1 X 1100G	6	42,88	257,28
ENFAMIL PREMIUN 1 X 375G	6	17,18	103,08
ENFAMIL PREMIUN 1 X 800G	6	31,88	191,28
ENFAMIL PREMIUN 2 X 1100G	6	37,83	226,98
ENFAMIL PREMIUN 2 X 375G	6	15,38	92,28
ENFAMIL PREMIUN 2 X 800G	6	31,43	188,58
ENFAMIL S LACTOSA X 400	6	17,78	106,68
ENFAMIL SOYA X 400	6	14,53	87,18
NAN	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL

NAN AE X400G	6	16,88	101,28
NAN AE X800G	6	26,88	161,28
NAN AR X 400	6	16,88	101,28
NAN COMFORT X 400	6	15,88	95,28
NAN COMFORT X 800	6	23,88	143,28
NAN HA X 400	6	16,88	101,28
NAN PREMATUROS X 400	6	9,88	59,28
NAN PRO 1 X 400	6	14,48	86,88
NAN PRO 1X1100	6	30,88	185,28
NAN PRO 2 X 1100	6	31,88	191,28
NAN PRO 2 X 400	6	13,88	83,28
NAN PRO 3 X 800	6	15,88	95,28
NAN S LACTOSA X 400	6	14,88	89,28
NAN SOYA X 400	6	15,88	95,28
NESTOGENO	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
NESTOGENO 1 X400	6	6,23	37,38
NESTOGENO 1 X800	6	11,83	70,98
NESTOGENO 2 X400	6	6,13	36,78
NESTOGENO 2 X800	6	11,43	68,58
NESTOGENO 3 X350	6	5,18	31,08
NESTOGENO 3 X800	6	8,83	52,98
NUTRILON	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
NUTRILON AR X400	6	16,43	98,58
NUTRILON CONFORT OMNEO X400	6	18,83	112,98
NUTRILON CONFORT OMNEO X900	6	33,83	202,98
NUTRILON HA X400	6	16,73	100,38
NUTRILON PEPTI JUNIOR X400	6	22,18	133,08
NUTRILON PREMATURE X400	6	15,68	94,08
NUTRILON PREMIUM 1 X400	6	14,53	87,18
NUTRILON PREMIUM 1 X800	6	27,63	165,78
NUTRILON PREMIUM 2 X400	6	13,83	82,98
NUTRILON PREMIUM 2 X800	6	26,48	158,88
NUTRILON PREMIUN 3 X400	6	9,68	58,08
NUTRILON PREMIUN 3 X400 PACX2	6	14,68	88,08
NUTRILON PREMIUN 3 X800	6	14,23	85,38
NUTRILON PREMIUN 3 X800 PACX2	6	29,63	177,78

NUTRILON SIN L X400	6	13,88	83,28
NUTRILON SOYA X400	6	15,03	90,18
NUTRILON SOYA X900	6	26,376	158,256
SUMA TOTAL			8.000,00

PRODUCTOS DE LIMPIEZA

JONHSONS	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
JOHNS ACEITE A DORMIR X300ML	3	4,90	14,70
JOHNS ACEITE ORIGINAL X300ML	3	4,90	14,70
JOHNS ACEITE ORIGINAL X50ML	3	0,90	2,70
JOHNS ACON. G BRILLO X200ML	3	3,00	9,00
JOHNS ACOND FUERZA Y V. X200ML	3	3,00	9,00
JOHNS ACOND. FRAGANCIA X200ML	3	3,00	9,00
JOHNS ACOND. MANZANILLA X400ML	3	3,60	10,80
JOHNS B LIQ. HIDRAT.INTENS. X 200ML	3	4,60	13,80
JOHNS B LIQ. HIDRAT.INTENS. X 400ML	3	6,10	18,30
JOHNS B LIQ. T FRESCO X200ML	3	4,10	12,30
JOHNS COLONIA D SUENOS X200ML	3	4,80	14,40
JOHNS COLONIA JOVENCITOS	3	5,10	15,30
JOHNS COLONIA MUJERCITAS	3	5,10	15,30
JOHNS COLONIA SONRISAS X200ML	3	4,10	12,30
JOHNS CREMA A DORMIR X200ML	3	3,20	9,60
JOHNS CREMA A DORMIR X400ML	3	5,20	15,60
JOHNS CREMA AVENA X400ML	3	5,20	15,60
JOHNS CREMA ORIGINAL X100ML	3	1,20	3,60
JOHNS CREMA ORIGINAL X200ML	3	2,20	6,60
JOHNS CREMA ORIGINAL X400ML	3	4,20	12,60
JOHNS CREMA P LECHE X200ML	3	2,20	6,60
JOHNS CREMA PEINAR HIDRAT INTENSA X200ML	3	2,20	6,60
JOHNS CREMA T FRESCO X200ML	3	4,10	12,30
JOHNS JABON A DORMIR X125G PACK X3	3	2,20	6,60
JOHNS JABON ANTIBACTERIAL X125G PACK X3	3	2,20	6,60
JOHNS JABON AVENA ADULTOS X125G PACK X3	3	2,20	6,60
JOHNS JABON AVENA Y ACEITE DE ALMENDRAS	3	2,20	6,60
JOHNS JABON BABY 3 ANTES DE DORMIR	3	2,20	6,60

JOHNS JABON BABY 3 CON CREMA	3	2,20	6,60
JOHNS JABON BABY 3 NATURAL BALANCE	3	2,20	6,60
JOHNS JABON BABY 3 ORIGINAL	3	2,20	6,60
JOHNS JABON BABY 3 ULTRA FRESH	3	2,20	6,60
JOHNS JABON BARRA AVENA X125G PACK X3	3	2,20	6,60
JOHNS JABON H JUGAR X125G PACK X3	3	2,20	6,60
JOHNS JABON LIBRE/JERMENES X125G PACK X3	3	2,20	6,60
JOHNS JABON MANZANILLA X125G PACK X3	3	2,20	6,60
JOHNS JABON NATURAL BALANCE	3	2,20	6,60
JOHNS JABON ORIGINAL X125G PACK X3	3	2,20	6,60
JOHNS JABON P LECHE X125G PACK X3	3	2,20	6,60
JOHNS LOCION A MOSQUITO X100 ML	3	2,80	8,40
JOHNS PH. ORIGINAL X140	3	1,10	3,30
JOHNS SHAMP A DORMIR X200ML	3	3,30	9,90
JOHNS SHAMP A DORMIR X400ML	3	4,90	14,70
JOHNS SHAMP FRAGANCIA X200ML	3	3,30	9,90
JOHNS SHAMP FUERZA Y VIT X750ML	3	6,20	18,60
JOHNS SHAMP FUREZA Y VITAMINA 400ML	3	3,20	9,60
JOHNS SHAMP G BRILLO X200ML	3	2,90	8,70
JOHNS SHAMP G.BRILLO X400ML	3	3,20	9,60
JOHNS SHAMP G.BRILLO X750ML	3	6,00	18,00
JOHNS SHAMP MANZANILLA X200ML	3	2,90	8,70
JOHNS SHAMP MANZANILLA X400ML	3	3,20	9,60
JOHNS SHAMP ROMERO C OSCURO X200ML	3	2,90	8,70
JOHNS SHAMP ROMERO C OSCURO X750ML	3	6,00	18,00
JOHNS SPRAY FUERZA Y V. X 200ML	3	4,20	12,60

		VALOR	VALOR
PARA MI BEBÉ	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
PMBB ACEITE NATURAL X100ML	3	1,10	3,30
PMBB ACEITE X100ML	3	1,20	3,60
PMBB ACEITE X250ML	3	3,10	9,30
PMBB ACOND GOTAS DE ALMENDRAS 250ML	3	3,70	11,10
PMBB B LIQUIDO R N X200ML	3	4,19	12,57
PMBB B LIQUIDO X250ML (TOMATE)	3	2,60	7,80
PMBB BAÑO LIQUIDO MIS PRIMEROS 6 MESES	3	3,14	9,42
PMBB JABON LIQ. MANZANILLA X400ML	3	3,47	10,41

PMBB JABON LIQ. MIEL Y AVENA X250ML	3	3,47	10,41
PMBB KIT BABY R N	3	11,00	33,00
PMBB KIT MI PRIMER BANO	3	10,73	32,19
PMBB KIT X 3 CREMA + SHAM + RINSE 100ML	3	6,88	20,64
PMBB KIT X3 MANZANILLA	3	4,72	14,16
PMBB LOCION ANTIMOS. 120ML	3	3,29	9,87
PMBB SH ACO KIDS BRILLA MANZANILLA X300ML	3	4,22	12,66
PMBB SH ACO KIDS DIVERSION TROPICAL X300ML	3	4,22	12,66
PMBB SH ACO KIDS SENSACION X-TREMA X300ML	3	4,22	12,66
PMBB SH ACO M AVENTURA 300ML	3	3,33	9,99
PMBB SHAM. G ALMENDRA 250ML	3	2,98	8,94
PMBB SHAM. GIRASOL 100ML	3	2,10	6,30
PMBB SHAM. GIRASOL 250ML	3	3,70	11,10
PMBB SHAM. GIRASOL 500ML	3	4,75	14,25
PMBB SHAM. GIRASOL 800ML	3	5,12	15,36
PMBB SHAM. MANZANILLA 100ML	3	2,10	6,30
PMBB SHAM. MANZANILLA 250ML	3	3,70	11,10
PMBB SHAM. MANZANILLA 500+PROM	3	6,70	20,10
PMBB SHAM. MANZANILLA 500ML	3	4,22	12,66
PMBB SHAM. MANZANILLA 800ML	3	5,12	15,36
PMBB SHAM. MANZANILLA 800ML+ RINCE	3	5,25	15,75
PMBB SHAM. MIEL AVENA 100ML	3	2,10	6,30
PMBB SHAM. MIEL AVENA 250ML	3	3,70	11,10
PMBB SHAM. MIEL AVENA 500ML	3	5,70	17,10
PMBB SHAM. RIZOS 100ML	3	3,10	9,30
PMBB SHAM. RIZOS 250ML	3	3,70	11,10
PMBB SHAM. RIZOS 500ML	3	6,70	20,10
PMBB TALCO MANZANILLA 100G	3	2,09	6,28
PMBB TALCO MANZANILLA 300G	3	3,72	11,16
SUMA TOTAL			1.000,00

ARTÍCULOS DE ASEO

TINAS DE BAÑO	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
TINA BANITO BEBE 1 ACCESORIOS	5	10,77	53,85
TINA BANITO BEBE 2 ACCESORIOS	5	8,77	43,85
TINA BEBE SOLIDA TORPLAS	5	7,88	39,40
TINA C PEDESTAL BABY PLANET	5	12,00	60,00
TINA CON AUXILIAR DE INCLUIDO	5	19,00	95,00
TINA CON MEDIDOR DE TEMPERATURA REF PH312	5	14,10	70,50
TINA DE BANO BABY PLANET COMPLETA	5	19,32	96,60
TINA DE BANO CON DESAGUE PARA NINO	5	17,99	89,95
TINA DE BANO PARA BEBE	5	19,44	97,20
TINA DE BANO TRANSLUCIDO TORPLAS	5	26,33	131,65
TINA SAPITO CON ACCESORIO Y PATITAS VERDE-NARANJA	5	21,22	106,10

SILLA DE BAÑO	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
POSICIONADOR DE BAÑO	4	5,44	21,76

