



1859

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE COSTALES DE
POLIPROPILENO PARA PRODUCTOS AGRICOLAS
EN EL CANTON CATAMAYO”**

Tesis Previa a la Obtención
del Grado de Ingenieros
Comerciales.

AUTORES:

1859

- ❖ **BYRON RAMIRO JARAMILLO LIMA**
- ❖ **PATRICIA ROCÍO PACCHA MEDINA**

DIRECTOR:

- ❖ **ING. NEY ALFREDO GALLARDO**

LOJA- ECUADOR
2014

CERTIFICACION

Ing. Ney Gallardo


**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE COSTALES DE POLIPROPILENO PARA PRODUCTOS AGRICOLAS EN EL CANTON CATAMAYO”** previo a la obtención del Grado de **INGENIEROS COMERCIALES** de los aspirantes **BYRON RAMIRO JARAMILLO LIMA** y **PATRICIA ROCÍO PACCHA MEDINA** ha sido dirigida y revisada durante su ejecución, por lo cual autorizo su presentación.

Loja mayo del 2014

Atentamente,

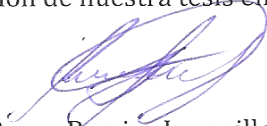


.....
Ing. Ney Alfredo Gallardo
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Nosotros, Byron Ramiro Jaramillo Lima y Patricia Rocío Paccha Medina, declaramos ser autores del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicas de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente aceptamos y autorizamos a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de nuestra tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.



Autor: Byron Ramiro Jaramillo Lima

Firma:

Cédula: 1104897317



Autora: Patricia Rocío Paccha Medina

Firma:

Cédula: 1104897309

Fecha: Loja, 13 de mayo del 2014.

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

Nosotros, Patricia Roció Paccha Medina y Byron Ramiro Jaramillo Lima, declaramos ser autores de la tesis titulada “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE COSTALES DE POLIPROPILENO PARA PRODUCTOS AGRICOLAS EN EL CANTON CATAMAYO**”

Como requisito para optar al grado de; **INGENIEROS COMERCIALES**; autorizamos al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en las **RDI** (redes de información) del país y del exterior, con las cuales tengan 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 13 días del mes de mayo del dos mil cuatro, firman los autores.

Firma:.....

Autor: Byron Ramiro Jaramillo Lima

Cédula: 1104897317

Dirección: Catamayo

Correo electrónico: byronjl.negrito@hotmail.com

Celular: 0991840725

Firma:.....

Autora: Patricia Roció Paccha Medina

Cédula: 1104897309

Dirección: Catamayo

Correo electrónico: Patricia.paccha@hotmail.com

Celular: 0985569713

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Ney Gallardo

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

PRESIDENTE: Ing. Manuel Pasaca Mora

VOCAL 1: Lic. Cesar Neira

VOCAL 2: Ing. Santiago Ludeña

DEDICATORIA

De manera primordial a Dios que hace que todos los días de mi vida sean especiales y fundamentalmente a mis padres que con su ayuda tanto económica y emocional los cuales me han servido como base de inspiración para alcanzar la meta de terminar mis estudios Superiores con éxito.

BYRON JARAMILLO

La culminación de mi carrera Universitaria, la dedico de todo corazón a mis padres y a mis hermanos, quienes constituyeron la fuente de motivación para concluir este trabajo.

En la vida hay que saber ser agradecidos con quienes realmente te apoyan en las buenas y en las malas, quienes no dudan en darte su apoyo incondicional en cualquier momento, para ellos va dedicado este trabajo.

PATRICIA PACCHA

AGRADECIMIENTO

Entre uno de los esfuerzos más importantes de nuestras vidas, ha constituido la formación profesional, por ello expresamos nuestro testimonio de gratitud, a la Universidad Nacional de Loja por habernos permitido superarnos, a los Directivos de la Carrera, al personal docente de la Carrera de Administración de Empresas y de manera especial al Ing. Ney Alfredo Gallardo en su calidad de DIRECTOR del presente trabajo de tesis, por haberme brindado sus valiosos conocimientos y permitirme compartir sus invaluables experiencias.

LOS AUTORES

a. TITULO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION
DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE COSTALES DE
POLIPROPILENO PARA PRODUCTOS AGRICOLAS EN EL
CANTON CATAMAYO”**

b. RESUMEN

El trabajo de investigación se refiere a la comercialización de costales de polipropileno para productos agrícolas para el Cantón Catamayo Provincia de Loja con el propósito de satisfacer a la demanda del mercado.

Los objetivos a desarrollar estuvieron enmarcados en:

En la introducción se realiza un análisis general los ámbitos donde se desarrollará la comercializadora.

Revisión de Literatura, consta de la historia del producto y el lugar a donde se lo va a comercializar, los conceptos teóricos que hemos utilizado en el desarrollo de la investigación.

En los Materiales y métodos se analizó los materiales que se utilizaron y los métodos y técnicas de recolección de información que sirvieron para presentar los resultados.

Cuando se analiza los resultados de las encuestas realizadas a 355 agricultores del Cantón Catamayo. Estos resultados permitieron realizar el estudio de mercado, el estudio técnico y financiero.

El estudio técnico constan la capacidad instalada que es de 7'500.000 y una capacidad utilizada de 6'750.000 que representa un 90% para el primer año y para el segundo año será del 100% de la misma manera se determinó la ubicación geográfica de la comercializadora que estará ubicada en el Cantón Catamayo entre

las Calles 24 de Mayo y Eugenio Espejo tomando en consideración que este cantón cuenta con los factores necesarios para poner en marcha el proyecto.

En cuanto a la Estructura Legal y la Organización Administrativa, se ha creado una empresa constituida legalmente como Sociedad Anónima cuenta con un organigrama estructural y funcional como un manual de funciones.

En el estudio económico la comercializadora tendrá una inversión de \$ **72149** siendo este capital propio de los socios, los costos para el primer año serán de \$ **1608471** y del quinto año son de \$ **1892060** además se demuestra el balance de pérdidas y ganancias siendo de \$ **130932** del primer año y por último el flujo de caja estando este de \$ **152424** del primer año.

La evaluación financiera indica si el proyecto es ejecutable o no con la aplicación de distintos índices financieros como son; el VAN, la TIR, RBC, y los análisis de sensibilidad. Siendo el VAN de **1744869,04** la tasa interna de retorno del proyecto es de **43%**, podemos decir que por cada dólar invertido recuperamos **0,15** centavos está demostrado en la Relación Beneficio Costo, además la inversión se recuperara en **6** meses con **19** días, aunque se le incremente un **9%** a los costos y se disminuya un **7%** a los ingresos no le afecta a la rentabilidad del proyecto.

Al final del proyecto podremos concluir la factibilidad de la comercializadora y puedo decir que el proyecto es conveniente implementarlo tomando en consideración que sus indicadores de evaluación son aceptables y aseguran la inversión entre en funcionamiento, y realizar las recomendaciones que sean necesarias.

SUMMARY

The research relates to the marketing of polypropylene bags for agricultural products Catamayo Canton Loja Province in order to satisfy market demand.

The objectives to develop were framed:

The introduction makes a general analysis developed areas where the marketer.

Review of Literature, consisting of product history and the place where it will be marketed, the theoretical concepts that we used in the development of research.

In the Materials and methods analyzed the materials used and the methods and data collection techniques that were used to present the results.

When analyzing the results of surveys of 355 farmers Catamayo Canton. These results enabled the study of market, technical and financial study.

The technical study composed installed capacity is 7'500 .000 and .000 6'750 capacity utilization represents a 90 % for the first year and the second year will be 100 % the same way we determined the geographic location of the distributor to be located in Canton Streets Catamayo between May 24 and Eugenio Espejo considering that this county has the factors necessary to implement the project.

On the Legal Structure and Administrative Organization, has created a company incorporated as a corporation has an organizational structure and function as a manual function.

In the economic study the marketer will have an investment of \$ 72,149 being the capital of the partners, the costs for the first year will be \$ 1,608,471 and fifth years are \$ 1,892,060 plus demonstrates the profit and loss balance still \$ 130932 the first year and last cash flow of \$ 152,424 being the first year.

The financial assessment indicates whether the project is executable or not the application of various financial indices as they are, the NPV , IRR , RBC , and sensitivity analysis. Being 1,744,869.04 NPV of the internal rate of return for the project is 43 %, we can say that for every dollar invested 0.15 cents recovered is shown in the Benefit Cost Ratio , and the investment is recovered in six months with 19 days , although it would increase by 9% to costs and 7% decrease to income not affecting the profitability of the project .

At the end of the project we can conclude the feasibility of the marketer and I can say that the project is convenient to implement considering that their assessment indicators are acceptable and secure investment becomes operational, and make recommendations as necessary.

c. INTRODUCCIÓN

El Ecuador atraviesa una situación económica no estable por lo que ha traído como consecuencia que los inversionistas nacionales y por qué no decir extranjeros no se arriesguen en invertir en nuestro país, peor en nuestra provincia y mucho menos en nuestro Cantón factor principal para el bajo desarrollo empresarial.

Como futuros profesionales es imprescindible la aplicación de los conocimientos sobre la realidad empresarial en el mundo, nuestro país, región y cantón; y tomando en cuenta al sector agrícola y la variedad de productos que se cultivan en nuestro Cantón Catamayo, nos hemos propuesto realizar el diseño, elaboración y evaluación del siguiente proyecto titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE COSTALES DE POLIPROPILENO PARA PRODUCTOS AGRICOLAS EN EL CANTON CATAMAYO”**

El presente proyecto está diseñado para ayudar a cubrir necesidades, cooperando al desarrollo económico- social al generar beneficios económicos, brindar fuentes de trabajo; a través de la aplicación real de los estudios administrativos: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico-Financiero y Evaluación del Proyecto de Inversión.

En el Estudio de Mercado gracias a la información obtenida en la aplicación de las encuestas de acuerdo a la segmentación demográfica, determinamos la oferta y demanda, el sector, el precio los canales de distribución, y presentación del producto en el cantón Catamayo.

Nuestros objetivos en el Estudio Técnico fueron analizar y determinar el tamaño y la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la operatividad del proyecto. Además con la organización administrativa determinamos los niveles jerárquicos, organigramas y manual de funciones con el que operara la comercializadora en caso e implementarse.

Los objetivos del Estudio Económico-Financiero fueron determinar la factibilidad del proyecto a través del análisis de costos, presupuesto y punto de equilibrio, así como también identificar las posibles fuentes de financiamiento para el desarrollo del mismo además permitió establecer la factibilidad del proyecto se analizaron los principales indicadores como Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (RBC), Periodo de Recuperación del Capital (PRC) y el Análisis de Sensibilidad con estos datos permitió conocer si el proyecto es rentable, midiendo de esta manera la situación económica del proyecto.

En base al desarrollo de dichas fases se desplegaron las respectivas conclusiones y recomendaciones realizando un análisis específico que clarifique con decisión el ambiente en que se desarrolla el proyecto.

Finalmente se determina las conclusiones y recomendaciones a la se llevó la base de resultados.

Conjuntamente se presenta la bibliografía y los anexos respectivos que complementan el trabajo.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

BREVE HISTORIA DEL PRODUCTO (COSTALES DE POLIPROPILENO)

EL POLIPROPILENO

El polipropileno se trata de un termoplástico semicristalino que se origina a partir de la polimeración de propileno frente a un catalizador estéreo específico. Este material es utilizado para un sinnúmero de productos termoplásticos, los que a su vez, cuentan con las más diversas aplicaciones.

Se conoce con las siglas PP. Es un plástico muy duro y resistente. Es opaco y con gran resistencia al calor pues se ablanda a una temperatura más elevada (150 °C). Es muy resistente a los golpes aunque tiene poca densidad y se puede doblar muy fácilmente, resistiendo múltiples doblados por lo que es empleado como material de bisagras.

La fabricación del polipropileno se inicia en 1957 en Estados Unidos.

Este plástico, también con una estructura semicristalina, superaba en propiedades mecánicas al polietileno, su densidad era la más baja de todos los plásticos, y su precio también era muy bajo, pero tenía una gran sensibilidad al frío, y a la luz ultravioleta, lo que le hacía envejecer rápidamente. Por este motivo su uso se vio reducido a unas pocas aplicaciones.

CARACTERÍSTICAS

- ❖ Permiten la ventilación del producto.
- ❖ No contaminan el medio ambiente

- ❖ Facilita el arrume del producto.
- ❖ Permite distinguir un producto de otro
- ❖ Da la facilidad de apreciar el producto.

INVERSIÓN

Es la aplicación de recursos financieros destinados a incrementar los activos fijos o financieros de una entidad. Adquisición de valores o bienes de diversa índole para obtener beneficios por la tenencia de los mismos que en ningún caso comprende gastos o consumos, que sean por naturaleza opuestos a la inversión.

PROYECTO DE INVERSIÓN.

Se puede describir como un plan que si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general.

QUE ES UN PROYECTO.

Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema la cual tiende a resolver una necesidad humana.

El proyecto de inversión es un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad.

ESTUDIO DE MERCADO

Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios

determinado.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- Determinar la oferta y demanda
- Determinar los medios de comunicación.
- Determinar el precio y los canales de distribución.

VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- Análisis del entorno
- Análisis del producto
- Análisis de la demanda
- Análisis de la oferta
- Análisis del precio
- Análisis del Plan de comercialización

ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

Es un estudio que permite conocer claramente cuál es la situación de la demanda del producto, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la cual estará el proyecto.

Se concibe a la demanda como la cantidad de bienes o servicios que un mercado está dispuesto a comprar para satisfacer una necesidad determinada a un precio dado.

Con el análisis de la demanda se busca determinar y cuantificar las fuerzas de mercado que actúan sobre los requerimientos de un producto por parte del mercado y así mismo establecer las oportunidades del producto para satisfacer dichos requerimientos del mercado.

ESTUDIO DE LA OFERTA. La oferta es considerada como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado a un precio determinado.

En este punto es de vital importancia el investigar sobre la situación de los oferentes del producto relacionado con el del proyecto, estos constituyen la competencia, por tanto es fundamental el conocer aspectos tales como: su capacidad instalada a efectos de saber si puede o no incrementar su producción; su producto en sí, para determinar la calidad del mismo, presentación, empaque, etc.; su tecnología, para saber si puede mejorar la calidad del producto; etc.

Para determinar las cantidades o volúmenes de la oferta existente o para proyectarla se puede utilizar los mismos métodos utilizados para el estudio de la demanda.

COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO.

La comercialización es un proceso que hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio proveniente de su unidad productiva al consumidor o usuario, en las condiciones óptimas de lugar y tiempo. Es importante conocer que para la comercialización se utilizan los canales de distribución los cuales están concebidos como " el camino que siguen los productos al pasar de manos del productor al consumidor o usuario final y, en función del cual se puede incrementar su valor".¹

¹

Autores: Arturo Morales Castro y José Antonio Morales Castro *Proyectos de inversión. Evaluación y formulación* **Año de edición:** 2009
Editorial: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A de C. V. (México D.F.). **Autor:** **García Santillán y otros.** Título del libro: *Proyectos de Inversión: evaluación integral Un enfoque práctico* (2006) Idioma: castellano. Acerca de *Proyectos*

ESTUDIO TÉCNICO

“El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para la comercialización del producto. Es decir, tiene como objetivo determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de comercialización, considera los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico, y recursos humanos.

El estudio técnico debe responder a unos interrogantes:

El cómo? El cuándo? El dónde?, y Con qué?

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

TAMAÑO.- Hace relación a la capacidad de comercialización que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerado normal para la naturaleza del proyecto

Para determinar adecuadamente el tamaño de la planta se debe considerar aspectos fundamentales como: demanda existente, la capacidad a instalar, la capacidad a utilizar, la tecnología disponible, etc.

LOCALIZACIÓN.- Significa ubicar geográficamente el lugar en el que se implementará la nueva comercializadora, para lo cual debe analizarse ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación; estos

factores no son solamente los económicos, sino también aquellos relacionados con el entorno empresarial y de mercado.

- **Microlocalización.-** En este punto y apoyados preferentemente en la representación gráfica (planos urbanísticos) se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local.
- **Macrolocalización.-** Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.
- **Factores Localizacionales.-** Constituyen todos aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la comercializadora, entre estos factores tenemos: abastecimiento del producto, vías de comunicación adecuadas, disponibilidad de recursos humanos, servicios básicos indispensables (agua, luz, teléfono, alcantarillado, etc.), y; fundamentalmente el mercado hacia el cual está orientado el producto.

INGENIERÍA DEL PROYECTO

- **Infraestructura del proyecto.-** Se relaciona exclusivamente con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa. En esta parte del estudio debe siempre contarse con el asesoramiento de los profesionales de la construcción; al igual que la tecnología debe guardar relación con el mercado y sus posibilidades de expansión

- **Distribución en planta.-** La distribución del área física así como de la maquinaria y equipo debe brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el trabajador.

Una buena distribución debe considerar aspectos como control, movilización, distancia, seguridad, espacio, flexibilidad y globalidad.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL EMPRESARIAL

Estructura Organizacional

Base Legal.- Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley, entre ellos tenemos:

- ✓ **Acta constitutiva.** Es el documento certificador de la conformación legal de la empresa, en él se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.
- ✓ **La razón social o denominación.** Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley.
- ✓ **Domicilio.** Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.

- ✓ **Objeto de la sociedad.** Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.

- ✓ **Capital social.** Debe indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.

- ✓ **Tiempo de duración de la sociedad.** Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.

- ✓ **Administradores.** Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quién responda por las acciones de la misma

ESTRUCTURA EMPRESARIAL.

“Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con que esta cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible, que los recursos, especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa se representa por medio de

los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

Niveles Jerárquicos de Autoridad.

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propias de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:

- **Nivel Legislativo-Directivo.** Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomaran el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido. Es el órgano máximo de dirección de la empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos. Para su actuación está representado por la Presidencia.
- **Nivel Ejecutivo.** Este nivel está conformado por el Gerente - Administrador, el cuál será nombrado por nivel Legislativo-Directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.
- **Nivel asesor.** Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como es el caso por ejemplo de las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes. Generalmente toda empresa cuenta con un Asesor Jurídico sin que por

ello se descarte la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales de otras áreas en caso de requerirlo.

- **Nivel de Apoyo.** Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.
- **Nivel Operativo.** Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo.
- **Organigramas.-** Son tres los organigramas que dan a conocer la distribución funcional para el trabajo, son: la estructural, la funcional y la posicional.

Manual de Funciones.

Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos:

- Relación de dependencia (Ubicación interna)
- Dependencia Jerárquica. (Relaciones de autoridad)
- Naturaleza del trabajo
- Tareas principales. Tareas secundarias. Responsabilidades
- Requerimiento para el puesto.²

² Autores **Nassir Sapag Chain y Reinaldo Sapag** ... Libro "Preparación y Evaluación de Proyectos" INVERSION Conozca los PASOS PARA ELABORAR UN PROYECTO

ESTUDIO ECONOMICO

El estudio económico financiero conforma la tercera etapa de los proyectos de inversión, en el que figura de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario, en resultado a la investigación y análisis efectuado en la etapa anterior - Estudio Técnico; que será de gran utilidad en la evaluación de la rentabilidad económica del proyecto.

OBJETIVO DEL ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO.

Estas disciplinas se encargan de realizar las evaluaciones económicas de cualquier proyecto de inversión, para determinar la factibilidad o viabilidad económica de un proyecto. Este debe estar concebido desde el punto de vista técnico y debe cumplir con los objetivos que ella se espera.

En otras palabras trata de estudiar si la inversión que queremos hacer va a ser rentable o no, si los resultados arrojan, que la inversión no se debe hacer, se debe tomar otra alternativa o evaluar la alternativa que más le convenga financieramente a la empresa de acuerdo a sus políticas.

EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación económica es aquella que identifica los méritos propios del proyecto, independientemente de la manera como se obtengan y se paguen los recursos financieros que necesite y del modo como se distribuyan los excedentes o utilidades que genera. Los costos y beneficios constituyen el flujo económico.

Su valor residual o valor de recuperación, es el valor hipotético al que se vendería el proyecto al final del horizonte planificado, sin considerar deudas por préstamos de terceros; este se determina en el balance general proyectado correspondiente al último año, siendo igual al activo total (sin caja – banco) menos el pasivo total (sin préstamo).

OBJETIVO.

- Evaluar la habilidad de la empresa para generar flujo de caja neto positivo en el futuro.
- Evaluar la habilidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones, en el pago de sus dividendos y de sus necesidades de financiamiento externo.
- Evaluar las razones para las diferencias entre la utilidad entre la utilidad neta y los ingresos y pagos del afectivo relacionados.
- Evaluar los efectos sobre la posición financiera de una empresa tanto de las transacciones de inversión y financiamiento que no requieren al efectivo durante un periodo determinado.

FLUJO DE CAJA

El proyecto del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, debido a los resultados obtenidos en el flujo de caja se evaluará la realización del proyecto.

La información básica para la construcción de un flujo de caja proviene de los estudios de mercado, técnicos, organizacional y como también de los cálculos de los beneficios. Al realizar el flujo de caja, es necesario, incorporar a la información

obtenida anteriormente, datos adicionales relacionados principalmente, con los efectos tributarios de la depreciación, de la amortización del activo normal, valor residual, utilidades y pérdidas.

VALOR ACTUAL NETO.

Este factor expresa en términos absolutos el valor actual de los recursos obtenidos al final del periodo de duración del proyecto de inversión. Se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos.

- a) si el VAN es positivo. Y mayor a 1 significa que es conveniente financieramente.
- b) Si el VAN es negativo y menor a 1 no es conveniente financieramente.

FORMULA PARA OBTENER EL VAN.

$$VAN = \sum FNC - I$$

$$(1+i)^{-1}$$

$$VAN = FNC (1+i)^{-1}$$

VAN = Valor actual neto.

FNC = Flujo Neto de Caja.

I = Tasa de Interés,

N = Número de periodos,

FA = Factor de actualización. Y su fórmula.

$$FA = 1/(1+i)^n$$

TASA INTERNA DE RETORNO. Conocida también como criterio de rentabilidad, se cita muy frecuentemente como base para evaluar criterios de inversión. La (TIR) se la define como la tasa de descuento que hace que el valor presente (VAN), de entradas de efectivo sean igual a la inversión neta relacionada con un proyecto. Por otra parte se la conoce como la tasa por la cual se expresa el lucro o beneficio neto, que proporciona una determinada inversión en función de un porcentaje anual, que permite igualar el valor actual de los beneficios y costos y, en consecuencia el resultado del valor neto actual es igual a cero. Además se utiliza para evaluar un proyecto en función de una tasa única de rendimiento anual, en donde la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual. Se debe tomar en cuenta los siguientes criterios.

- a. si la TIR. Es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.
- b. Si la TIR. Es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.
- c. Si la TIR. Es igual que el costo de capital es indiferente llevar a cabo el proyecto

Si se agrega las expectativas de inflación las TIR, se modifica, pues si se evalúa un proyecto en función de la TIR surgen consideraciones que llevan a tratar la tasa nominal y el interés real.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO.

Se basa en la relación entre los costos y beneficios asociados en un proyecto. Consiste en determinar cuáles elementos son benéficos y cuales son costos, en general los beneficios son ventajas expresadas en términos monetarios que recibe el propietario, en cambio que los costos son los gastos anticipados de construcción, operación. Mantenimiento etc. Es otro indicador financiero que permite medir

cuanto se conseguiría en dólares por cada dólar invertido , se lo determina actualizando los ingresos por un lado y por otro lado los egreso por (o que se considera el valor de actualización.

Se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- a. Si la relación beneficio costo es mayor a uno se acepta el proyecto.
- b. Si la relación beneficio costo es menor a uno no se acepta el proyecto.
- c. Si la relación beneficio costo es igual a uno conviene o no conviene realizar el proyecto.

FORMULA:

$$R(B/C). = \frac{\text{Ingreso Actualizado}}{\text{Costo Actualizado.}}$$

En este caso la relación beneficio costo para el proyecto es mayor que uno por tanto es, financieramente aceptado lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrá 1 dolar con 0.29 centavos de dotar de rentabilidad o ganancia ver cuadro del Relación B/C.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

Son los a nos que la empresa tarda en recuperar la inversión inicial mediante las entradas de efectivo que la misma produce. Mediante este criterio se determina el número de periodos necesarios para recaudar la inversión. Resultado que se

compara con el número de periodos aceptables para la empresa. La fórmula para calcular el periodo de recuperación es la siguiente.

$$PRC = \text{AÑO ANTERIOR A CUBRIR LA INVERSIÓN} + \frac{\text{INVERSIÓN}}{\text{FLUJO DE AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$$

FLUJO DE AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

La manera de hacerlo es conociendo su sensibilidad o su resistencia a este tipo de variaciones se le conoce como desfases económicas a través de un incremento o decremento de los costos o de los Ingresos en función de cómo se prevea esta variación

Existen cuatro formas de aumentar la utilidad de un negocio a partir de la base dada por el punto de equilibrio:

- Buscar disminución de los costos fijos.
- Aumentar el precio unitario de venta
- Disminuir el costo variable por unidad.
- Aumentar el volumen producido.

En síntesis el análisis de sensibilidad es un estudio que permite ver de qué manera se alterara la decisión económica se varían algunos factores.

En términos generales se debe considerar los siguientes aspectos.

1. Cuando el coeficiente resultante es mayor que uno el proyecto es sensible a esos cambios
2. Cuando el coeficiente resultante es igual no se ve efecto alguno,

3. cuando el coeficiente resultante es menor a uno el proyecto no es sensible.

Para construir el análisis de sensibilidad se requiere tomar en cuenta lo siguiente,

- Conocer la tasa interna de retomo del proyecto.
- Establecer los nuevos flujos netos de caja,
- Determinar las nuevas tasas internas de retorno.³

³ Autores: Arturo Morales Castro y José Antonio Morales Castro, Título del libro: *Proyecto de inversión en la práctica, formulación y evaluación*, Año: Segunda Edición 2006 pag: 402

Autor: **Hernández Hernández Abraham**. FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION. ISBN: 9706863885. ISBN: 9706863885. Editorial: Thompson. Año: 2005

e. MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES Y SUMINISTROS.

- Equipo de Computo
- Equipo de oficina
- Suministros y materiales de oficina
- Material bibliográfico:
 - Libros de inversión
 - Folletos de Administración de Empresas
 - Módulos de la Carrera de Administración de Empresas

MÉTODOS

El siguiente proyecto de investigación está dirigido a los agricultores de costales para productos agrícolas del cantón Catamayo.