CORTA UÑAS	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
CARLITOS CORTAUÑAS	5	1,9	9,5
BABYS CORTAUÑAS	5	2,11	10,55
SIMBA CORTAUÑAS	5	3,23	16,15
SUAVINEX CORTAUÑAS	5	3,11	15,55

ESPONJA DE BAÑO	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
CHAIDE ESPONJA DE BAÑO	5	8,478	42,39

SUMA TOTAL**1.000**

ARTÍCULOS DE DESCANSO Y DIVERSIÓN

CUNAS	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
CUNA BABY PANET 8836	2	87	174
CUNA CORRAL BABY 709	2	55	110
CUNA CORRAL COD PL01	2	65	130

CUNA CORRAL CRUZADO PLANETA BEBE	2	76	152
CUNA E-BABY 7014-1	2	79	158
CUNA E-BABY 709T	2	66	132
CUNA E-BABY 728	2	87	174
CUNA E-BABY CAMA CORRAL 105C	2	81	162
CUNA E-BABY MOD. 711	2	80	160
CUNA E-BABY MOD. 714N	2	89	178
CUNA PARA BEBECOD 273 VARIOS COLORES	2	86	172

COCHES	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
DAMING COCHE 012D	2	44	88
DAMING COCHE BASTON 205	2	56	112
DAMING COCHE BASTON COD: DM207S	2	45	90
DAMING COCHE BASTON COD:205	2	56	112
DAMING COCHE BASTON OJITOS 207A	2	54	108
DAMING COCHE CON P BEBE DM021B	2	33	66
DAMING COCHE DM017	2	45	90
COCHE -BABY COD. 1152	2	77	154
COCHE 218 SIN PLASTICO	2	56	112
COCHE BABY KART CLASICO	2	54	108
COCHE BABY KITS 200N	2	66	132
COCHE BABY KITS MANGO REVERSIBLE	2	45	90
COCHE BABY KITS MECEDOR	2	54	108
COCHE E-BABY 1003	2	89	178
COCHE E-BABY 122	2	23	46
COCHE E-BABY 1261 MELLICERO	2	143	286
COCHE E-BABY COD: 127	2	45	90
COCHE MELLISERO DUO LANDER	2	55	110
COCHE PASEO E-BABY 114	2	49	98
COCHE REVERSIBLE COD 712G	2	54	108

COCHES	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
CRECER SILLA COMER 223P	1	54	54
CRECER SILLA DE COMER	1	43	43
E-BABY SILLA COMER COD. 610	1	30	30
E-BABY SILLA COMER COD. 620	1	57	57
E-BABY SILLA COMER COD. 622	1	78	78

E-BABY SILLA DE COMER 616	1	59	59
E-BABY SILLA DE COMER LUJO SS604	1	71	71
E-BABY SILLA DE COMER LUJO SS606	1	75	75
SILLA DE AUTO	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
E-BABY SILLA DE AUTO MOD 506	1	100	100
E-BABY SILLA DE AUTO MOD 508	1	101	101
ANDADORES	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
ROMILIZA ANDADOR 301T1	1	33	33
ROMILIZA ANDADOR 301T2	1	23	23
ROMILIZA ANDADOR 5213	1	43	43
ROMILIZA ANDADOR 821 SUPER PATO	1	48	48
ROMILIZA ANDADOR 888 C TOLDO	1	54	54
ROMILIZA ANDADOR AT06 OSO PANDA	1	56	56
ROMILIZA ANDADOR CARRUSEL SR381	1	36	36
ROMILIZA ANDADOR FL618S1	1	51	51
SUMA TOTAL			5.000

ARTÍCULOS PARA ALIMENTACIÓN			
BIBERONES	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
SIMBA BIBERON CUP 200ML(TIPO JARRO)	5	7,66	38,30
SIMBA BIBERON PES 150	5	4,32	21,60
SIMBA BIBERON PES 150ML	5	4,32	21,60
SIMBA BIBERON PES 240ML 3M+	5	5,44	27,20
SIMBA BIBERON PES 300ML S6811	5	6,11	30,55
SIMBA BIBERON PES 360ML AGARRADERA	5	7,33	36,65
BEGIN BIBERON CUELLO ANCHO 5OZ	5	5,89	29,45
BEGIN BIBERON CUELLO ANCHO 7OZ	5	7,34	36,70
BEGIN BIBERON CUELLO STANDARD 2OZ	5	4,11	20,55
BEGIN BIBERON CUELLO STANDARD 9OZ	5	5,60	28,00
BEGIN BIBERON CURVO B-A 5OZ	5	4,22	21,10
BEGIN BIBERON CURVO DE 10OZ B-A ANTICOLICO	5	4,22	21,10
BEGIN BIBERON DE VIDRIO 10 ONZ	5	9,10	45,50
BEGIN BIBERON DE VIDRIO 7ONZ	5	8,10	40,50
BEGIN BIBERON ERGONOMICO 9OZ	5	6,00	30,00
NUK BIB 0-6 M B S 4OZ	5	5,44	27,20

NUK BIB 0-6M B A 10 OZ.	5	7,44	37,20
NUK BIB 0-6M B A 5 OZ.	5	5,44	27,20
NUK BIB 0-6M B S 8OZ	5	5,10	25,50
NUK BIB. AGARRA. 150ML PICO	5	5,11	25,55
NUK BIBERON DE VIDRIO 8OZ B A	5	8,83	44,15
NUK CHUPON CAUCHO B A 1	5	5,89	29,45
PIGEON ALMACENAMIENTO X3 ANCHOS	5	5,34	26,70
PIGEON ASPIRADOR NASAL	5	4,11	20,55
PIGEON BIB. TRAD.FIGURA.4ONZ	5	5,60	28,00
PIGEON BIB. TRAD.FIGURA.8ONZ	5	4,22	21,10
PIGEON BIB. VIDRIO 2 ONZ	5	5,10	25,50
PIGEON BIB. VIDRIO 4ONZ	5	4,33	21,65
PIGEON BIB.PERISTA. 5ONZ B A	5	3,21	16,05
PIGEON BIB.PERISTA. 8ONZ B A	5	3,10	15,50

VAJILLA	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
VAJILLA 4PZAS CHAVO REDONDO	3	3,12	9,36
VAJILLA 5PZAS BEBESITOS	3	4,1	12,30
VAJILLA BEBESITOS 5PZAS	3	4,1	12,30
VAJILLA INFANTIL NINA AC19094	3	4,22	12,66
VAJILLA INFANTIL NINO AC19159	3	5,22	15,66
VAJILLA MELAMINE 3 PZ	3	4,24	12,72
VAJILLA MELAMINE 5 P BEBE	3	4,24	12,72
VAJILLA MELAMINE 5 PEZS	3	4,89	14,67
VAJILLA MELAMINE 5 PIEZAS	3	4,89	14,67
VAJILLA PARA BEBE	3	3,78	11,34
PLATO,CUCHARA,TENEDOR	3	3,78	11,34
VAJILLA PARA BEBE SET POR 4	3	5,29	15,87
VAJILLA X5PZS FIBRA BAMBOO AES-440	3	5,21	15,63
SUMA TOTAL			1.000

ARTÍCULOS PARA ALIMENTACIÓN

MONOS	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
ANGEL BABY MONO ADJEDRES T1	8	8,22	65,76
ANGEL BABY MONO AJEDRES TO	8	7,22	57,76
ANGEL BABY MONO ALEJANDRO	8	6,77	54,16
ANGEL BABY MONO TEDDY LUNA T1	8	7,33	58,64

ANGEL BABY MONO TEDDY LUNA TO	8	6,33	50,64
BABY MARINER MONO	8	6,45	51,60
BABY MARINER MONO CON GORRA	8	7,10	56,80
CARTER MONO VERDE ESTAMPADO	8	6,89	55,12
CARTER MONO BLANCO ESTANPADO ZORRO COLORES	8	6,89	55,12
CARTER MONO PERRITO RROSDADO Y GRIS T 24	8	6,89	55,12
CARTER MONO VERDE MENTA D BOLITAS T 24 T24	8	6,89	55,12

VESTIDOS	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
ZHIROS VESTIDO ANY T1	7	14,89	104,23
ZHIROS VESTIDO ANY T2	7	13,89	97,23
ZHIROS VESTIDO CRISTAL T18	7	16,12	112,84
ZHIROS VESTIDO MAR	7	15,77	110,39
ZHIROS VESTIDO THAIS T1	7	14,89	104,23
ZHIROS VESTIDO THAIS T9-12	7	13,87	97,09
ZHIROS VESTIDOS CRISTAL T24	7	14,11	98,77

CAMISETAS	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
CAMISETA BEBE CRECE GIRLS 12M	7	4,89	34,23
CAMISETA BEBE CRECE MESES	7	4,13	28,91
CAMISETA BEBE CRECE NINO	7	5,78	40,46
CAMISETA BEBE ROSA +GUANTES	7	5,43	38,01
CAMISETA BEBESITOS 2127	7	7,45	52,15
CAMISETA BORDADA	7	3,56	24,92
CAMISETA BORDADA OLITEX	7	5,89	41,23
CAMISETA BRAZIL	7	6,61	46,26
CAMISETA CRECER 12 MESES	7	6,78	47,46
CAMISETA DE ALGODON	7	4,67	32,69
CAMISETA DE NINA BLANCO FUCCIA T24M	7	5,63	39,41
CAMISETA DE NIÑO T 2	7	6,48	45,36
CAMISETA DE NIÑO CON CUELLO MANGA CORTA T1	7	4,27	29,89
CAMISETA DE NIÑO CON CUELLO T2	7	6,10	42,70

CAMISETA DE NIÑO DE FIGURAS MANGA CORTA	7	4,71	32,97
CAMISETA DE NIÑO MANGA CORTA DE GUITARRAS	7	5,70	39,90
CAMISETA DE NIÑO T 1	7	6,12	42,84
SUMA TOTAL			2.000

VARIOS

ALMOHADA DE LACTANCIA	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
KUNGA ALMOHADA DE EMBARAZO	2	22	44
KUNGA ALMOHADA PARA LACTANCIA	2	23	46
MATERNELLE ALMOHADA DE LACTANCIA DOBLE	2	31	62
MATERNELLE ALMOHADA LACTANCIA	2	25	50
MATERNELLE ALMOHADA LACTANCIA 5 EN 1	2	27	54

ALMOHADA DE LACTANCIA	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
TRAZOS AJUAR BUHITA	2	48	96
TRAZOS AJUAR CARRITO	2	48	96
TRAZOS AJUAR CONSTRUCTOR	2	48	96
TRAZOS AJUAR JOAQUIN	2	48	96
TRAZOS AJUAR MICKEY	2	48	96
TRAZOS AJUAR MINI	2	48	96
TRAZOS AJUAR MUNECA	2	48	96
TRAZOS AJUAR NICO	1	48	48
TRAZOS AJUAR OSITO	2	48	96
TRAZOS AJUAR PERRITO	2	48	96
TRAZOS AJUAR PERRITO TOMAS	2	48	96
TRAZOS AJUAR PINKI	2	48	96
TRAZOS AJUAR SIRENA	2	48	96

ALMOHADA DE LACTANCIA	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
TRAZOS COBERTOR BASICO 90X140	2	23	46
TRAZOS COBERTOR ELEFANTITA	2	23	46
TRAZOS COBERTOR LEONCITO	2	23	46

TRAZOS COBERTOR MARTIN	2	23	46
TRAZOS COBERTOR MINIE	2	23	46
TRAZOS COBERTOR SUSANA	2	23	46
TRAZOS COBERTOR UNICO	2	23	46
SABANAS		CANTIDAD	VALOR
			VALOR TOTAL
TRAZOS ECONOMICA JUEGO DE SABANAS	5	13	65
KUNGA JUEGO DE SABANAS CUNA	5	22	110
MONITORES		CANTIDAD	VALOR
			VALOR TOTAL
NUK MONITOR DE VIDEO Y AUDIO	3	105	315
NUK MONITOR DE AUDIO	3	60	180
CALENTADORES DE BIBERON		CANTIDAD	VALOR
			VALOR TOTAL
CARLITOS CALENTADOR DE BIBERON	3	54	162
NUK CALENTADOR DE BIBERON	3	61	183
PIGEON CALENTADOR DE BIBERON	3	69	207
SUMA TOTAL			3.000

Anexo 5. Capital de Trabajo.

Capital de trabajo		
Descripción	Valor mensual	Valor trimestral
Gastos Administrativos	\$ 3.998,78	\$ 11.996,35
Gastos de Venta	\$ 3.000,00	\$ 9.000,00
Gasto Financiero		\$ 1.985,39
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 6.998,78	\$ 22.981,73

Anexo 6. Depreciación de Activos Fijos.

Equipo de Computación

%

D= Valor Activo Fijo x Depreciación

D= \$14.100,00 x 33,00%

D= \$ 4.653,00

Equipo de Oficina

	Valor Activo		%
D=	Fijo	x	Depreciación
D=	\$1.900,00	X	10,00%
D=	\$ 190,00		

Muebles y Enseres

	Valor Activo		%
D=	Fijo	X	Depreciación
D=	\$25.515,00	X	10,00%
D=	\$ 2.551,50		

Vehículo

	Valor Activo		%
D=	Fijo	x	Depreciación
D=	\$38.000,00	x	20,00%
D=	\$ 7.600,00		

Anexo 7. Amortización de Activos Diferidos

Amortización Activo Diferido

			%
A=	Valor Amortizable	x	Amortización
A=	\$52.410,00	x	20,00%
A=	\$ 10.482,00		

Anexo 8. Método de mínimos cuadrados

MÉTODO DE MINIMOS CUADRADOS

	X	Y	(X-X⁻)	(Y-Y⁻)		
N°	AÑOS	SUELDO BASICO	X	Y	X.Y	X²
0	2014	340	-2,00	-24,20	48,40	4,00
1	2015	354	-1,00	-10,20	10,20	1,00
2	2016	366	0,00	1,80	0,00	0,00
3	2017	375	1,00	10,80	10,80	1,00
4	2018	386	2,00	21,80	43,60	4,00
10	5	1.821,00	0,00	0,00	113,00	10,00
X⁻=	$\frac{10}{5}$	Y⁻=	$\frac{1.821}{5}$			
X⁻=	2,00	Y⁻=	364,2000000			

$$Y = Y^- + \frac{\sum X \cdot Y}{\sum X^2} x (X - X^-)$$

$$Y = 364,20 + \frac{113,00}{10,00} x (X - 2)$$

$$Y = 364,20 + 11,30 x (X - 2)$$

$$Y = 364,20 + 11,30X + (-22,60)$$

$$Y = 341,60 + 11,30 X$$

$$Y_{2019} = 341,60 + 11,3000(5)$$

$$Y_{2019} = 341,60 + 56,5000$$

$$Y_{2019} = 398,10 = \mathbf{3,98}$$

$$Y_{2020} = 341,60 + 11,3000(6)$$

$$Y_{2020} = 341,60 + 67,8000$$

$$Y_{2020} = 409,40 = \mathbf{4,09}$$

$$Y_{2021} = 341,60 - 11,3000(7)$$

$$Y_{2021} = 341,60 - 79,1000$$

$$Y_{2021} = 420,70 = \mathbf{4,21}$$

$$Y_{2022} = 341,60 - 11,3000(8)$$

$$Y_{2022} = 341,60 - 90,4000$$

$$Y_{2022} = 432,00 = \mathbf{4,32}$$

$$Y_{2023} = 341,60 - 11,3000(9)$$

$$Y_{2023} = 341,60 - 101,7000$$

$$Y_{2023} = 443,30 = \mathbf{4,43}$$

Anexo 9. Cálculo de ingresos.

Periodo	Año	Capacidad instalada (50%)	% capacidad utilizada	Capacidad utilizada	Precio	Ingreso por servicio
1	2018	4.684	80%	3.747		\$ 206.102,63
2	2019	4.733	85%	4.023		\$ 221.276,69
3	2020	4.783	90%	4.304	\$55,00	\$ 236.745,89
4	2021	4.833	95%	4.591		\$ 252.514,74
5	2022	4.883	100%	4.883		\$ 268.587,83

Anexo 10. Presupuesto de ingresos

Descripción	Años				
	1	2	3	4	5
Ingreso	\$206.102,63	\$221.276,69	\$236.745,89	\$252.514,74	\$268.587,83
Ingreso por Servicio	\$206.102,63	\$221.276,69	\$236.745,89	\$252.514,74	\$268.587,83

Anexo 11. Propuesta página web oficial Pañalera Babyshop

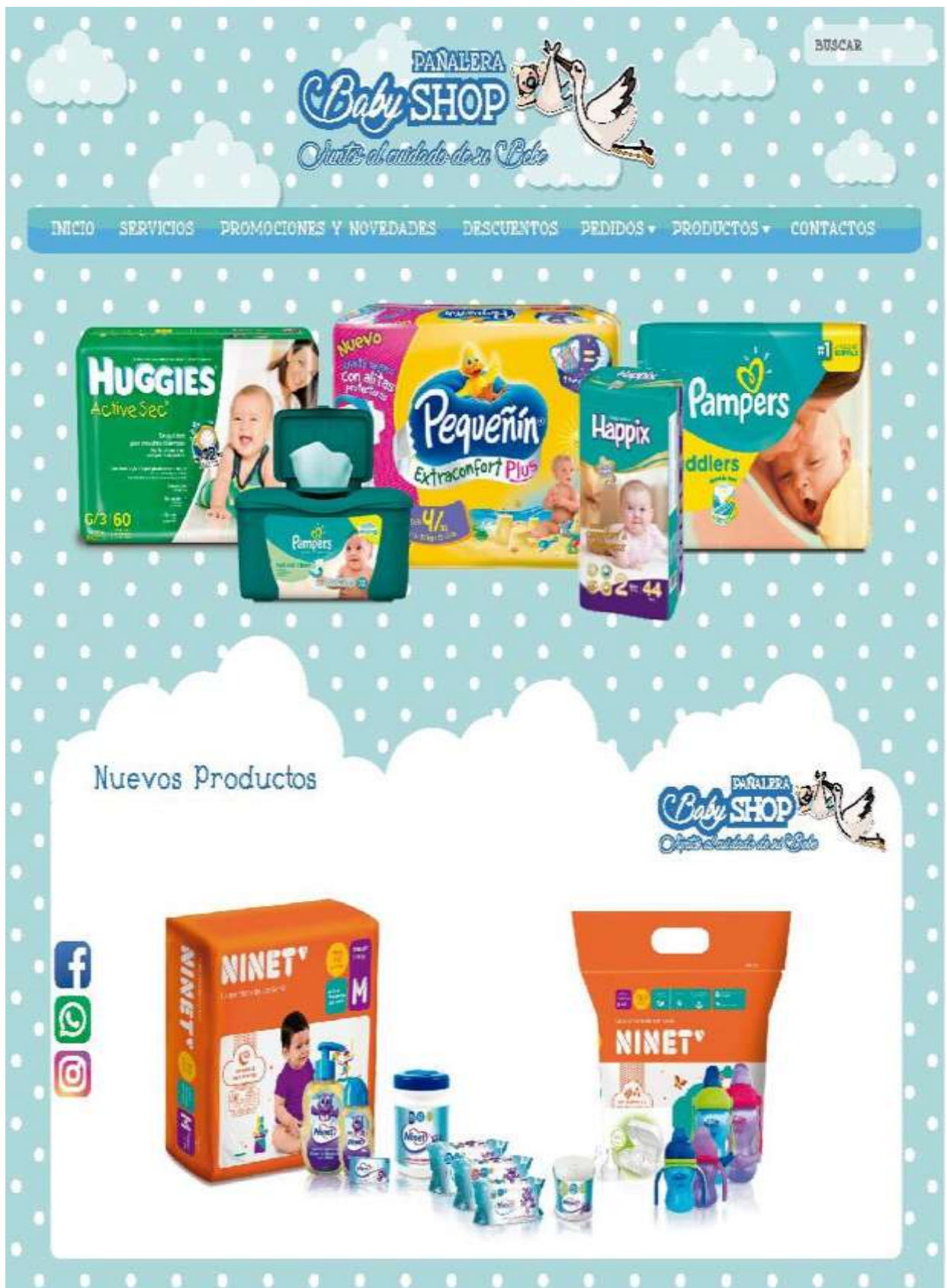


Figura 17. Página Web
Fuente: La Autora



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
Facultad Jurídica, Social y
Administrativa
Carrera de Banca y Finanzas

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
SUCURSAL DE LA EMPRESA COMERCIAL PAÑALERA
BABYSHOP EN LA CIUDAD DE LOJA”.**

Tesis previa a optar al
grado de Ingeniera en
Banca y Finanzas

AUTORA:

Tatiana Anabel Morales Palacios.

LOJA – ECUADOR

2018

No basta con
alcanzar la
sabiduría, es
necesario saber
utilizarla.



a) Tema.

“Proyecto de factibilidad para la creación de una sucursal de la empresa comercial Pañalera Babyshop en la ciudad de Loja”.

b) Problemática

(Miranda, 2005) Señala que el estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él, se tomará la decisión de proceder o no con su implementación.

Muchas empresas no realizan un estudio de factibilidad de manera adecuada para aperturar una sucursal por tal motivo se realizará el presente proyecto dentro de la empresa Babyshop, en el que se pueda satisfacer la demanda insatisfecha de los clientes actuales.

Por ello es fundamental determinar el lugar exacto donde labore la nueva sucursal en el cual se pueda encontrar la ubicación más cómoda y confortable para el cliente; que se determinará en el transcurso del proceso de factibilidad.

En base a una observación directa existen discrepancias entre los clientes que tienen inconvenientes y ven la necesidad de que se logre hacer expansión del territorio donde abarque toda la mercadería necesaria, como la ampliación y renovación de nuevos productos, y de igual manera se logre tener un mejor control de mercadería ya que no cuenta con un inventario actualizado y no se consigue los productos necesarios o pedir la mercancía por falta de orden dentro de la misma.

Existe diferencias entre los clientes y el personal que labora en la pañalera por lo que se exige que se dé una mejor atención al cliente en el cual se obtenga una confianza absoluta del consumidor y este pueda elegir a la nueva sucursal como el lugar idóneo para realizar sus compras respectivas con claridad y paciencia.

En sus actuales instalaciones la pañalera no cuenta con estacionamiento de vehículos por las disposiciones dictadas del municipio de Loja para el espacio del ciclo vía, lo que dificulta que el comprador acceda con calma al local sin que tenga que ser sancionado o multado, en donde en su nueva sucursal tomaremos en cuenta esta dificultad que reclama el cliente para obtener espacios accesibles de aparcamiento de vehículos.