Métodos que hemos utilizado en el siguiente proyecto de inversión.

- **MÉTODO ANALÍTICO SINTÉTICO.-** Este método permitió conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías. Permitted hacer un desglosamiento de los principales aspectos del proyecto de factibilidad para luego proponer las conclusiones y recomendaciones utilizando la síntesis.
- **METODO INDUCTIVO.-** Va de lo particular a lo general; Se partió de los conocimientos básicos del polipropileno; además ayudo a determinar las conclusiones generales de la infestación en base a los datos y hechos

previamente obtenidos a través de las técnicas de investigación que se aplicó en la localidad.

- **METODO DEDUCTIVO.-** Es aquél que parte de datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones; el cual proporcionó la información acerca de la comercialización de los costales de polipropileno para en base a datos generales y reales de los agricultores obtuvimos los resultados esperados

TÉCNICAS

Las técnicas que utilizamos son:

- ❖ **Observación directa.-** trasladamos a los sitios rurales de catamayo donde se cultivan distintos productos y observamos que nuestro cantón es rico en producción y a la vez si carece de facilidad para la adquisición de recipientes para envasar sus productos.
- ❖ **Encuesta.-** la encuesta la realizamos a los 355 agricultores el Cantón Catamayo esta técnica la utilizamos para medir el grado de necesidad, gustos y preferencias de nuestro producto además encuestamos a los 10 ofertantes de los costales.
- ❖ **Revisión bibliográfica.-** se empleó como fuente de apoyo para la recolección de la información necesaria e indispensable para el desarrollo investigativo, del cual obtuvimos conceptos y categorías fundamentales, referentes al tema a través de: libros, folletos, revistas, internet etc.

PROCEDIMIENTO

PROCESO DE DESARROLLO DEL TRABAJO

- ❖ Para realizar el estudio de mercado y medir el grado de aceptación de los costales por los usuarios potenciales se realizó una encuesta a cada uno de los agricultores y oferentes de costales del Cantón luego se analizó y se determinó la oferta, demanda, el producto, el precio y la competencia.
- ❖ Para la elaboración del estudio técnico, diseñamos la localización, el tamaño y demás elementos que se requiere para la instalación de la comercializadora.
- ❖ Para el estudio Legal y Administrativo, se verifico a que compañía pertenece y se la legaliza además se diseñó una visión, misión, valores y las políticas que tiene nuestra comercializadora se planteó las distintas áreas y las funciones que se desempeñaran en cada una de ellas.
- ❖ Para la realización del estudio financiero y económico, se tomó en cuenta los activos fijos. Diferidos y capital de trabajo lo cual obtuvimos el total de la inversión además obtuvimos los presupuestos los costos y el punto de equilibrio para los años de vida útil del proyecto.
- ❖ Para la realización de la evaluación financiera del proyecto, determinamos el capital de trabajo estará financiada por capital propio además realizamos el flujo de caja, y conseguimos el análisis de sensibilidad y supimos si es sensible o no.

❖ PROCESO DE MUESTREO

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DE ACUERDO A LA DEMANDA

De acuerdo al censo realizado por el MAGAP en el 2012 pudimos constatar que en el cantón Catamayo existen 4708 agricultores que ocupan 13293 hectáreas para sus cultivos. Que requieren de nuestro producto para satisfacer sus necesidades.

PRIMERA SEGMENTACIÓN	SEGUNDA SEGMENTACIÓN	CANTIDAD	FUENTE	%	# ENCUESTAS
AGRICULTORES	RURALES	4708	❖ MAGAP ❖ INEC ❖ SNGR	100%	355
TOTAL		4708		100%	355

Para la obtención del número de encuestas necesitamos realizar la siguiente formula

$$n = \frac{z^2 * PQ * N}{\sum^2(N - 1) + Z^2 * PQ}$$

n= Tamayo de la muestra

N= población o universo

Z= distribución normalizada

Si Z es 1.96 quiere decir que existe un nivel de confianza del 95%

Σ = margen de error deseable

P= proporción de aceptación deseada para el producto o servicio

Q= proporción del rechazo

Basándonos a la segmentación de la demanda tenemos que 363 encuestas van dirigidas a los agricultores.

DESARROLLO DE LA FORMULA:

$$n = \frac{1.96^2 * (0.5 * 0.5) * 4708}{0.05^2(4708 - 1) + 1.96^2 * (0.5 * 0.5)}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.25 * 4708}{0.0025 (4707) + 3.8416 * 0.25}$$

$$n = \frac{4521.5632}{11.7675 + 0.9604}$$

$$n = \frac{4521.5632}{12.7279}$$

$$\mathbf{n = 355}$$

f. RESULTADOS

ENCUESTAS APLICADAS A LOS DEMANDANTES

Las encuestas fueron aplicadas a los agricultores del Cantón Catamayo ubicadas en las zonas rurales obteniendo como muestra 355 encuestas.

PREGUNTA 1.- ¿UTILIZA USTED COSTALES?		
ALTERNATIVA	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	355	100 %
NO	0	0
TOTAL	355	100 %

Cuadro N° 1

Fuente: encuestas realizadas a los agricultores

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INTERPRETACIÓN DEL CUADRO N° 1

Los agricultores nos supieron mencionar que si utilizan costales para envasar sus productos que cultivan en sus tierras el 100% de ellos que corresponden a los 355 encuestados.

PREGUNTA 2:¿DE QUE MATERIAL UTILIZA USTED LOS COSTALES?		
ALTERNATIVA	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
POLIPROPILENO	355	100 %
CABUYA	0	0
MALLA	0	0
TOTAL	355	100 %

Cuadro N° 2

Fuente: encuestas realizadas a los agricultores

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INTERPRETACIÓN DEL CUADRO N° 2

Nos manifestaron que utilizan costales de polipropileno porque sus productos son más visibles además permanecen frescos, sus precios son muy cómodos y también que el costal es más resistente a los demás materiales, siendo este el 100% de los encuestados.

PREGUNTA 3¿CONOCE USTED LA PROCEDENCIA DE LOS COSTALES? A CONTINUACIÓN LE PONEMOS ALGUNAS OPCIONES		
ALTERNATIVA	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
GUAYAQUIL	178	50 %
CUENCA	106	30 %
QUITO	71	20 %
LOJA	0	0
AMBATO	0	0
TOTAL	355	100 %

Cuadro N° 3

Fuente: encuestas realizadas a los agricultores

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INTERPRETACIÓN DEL CUADRO N° 3

El 100% de los encuestados conocen la procedencia de los costales que utilizan para envasar sus productos, 178 de ellos saben que el costal proviene de la Ciudad de Guayaquil, 106 en cambio conocen que lo adquieren de las comercializadoras de la Ciudad de Cuenca y 71 nos mencionaron que el producto lo traen de Quito. A ello podemos decir que las empresas productoras de costales en la Ciudad de Guayaquil son las más conocidas por nuestros agricultores.

PREGUNTA 4¿QUÉ TIPO DE PRODUCTO USTED PRODUCE Y COMERCIALIZA EN MAYOR CANTIDAD?		
ALTERNATIVA	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
LIMÓN	75	21 %
PIMIENTO	53	15 %
YUCA	53	15 %
PEPINO	46	13 %
MAÍZ	46	13 %
MARACUYÁ	28	8 %
FREJOL	25	7 %
CEBOLLA	18	5 %
CAMOTE	11	3 %
TOTAL	355	100 %

Cuadro N° 4

Fuente: encuestas realizadas a los agricultores

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INTERPRETACIÓN DEL CUADRO N° 4

El producto que más producen y comercializan los agricultores es el limón con un 21% de encuestados, luego está el pimiento, la yuca con un 15%, el maíz también

el pepino con un 13%, con un 8% las plantaciones de maracuyá, con un 7% el frejol, con un mínimo del 5% producen cebolla y por último el camote con porcentaje del 3%.

Con este resultados podemos decir que el costal de limón será el que tendrá mayor acogida por parte de los agricultores así mismo el costal del pimiento y la yuca que son los que poseen mayor porcentaje de utilización.

PREGUNTA 5 ¿CADA QUE TIEMPO COMPRA USTED LOS COSTALES?		
ALTERNATIVA	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
DIARIAMENTE	319	90 %
SEMANALMENTE	36	10 %
MENSUALMENTE	0	0
OTROS	0	0
TOTAL	355	100 %

Cuadro N° 5

Fuente: encuestas realizadas a los agricultores

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INTERPRETACIÓN DEL CUADRO N° 5

En esta pregunta nos dan a conocer los agricultores que compran los distintos tipos de costales diariamente con un 90% y solo el 10% adquieren semanalmente.

PREGUNTA 6 ¿QUÉ CANTIDAD DE COSTALES COMPRA USTED?			
ALTERNATIVA	# DE UNIDADES	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
LIMON	1050	75	21 %
PEPINO Y PIMINETO	1400	99	28 %
YUCA Y CAMOTE	900	64	18 %
MAIZ	650	46	13 %
MARACUYA	400	28	8 %
FREJOL Y CEBOLLA	600	43	12 %
TOTAL		355	100 %

Cuadro N° 6

Fuente: encuestas realizadas a los agricultores

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INTERPRETACIÓN DEL CUADRO N° 6

En esta interrogante nos dan a conocer las unidades de costales que ellos adquieren de limón 1050 unidades de pepino con pimienta 1400 unidades, de yuca y camote 900 unidades, de maíz 650 unidades, de maracuyá 400 unidades y de frejol con cebolla 600 unidades, demostrando su porcentaje y números de encuestados.

PREGUNTA 7.- ¿TIENE ALGÚN INCONVENIENTE AL MOMENTO DE ADQUIRIR LOS COSTALES?		
ALTERNATIVA	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	355	100 %
NO	0	0
TOTAL	355	100 %

Cuadro N° 7

Fuente: encuestas realizadas a los agricultores

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INTERPRETACIÓN DEL CUADRO N° 7

Los 355 encuestados nos manifestaron que si tienen inconvenientes al momento de adquirir sus costales para sus diferentes productos que corresponde la totalidad de los encuestados.

PREGUNTA 8 ¿SU RESPUESTA ES SÍ? QUE TIPO DE INCONVENIENTE TIENE MARQUE CON UNA X EL QUE CONSIDERE MAS IMPORTANTE		
ALTERNATIVA	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
ESCASES DEL PRODUCTO	195	55 %
PRECIOS ALTOS	114	32 %
MALA CALIDAD	46	13 %
OTROS	0	0
TOTAL	355	100 %

Cuadro N° 8

Fuente: encuestas realizadas a los agricultores

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INTERPRETACIÓN DEL CUADRO N° 8

El mayor inconveniente que tienen nuestros agricultores al momento de adquirir los costales es la escases del mismo además de ello nos manifestaron que esto sucede por ciertas temporadas 195 de ellos nos manifestaron esta respuesta, en

cambio 114 encuestados manifiestan que los precios de los costales son elevados y para ellos ese es el mayor inconveniente que tienen, y solo 46 de los agricultores encuestados ostentaron que en algunas ocasiones los costales son de mala calidad puesto que todas las casa comercializadoras de costales adquieren en diferentes empresas productoras y eso hace que el producto no sea de buena calidad.

PREGUNTA 9 ¿SEÑALE CON UNA X EL LUGAR DONDE ADQUIERE LOS COSTALES CON MAYOR FRECUENCIA?		
ALTERNATIVA	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
TIENDAS	188	53 %
BODEGAS	167	47 %
COMERCIALIZADORAS	0	0
SUPERMERCADOS	0	0
TOTAL	355	100 %

Cuadro N° 9

Fuente: encuestas realizadas a los agricultores

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INTERPRETACIÓN DEL CUADRO N° 9

El 53% de encuestados nos contestaron que adquieren los costales en las distintas tiendas del Cantón Catamayo que corresponde a 188 de ellos, y 167 en bodegas que corresponde a 47% las razones por las cuales no adquieren en comercializadoras puesto que no existen en el Cantón razón por la cual es el proyecto.

PREGUNTA 10 ¿A QUÉ PRECIO ADQUIERE LOS COSTALES USTED. SEÑALE CON UNA X DEPENDIENDO AL PRODUCTO QUE MAS PRODUCE Y COMERCIALICE			
ALTERNATIVA	PRODUCTOS	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
\$ 0,19	LIMÓN	75	21 %
\$ 0,20	PEPINO Y PIMIENTO	99	28 %
\$ 0,25	MARACUYÁ	28	8 %
\$ 0,30	CEBOLLA	43	12 %
\$ 0,35	YUCA Y CAMOTE	64	18 %
\$ 0,45	CHOCLO	46	13 %
TOTAL		355	100 %

Cuadro N° 10

Fuente: encuestas realizadas a los agricultores

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INTERPRETACIÓN DEL CUADRO N° 10

El precio de los costales es muy variado porque existen de diferente tamaño el costal para el limón está en un precio de 0,19 centavos de dólar, el costal para el pepino y de pimiento son del mismo tamaño cuesta \$ 0,20 centavos de dólar, el costal para la maracuyá a \$ 0,25 centavos de dólar, el de cebolla está a \$ 0,30 centavos de dólar, el costal para la yuca y camote que es el mismo está a \$ 0,35 centavos de dólar y finalmente el costal para poner choclo está a \$ 0,45 centavos de dólar.