Se desconoce si se dispone de los conocimientos y habilidades en el manejo de métodos, procedimientos y funciones requeridas para el desarrollo e implantación del proyecto.

La falta de una estructura funcional y/o divisional de tipo formal o informal que apoyen y faciliten las relaciones entre personal, sean empleados o gerentes, de tal manera que provoquen un mejor aprovechamiento de los recursos especializados y una mayor eficiencia y coordinación.

A través de la implementación de la sucursal vamos a contribuir al desarrollo económico de la empresa Babyshop para que se eleven las ventas, por eso se propone un estudio de factibilidad hacia el presente proyecto.

En este contexto se destaca que la organización se ha planteado la meta y el deseo de continuar con su posicionamiento en el mercado, buscando con esto convertirla en una organización proactiva y en crecimiento permanente.

c) Justificación

En el presente proyecto se aportará elementos para el mejor conocimiento de la realidad en la que se encuentra la pañalera Babyshop y servirá como guía de apoyo para los nuevos estudiantes que necesiten realizar investigaciones respecto a la factibilidad y su desarrollo permitirá cumplir con el requisito de trabajo de tesis y así obtener el título de Ingeniera en Banca y Finanzas.

El proyecto de factibilidad tiene como objetivo identificar las necesidades de los clientes, además de brindar un servicio mejorado posibilitando la obtención de mayores ingresos.

La finalidad es que se logre una organización dentro de la institución y con su nueva sucursal mejorar las debilidades que existen intrínsecamente de la misma, logrando captar más dinero al negocio y alcanzar a ser una organización reconocida, incrementando y generando fuentes de trabajo dentro de la ciudad de Loja.

Su propósito es la verificación de la existencia de un mercado potencial o de una necesidad no satisfecha, la demostración de la viabilidad técnica y la disponibilidad de los recursos humanos, materiales, administrativos y financieros y la corroboración de las ventajas desde el punto de vista financiero, económico, social o ambiental de asignar recursos hacia la producción de un bien o la prestación de un nuevo servicio que nos brindara la sucursal.

Este proyecto de factibilidad trata de plasmar una previsión, lo más fidedigna posible, que ayude a saber qué pautas se debe seguir para poder crear una sucursal de la empresa y observar si es duradera en el tiempo.

Se deberá reclutar el mejor personal idóneo y capacitado con experiencia en atención al cliente para lograr el desenvolvimiento hacia el consumidor sin inconvenientes, siendo atendidos con amabilidad y respeto.

La disponibilidad de los stocks necesarios con la variedad de los productos logrando un reconocimiento en los saldos de la mercancía y no tener inconvenientes por falta de la misma, perdiendo un cliente y sin poder llegar a los objetivos o metas señaladas, y así lograr que el proyecto sea evaluado y saber si es viable o no, teniendo en cuenta las sugerencias y modificaciones que surgirán.

d) Objetivos

Objetivo General

Realizar un proyecto de factibilidad para la creación de una sucursal de la empresa comercial Pañalera Babyshop en la ciudad de Loja.

Objetivos Específicos

- Analizar la oferta, demanda y marketing mix de productos para bebé en la ciudad de Loja.
- Determinar la capacidad instalada, localización e ingeniería del proyecto para la creación de una sucursal para la pañalera Babyshop de productos para bebé en la ciudad de Loja.
- Establecer la estructura orgánica y funcional para la sucursal de la empresa pañalera Babyshop de la ciudad de Loja.
- Realizar el estudio económico-financiero de la sucursal en la empresa pañalera Babyshop para la ciudad de Loja.
- Realizar la evaluación financiera de la inversión para la sucursal de la empresa pañalera Babyshop.

A. Marco Teórico

¿QUE ES PROYECTO DE INVESTIGACIÓN?

El proyecto es un documento que especifica qué es lo que el investigador se propone estudiar y cómo tiene planificada la realización del estudio, por lo que siempre debe elaborarse antes de iniciar la investigación. El Proyecto recibe también las denominaciones de “Protocolo” y de “Propuesta”; sin embargo, si entendemos la investigación como un proyecto que debe realizarse, el protocolo puede visualizarse como el documento que resume el proyecto de investigación que se ejecutará (Conde de Lara & Conde Reboso, 2004).

PROCESO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

1. ELECCIÓN DEL TEMA

Surge de alguna situación que la realidad presenta y que produce en el investigador un interés especial por indagarlo. El tema debe trabajarse para convertirlo en el problema de la investigación.

2. PLANTEAR EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

De acuerdo con connotados investigadores y con especialistas en metodología de la investigación, se considera que el problema de investigación es el punto más relevante en un estudio formal, pues de él depende todo el proceso.

3. ESTABLECIMIENTO DE LA (S) HIPÓTESIS.

Dado que el problema se expresa comúnmente como pregunta, en la hipótesis el investigador expresa la respuesta tentativa que sugiere como solución al problema que previamente ha planteado.

¿Qué es una Hipótesis, y cómo se formula?

La hipótesis es una proposición que expresa específicamente algún tipo de relación entre las variables, con la cual se sostiene una posible solución al problema. Por cierto

que esta tentativa solución, deberá ponerse a prueba y en eso consiste precisamente la investigación.

4. OBJETIVOS

Deben expresar claramente lo que se pretende con la investigación. Deben redactarse como tales y en términos adecuados a la tarea de que se trata, es decir, de una investigación.

En su contenido deben ser congruentes con El Problema y La Hipótesis respecto a las variables que se analizarán Pueden ser uno o varios, en este caso, habrá uno (o más) Objetivos Generales y Objetivos Particulares.

5. ELABORACIÓN DEL MARCO TEÓRICO

Conocidas las distintas circunstancias que rodean a un problema, sus elementos constitutivos, así como la forma en cual se interrelacionan, al investigador se le presenta la necesidad de sustentar teóricamente el estudio para lo cual buscará distintas alternativas dentro de las cuales es posible encontrar una explicación teórica al problema.

6. DEFINICIÓN DEL MÉTODO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Paralelamente con el Diseño de la Investigación (recordemos que puede ser Experimental o No experimental), se establece el o los métodos que se utilizarán.

7. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA POBLACIONAL

Cuando el estudio a realizar implica un trabajo de campo, es decir, la obtención de datos recabados en un grupo muy grande de personas, o una población, y cuando hay limitaciones presupuestarias e inclusive de tiempo, se requiere elegir sólo una parte de ella estableciendo las características específicas de los sujetos involucrados en el estudio, entonces tenemos que definir un sector (muestra) y no incluir a toda la población.

8. ELECCIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE TRABAJO

Una vez que se hayan definido el tipo de diseño y método de investigación, así como la muestra adecuada al problema, hipótesis y objetivos del estudio, se procede a definir los instrumentos que nos permitirán recabar los datos para ser analizados, así como las técnicas con las cuales se usarán tales instrumentos para el estudio, Los pasos a seguir en esta etapa son los siguientes:

- a) Seleccionar el o los instrumentos de recolección y medición de datos
- b) Diseñar los instrumentos (según sea necesario) (esto se hace a partir de las definiciones conceptual y operacional de las variables, es decir, haciendo la conversión de los conceptos en categorías, indicadores e índices).
- c) Asegurarse de la validez y confiabilidad del o los instrumentos mediante un estudio piloto, que consiste en la aplicación del instrumento previamente diseñado por nosotros (guía de entrevista, cuestionario, formato de observación anecdótica, etc.) en una muestra similar a la que se utilizará en el estudio formal, con el fin de que las personas nos indiquen qué problemas detectan en las preguntas (ambigüedad, complejidad, incomprensión, repetición de preguntas, etc.) y con base en estas observaciones, corregir el instrumento. Aquí no nos interesan las respuestas a las preguntas sino evaluar la calidad de éstas así como de la organización de todo el instrumento.
- d) Aplicación formal de los instrumentos.

9. PROCEDIMIENTO EN LA RECOLECCIÓN DE LOS DATOS

En esta etapa es necesario determinar lo siguiente:

- a) el (los) momento (s) y lugar de su aplicación
- b) quién (es) lo hará (n)

- c) la forma de su aplicación: administrada o auto administrada, con o sin condiciones previas, individual o colectivamente (aquí interviene la técnica)
- d) la seguridad de su resguardo

10. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS, PREPARACIÓN Y PRESENTACIÓN DEL INFORME DE LA INVESTIGACIÓN

Este paso se inicia con la ayuda del tratamiento estadístico de los datos obtenidos mediante los instrumentos aplicados. El análisis se lleva a cabo mediante:

- a) La recopilación y el procesamiento de los datos (registro, codificación)
- b) La presentación gráfica de los datos (tabulación estadística)
- c) Análisis e interpretación de los resultados (Sampieri, 2014)

TIPOS DE PROYECTOS

Existen diferentes tipos de proyectos, cada uno se dirige a solucionar determinadas barreras al desarrollo:

De acuerdo a su naturaleza, los proyectos pueden ser:

- **Dependientes:** son los proyectos que para ser realizados requieren que se haga otra inversión.
- **Independientes:** son los proyectos que se pueden realizar sin depender ni afectar ni ser afectados por otro proyecto.
- **Mutuamente excluyentes:** son proyectos operacionales donde aceptar uno impide que no se haga el otro, o lo hace innecesario.

De acuerdo al área que pertenece:

- **Productivos:** los que utilizan recursos para producir bienes orientados al consumo intermedio o final (proyectos de producción agrícola, ganadera, forestal, etc.
- **De infraestructura económica:** los que generan obras que facilitan el desarrollo de futuras actividades.

- **De infraestructura social:** los que se dirigen a solucionar limitantes que afectan el rendimiento de la mano de obra, tales como deficiencias en educación, salud, provisión de agua potable y para riego, telefonía, etc.
- **De regulación y fortalecimiento de mercados:** son los proyectos que apuntan a clarificar y normalizar las reglas de juego de los mercados o a fortalecer el marco jurídico donde se desenvuelven las actividades productivas.
- **De apoyo de base:** aquellos dirigidos a apoyar a los proyectos de las tipologías anteriores. Son proyectos de asistencia,

De acuerdo al fin buscado, los proyectos pueden ser:

- **Proyectos de inversión privada:** en este caso el fin del proyecto es lograr una rentabilidad económica financiera, de tal modo que permita recuperar la inversión de capital puesta por la empresa o inversionistas diversos en la ejecución del proyecto.
- **Proyectos de inversión pública:** en este tipo de proyectos el Estado es el inversionista que coloca sus recursos para la ejecución del mismo. El Estado tiene como fin el bienestar social, de modo que la rentabilidad del proyecto no es sólo económica, sino también el impacto que el proyecto genera en la mejora del bienestar social en el grupo beneficiado o en la zona de ejecución.
- **Proyectos de inversión social:** un proyecto social sigue el único fin de generar un impacto en el bienestar social. Generalmente, en estos proyectos no se mide el retorno económico; es más importante medir la sostenibilidad futura del proyecto.

Una Clasificación De Proyectos Privados Se Puede Establecer En Función Al Impacto En La Empresa:

- **Creación de nuevas unidades de negocios o empresas:** en este caso un proyecto se refiere a la creación de un nuevo producto o servicio. Estos proyectos típicos tienen

flujos de ingresos y costos. Asimismo, tienen una inversión que permite iniciar la producción del nuevo bien o servicio, evaluándose la rentabilidad del producto.

- **Cambios en las unidades de negocios existentes:** en este tipo de proyectos no se crea ningún producto o servicio; simplemente se hacen cambios en las líneas de producción. Estos cambios pueden darse ya sea cambiando maquinaria antigua por maquinaria nueva o reduciendo equipos por tercerización de la producción.