PREGUNTA 11 ¿QUÉ FACTOR TOMA EN CUENTA AL MOMENTO DE ADQUIRIR EL PRODUCTO?		
ALTERNATIVA	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
CALIDAD	174	49 %
PRECIO	121	34 %
TAMANO	60	17 %
OTROS	0	0
TOTAL	355	100 %

Cuadro N° 11

Fuente: encuestas realizadas a los agricultores

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INTERPRETACIÓN DEL CUADRO N° 11

El factor que más toma en cuenta el agricultor al momento de adquirir los costales para sus productos agrícolas es la calidad, luego predomina el precio y por último el tamaño.

PREGUNTA 12 ¿MENCIONE LOS NOMBRES DE LOS LUGARES QUE ADQUIERE CON MÁS FRECUENCIAS LOS COSTALES?		
ALTERNATIVA	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
TIENDA SALINAS	99	28 %
TIENDA GALVÁN	89	25 %
BODEGA HERRERA	85	24 %
BODEGA UNIPRODUC	82	23 %
TOTAL	355	100 %

Cuadro N° 12

Fuente: encuestas realizadas a los agricultores

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INTERPRETACIÓN DEL CUADRO N° 12

Como esta manifestado en el cuadro N° 12 el 28% adquieren sus costales en la tienda Salinas, el 25% en la tienda Galván, el 24% en la bodega Herrera y el 23% en la bodega Uniproduc como mencionamos anteriormente que no existen comercializadoras de costales por ende nuestro proyecto es en marcha.

PREGUNTA 13.- ¿RECIBE USTED PROMOCIONES?		
ALTERNATIVA	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
NO	355	100 %
SI	0	0
TOTAL	355	100 %

Cuadro N° 13

Fuente: encuestas realizadas a los agricultores

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INTERPRETACIÓN DEL CUADRO N° 13

En su totalidad nos contestaron que no reciben promociones.

PREGUNTA 14.- ¿SI SU RESPUESTA ES AFIRMATIVA ENUMERE QUE TIPO DE PROMOCIONES RECIBE?
No contestaron la pregunta porque no reciben promociones

Cuadro N° 14

Fuente: encuestas realizadas a los agricultores

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

PREGUNTA 15 ¿SI SU RESPUESTA ES NEGATIVA ENUMERE QUE TIPO DE PROMOCIONES LE GUSTARÍA RECIBIR?		
ALTERNATIVA	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Pregunta en blanco	149	42 %
Descuento del 10% por mayor	71	20 %
Descuento del 5%	53	15 %
Cada 100 costales 5 gratis	46	13 %
A clientes fijos entrega a domicilio	36	10 %
TOTAL	355	100 %

Cuadro N° 15

Fuente: encuestas realizadas a los agricultores

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INTERPRETACIÓN DEL CUADRO N° 15

Como esta manifestado en el cuadro el 42% de los encuestados nos dejaron la pregunta en blanco, un 20% de ellos les gustaría que les brindaran descuentos del 10% en su compra de costales, el 15% les ofrecieran un 5% de descuento, el 13% que cada 100 costales que compren les den 5 costales gratis y por último el 10% que les entreguen a domicilio los costales por ser clientes fijos.

PREGUNTA 16.- ¿ESTARÍA DISPUESTO ADQUIRIR USTED LOS COSTALES EN UNA COMERCIALIZADORA QUE VENDA ESTE PRODUCTO EN CATAMAYO?		
ALTERNATIVA	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	355	100 %
NO	0	0
TOTAL	355	100 %

Cuadro N° 16

Fuente: encuestas realizadas a los agricultores

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INTERPRETACIÓN DEL CUADRO N° 16

En su totalidad los encuestados nos manifestaron que si adquirirían los costales en una comercializadora que ofrezca este producto.

PREGUNTA 17 ¿QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN PREFIERE PARA INFORMARSE SOBRE LA COMERCIALIZADORA DE COSTALES? MARQUE CON UNA X LA RESPUESTA QUE CONSIDERE CORRECTA		
ALTERNATIVA	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
RADIO	192	54 %
TV	127	36 %
PRENSA	36	10 %
OTROS	0	0
TOTAL	355	100 %

Cuadro N° 17

Fuente: encuestas realizadas a los agricultores

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INTERPRETACIÓN DEL CUADRO N° 17

La mayoría con un 54% nos manifestaron que les gustaría informarse sobre la nueva comercializadora por radio, el 36% por tv y el 10% por presa. Eso nos da a entender a nosotros que tenemos que dar a conocer por Radio la nueva comercializadora de costales para el Cantón Catamayo.

PREGUNTA 18 ¿EN QUE HORARIO LE GUSTARIA INFORMARSE? MARQUE CON UNA X LA RESPUESTA QUE CONSIDERE CORRECTA		
ALTERNATIVA	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
DE 12 PM -- 13 PM	138	39 %
DE 18 PM -- 19 PM	31	31 %
DE 7 AM -- 8 AM	71	20 %
DE 22 PM -- 23 PM	36	10 %
TOTAL	355	100 %

Cuadro N° 18

Fuente: encuestas realizadas a los agricultores

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INTERPRETACIÓN DEL CUADRO N° 18

El horario que les gustaría informarse a nuestros compradores es de 12 pm -- 13 pm con un porcentaje del 39%, de 18 pm – 19pm con un 31%, de 7am – 8am con un porcentaje del 20% y de 22 pm – 23 pm con un 10% de encuestados . Nos da conocer que el horario de 12 pm – 13pm tenemos que informar sobre nuestra comercializadora.

ENCUESTAS APLICADAS A LOS OFERTANTES

Las encuestas fueron aplicadas a los 10 ofertantes de costales del Cantón Catamayo.

PREGUNTA 1.- ¿VENDE USTED COSTALES?		
ALTERNATIVA	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	10	100 %
NO	0	0
TOTAL	10	100 %

Cuadro N° 19

Fuente: encuestas realizadas a los ofertantes

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INTERPRETACIÓN DEL CUADRO N° 19

Los 10 encuestados nos contestaron que si venden costales de polipropileno para envasar los diferentes productos agrícolas.

PREGUNTA 2 ¿CADA QUE TIEMPO VENDE USTED LOS COSTALES?		
ALTERNATIVA	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
DIARIAMENTE	7	70 %
SEMANALMENTE	3	30 %
MENSUALMENTE	0	0
OTROS	0	0
TOTAL	10	100 %

Cuadro N° 20

Fuente: encuestas realizadas a los ofertantes

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INTERPRETACIÓN DEL CUADRO N° 20

En cambio el 70% de vendedores de costales venden diariamente y el 30% semanalmente.

PREGUNTA 3 ¿QUÉ CANTIDAD DE COSTALES VENDE USTED CON MAS FRECUENCIA?		
ALTERNATIVA	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
1 -100	0	0
100 - 200	0	0
200 - 300	0	0
300 - 400	0	0
500 - mas	10	100%
TOTAL	10	100 %

Cuadro N° 21

Fuente: encuestas realizadas a los ofertantes

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INTERPRETACIÓN DEL CUADRO N° 21

En su totalidad nos manifestaron que venden de 500 a más costales siendo este el 100%

PREGUNTA 4 ¿QUE FACTORES CREE USTED QUE SUS CLIENTES TOMA EN CUENTA AL MOMENTO DE COMPRAR SUS COSTALES.SEÑALE CON UNA X?		
ALTERNATIVA	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
CALIDAD	4	40 %
PRECIO	2	20 %
BUENA ATENCIÓN	2	20 %
TAMAÑO	2	20 %
OTROS	0	0
TOTAL	10	100 %

Cuadro N° 22

Fuente: encuestas realizadas a los ofertantes

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INTERPRETACIÓN DEL CUADRO N° 22

De los 10 encuestados 4 nos mencionó que el cliente toma en cuenta al momento de adquirir sus costales la calidad puesto que sus productos son de tal condición, con el mismo porcentaje del 20% nos manifestó que el precio, la buena atención y el tamaño del costal toman en cuenta para comprar. Puesto que al cliente se lo debe atender de la mejor manera posible y los precios deben estar acorde a la competencia.

PREGUNTA 5 ¿ENUMERE LOS NOMBRES DE LOS PROVEEDORES DE COSTALES DONDE USTED ADQUIERE EL PRODUCTO Y EL LUGAR DONDE ESTAN UBICADAS?		
ALTERNATIVA	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
PLASTI GUAYAS (GUAYAQUIL)	4	40 %
PLÁSTICOS LITORAL (QUITO, CUENCA)	3	30 %
COMPROLINSA (GUAYAQUIL)	3	30 %
TOTAL	10	100 %

Cuadro N° 23

Fuente: encuestas realizadas a los ofertantes

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INTERPRETACIÓN DEL CUADRO N° 23

De los encuestados 4 nos manifestó que compra sus costales a las casa comercializadora de PLASTI GUAYAS (GUAYAQUIL), con el mismo número de 3 encuestados adquiere sus costales en PLÁSTICOS LITORAL (QUITO, CUENCA) y en COMPROLINSA (GUAYAQUIL) además nos dijeron que compran los costales porque son de buena calidad, precios muy cómodos y la entrega es muy rápida.

PREGUNTA 6 ¿CITE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN POR EL CUAL USTED HACE CONOCER A SU EMPRESA Y A SUS PRODUCTOS?		
ALTERNATIVA	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
RADIO	5	50 %
TV	5	50 %
PRENSA	0	0
OTROS	0	0
TOTAL	10	100 %

Cuadro N° 24

Fuente: encuestas realizadas a los ofertantes

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INTERPRETACIÓN DEL CUADRO N° 24

Con un 50% nos mostró que da a conocer a su negocio por medio de la radio y con el mismo porcentaje da a conocer por tv.

PREGUNTA 7 ¿QUE HORARIO TIENE ESTABLECIDO SU NEGOCIO?		
ALTERNATIVA	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
De 8 am a 18 pm	6	60 %
De 8 am a 12pm y de 14 pm a 18 pm	4	40 %
De 9 am a 13 pm y de 15 pm a 19 pm	0	0
De 9 am a 19 pm	0	0
TOTAL	10	100 %

Cuadro N° 25

Fuente: encuestas realizadas a los ofertantes

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INTERPRETACIÓN DEL CUADRO N° 25

Los ofertantes de costales los horarios establecidos para atender al público es de 8 am a 18 pm con un 60% de ellos y el 40% de 8 am a 12 pm y de 14 pm a 18 pm.

Nos da a conocer que el horario más adecuado para nuestra comercializadora será el de 8 am a 18 pm.

PREGUNTA 8 ¿USTED TRABAJA CON CAPITAL PROPIO O RECURRE A FUENTES FINANCIERAS?		
ALTERNATIVA	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
CAPITAL	10	100 %
CRÉDITOS	0	0
TOTAL	10	100 %

Cuadro N° 26

Fuente: encuestas realizadas a los ofertantes

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INTERPRETACIÓN DEL CUADRO N° 26

El 100% de los encuestados nos manifestaron que trabajan con capital propio.

PREGUNTA 9 ¿CON RESPECTO A LA COMPETENCIA. SABE USTED CUANTAS EMPRESAS QUE COMERCIALIZAN LOS COSTALES HAN ENTRADO AL MERCADO?		
ALTERNATIVA	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	6	60 %
NO	4	40%
TOTAL	10	100 %

Cuadro N° 27

Fuente: encuestas realizadas a los ofertantes

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INTERPRETACIÓN DEL CUADRO N° 27

Los ofertantes la mayoría de ellos con el 60% tienen conocimiento de cuantas empresas han entrado al mercado y con el 40% no conocen de ello.

PREGUNTA 10 ¿SU NEGOCIO BRINDA PROMOCIONES?		
ALTERNATIVA	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	0	0
NO	10	100%
TOTAL	10	100 %

Cuadro N° 28

Fuente: encuestas realizadas a los ofertantes

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INTERPRETACIÓN DEL CUADRO N° 28

Nos manifestaron que no brindan promociones de ningún aspecto. Nos da a conocer una estrategia de venta para nuestra comercializadora en brindar promociones para la venta de los costales.

PREGUNTA 11.- ¿SI SU RESPUESTA ES POSITIVA QUE CLASE DE PROMOCIONES OFRECE?
No contestaron la pregunta porque no reciben promociones

Cuadro N° 29

Fuente: encuestas realizadas a los ofertantes

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

PREGUNTA 12 ¿A QUE PRECIO VENDE SUS COSTALES ESPECIFIQUE?		
ALTERNATIVA	# DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Sacos para poner el limón a \$ 0,19	10	100 %
Saco para poner el pepino y pimiento a \$0,20	10	100 %
Saco para poner la maracuyá a \$ 0,25	10	100 %
Saco para poner la cebolla y el frejol a \$0,30	10	100 %
Saco para poner la yuca y el camote a \$ 0,35	10	100 %
Saco para poner el maíz a \$ 0,45	10	100 %
TOTAL	10	100 %

Cuadro N° 30

Fuente: encuestas realizadas a los ofertantes

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INTERPRETACIÓN DEL CUADRO N° 30

Como está demostrado en el siguiente cuadro los precios de los costales dependiendo su tamaño y el tipo de producto el 100% de los encuestados nos manifestaron los precios de su producto.

Por ende nuestra comercializadora debe estar acorde con la competencia.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

OBJETIVOS PARA EL ESTUDIO DE MERCADO

- ❖ Determinar la demanda
- ❖ Determinar la oferta
- ❖ Establecer precios
- ❖ Determinar los medios de comunicación
- ❖ Establecer los canales de distribución

VARIABLES

- ❖ Análisis del sector
- ❖ Análisis de la demanda
- ❖ Análisis de la oferta
- ❖ Análisis del producto
- ❖ Análisis del precio
- ❖ Análisis de la comercialización

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Es un estudio que permite conocer claramente cuál es la situación de la demanda del producto, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la cual estará establecida la investigación.

Con el análisis de la demanda se busca determinar y cuantificar las fuerzas de mercado que actúan sobre los requerimientos de un producto por parte del mercado y así mismo establecer las oportunidades para satisfacer dichos requerimientos del mercado.

La demanda a la cual se enfoca nuestro producto es a los agricultores que cultivan diferentes productos mencionados anteriormente.

PROYECCION DEL SEGMENTO ENFOCADO A LA DEMANDA				
AÑO	AÑO	PROYECCION	PORCENTAJE	% ANUAL
2004	2012	2004-2012	%	%
3586	4708	1122	32	4

Cuadro N° 33

Realizado: Por los Autores

Fuente: MAGAP, INEC

Explicación del Cuadro N° 33 En el año 2004 han habido **3586** agricultores y **4708** agricultores para el año 2012 para poder realizar la proyección de la demanda se resta las dos cantidades lo cual nos da **1122** agricultores realizando una regla de tres tenemos que el **32 %** es la tasa de crecimiento cada 8 años en la cual nos enfocaremos para los siguientes **5** años de proyección.

Tomando en cuenta el porcentaje que es del **32 %** dividido para los ocho años nos da anual mente el porcentaje del **4 %**.

Que está demostrado en el siguiente cuadro:

AÑOS	PROYECCIÓN
2012	4708
2013	4896
2014	5092
2015	5296
2016	5508
2017	5728

Cuadro N° 34

Realizado: Por los Autores

Fuente: cuadro N° 33

Explicación del Cuadro N° 34

Como año base el 2012 tenemos **4708** agricultores tomando en consideración el porcentaje anual del **4%** proyectamos para los siguientes **5** años de vida útil del proyecto.

TAMAÑO DEL COSTAL, CUANTO COMPRA Y CON QUÉ FRECUENCIA COMPRA

En el cuadro se representa las características del producto la cantidad de consumo el porcentaje de adquisición y la frecuencia de compra.

Limón 36x68	1050	21 %	90 %	Diariamente	10 %	Semanalmente
Pepino, Pimiento 40x72	1400	28 %	90 %	Diariamente	10 %	Semanalmente
Yuca, Camote 59x89	900	18 %	90 %	Diariamente	10 %	Semanalmente
Maíz 69x100	650	13 %	90 %	Diariamente	10 %	Semanalmente
Maracuyá 44x82	400	8 %	90 %	Diariamente	10 %	Semanalmente
Frejol, Cebolla 54x88	600	12 %	90 %	Diariamente	10 %	Semanalmente
TOTAL		100 %				

Cuadro N° 35

Realizado: Por los Autores

Fuente: Encuestas pregunta # 5, 6

Explicación del Cuadro N° 35

Tomando en cuenta la pregunta número **5** y **6** que corresponde a que tiempo compra de costales y la cantidad en el siguiente cuadro se especifica tomando los datos especificados en las tabulaciones de las encuestas realizadas a los agricultores.

UTILIZACIÓN DE COSTALES SEGÚN LA ENCUESTA

En este cuadro en cambio representa el total de consumo de costales del año 2012 de acuerdo a las preguntas **5** y **6** de las encuestas realizadas a los agricultores y sirve para proyectar la demanda para los 5 años siguientes.

PRODUCTORES	% DE ENCUESTA	UTILIZACIÓN	% RELATIVO	FRECUENCIA ANUAL	UTILIZACIÓN TOTAL 2012
4708	0,21	9,45	0,9	365	3069184
4708	0,21	1,05	0,1	52	5398
4708	0,28	12,6	0,9	365	5456327
4708	0,28	1,4	0,1	52	9597
4708	0,18	8,10	0,9	365	2254911
4708	0,18	0,9	0,1	52	3966
4708	0,13	5,85	0,9	365	1176173
4708	0,13	0,65	0,1	52	2069
4708	0,08	3,6	0,9	365	445414
4708	0,08	0,40	0,1	52	783
4708	0,12	5,40	0,9	365	1002183
4708	0,12	0,60	0,1	52	1763
				TOTAL	13427767

Cuadro N° 36

Realizado: Por los Autores

Fuente: Resultado del Cuadro N° 35

Explicación del Cuadro N° 36

En el siguiente cuadro tenemos en la primera columna el número de agricultores, en la segunda el porcentaje de encuestados, en la tercera columna esta la utilización de los costales para obtener este resultado tomamos en cuenta la cantidad de costales que adquieren los agricultores además la frecuencia de compra ejemplo los agricultores nos supieron manifestar que **1050** costales para poner el limón ellos compran el **90%** diariamente y **10%** semanalmente entonces calculamos de los **1050** cuanto es el **90%** nos da como resultado **945** a este resultado lo dividimos para cien nos da **9.45** así mismo con en **10 %** que nos da un resultado de **105** igualmente lo dividimos para cien y nos da **1.05** y así sucesivamente para los demás tipos de costales, para la columna número cuatro aquí pasamos los porcentajes de cada que tiempo compra como mencionamos

anteriormente que adquieren diariamente y semanalmente, en la columna número cinco en cambio ubicamos la frecuencia anual como los agricultores compran diariamente pues ponemos los **365** días al año además ellos adquieren semanalmente hacemos también costar las **52** semanas que tiene el año y finalmente para obtener la utilización de costales para el 2012 multiplicamos los resultados de cada columna luego de eso sumamos todos los resultados y nos da que la utilización para el 2012 es de **13427767** de costales.

Además podemos recalcar que nuestros usuarios adquieren de todos los tamaños los costales a precios cómodos nos supieron mencionar que la escases de los costales es el mayor inconveniente al momento de adquirirlos además ve la calidad y sus precios, la mayoría de agricultores compra en tiendas y bodegas.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA TOTAL Y EFECTIVA

AÑO	PROYECCIÓN
2012	13427767
2013	13964878
2014	14523473
2015	15104412
2016	15708588
2017	16336932

Cuadro N° 37

Realizado: Por los Autores

Fuente: Resultado del cuadro N° 36

Explicación del Cuadro N° 37

Aquí se presenta la proyección del consumo de costales para los 5 años siguientes utilizando el porcentaje del **4 %** de aumento en los agricultores cada año.

Por qué **TOTAL Y EFECTIVA** por que el **100 %** de los agricultores que corresponde a los **355** nos manifestaron que están dispuestos adquirir nuestro producto en la comercializadora a instalar.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

En el Cantón Catamayo no existe competencia directa las distintas productoras y comercializadoras de costales están en las ciudades de Quito, Cuenca y Guayaquil las cuales son:

- ❖ Comprolinsa (Guayaquil)
- ❖ Plasti guayas (Guayaquil)
- ❖ Plásticos litoral (Quito) sucursal Cuenca

Pero si existe competencia indirecta que son las tiendas y bodegas que ofrecen los costales las más frecuentadas son:

- ❖ Tienda Salinas
- ❖ Tienda Galván
- ❖ Bodega Herrera
- ❖ Bodega Uniproduc

PROYECCION DEL SEGMENTO ENFOCADO A LA OFERTA

AÑO	AÑO	PROYECCION	PORCENTAJE	% ANUAL
2008	2012	2008-2012	%	%
8	10	2	33	8

Cuadro N° 38

Realizado: Por los Autores

Fuente: Municipio de Catamayo

Explicación del Cuadro N° 38

En el año 2008 han existido **8** entre tiendas y bodegas que comercializan costales y para el 2012 en cambio hay **10** nos quiere decir que entre estos años han incrementado **2** entre bodegas y tiendas de acuerdo al porcentaje obtenido en la proyección tenemos que el 33,33% es la tasa de crecimiento cada **4** años.

PROYECCIÓN EN VENTAS SEGÚN LOS OFERTANTES

DATOS	SEMANALMENTE	(SEMANAS) ANUALMENTE	NUMERO DE OFERTANTES	VENTA DE COSTALES 2012
Costales	10000	52	10	5200000

Cuadro N° 39

Realizado: Por los Autores

Fuente: Preguntas 2 y 3 de las encuestas realizadas a los oferentes

Explicación del Cuadro N° 39

De acuerdo a las respuestas de la pregunta **2** y **3** realizadas a los oferentes, cada que tiempo y que cantidad de costales vende tenemos que semanalmente venden **10000** costales de los diferentes tamaños y para los diferentes productos hicimos constar las **52** semanas que tiene el año porque ellos nos manifestaron que venden semanalmente, para lograr las ventas totales de costales para el 2012 multiplicamos los **10000** por **52** y por los **10** oferentes nos da como resultado **5200000** unidades anuales.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA	%
2012	13427767	5200000	8227767	61

Cuadro N° 40

Realizado: Por los Autores

Fuente: Resultados del cuadro N° 37 y 39

Explicación del Cuadro N° 40

Tomando en cuenta la demanda que es **13427767** agricultores y oferta es **5200000** costales del 2012 realizamos una resta entre estas dos variables y nos da como resultado **8227767** unidades. Esto nos quiere decir que tenemos el **61%** de demanda insatisfecha por lo cual requiere de la idea empresarial para poder satisfacer esta necesidad.

ANÁLISIS DEL PRODUCTO

EL POLIPROPILENO

El polipropileno se trata de un termoplástico semicristalino que se origina a partir de la polimerización de propileno frente a un catalizador estéreo específico. Este material es utilizado para un sinnúmero de productos termoplásticos, los que a su vez, cuentan con las más diversas aplicaciones.

Se conoce con las siglas PP. Es un plástico muy duro y resistente. Es opaco y con gran resistencia al calor pues se ablanda a una temperatura más elevada (150 °C). Es muy resistente a los golpes aunque tiene poca densidad y se puede doblar muy fácilmente, resistiendo múltiples doblados por lo que es empleado como material de bisagras.

La fabricación del polipropileno se inicia en 1957 en Estados Unidos.

Este plástico, también con una estructura semicristalina, superaba en propiedades mecánicas al polietileno, su densidad era la más baja de todos los plásticos, y su precio también era muy bajo, pero tenía una gran sensibilidad al frío, y a la luz ultravioleta, lo que le hacía envejecer rápidamente. Por este motivo su uso se vio reducido a unas pocas aplicaciones.

Pero el descubrimiento de nuevos estabilizantes a la luz, y la mayor resistencia al frío conseguida con la polimerización propileno-etileno, y la facilidad del PP a admitir cargas reforzantes, fibra de vidrio, talco, amianto, etc. y el bajo precio de dieron gran auge a la utilización de este material.

LOS COSTALES DE POLIPROPILENO

Son producidos de fibra natural (polipropileno), brindan un óptimo rendimiento en la conservación del aroma, humedad y temperatura del producto almacenado, este saco es utilizado para la recolección, empaque, almacenamiento, transporte y comercialización de diferentes productos.

ANÁLISIS DE LOS PRECIOS

En un mercado cualquiera, el precio puede darse en dos perspectivas. La del comprador, que lo utiliza como una referencia de utilidad potencial, y la del vendedor, para él o la cual significa primero una guía de los posibles ingresos de sus actividades y, segundo, el método por el que convierte las mismas en beneficios.

Tomando en cuenta a los ofertantes y demandantes podemos decir que con el resultado de la pregunta 10 para los demandantes y la pregunta 12 para los ofertantes podemos decir:

Que tanto como oferentes y demandantes coinciden en los precios de los diferentes costales mencionados a continuación:

- ❖ Limón a \$0.19
- ❖ Pimiento a \$ 0.20
- ❖ Maracuyá a \$ 0.25
- ❖ Cebolla a \$ 0.30
- ❖ Yuca a \$ 0.35
- ❖ Choclo \$ 0.45

En lo que tiene que ver en precios de las tiendas y bodegas de costales ofertan sus productos al mismo precio no hay desigualdad.

ANÁLISIS DEL SECTOR

Nuestro proyecto está siendo realizado en el cantón Catamayo que se ha venido caracterizando como zonas más productivas en lo que corresponde al sector agrícola de la provincia de Loja.

Catamayo está ubicado al sur del país, pertenece a la provincia de Loja. Se localiza al Oeste de la Ciudad de Loja, siendo sus límites: al Norte por la Provincia de El Oro y el Cantón Loja, al sur con los Cantones Gonzanamá y Loja. Al este por el Cantón Loja y al Oeste por el Cantón Chaguarpamba y el Cantón Olmedo. Su clima es subtropical semiárido.

Las principales actividades económicas que predominan en el cantón están directamente relacionadas con la agricultura y la ganadería, de lo cual el 80% está relacionado con la agricultura, y el 20% con la ganadería; en la zona también existen otras actividades como el turismo, el comercio y la manufactura.

El área que ocupan los agricultores según el MAGAP es de **13295** hectáreas que son utilizadas para sus cultivos ubicados en las zonas rurales tales como:

- ❖ El Tambo
- ❖ Indiucho
- ❖ Malla
- ❖ La Extensa
- ❖ La vega
- ❖ Trapichillo etc.