En El Caso De Los Proyectos Públicos O Sociales, Se Pueden Establecer Ciertas Clasificaciones:

Proyectos de infraestructura: relacionados a inversión en obras civiles de infraestructura que puede ser de uso económico (beneficiando la producción) o de uso social, mejorando las condiciones de vida.

Proyectos de fortalecimiento de capacidades sociales o gubernamentales: en este caso se trabajan diversas líneas, como por ejemplo participación ciudadana, mejora de la gestión pública, vigilancia ciudadana u otros (Córdova, 2011)

QUE ES ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Según (Córdova, 2011), sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación

OBJETIVOS DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.

- Auxiliar a una organización a lograr sus objetivos.
- Cubrir las metas con los recursos actuales en las áreas técnicas, económicas y operativas.

TIPOS DE FACTIBILIDAD

Para recomendar la aprobación de cualquier proyecto es preciso estudiar un mínimo de tres factibilidades que condicionarán el éxito o fracaso de una inversión: la factibilidad

técnica, la legal y la económica. Otras factibilidades son las de gestión, política, social y ambiental.

La factibilidad técnica.-determina si es posible física o materialmente hacer un proyecto.

Puede incluso llegar a evaluar la capacidad técnica y motivación del personal involucrado.

La factibilidad legal.- determina la existencia de trabas legales para la instalación y operación normal del proyecto, incluyendo las normas internas de la empresa.

La factibilidad económica.- determina la rentabilidad de la inversión en un proyecto.

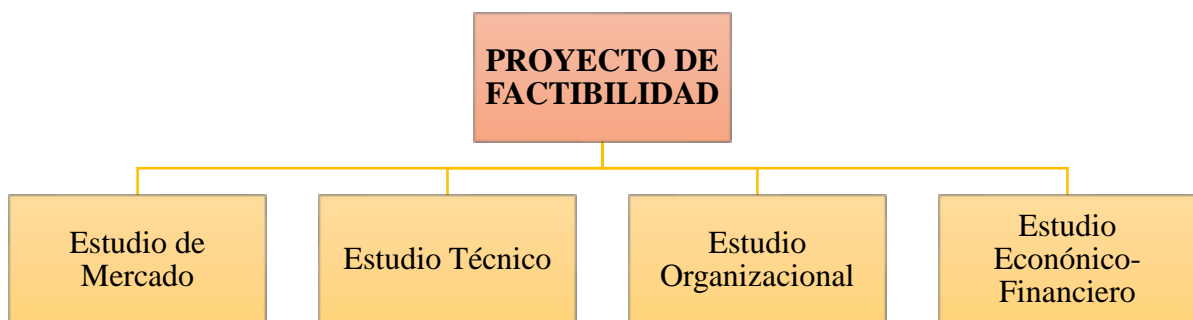
La factibilidad de gestión.- determina si existen las capacidades gerenciales internas de la empresa para lograr la correcta implementación y eficiente administración del negocio.

La factibilidad ambiental.- determina el impacto sobre el ambiente.

La factibilidad política.- corresponde a la intencionalidad de quienes deben decidir si quieren o no implementar un proyecto, independientemente de su rentabilidad.

La factibilidad social.- establece los beneficios que la ejecución del proyecto traerá a la comunidad en el mejoramiento de su nivel de vida.

ESTRUCTURA DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD



ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado nos facilita la toma de decisiones empresariales. Nos ayuda a escoger la alternativa más acertada. Aumenta nuestra probabilidad de éxito.

El mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precio.

En el estudio de mercado se tiene que:

- Es el punto de partida de la presentación detallada del proyecto.
- Sirve para los análisis técnicos, financieros y económicos.
- Abarca variables sociales y económicas.
- Recopila y analiza antecedentes para ver la conveniencia de producir y atender una necesidad.

Con el estudio de mercado se busca estimar la cantidad de bienes y servicios que la comunidad adquiriría a determinado precio (Córdova, 2011).

OFERTA

La oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que, en función de éstos, aquél los adquiera. Así, se habla de una oferta individual, una de mercado o una total.

En el análisis de mercado, lo que interesa es saber cuál es la oferta existente del bien o servicio que se desea introducir al circuito comercial, para determinar si los que se proponen colocar en el mercado cumplen con las características deseadas por el público (Endeavor, Emprendedor, 2009).

DEMANDA

La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir, en esas circunstancias.

En este punto interviene la variación que se da por efecto de los volúmenes consumidos. A mayor volumen de compra se debe obtener un menor precio. Es bajo estas circunstancias como se satisfacen las necesidades de los consumidores frente a la oferta de los vendedores.

La demanda tiene, adicionalmente, modalidades que ayudan a ubicar al oferente de bienes y servicios, en función de las necesidades de los demandantes. En primer lugar hay bienes y servicios necesarios y bienes y servicios superfluos, de lujo o no necesarios. Para el caso de los bienes necesarios se trata de productos o servicios indispensables para el cliente, con los cuales satisface sus necesidades más importantes. En algunos casos, en función de los estratos sociales, algunos bienes o servicios se vuelven indispensables, pero no es igual para todos los niveles de consumo.

Los bienes y servicios de lujo no son necesarios para el cliente, pero su demanda obedece a la satisfacción de un gusto, lo cual generalmente los coloca en un costo más elevado, en este caso el beneficio que deja la producción o comercialización de los mismos es proporcionalmente mucho mayor que en la producción (Endeavor, Emprendedor, 2009).

DEMANDA REAL

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

DEMANDA POTENCIAL

La demanda potencial es un límite superior de la demanda real que se ha de estimar para el supuesto en que el esfuerzo comercial realizado es máximo. Cantidad expresada en unidades físicas o monetarias, referidas a un periodo temporal y unas condiciones dadas. (Salazar, 2015).

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.

DEMANDA INSATISFECHA

Se denomina demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma o demande en los siguientes años y no exista suficiente oferta que satisfaga esta necesidad, o simple mente la oferta de dicho producto no cumpla con la calidad de satisfacer al demandante.

La demanda potencial se obtiene de la simple diferencia del balance oferta-demanda y con los datos proyectados se puede calcular la demanda potencial o insatisfecha en el mercado.

Su cálculo se puede determinar con la siguiente fórmula:

$$DEMANDA + OFERTA = DEMANDA INSATISFECHA$$

ESTUDIO TÉCNICO

Según Córdova (2011) el estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿cuánto, dónde, cómo y con qué producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea éste un bien o un servicio.

Si el estudio de mercado indica que hay demanda suficiente de acuerdo a las características del producto o servicio, tamaño de la demanda y cuantificación del volumen de venta y precio de venta, hay necesidad de definir el producto en el estudio técnico.

En este sentido, podemos decir que el estudio técnico comprende:

- Tamaño del proyecto.
- Localización del proyecto.
- Ingeniería del proyecto.

TAMAÑO DEL PROYECTO

Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando.

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual forma, la decisión que se tome respecto del tamaño determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por venta.

Factores que determinan el tamaño de un proyecto

Indican las razones por las cuales el proyecto no ofrece un mayor número de productos o servicios, y entre las cuales se pueden destacar:

- Tamaño del mercado.
- Capacidad financiera.
- Disponibilidad de insumos, materiales y recursos humanos.
- Problemas de transporte.
- Problemas institucionales.
- Capacidad administrativa.
- Proceso tecnológico.
- Problemas legales.
- Optimización del tamaño

El tamaño óptimo tiene que ver con aspectos como:

- Relación precio – volumen.
- Relación costo – volumen.
- El tamaño del proyecto se incrementa hasta que el beneficio marginal del último aumento sea igual a su costo marginal.
- La estructura de los costos se mantiene constante hasta cierto límite, así: Sobre ciertos niveles de producción es posible que ciertos costos bajen por economía de escala, mientras otros suben.
- Para poder vender más de ciertos volúmenes es posible que los precios tengan que reducirse.

La determinación del tamaño debe basarse en el análisis de las dos variables presentes en la relación precio–volumen. Éstas le confieren un carácter cambiante a la optimización del proyecto por las economías de escala que pueden lograrse en el proceso productivo.

La evaluación que se realice de las mismas tiene por objeto estimar los costos y beneficios de las diferentes alternativas posibles y determinar el valor actual neto de cada tamaño opcional para identificar aquel en el que éste se maximiza.

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Es el análisis de las variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. En general, las decisiones de localización podrían catalogarse de infrecuentes; de hecho, algunas empresas sólo la toman una vez en su historia. La decisión de localización no sólo afecta a empresas de nueva creación, sino también a las que ya están funcionando.

Un mercado en expansión requerirá añadir nueva capacidad, la cual habrá que localizar, bien ampliando las instalaciones ya existentes en un emplazamiento

determinado, bien creando una nueva en algún otro sitio. La introducción de nuevos productos o servicios conlleva una problemática análoga.

Una contracción de la demanda puede requerir el cierre de instalaciones y/o la reubicación de las operaciones; otro tanto sucede cuando se producen cambios en la localización de la demanda.

La elección de la localización es una decisión compleja en la mayoría de los casos, tanto en sí misma como por sus interrelaciones, aunque es cierto que para algunas empresas ésta viene determinada por un factor dominante que restringe el número de alternativas. En general, la cantidad de factores y de lugares involucrados en el análisis es enorme; si ello es así para compañías de ámbito nacional, lo es mucho más para aquellas que operan a nivel internacional.

Factores que influyen en la localización

Las alternativas de instalación de la planta deben compararse en función de las fuerzas ocasionales típicas de los proyectos. Una clasificación concentrada debe incluir por lo menos los siguientes factores globales:

- Medios y costos de transporte.
- Disponibilidad y costo de mano de obra.
- Cercanía de las fuentes de abastecimiento.
- Factores ambientales.
- Cercanía del mercado.
- Costo y disponibilidad de terrenos.
- Topografía de suelos.
- Estructura impositiva y legal.
- Disponibilidad de agua, energía y otros suministros.
- Comunicaciones.

- Posibilidad de desprenderse de desechos.

Estudio de la localización

La primera etapa del estudio de la localización comprende:

- Disponibilidad de terreno, mano de obra y capital.
- Distribución de la demanda: localización y tamaño del mercado de consumo.
- Distancia y acceso a la infraestructura, acceso a los medios de transporte, a la energía eléctrica y agua.
- Impuestos y disposiciones legales.
- Condiciones generales de vida.

Estos factores no tienen el mismo peso. Los más importantes son el mercado y la disponibilidad económica de insumos.

Los criterios principales para la selección son:

- Se debe disponer de un terreno adecuado para la construcción de la planta respectiva.
- La zona dispondrá de suficiente mano de obra calificada y no calificada.
- Debe existir un mercado de materias primas adecuado.
- Se contará con materiales, maquinaria y equipo en las cantidades y calidades necesarias para realizar y operar el proyecto.
- La localización tendrá acceso a los medios de transporte.
- Se establecerán relaciones con las demás industrias y comercio.
- Las disposiciones legales y fiscales de la región no impedirán su desarrollo.

Ingeniería Del Proyecto

El estudio de ingeniería es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto.

La ingeniería del proyecto tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto cuya disposición en planta conlleva a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos. También se ocupa del almacenamiento y distribución del producto, de métodos de diseño, de trabajos de laboratorio, de empaques de productos, de obras de infraestructura y de sistemas de distribución.