Los productos que se dan son abundantes y variados pero a los que específicamente va dirigido nuestro producto son: limón, yuca, cebolla, pepino, pimiento, maracuyá, maíz, frejol y camote.

Además podemos decir que la zona agrícola ha venido contribuyendo muy significativamente a la economía de muchas familias ya que de ello depende su sustento.

Los productos que se dan en nuestro Cantón son muy apetecidos tanto interna como externamente y esta actividad también aporta a la economía del país.

Además podemos decir que por su localización geográfica se constituye en un importante centro de comercio, ya que en ella concurren vías de comunicación y transportación desde diferentes sectores de la provincia; una de ellas al sur hacia las poblaciones de Gonzanamá y Cariamanga; otra vía hacia la costa por San Pedro de la Bendita y Sambí, y la tercera al norte, pasando por la capital, Loja, hacia Saraguro. Por tratarse de una zona principalmente agrícola existe una importante relación comercial a través de estas vías donde entran y salen los productos

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

El plan de comercialización sirve para definir las estrategias para introducir al mercado la nueva comercializadora de costales en este se describe el producto, el precio, la plaza donde se va comercializar y las promociones que se van a dar en la empresa.

Es muy importante que se tenga un slogan que lo identifique y le asegure el posicionamiento en la mente de los usuarios y la ciudadanía en general.

EL PRODUCTO

El producto que va a ofrecer la comercializadora será costales de polipropileno para productos agrícolas del Cantón Catamayo.

Los costales serán diseñados acorde a las exigencias del comprador será un producto nuevo de calidad y a un buen precio con esto queremos cubrir la necesidad del mismo.

El costal será elaborado con polipropileno es decir fibra sintética lo cual dará un toque especial al producto que se envase en el. Serán de diferentes tamaños y formas acorde al producto y la exigencia del comprador.

CARACTERÍSTICAS

- ❖ Permiten la ventilación del producto.
- ❖ No contaminan el medio ambiente
- ❖ Facilita el arrume del producto.
- ❖ Permite distinguir un producto de otro

Da la facilidad de apreciar el producto

Los costales que vamos a comercializar son elaborados de material de polipropileno (fibra sintética) lo cual son diseñados de acuerdo al tamaño, peso del producto.

El lugar de donde producen los diferentes tipos de costales es de Guayaquil, Quito y Cuenca.

A continuación les damos a conocer las características de los costales:

PRODUCTOS	MEDIDAS	COLOR
Limón	36x68	Transparente brillante
Pepino, pimiento	40x72	Amarillo
Yuca , camote	59x89	Blanco
Maíz	69x100	Blanco
Maracuyá	44x88	Transparente brillante
Frejol, cebolla	54x88	Rojo

Cuadro N° 41

Realizado: Por los Autores

Fuente: Empresa Plastiguayas

COSTALES A COMERCIALIZAR

COSTAL PARA EL LIMÓN



Imagen: # 1

COSTAL PARA EL PEPINO Y PIMIENTO

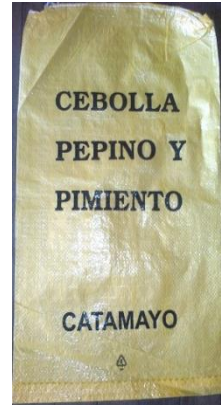


Imagen: # 2

COSTAL PARA LA MARACUYÁ



Imagen: # 3

COSTAL PARA YUCA Y PARA CAMOTE



Imagen: # 4

COSTAL PARA EL MAÍZ



Imagen: # 5

COSTAL PARA EL FREJOL Y LA CEBOLLA



Imagen: #6

LA MARCA

La marca de la empresa será **COMERCIALIZADORA BYPA SUR S.A** el nombre evoca la idea del servicio de calidad y se diferenciara de la competencia.



EL PRECIO

El precio es uno de los elementos más importantes del mercado es la estrategia que ayuda a cumplir los objetivos de la empresa más aun cuando se intenta ingresar un producto nuevo al mercado local, y para establecer el precio del producto se consideró, los precios que maneja la competencia y las características adicionales que tendrá el mismo.

LA PLAZA

Nuestro mercado son los distintos agricultores del Cantón Catamayo los cuales nos manifestaron la necesidad del producto ya que no cuentan con comercializadoras directa de costales. Por lo cual se les complica al momento de adquirirlo y nos hemos visto la necesidad de implementar nuestro producto.

COMERCIALIZACION

La comercialización es la actividad que permite al ofertante hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.

CANAL DE COMERCIALIZACION

Para nuestra empresa comercializadora de costales el canal que vamos a llegar a nuestros demandantes será el siguiente:



OBJETIVOS.

1. Llegar a los clientes insatisfechos con el producto.
2. Brindar un servicio eficiente y eficaz, que sea la diferencia ante la competencia.
3. Fomentar al cuidado del medio ambiente.
4. Identificar las debilidades y amenazas del entorno interno y externo, para transformarlas en fortalezas y oportunidades de la empresa.

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.

La empresa comercializadora de costales de polipropileno, considerando el criterio difundido por las personas encuestadas y se llegó a establecer que la **PROMOCIÓN** más adecuada para llegar a satisfacer al cliente es, ofrecer descuentos al por mayor.

De la misma manera la **PUBLICIDAD** que realizará de la empresa comercializadora de costales, para darse a conocer y a su producto será por medio de la radio en el siguiente horario de 12:00 pm a 13:00 pm.

ESTUDIO TECNICO

TAMAÑO DEL PROYECTO

Los factores que determinan el tamaño del proyecto es necesario destacar los siguientes:

TAMAYO DEL MERCADO

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA	%
2012	13'427.767	5'200.000	8'227.767	61

Cuadro N° 42

Realizado: Por los Autores

Fuente: Resultado del Cuadro N° 40 del estudio de mercado

Explicación del Cuadro N° 42

El siguiente cuadro representa la demanda insatisfecha del año 2012 nos servirá para poder obtener el tamaño del proyecto resultados obtenidos del estudio de mercado.

CAPACIDAD INSTALADA Y PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD INSTALADA	% DE PARTICIPACIÓN
2013	8'227.767	7'500.000	91.15

Cuadro N° 43

Realizado: Por los Autores

Fuente: Resultado del Cuadro N° 42

EXPLICACIÓN DEL CUADRO 43:

El cuadro representa los porcentajes de participación que tendrá en el mercado nuestro producto con un porcentaje del **91.15%** de comercialización para el año

2013. Para la obtención del porcentaje realizamos una regla de tres multiplicando la capacidad instalada por cien y dividido para la demanda insatisfecha.

CAPACIDAD UTILIZADA

PERIODO	AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA	PORCENTAJE C. UTILIZADA
1	2013	7'500.000	6'750.000	90
2	2014		7'500.000	100
3	2015		7'500.000	100
4	2016		7'500.000	100
5	2017		7'500.000	100

Cuadro Nº 44

Realizado: Por los Autores

Fuente: Resultado del Cuadro Nº 43

EXPLICACIÓN DEL CUADRO 44:

El siguiente cuadro se representa el porcentaje de la capacidad utilizada del año **2013** que es de **6'750.000** siendo este un **90%** de su capacidad a utilizar para el siguiente año cogemos el 100% de la capacidad instalada y así para los siguientes años la misma cantidad.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA (INSTALACIONES)



Imagen N° 8

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

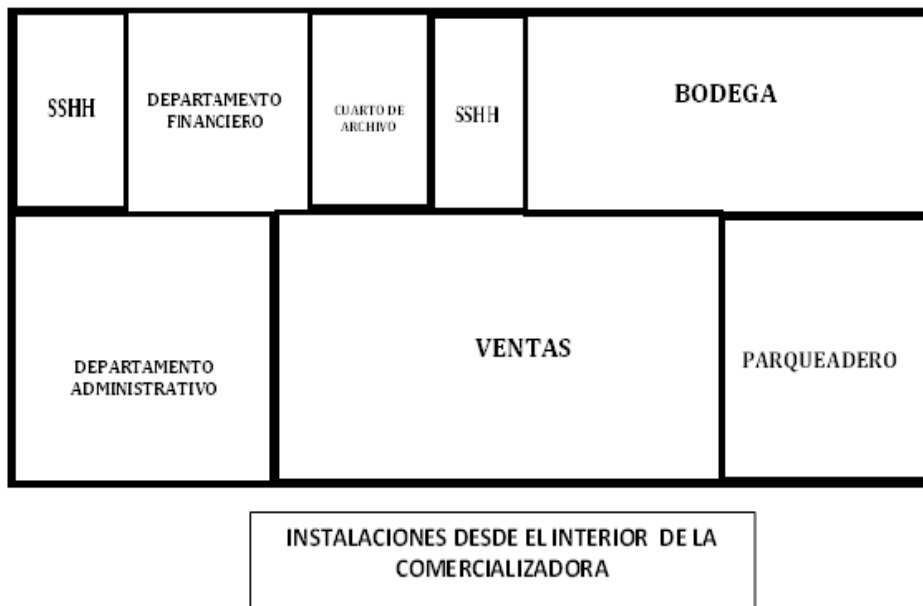


Imagen N° 9

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

En la imagen N° 1 y 2 se muestra las instalaciones de la comercializadora de costales tanto la parte frontal como la parte interior

CONDICIONES LOCALES

Nuestra empresa se encontrara en un barrio tranquilo con una clase social media y no es un barrio violento predomina la **seguridad**.

Riesgos no cuenta con ningún tipo de riesgos está en el centro del cantón si ocurriere un incendio acudirían de inmediato los bomberos

Además cuenta con espacio suficiente para ampliar sus instalaciones si fuera necesario.

SERVICIOS PÚBLICOS

El barrio cuenta con los siguientes servicios:

- ❖ Cuenta con alcantarillado
- ❖ Cuenta con recolector de desechos
- ❖ Cuenta con los distintos medios de comunicación como:
 - Televisión
 - Internet
 - Frecuencia de radio.
- ❖ Cuenta con los servicios básicos como:
 - Agua potable
 - Energía eléctrica
 - Líneas de teléfono.

VÍAS DE COMUNICACIÓN

Nuestra comercializadora está ubicada en un lugar estratégico en el centro del Cantón por lo cual se facilita la adquisición de cualquier producto que se requiera y así mismo se facilita adquirir nuestro producto.

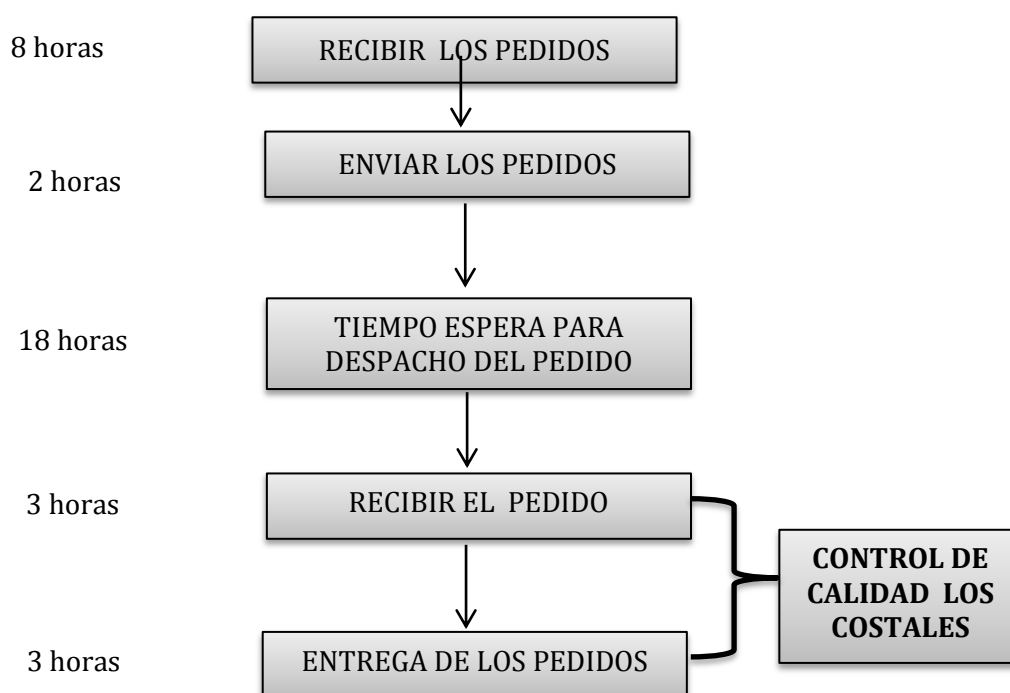
INGENIERIA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto es una fase de la formulación del proyecto que busca diseñar, técnicamente, la utilización óptima de los recursos esenciales del proceso de comercialización para la implementación de la **COMERCIALIZADORA DE COSTALES EN EL CANTÓN CATAMAYO**

PASOS PARA COMPRAR Y COMERCIALIZAR LOS COSTALES

1. Recibir los pedidos de los diferentes costales
2. Enviar los pedidos de los costales
3. Recibir el pedido de costales
4. Entrega de los pedidos

FLUJO DE PROCESOS



TOTAL 34 HORAS

RECURSOS TALENTO HUMANO

- ❖ Gerente
- ❖ Secretaria Contadora
- ❖ Asesor jurídico
- ❖ Jefe de ventas
- ❖ Vendedora
- ❖ Bodeguero
- ❖ Conserje
- ❖ Chofer