Mediante el estudio de ingeniería se determina la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles destinados a la producción de bienes o servicios. Para ello deben analizarse las distintas alternativas y condiciones en que pueden combinarse los factores productivos, identificados a través de la cuantificación y proyección del monto de inversiones, costos e ingresos que se asocian a cada una de las alternativas de producción. Por lo tanto, de la selección del proceso productivo se derivarán las necesidades de equipos y maquinarias del proyecto.

El proceso de producción

El proceso de producción se define como la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación de la tecnología, los materiales y las fuerzas de trabajo. Un proceso de producción se puede clasificar en función de su flujo productivo o del tipo de producto a manufacturar y, en cada caso particular, se tendrán diferentes efectos sobre el flujo de fondos del proyecto.



ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Organización es la institución en la que las personas se unen en sus esfuerzos, realizando tareas complejas, para lograr objetivos comunes (individuales y colectivos). Tiene que ver con el ambiente donde se desarrollará el proyecto, la autoridad, los mecanismos de coordinación y los principios con los que se deben regir.

La organización busca agrupar las funciones para el logro de los objetivos propuestos, asignando actividades a los diferentes niveles y definiendo unos mecanismos de coordinación.

Es la base donde se desenvuelve la organización, en el cual las tareas son divididas, agrupadas, coordinadas y controladas, para el logro de objetivos.

Existen 2 tipos de estructuras organizacionales:

Estructura Formal o esquema organizacional: Incluye todo lo que está previsto en la organización. Está conformada por las partes que integran a la organización y las relaciones que las vinculan: Funciones, Actividades, Relaciones de autoridad y de dependencia, Responsabilidades, Objetivos, Manuales y procedimientos, Descripciones de puestos de trabajo, Asignación de recursos y Todo aquello que está previamente definido de alguna manera. Es el cuerpo de una organización que proporciona y contiene las áreas con las que debe funcionar, actúa como un marco. La idea se centra en la diferenciación de áreas, de puestos de trabajo, la formulación de normas y procedimientos y las relaciones de autoridad.

Estructura Informal: Se conforma a partir de las relaciones entre las personas que comparten uno o varios procesos de trabajos dentro de la organización. En este sentido, la estructura informal analiza los siguientes aspectos: valores, intereses, sentimientos, afectos, liderazgo y toda la gama de relaciones humanas que no se pueden determinar con anterioridad. Simplemente son producto de la interacción humana y del juego de

personalidades, grupos, etc. La parte informal está caracterizada por una actividad colectiva que no está netamente orientada hacia los objetivos de la organización, pero es necesaria para alcanzarlos (Córdova, 2011).

Para que una administración sea eficiente requiere que su estructura esté equilibrada internamente y adaptada al ambiente para lograr objetivos, facilitando la realización de las operaciones conducentes a ello.

Algunos tipos de estructuras formales son:

- Estructura Lineal.
- Estructura Matricial: Pueden ser por Función, Producto, Territorio y por Clientes.
- Estructura Circular.
- Estructura Híbrida (S/N, 2011).

ORGANIZACIÓN

El estudio de la organización debe ser un proceso permanente que permita ajustarse a las variaciones que presenta la economía mundial, en relación a la cual se encuentran las siguientes tendencias:

ESTRUCTURA LEGAL

Es el andamiaje jurídico que regula las relaciones de los diferentes miembros de la organización, las cuales deben estar enmarcadas en la Constitución y la Ley. La estructura legal abarca fundamentalmente los siguientes aspectos de la organización:

ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO

En el marco financiero se especifican las necesidades de recursos a invertir, con detalles de las cantidades y fechas para los diversos ítems señalados, su forma de financiación (aporte propio y créditos) y las estimaciones de ingresos y egresos para el período de vida útil del proyecto.

El marco financiero permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos y egresos que generará y la manera como se financiará.

INVERSIONES

Comprende la inversión inicial constituida por todos los activos fijos, tangibles e intangibles necesarios para operar y el capital de trabajo.

Las decisiones que se adoptan en el estudio técnico corresponden a una utilización que debe justificarse de diversos modos desde el punto de vista financiero.

Inicialmente se debe demostrar que los inversionistas cuentan con recursos financieros suficientes para hacer las inversiones y los gastos corrientes, que implican la solución dada a los problemas de proceso, tamaño y localización.

PRESUPUESTOS DE INGRESOS Y EGRESOS

Presenta el análisis descriptivo de los ingresos y gastos presupuestados en el tiempo, de tal forma que facilite el establecimiento del flujo de caja proyectándolo durante la vida útil del proyecto. En la elaboración de los presupuestos se tiene en cuenta la información recolectada en los estudios de mercado, estudio técnico y la organización del proyecto, ya que unos originan los ingresos y otros los gastos e inversiones.

Las proyecciones de los ingresos financieros obedecen a otras variables adicionales, tales como la colocación de excedentes de caja en el mercado financiero, lo cual genera intereses y rendimientos que sirven para aumentar los ingresos del proyecto.

Técnicas De Evaluación

Valor Actual Neto (VAN). - Se define como la sumatoria de los flujos netos anuales menos la Inversión inicial. Este indicador de evaluación representa el valor del dinero actual que nos reportará el proyecto en el futuro, a una tasa de interés y un periodo determinado.

Los criterios para la toma de decisión son:

$VAN > 0$, el proyecto es rentable

$VAN = 0$, es indiferente realizar

$VAN < 0$, el proyecto no es rentable

Tasa Interna de Retorno (TIR). - La TIR muestra al inversionista la tasa de interés máxima a la que puede generar rentabilidad. Por definición la tasa buscada será aquella que reduce el VAN de un Proyecto a cero.

Los indicadores relevantes son:

$TIR > i$, el proyecto es rentable

$TIR = i$, es indiferente su realización

$TIR < i$, el proyecto no es rentable

i = tasa de rentabilidad esperada

Relación beneficios/costos (B/C). - La relación entre beneficio y costo muestra la cantidad de dinero que recibirá el Proyecto por cada unidad monetaria invertida. Se determina dividiendo los ingresos brutos (beneficios) entre los costos.

Este indicador mide la relación que existe entre los ingresos de un Proyecto y los costos incurridos a lo largo de su vida útil incluyendo la Inversión total.

$B/C > 1$, el proyecto es rentable, ya que el beneficio es superior al costo.

$B/C = 1$, es indiferente realizar el proyecto, porque no hay beneficio ni pérdidas.

$B/C < 1$, el proyecto no es rentable y debe rechazarse.

Periodo de recuperación del capital (PRC). - Determina los años requeridos para recuperar el capital invertido en el proyecto. (Celi D. H., 2010).

FINANCIAMIENTO

La decisión acerca de llevar cabo o no el proyecto es la primera que debe tomar la entidad que lo impulsa. Si en la evaluación el mismo resulta conveniente, surge una segunda decisión: su financiamiento.

La separación de estas dos decisiones enfatiza su carácter independiente: es posible que un proyecto sea social y/o privadamente conveniente, pero eso no implica que sea financiable. Más aun, la existencia de fondos para financiar proyectos no debería motivar que los mismos se realicen si de la evaluación resulta que no son rentables.

La decisión de financiar el proyecto significa determinar de qué fuentes se obtendrán los fondos para cubrir la inversión inicial y, eventualmente, quién pagará costos y recibirá los beneficios del proyecto.

SUCURSAL

Para el ejercicio de la empresa se pueden utilizar varios establecimientos que radiquen en distintos lugares geográficos o en una misma población. En estos casos se habla de domicilio principal para designar el domicilio del empresario, mientras que para los demás establecimientos la ley emplea la denominación de sucursales.

Las sucursales nacen como consecuencia de la expansión empresarial. El afán de conseguir mayor clientela o de abarcar un mayor campo de mercado, produce la dispersión territorial de la actividad empresarial.

Sin embargo, el Derecho sustantivo español no contiene el concepto de sucursal. La ausencia de una definición específica de la sucursal frente al establecimiento principal, ha motivado que haya sido sobre todo la doctrina mercantilista, la jurisprudencia y la Dirección General de los Registros y del Notariado, quienes han ido perfilando la noción de sucursal, desarrollando un concepto que sirva para comprender todos los posibles tipos de sucursales y permita además diferenciarlos de otras figuras afines.

En conclusión, podemos definir la sucursal como aquel establecimiento secundario, carente de toda personalidad jurídica propia, puesto que comparte la personalidad jurídica de las demás sucursales que puedan existir y no es otra que la de la casa matriz, de carácter permanente, con idéntico objeto que el de la casa matriz, pero con una instalación material distinta y clientela propia, que goza de autonomía operativa a través de un director, con facultades suficientes para realizar su función, aunque para ello esté subordinado a las directrices de la casa matriz, y sin que todo ello afecte a la unidad patrimonial de la empresa.

a. SUCURSAL Y FILIAL

La distinción entre sucursal y filial es importante, en la medida que afecta a la responsabilidad de los entes. Mientras que la sucursal comparte la personalidad jurídica del establecimiento principal, la filial configura una persona independiente de la empresa matriz y está dotada de plena personalidad, es decir, goza de verdadera autonomía jurídica, con capital, estatutos y órganos propios, pudiendo incluso tener un objeto social distinto al de la sociedad matriz. La responsabilidad de la sucursal no es, por tanto, independiente de la del establecimiento principal, pudiendo los acreedores de aquélla dirigirse contra ésta de modo directo. Sin embargo, dicha comunicación no se da entre filiales y matriz, ya que las obligaciones de las primeras no afectan en principio y directamente a la sociedad matriz, la cual no es responsable directa de ellas.

b. SUCURSAL Y AGENCIA

Una segunda figura con la que se suele confundir a la sucursal es la agencia, que es un establecimiento auxiliar del empresario con una menor entidad que el de la sucursal. Sin embargo, se trata de dos figuras perfectamente diferenciables, porque la agencia no tiene el mismo objeto que la sede central y carece de clientela propia y autonomía. Por tanto, cuando estamos ante un tipo de establecimiento que no es autónomo y no genera clientela

ni puede identificarse como algo distinto del establecimiento principal a efectos de su percepción por los terceros en el mercado no estaremos ante un sucursal.

c. SUCURSAL Y OFICINA DE REPRESENTACIÓN

Por lo que respecta a la distinción con las oficinas de representación, éstas existen por lo común en los círculos bancarios, son establecimientos que realizan solamente algunas de las operaciones bancarias, limitándose exclusivamente a realizar funciones de cobranza de efectos, sin que puedan llevar a cabo captación de operaciones pasivas, ni atender talones, libretas de ahorro o créditos. Por tanto, no son sucursales porque no pueden generar clientela ni llevar a cabo operaciones contenidas en el propio objeto social de las entidades de crédito; son meros establecimientos auxiliares del empresario, sin autonomía y, por tanto, sin el carácter de sucursal.

d. SUCURSAL Y CENTRO DE EXPLOTACIÓN MATERIAL

Los centros de explotación material son aquellos establecimientos donde se realiza materialmente la explotación del objeto empresarial. La diferencia con esta figura se encuentra en que el centro de explotación material cuenta con un factor, dependiente del director del centro, con poderes limitados a cumplimentar los actos de explotación que allí se realizan. Igualmente, el centro de explotación carece de autonomía operativa, y debe seguir las instrucciones recibidas del establecimiento principal o incluso desde una sucursal, y carecen de clientela propia.

e. SUCURSAL Y ESTABLECIMIENTO PERMANENTE

Por último, y en cuanto a la diferencia con los establecimientos permanentes, mientras la sucursal se define por una nota física (instalación independiente) y otra jurídica (cierta autonomía de gestión en relación a la entidad principal), los establecimientos permanentes se identifican no por un rasgo jurídico, sino por sus caracteres físicos: instalación o lugar donde se realizan habitualmente operaciones en un territorio donde la entidad no reside.