MATERIALES

SUMINISTROS DE OFICINA			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Resmas de Papel Boom	3,80	7,60
1	Porta Papeles	3,50	3,50
1	Caja de Esferos de Colores	5,50	5,50
1	Caja de Lápices	5,00	5,00
1	Caja de Borradores	4,80	4,80
1	Caja de Correctores	16,20	16,20
1	Caja de Clips	1,00	1,00
3	Agendas	8,00	24,00
1	Caja de Grapas	0,50	0,50
1	Juego Geométrico	2,00	2,00
1	Bidón de Agua	5,00	5,00
3	Calendarios	10,00	10,00
TOTAL			85,10

Cuadro N° 45

Fuente: Librería Estudiantil de Catamayo

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

UTILES DE ASEO Y LIMPIEZA			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Guantes de Limpieza	2,00	2,00
3	Basureros	2,50	2,50
2	Baldes	2,00	2,00
2	Escobas	3,00	3,00
3	Trapeadores	4,50	4,50
1	Destapa baños	3,00	3,00
3	Desinfectantes de litro	2,00	6,00
2	Cloro	2,50	5,00
3	Detergente 1kg	3,00	9,00
1	Cepillo de Baño	2,00	2,00
2	Recogedor de Basura	2,00	4,00
TOTAL			43,00

Cuadro N° 46

Fuente: Supermercado Gamahorro de Catamayo

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCION	CANT.	V/UNITARIO	V/TOTAL
Archivadores	6	200	1200
Sillas plásticas	3	10	30
Sillas de escritorio	6	60	360
Escritorios	3	200	600
TOTAL			2190

Cuadro N° 47

Fuente: Muebles Ramírez

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

EQUIPO

EQUIPO DE OFICINA			
DESCRIPCION	CANT.	V/UNITARIO	V/TOTAL
Teléfonos	3	100	300
Sumadoras	3	120	360
Grapadoras	3	6	18
Perforadoras	3	6	18
Sacapuntas Eléctrico	3	80	240
TOTAL			936

Cuadro N° 48

Fuente: Librería San José

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

EQUIPO DE COMPUTO			
DESCRIPCION	CANT.	V/UNITARIO	V/TOTAL
Computadora	3	1050	3150
Impresora	3	350	1050
Copiadora	1	400	400
Regulador de voltaje	1	80	80
TOTAL			4680

Cuadro N° 49

Fuente: SetCompc

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

EQUIPO DE SEGURIDAD			
DESCRIPCION	CANT.	V/UNITARIO	V/TOTAL
Extintores	3	65	195
Alarma	1	100	100
Botiquín	1	100	100
TOTAL			395

Cuadro N° 50

Fuente: Ferretería Vivanco

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

VEHICULO			
DESCRIPCION	CANT.	V/UNITARIO	V/TOTAL
NHR Chevrolet	1	24000	24000
TOTAL			24000

Cuadro N° 51

Fuente: Concesionaria Chevrolet

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO

ESTUDIO ESTRUCTURAL

FILOSOFIA DE LA EMPRESA

VISION

La empresa "BYPA SUR" Sociedad Anónimo tiene planificado abastecer al mercado insatisfecho en un 50% empezando a nivel local, provincial y regional además ser líder en 5 años en el Cantón Catamayo y fuera de él, reconocidos por tener alto nivel de calidad en sus productos a precios cómodos, por estar en permanente innovación, y por ser generadora del desarrollo económico, social.

MISION

Cumplir con nuestro propósito de comercializar costales de polipropileno de buena calidad, a precios cómodos y de fácil adquisición para satisfacer las distintas necesidades de los usuarios.

VALORES

- ❖ Responsabilidad
- ❖ Solidaridad
- ❖ Puntualidad
- ❖ Seriedad

PROPOSITOS

Comercializar un producto nuevo e innovador pensando en la satisfacción de acuerdo a la economía y las necesidades de los consumidores.

OBJETIVO

Dar a conocer nuestro producto a nivel local, provincial y regional ofreciendo a los clientes calidad e innovación y fácil adquisición de acuerdo a la demanda.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Ofrecer nuestros costales a precios cómodos
- ❖ La adquisición sea fácil y rápida
- ❖ Dar a nuestro producto un valor agregado
- ❖ Eliminar los intermediarios.

POLITICAS

- Enfocarnos en la calidad, buena atención y el buen servicio.
- Capacitar al personal tanto administrativo semestralmente.
- Facilitar los instrumentos de seguridad al personal de seguridad.
- Establecer un área específica para fumadores.

BASE LEGAL

Para la organización jurídica se ha previsto la constitución de una compañía de sociedad anónima, de acuerdo al

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Art. 144.- La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determine la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora".

Art. 145.- Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

Art. 146.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.

Art. 147.- Ninguna compañía anónima podrá constituirse de manera definitiva sin que se halle suscrito totalmente su capital, y pagado en una cuarta parte, por lo menos.

Art. 249.- En toda compañía anónima una minoría que represente no menos del veinticinco por ciento del total del capital pagado podrá apelar de las decisiones de la mayoría.

ACTA DE CONSTITUCIÓN

La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.

La escritura de constitución deberá contener los siguientes datos:

1. Nombres, Apellidos y estado civil de los socios, si fueran personas naturales o la denominación objetiva o razón social; si fueren personas jurídicas y ambos casos la nacionalidad y el domicilio.
2. La denominación objetiva o la razón social de la compañía.
3. La duración de la compañía.
4. El domicilio de la compañía.
5. El importe del capital social con la expresión del número de las participantes en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas.
6. La indicación de las participantes que cada socio suscriba.

7. La forma en que se organizara la administración y la fiscalización de la compañía y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal.
8. La forma de deliberar y tomar resoluciones en la Junta General y el modo de convocatoria y el punto de constituirla
9. Las normas de reparto de utilidades;
10. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente;
11. Y la forma de proceder a la designación de liquidadores.

MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE UNA COMPAÑÍA ANONIMA

SEÑOR NOTARIO:

En el Registro de Escrituras Públicas a su cargo, dígnese insertar una que contiene la constitución de la Compañía de Sociedad Anónima “**COMERCIALIZADORA BYPA SUR S.A**” De acuerdo a las siguientes estipulaciones:

PRIMERA.- Comparecientes: Concurren al otorgamiento de esta escritura los señores:

1) Byron Ramiro Jaramillo Lima, con cédula No. 1104897317 de estado civil: Soltero; y 2) Patricia Roció Paccha Medina, con cédula No. 1104897309; de estado civil: Soltera domiciliados en el Cantón Catamayo legalmente capaces, sin impedimento para establecer esta compañía; quienes comparecen por sus propios derechos.

SEGUNDA.- Los comparecientes convienen en constituir la Compañía de Sociedad Anónima “**COMERCIALIZADORA BYPA SUR S.A**” que se regirá por las Leyes del Ecuador y el siguiente Estatuto.

TERCERA.- Estatuto de la Compañía de Sociedad Anónima “**COMERCIALIZADORA BYPA SUR S.A**”

CAPITULO PRIMERO

NOMBRE, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL Y PLAZO DE DURACIÓN.-

ARTICULO UNO.- La compañía llevará el nombre de “**COMERCIALIZADORA BYPA SUR S.A**”

ARTICULO DOS.- El domicilio principal será en la provincia de Loja, Cantón Catamayo, Barrio 24 de mayo y Eugenio Espejo.

ARTÍCULO TRES.- La compañía tiene como objeto social exclusivo:

- 1) Comercializar costales de polipropileno, el cual será un producto de calidad.
- 2) Además vender los costales de acuerdo a los gustos y preferencias de los consumidores, relacionados con el objeto social principal.

ARTICULO CUATRO.- El plazo de duración de la compañía es de **Cinco Años** contados a partir de la fecha de inscripción del contrato constitutivo en el Registro Mercantil del Cantón Catamayo; pero podrá disolverse en cualquier tiempo o prorrogar su plazo, si así lo resolviese la Junta General de Socios en la forma prevista en la Ley y en este Estatuto.

CAPITULO SEGUNDO

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

ARTICULO CINCO.- El capital social de la compañía es de **TREINTA MIL DOLARES** Americanos (\$ 30.000) dividido en acciones negociables todas de igual valor, las que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente, de conformidad con la Ley y estos Estatutos; certificado que estará firmado por el Gerente General.

CAPITULO TERCERO

DE LOS SOCIOS, DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDAD

ARTICULO SEIS.- Son obligaciones de los socios:

1. La calidad de socio;
2. Participar en los beneficios sociales, debiendo observarse igualdad de tratamiento para los accionistas de la misma clase;
3. Participar, en las mismas condiciones establecidas en el numeral anterior, en la distribución del acervo social, en caso de liquidación de la compañía;
4. Intervenir en las juntas generales y votar cuando sus acciones le concedan el derecho a voto, según los estatutos.

La Superintendencia de Compañías controlará que se especifique la forma de ejercer este derecho, al momento de tramitar la constitución legal de una compañía

o cuando se reforme su estatuto. El accionista puede renunciar a su derecho a votar, en los términos del Art. 11 del Código Civil;

5. Integrar los órganos de administración o de fiscalización de la compañía si fueren elegidos en la forma prescrita por la ley y los estatutos;

6. Gozar de preferencia para la suscripción de acciones en el caso de aumento de capital;

7. Impugnar las resoluciones de la junta general y demás organismos de la compañía en los casos y en la forma establecida en los Arts. 215 y 216.

No podrá ejercer este derecho el accionista que estuviere en mora en el pago de sus aportes; y,

8. Negociar libremente sus acciones.

CAPITULO CUARTO

DEL GOBIERNO Y DE LA ADMINISTRACIÓN

ARTÍCULO SIETE.- El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos: la Junta General de Socios, el Gerente General.

Sección uno.- De la Junta General de Socios.

ARTICULO OCHO. La Junta General de Socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

ARTICULO NUEVE.- Las sesiones de junta general de socios son ordinarias y extraordinarias para su efecto se las llevara a cabo en la sala de reuniones de la entidad para su validez. Las reuniones se las realizara una vez al mes; el día de las reuniones será el último viernes de cada mes a las 19H00.

ACOTACIÓN

En caso de ser necesario llamar a reunión urgente esta se llevara a cabo cuando la emergencia lo amerite.

- ✓ Las reuniones serán convocadas a todo el personal de la empresa, dando inicio a las 19H00 y se ejecutaran tomando en cuenta la mayoría.
- ✓ Todas las decisiones y resoluciones tomadas por la organización, quedarán certificadas por escrito para cumplimiento eficaz de las mismas.

ARTÍCULO DIEZ: Son facultades privativas de la junta general de socios:

- a) Nombrar al Gerente General, señalándoles sus remuneraciones, y removerlos por causas justificadas;
- b) Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarios e informes que presenten los administradores;
- c) Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;
- d) Aprobar los reglamentos de la compañía;

ARTICULO ONCE.- Las resoluciones de la junta general de accionistas son obligatorias desde el momento que son tomadas válidamente.

Sección Dos.- Del Gerente General.

ARTICULO DOCE.- El Gerente General será nombrado por la junta general de socios y durará tres años en su cargo pudiendo ser reelegido en forma indefinida. Puede ser socio o no.

ARTICULO TRECE.- Son deberes y atribuciones del Gerente General de la compañía:

- a) Representar legalmente a la compañía.
- b) Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la compañía;
- c) Dirigir la gestión económico-financiera de la compañía;
- d) Gestionar, planificar, coordinar, dirigir poner en marcha y cumplir las actividades de la compañía;
- e) Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la compañía;
- f) Realizar inversiones, adquisiciones y negocios.
- g) Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de junta;
- h) Manejar las cuentas bancarias de la compañía según sus atribuciones;
- i) Presentar a la junta general de socios un informe, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias.
- j) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la junta general de socios;
- k) Designar a los empleados de la compañía;
- n) Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la Ley; el presente Estatuto y Reglamentos de la Compañía, y las que señale la junta general de accionistas.

CAPITULO QUINTO

DE LA FISCALIZACIÓN Y CONTROL

ARTICULO CATORCE.- La Junta General de Accionistas podrá contratar, en cualquier tiempo, la asesoría jurídica, contable o auditoría de cualquier persona natural o jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta materia. En lo que se refiere a auditoría externa se estará a lo que dispone la Ley.

Hasta aquí la minuta: Ud. Señor Notario se servirá agregar las demás cláusulas de estilo que aseguren la plena validez de la constitución de la compañía antes nombrada.

Atentamente:

.....
El representante

.....
El abogado

AREAS DE LA EMPRESA

Las áreas que se encuentra estructurada la “**COMERCIALIZADORA BYPA SUR S.A**” son dos áreas las cuales están dedicadas a: administración y ventas.

AREA ADMINISTRATIVA

Es la encargada de coordinar, controlar, dirigir y organizar las actividades relacionadas con los procesos administrativos, legales y financieros de la empresa.

AREA DE VENTA

Esta área está encargada de la venta, promoción y publicidad del producto además se encarga del manejo de las relaciones públicas que faciliten la adquisición del mismo.

ORGANIZACIÓN

NIVELES JERARQUICOS

Nivel Legislativo.- En el caso de la presente este nivel la constituye la junta general de socios.

La función básica de ese nivel es de legislar sobre las políticas que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar reglamentos, resoluciones, etc.; y decidir sobre los aspectos de mayor importancia.