En todo caso, el establecimiento permanente debe ser un establecimiento, oficina o despacho donde se realizan operaciones mercantiles. Por tanto, el concepto de sucursal, al conjugar la nota jurídica de autonomía con la física de instalación independiente, incluye al de establecimiento permanente; pero no al contrario, es decir, no todo establecimiento permanente puede identificarse con una sucursal sino que para ello será preciso, además, la gestión interna autónoma respecto de la sociedad principal.

CONSTITUCIÓN DE UNA SUCURSAL

Las sucursales pueden crearse tanto por empresarios individuales como por sociedades mercantiles u otras entidades. Se debe tener en cuenta que la creación de una sucursal no supone la creación de una nueva sociedad, por lo que no se necesita observar los requisitos establecidos en la Ley para la constitución de nuevas sociedades, aunque es requisito para su inscripción posterior, el que la constitución esté reflejada en escritura pública.

Como se acaba de decir, la creación de una sucursal no supone la creación de una nueva sociedad, por lo que la denominación de la sucursal puede ser la misma que la del establecimiento principal, si bien es necesario agregar cualquier mención que identifique a la sucursal y la individualice de forma suficiente en el tráfico.

Debe tenerse en cuenta que existe, no obstante, un régimen específico para la creación de sucursales de entidades de crédito, sean estas españolas o extranjeras.

Por lo que respecta a la inscripción de las sucursales en el Registro Mercantil, la misma se lleva a cabo de distinta forma según se trate de una primera inscripción o no, y de sucursales de empresas nacionales o extranjeras; e, igualmente, debe tenerse presente que, a través del registro de la sucursal, pueden solicitarse en cuanto a la publicidad los datos de la sociedad principal.

ACTIVIDAD DE UNA SUCURSAL

Como carece de personalidad jurídica propia, la sucursal no tiene un verdadero capital social ni un objeto social propio, aunque sí dispone de fondos propios de la sociedad para desarrollar las actividades que tenga encomendadas.

Para el desarrollo de su actividad, el órgano de gobierno del establecimiento principal suele nombrar a un director de la sucursal, que actúa como apoderado de la matriz en la sucursal, nunca como representante de esta, pues carece de personalidad jurídica.

CIERRE DE LA SUCURSAL

La sucursal se extinguirá cuando la sociedad matriz así lo acuerde. Por tanto, la sucursal puede cerrarse de dos formas: por la libre decisión de la sociedad matriz, o por la propia extinción de la misma.

La supresión de la sucursal se llevará a cabo por los mismos órganos de administración que la constituyeron, salvo disposición en contrario de los estatutos, instrumentándolo, al igual que la constitución, en escritura pública, la cual deberá inscribirse en el Registro Mercantil a los mismos efectos de publicidad que lo fue la constitución (Wolters, s.f.).

e. Metodología

La presente investigación utilizará un diseño descriptivo ya que tenemos como objetivo fundamental el ampliar y precisar cuáles van hacer las estrategias de comercialización y distribución para la creación de una sucursal de la empresa Pañalera Babyshop.

Se realizará la descripción de las características de nuestro cliente potencial, lo cual nos brindará una herramienta para mejorar la competitividad de la empresa en estudio.

Para ello vamos a recolectar datos que se refieren a la población investigada, esto por medio de la aplicación de una encuesta estructurada, y que nos brindará la información necesaria para poder realizar un análisis tanto deductivo como inductivo.

MÉTODOS

Método Deductivo. - Se obtendrá conclusiones de lo general a lo particular donde identificaremos los factores más relevantes para la creación de la nueva sucursal en las siguientes etapas:

- Determinar los hechos más importantes, es decir en este caso se identificará los factores relevantes que necesitan especial atención dentro de cada problema que se ha planteado en el presente proyecto.
- Con base a las deducciones anteriores se formula objetivos que deberán ser demostrados en el desarrollo del estudio de factibilidad.
- Se observa la realidad para comprobar los objetivos con el desarrollo del estudio.
- Del proceso anterior se deducen estrategias que se puedan aplicar para introducir la nueva sucursal de la empresa Babyshop que se pretende analizar y permitirá la categorización de información recolectada para detallar sobre el proceso de las diferentes fases del proyecto como el análisis de conceptos, principios, definiciones, criterios y experiencias.

Método Inductivo. – Revisando sus antecedentes e identificando el problema central.

Es un proceso en el que, a partir del estudio de casos particulares, se obtienen conclusiones que explican o relacionan los fenómenos estudiados utilizando:

- Se realizará el análisis del comportamiento pasado, presente y futuro de los clientes potenciales.
- La observación directa del comportamiento de la competencia ante la creación de una nueva sucursal.

TÉCNICAS

Revisión Bibliográfica.- Se la empleará para realizar una búsqueda de la literatura con información concisa y lógica del conocimiento actual para la elaboración del presente proyecto y que este ayude a conocer de forma básica cómo se debe realizar el estudio de factibilidad, su importancia y sus beneficios.

Encuesta.- Esta herramienta se aplicará a los clientes de la pañalera, de manera que se pueda obtener información con respecto a los gustos y preferencias de su ubicación, productos o su atención de la nueva sucursal, identificando el nivel de aceptación de los clientes; además por medio de esta herramienta se trata de recopilar sugerencias tanto de los potenciales clientes como del público en general, de manera que se pueda introducir un servicio de calidad.

Observación.-

Determinación de la muestra.- Se empleará para determinar la muestra dentro del proyecto de factibilidad donde la población de estudio está conformada por 6.140 bebés nacidos vivos según el índice de natalidad dentro de la ciudad de Loja proyectado para el año 2018.

Factor de Crecimiento

$$n - 1 \sqrt{\frac{R}{A}}$$

Donde:

R= Dato histórico más reciente

A= Dato histórico más anterior

n= Número de años de la serie histórica

AÑO	Nº NACIDOS VIVOS
2012	3.629
2013	3.354
2014	3.504
2015	4.536
2016	4.360

$$5 - 1 \sqrt{\frac{4.360}{3.629}} = 1,046947442$$

DATO PROYECTADO	AÑO PROYECTADO
4.360 X 1,046947442 = 4.564,690847	2017
4.564,690847 X 1,046947442 = 4.778,991406	2018

Muestra

Aplicando la formula se obtuvo como resultado 204 encuestas.

Cálculo de la Muestra

$$M = \frac{N * p * q * z^2}{(N - 1) * e^2 + z^2 * p * q}$$

Fuente: Córdova, 2011

Donde:

e = Error experimental (0.0837)

p = Probabilidad de éxito (0.5)

q = Probabilidad de fracaso (0.5)

z = Nivel de Confianza (1.96)

N = Población total (4.779)

$$M = \frac{4.779 \times 0,50 \times 0,50 \times (1,96)^2}{(4.779 - 1) \times (0,07)^2 + (1,96)^2 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$M = 204,1243454$$

f. Cronograma

ACTIVIDADES	PERIÓDOS EN MESES																																								
	Meses	1				2				3				4				5				6				7				8				9				10			
	Semanas	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Selección del tema																																									
Elaboración del proyecto																																									
Presentación y aprobación del proyecto																																									
Desarrollo de la revisión de la literatura																																									
Revisión parcial de avances																																									
Trabajo de campo																																									
Elaboración de resultados																																									
Análisis e interpretación de datos																																									
Redacción de informe final																																									
Revisión final del director de tesis																																									
Aprobación del décimo módulo																																									
Preparación para audiencia privada																																									
Correcciones del borrador de tesis																																									
Trámites administrativos																																									
Audiencia pública																																									

g. Presupuesto y Financiamiento

Presupuesto

RECURSOS HUMANOS	
Aporte Personal	400,00
Director de Tesis	350,00
Docente de Metodología de la investigación	350,00
Docente de Evaluación de proyectos	350,00
Total	1450,00
RECURSOS MATERIALES	
Materiales de oficina	
Esferos	5,00
Carpetas	10,00
Folders	10,00
Hojas	30,00
	25,00
Materiales Didácticos	
Impresiones	60,00
Empastados	40,00
	100,00
Total	125,00

EQUIPO AUDIOVISUAL	
Computadoras	1000,00
Impresora	200,00
Proyector	100,00
Total	1300,00
SERVICIO DE INTERNET	
Internet	70,00
Total	70,00
SERVICIO DE MOVILIZACIÓN	
Trasporte	30,00
Total	30,00

TOTAL **3000,00**

FINANCIAMIENTO

Los costos de la investigación serán asumidos de manera individual por la autora, según se vayan dando las necesidades la iré satisfaciendo, de manera que encontraré una forma más cómoda con referencia a la situación económica.

h. Bibliografía

- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. (5ª ed.). Caracas - Venezuela: Episteme.
- Baca Urbina, G. (2001). *Evaluación de Proyectos*. Mexico: (4ta edición). Editorial.
- Celi, D. H. (2010). *Evaluación de proyectos*. Obtenido de Evaluación de proyectos:
<http://www.spw.cl/proyectos/evaluacion.htm>
- Conde de Lara, E. M., & Conde Rebozo, A. (3 de Junio de 2004). *Gaceta Espirituana Proyectos*. Obtenido de Gaceta Espirituana Proyectos:
[http://bvs.sld.cu/revistas/gme/pub/vol.6.\(3\)_08/p8.html](http://bvs.sld.cu/revistas/gme/pub/vol.6.(3)_08/p8.html)
- Córdoba Padilla, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Córdova, M. (2011). Tipos de Proyectos. En M. Córdova, *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Ecoe.
- Endeavor. (23 de 09 de 2009). *Emprendedor*. Obtenido de Emprendedor:
<http://www2.esmas.com/emprendedor/herramientas-y-apoyos/aprende-del-mercado/099240/estudio-mercado---la-oferta>
- Endeavor. (23 de 07 de 2009). *Emprendedor*. Obtenido de Emprendedor:
<http://www2.esmas.com/emprendedor/herramientas-y-apoyos/aprende-del-mercado/081285/demanda-estudio-mercado-necesidades-demandantes/>
- Gabriel, B. U. (1998). *Evaluación De Proyecto*. 3ª Edición.
- Gómez, C. (2000). *Proyectos Factibles*. Valencia.: Editorial Predios.
- Kendall, K. y. (2005). *Análisis y Diseño de Sistemas*. 6ta edición.
- Libertador, U. P. (1998). *Manual de Trabajos de Grado*.
- Logisnet. (s.f.). *Logisnet*. Obtenido de Logisnet:
<http://www.logisnet.com/publicidad/diccionario/demanda-real/>
- Malhotra K. Naresh. (1997). *Investigación de Mercados Un Enfoque Practico*. Prentice-Hall Hispanoamericana, Segunda Edición.
- Miranda, J. J. (2005). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis:
<http://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>
- Murcia Murcia, J. D. (2009). *Proyectos, formulación y criterios de evaluación*. México: Alfaomega Grupo Editor.
- Otros, L. y. (2002). *Metodología*. Valencia.
- Pablo Navarro, D. (2013). *Teoría de Factibilidad*.

- Pineda, R. A. (s.f.). *Proyectos y Presupuestos*. Honduras.
- Prieto Herrera, J. E. (2009). *Proyectos: enfoque gerencial*. Colombia: Ecoe Ediciones. .
- Salazar, A. W. (06 de Mayo de 2015). *Inen Five Industrial Engineer*. Obtenido de Inen Five Industrial Engineer: <http://www.inenfive.com/2013/10/como-hallar-la-demanda-potencial.html>
- Sampieri, R. H. (2014). Proceso de un proyecto de investigación. En R. H. Sampieri, *Metodología de la investigación*. México DF: Interamericana Editores.
- Stoner, J., & Freeman, R. y. (2000). *Administración*. México: Prentice-Hall. .
- v, j. (01 de sep de 2019). *economía. mercurio*, pág. 1.2.
- Varela, R. (1997). *Evaluación económica de proyectos de inversión*. Grupo editorial Iberoamericana.
- Wolters, K. (s.f.). *Guías Jurídicas*. Obtenido de Guías Jurídicas: http://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAA AAAAEAMtMSbF1jTAAAUMTI3MTtbLUouLM_DxbIwMDCwNzAwuQQGZa pUt-ckhlQaptWmJOcSoA1hWU-jUAAAA=WKE

ÍNDICE

CARATULA	i
CERTIFICADO.....	i
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA DE REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.....	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
1. TEMA	7
2. RESUMEN	2
SUMMARY	3
3. INTRODUCCIÓN.....	4
4. REVISIÓN DE LITERATURA	6
4.1. Empresa	6
4.2. Empresa Comercial	6
4.3. Los 3 Tipos de Empresas Comerciales.....	6
4.3.1. Mayorista	6
4.3.2. Minorista	6
4.3.3 Comisionista.....	6
4.4. Empresa matriz, agencia y sucursal.....	7
4.4.1. Matriz	7
4.4.2. Agencia	7
4.4.3. Sucursales.....	8
4.5. Proyecto	9
4.6. Proyecto de inversión.....	10
4.7. Factibilidad.....	10

4.7.1. Estudio de Factibilidad	10
4.7.2. Objetivos que determinan la Factibilidad.....	11
4.8. Proyecto Factible.....	11
4.8.1. Evaluación de un Proyecto Factible	12
4.9. Tipos de Factibilidad	12
4.9.1. Estudio de Mercado	12
4.9.2 Estudio Técnico	17
4.9.3. Estudio Administrativo Legal	20
4.9.4. Estudio Financiero	23
4.9.5. Aspectos Básicos de la Factibilidad	29
4.9.6. Evaluación Económica	31
5. MATERIALES Y MÉTODOS	37
5.1. Materiales	37
5.2. Métodos.....	37
5.2.1. Científico	37
5.2.2. Inductivo	37
5.2.3. Deductivo.....	37
5.2.4. Descriptivo	37
5.2.5. Analítico	38
5.3. Técnicas.....	38
5.3.1. Observación directa	38
5.3.2. Revisión bibliográfica	38
5.3.3. Encuesta	38
5.3.4. Determinación de la muestra	38
6. RESULTADOS	41
Estudio de mercado	41
Análisis de la demanda	47

Demanda potencial	47
Demanda real	48
Demanda efectiva	48
Resumen demanda potencial, real y efectiva	49
Análisis de la Oferta	50
Oferta actual	50
Oferta proyectada	51
Oferta de productos anuales	51
Demanda Insatisfecha	52
Plan de Mercado	53
Imagen Corporativa	53
Marca	53
Eslogan	53
Logotipo	53
Producto	54
Productos para bebé	54
Artículos para bebé	56
Servicio	57
Precio	58
Plaza	58
Publicidad	60
Estudio Técnico	61
Localización del Proyecto	61
Macro-localización	61
Límites	62
Micro-localización	63
<i>Disponibilidad de mano de obra</i>	63

<i>Transporte</i>	63
<i>Servicios básicos</i>	63
<i>Factores ambientales</i>	64
Ingeniería del Proyecto	66
Logística del Proceso	66
Recursos Humanos	67
Distribución de la planta	74
Instalaciones físicas	74
Proceso del servicio	75
Descripción del proceso en atención al cliente	75
Descripción del proceso en abastecimiento	78
Estudio Administrativo y Legal	80
Constitución de la Pañalera Babyshop	80
Estructura Administrativa	83
Organigrama Estructural	83
Organigrama Funcional	84
Manual de funciones de los empleados de la empresa pañaleras “Babyshop”	85
Reglamento interno de seguridad y salud del trabajo de la empresa pañaleras. “Babyshop”	89
Capítulo I	89
Capítulo II	96
Capítulo III	98
Capítulo IV	99
Estudio Económico-Financiero	100
Estructura del estudio económico y financiero	101
Inversión Inicial	101
Inversión Fija	102

Equipo de computación	102
Equipo de oficina	102
Muebles y Enseres	103
Activo fijo	103
Resumen de inversión fija	103
Inversión Diferida	104
Marcas y patentes	104
Adecuaciones e instalaciones	104
Resumen Inversión Diferida	105
Capital de Trabajo	105
Mano de Obra Directa	106
Suministros de oficina	109
Suministros de limpieza	109
Suministros de seguridad y botiquín	110
Servicios básicos	111
Arriendo	111
Resumen De Gastos Administrativos	112
Publicidad y propaganda	112
Gasto por Intereses	113
Capital De Trabajo	114
Financiamiento de la inversión	115
Presupuesto de costos	115
Proyección de los costos y gastos	115
Presupuesto de ingresos	116
Punto de equilibrio	119
Evaluación Financiera	122
FLUJO DE CAJA	123

7. DISCUSION	134
8. CONCLUSIONES	137
9. RECOMENDACIONES	139
10. BIBLIOGRAFÍA	140
11. ANEXOS	143
Anexo 1. Encuesta.	143
Anexo 2. Fotografías.	145
Anexo 3. Tabla de amortización.	146
Anexo 4. Mercadería Inicial.	148
Anexo 5. Capital de Trabajo.	164
Anexo 6. Depreciación de Activos Fijos.	164
Anexo 7. Amortización de Activos Diferidos	165
Anexo 8. Método de mínimos cuadrados	165
Anexo 9. Cálculo de ingresos.	167
Anexo 10. Presupuesto de ingresos	167
Anexo 11. Propuesta página web oficial Pañalera Babyshop	168
Anexo 12. Anteproyecto	169
ÍNDICE	207
ÍNDICE DE TABLAS	213
ÍNDICE DE FIGURAS	216

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Interpretación del VAN	33
Tabla 2. Interpretación de la TIR	34
Tabla 3. Interpretación RBC	35
Tabla 4. Interpretación de Análisis y Sensibilidad	36
Tabla 5. Crecimiento	39
Tabla 6. Proyección	40
Tabla 7. Existencia de niños menores de 3 años	41
Tabla 8. Factor importante para la compra de productos para bebé	41
Tabla 9. Establecimientos de competencia	42
Tabla 10. Clientes	42
Tabla 11. Implementos primordiales de aseo	43
Tabla 12. Adquirir productos	43
Tabla 13. Sector de ubicación para la nueva sucursal	43
Tabla 14. Horario de atención	44
Tabla 15. Inconveniente de acceso vehicular	44
Tabla 16. Medio de pago	45
Tabla 17. Frecuencia de adquisición de productos	45
Tabla 18. Gastos por cada compra	45
Tabla 19. Entrega de promociones	46
Tabla 20. Creación de la página oficial	47
Tabla 21. Número de nacidos vivos por año.	47
Tabla 22. Demanda potencial	48
Tabla 23. Demanda real	48
Tabla 24. Demanda efectiva	49
Tabla 25. Resumen de Demandas	49
Tabla 26. Resumen de Demandas Anuales	49
Tabla 27. Oferta Actual	51
Tabla 28. Oferta proyectada	51
Tabla 29. Oferta de Productos Anuales	51
Tabla 30. Proyección demanda insatisfecha	52
Tabla 31. Proyección demanda insatisfecha anual	52
Tabla 32. Composición interna y externa de productos de bebé	54

Tabla 33. Artículos para bebé	56
Tabla 34. Precio	58
Tabla 35. Promoción	59
Tabla 36. Publicidad.....	60
Tabla 37. Tiempo del servicio.....	65
Tabla 38. Capacidad diseñada.....	65
Tabla 39. Capacidad instalada	65
Tabla 40. Capacidad Utilizada	66
Tabla 41. Recursos Humanos	68
Tabla 42. Recursos técnicos y materiales	68
Tabla 43. Descripción de instalaciones	75
Tabla 44. Proceso en minutos atención al cliente	75
Tabla 45. Proceso de abastecimiento	78
Tabla 46. Manual de funciones Secretaria	85
Tabla 47. Manual de funciones Vendedor.....	86
Tabla 48. Manual de funciones Cajeras	87
Tabla 49. Manual de funciones Bodeguero	88
Tabla 50. Equipo de computación.....	102
Tabla 51. Equipo de oficina	103
Tabla 52. Muebles y enseres	103
Tabla 53. Vehículo	103
Tabla 54. Resumen de inversión fija.....	103
Tabla 55. Permisos y patentes	104
Tabla 56. Adecuaciones e instalaciones	104
Tabla 57. Software.....	105
Tabla 58. Mercadería inicial.....	105
Tabla 59. Resumen inversión diferida	105
Tabla 60. Sueldos y Salarios	107
Tabla 61. Beneficios Sociales Año 1	108
Tabla 62. Beneficios Sociales Año 2, 3, 4,5	108
Tabla 63. Suministros de oficina	109
Tabla 64. Suministros de Limpieza.....	110
Tabla 65. Suministros de seguridad y botiquín	111
Tabla 66. Servicios Básicos	111

Tabla 67. Arriendo	112
Tabla 68. Resumen gastos administrativos	112
Tabla 69. Publicidad y propaganda	112
Tabla 70. Tabla de intereses anual	113
Tabla 71. Gasto Administrativo	114
Tabla 72. Gasto Venta	114
Tabla 73. Gasto financiero	114
Tabla 74. Inversión Total	114
Tabla 75. Financiamiento	115
Tabla 76. Reinversión	115
Tabla 77. Presupuesto de costos	116
Tabla 78. Estado de pérdidas y ganancias	118
Tabla 79. Costos Fijos y Variables	120
Tabla 80. Punto de Equilibrio	121
Tabla 81. Flujo Caja	123
Tabla 82. Tasa de rendimiento mínima esperada	124
Tabla 83. Valor Actual Neto	126
Tabla 84. Tasa Interna de Retorno	127
Tabla 85. Beneficio - Costo	128
Tabla 86. Periodo de Recuperación de la Inversión	128
Tabla 87. Incremento de los costos	130
Tabla 88. Disminución de los Ingresos	132

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Punto de Equilibrio	29
Figura 2. Eslogan	53
Figura 3. Logotipo	53
Figura 4. Macro-localización del Proyecto	62
Figura 5. Micro- Localización	64
Figura 6. Instalaciones interna	75
Figura 7. Flujo grama atención al cliente	77
Figura 8. Proceso de abastecimiento	79
Figura 9. Organigrama estructural	83
Figura 10. Organigrama Funcional	84
Figura 11. Colores para la señalización	97
Figura 12. Señales de Seguridad	98
Figura 13. Estructura del estudio económico-financiero	101
Figura 14. Punto de Equilibrio	122
Figura 15. Foto 1 encuesta.	145
Figura 16. Foto 2 encuesta.	145
Figura 17. Página Web	168