Nivel Directivo.- Este nivel está representado por el Gerente General el cual toma decisiones sobre políticas generales.

Además, planea, orienta y dirige la vida administrativa e interpreta planes, programas y más directivas técnicas y administrativas de alto nivel y los trasmite a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución.

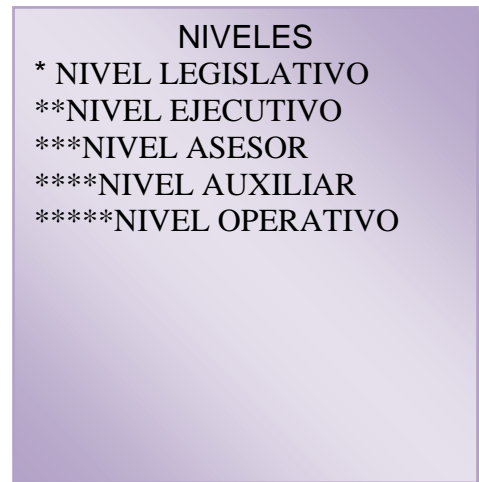
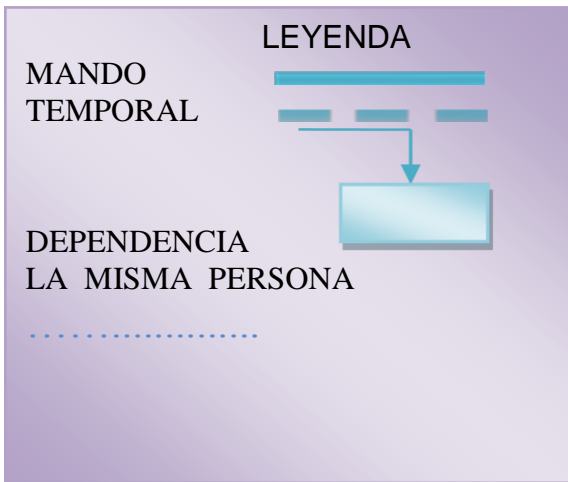
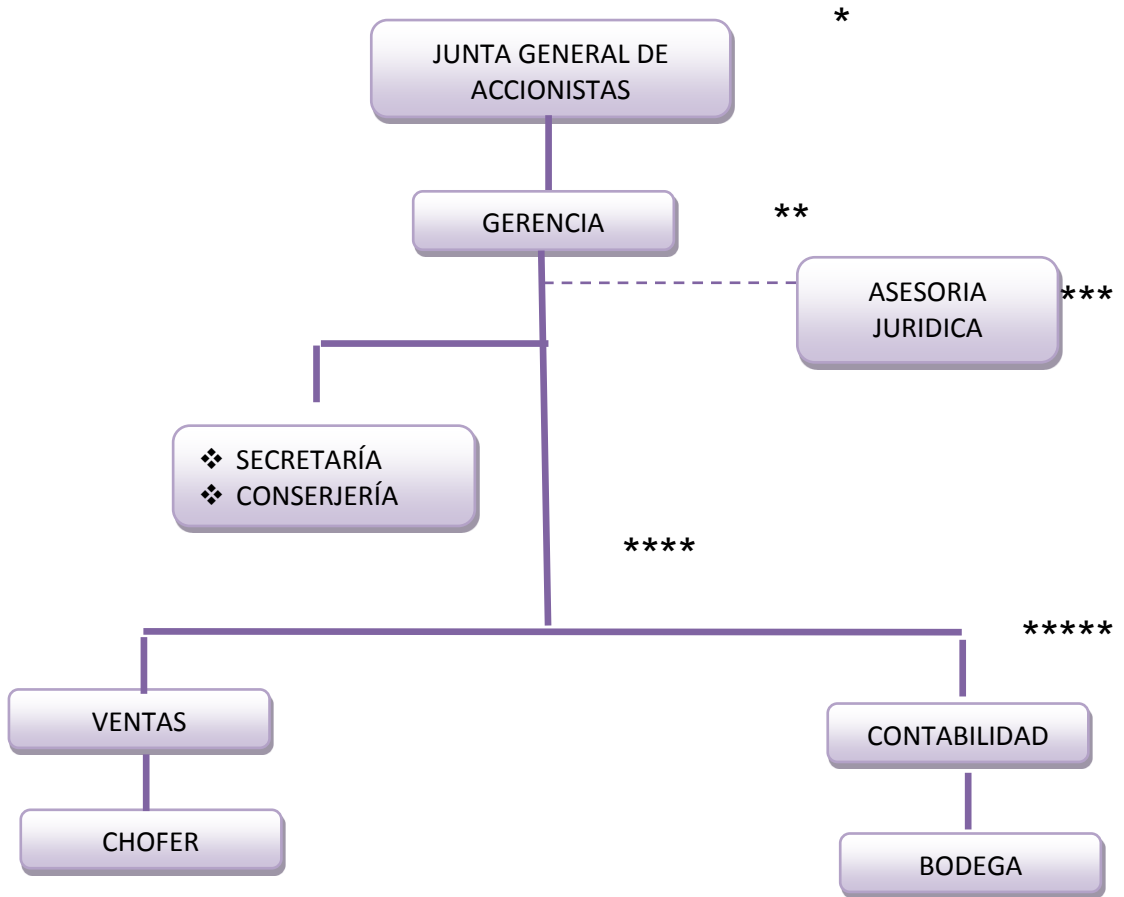
Nivel Asesor.- Este nivel está constituido por el representante jurídico quien aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más áreas que tengan que ver con la entidad o empresa a la cual están asesorando.

Este nivel no tiene autoridad de mando, sino autoridad funcional, por lo tanto, no toma decisiones, no ordena, pues para transformarlos en ordenes, requieren necesariamente decisión de un jefe con mando directivo.

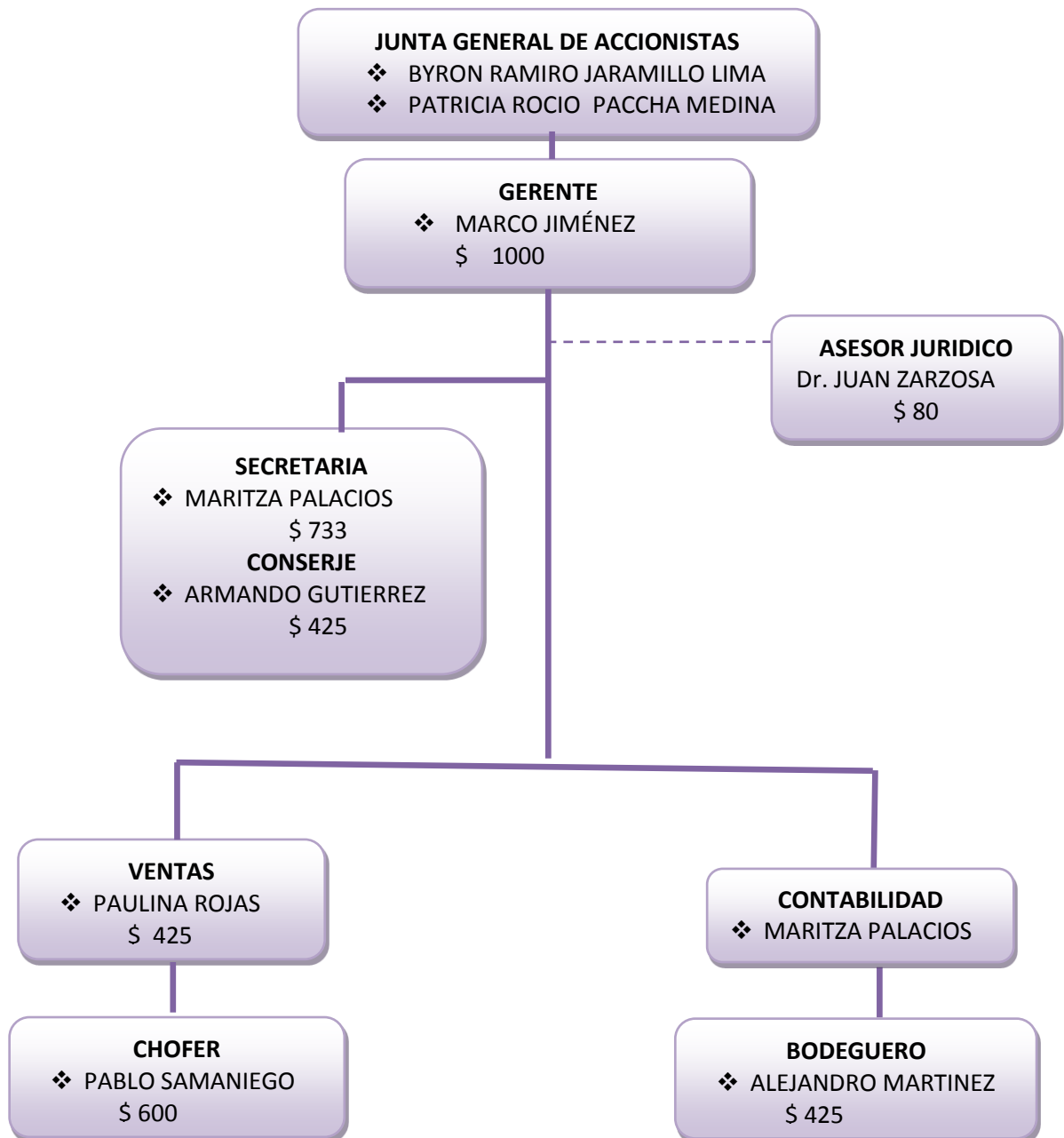
Nivel Auxiliar.- Consta de una secretaria contadora quien ayudara a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia además llevara la contabilidad de la empresa también consta de un conserje quien se encargara de la limpieza, acceso a las instalaciones y tareas de quien las necesite.

Nivel Operativo.- Lo conforman el jefe departamental y son los responsables directos de ejecutar las actividades tales como: la comercialización del producto.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA COMERCIALIZADORA DE COSTALES BYPASUR S.A



ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA COMERCIALIZADORA DE COSTALES BYPASUR S.A



MANUAL DE FUNCIONES

EMPRESA “BYPA SUR S.A”

CÓDIGO: 001

TÍTULO DEL PUESTO: JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

NATURALEZA DEL TRABAJO (Misión del Puesto):

Planificar, programar las políticas, reglas, metas y procedimientos de la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS (Actividades Esenciales):

- ❖ Hacer cumplir con la planificación estipulada en los manuales.
- ❖ Autorizar y controlar las actividades que realizan los administrativos.
- ❖ Organizar cursos de capacitación.
- ❖ Convocar a reuniones cada vez que la situación lo amerite.

REQUISITOS MÍNIMOS (Requisitos del Puesto):

EDUCACIÓN: Título de Ingeniero Comercial

EXPERIENCIA: Ninguna.

EMPRESA “BYPA SUR S.A”

CÓDIGO: 002

TÍTULO DEL PUESTO: GERENTE GENERAL

NATURALEZA DEL TRABAJO (Misión del Puesto):

Planificar, programar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS (Actividades Esenciales):

- ❖ Cumplir con las disposiciones dadas por la (J.G.A) e informar sobre la marcha de las mismas.

- ❖ Tramitar órdenes, controles, cheques y más documentos que el reglamento lo autorice, aprobando, autorizando y firmando para lograr un correcto desenvolvimiento.
- ❖ Nombrar y contratar trabajadores cumpliendo con los requisitos del caso.
- ❖ Organizar cursos de capacitación.
- ❖ Presentar a la (J.G.A) programas de producción, pronósticos de ventas y más documento de trabajo para su aprobación.
- ❖ Supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, así como de la empresa en general.
- ❖ Actuar con independencia profesional usando su criterio para la solución de los problemas inherentes al cargo.

REQUISITOS MÍNIMOS (Requisitos del Puesto):

EDUCACIÓN: Título de Ingeniero Comercial

EXPERIENCIA: Dos años en funciones similares.

EMPRESA “BYPA SUR S.A”

CÓDIGO: 003

TÍTULO DEL PUESTO: ASESOR JURIDICO

NATURALEZA DEL TRABAJO (Misión del Puesto):

Realizar labores de asesoramiento jurídico de la empresa

FUNCIONES TÍPICAS (Actividades Esenciales):

- ❖ Llevar juicios según lo requiera la empresa
- ❖ Asesorar al gerente en aspectos legales

REQUISITOS MÍNIMOS (Requisitos del Puesto):

EDUCACIÓN: Título de Dr. en Leyes

EXPERIENCIA: dos años en funciones afines.

EMPRESA "BYPA SUR S.A"

CÓDIGO: 004

TÍTULO DEL PUESTO: SECRETARIA CONTADORA

NATURALEZA DEL TRABAJO (Misión del Puesto):

Realizar labores de secretaría y llevar los registros contables de la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS DE SECRETARIA (Actividades Esenciales):

- ❖ Redactar y digitar todo tipo de correspondencia, como oficios, memorando, circulares de la empresa.
- ❖ Atender al público que solicite información y concertar entrevistas con el gerente de la empresa.
- ❖ Las demás que le asigne el Jefe de Unidad o Gerente de área, dentro del ámbito de su actividad.

FUNCIONES TÍPICAS DE CONTABILIDAD (Actividades Esenciales):

- ❖ Llevar y controlar la contabilidad general de la empresa.
- ❖ Mantener un correcto manejo de los libros contables.
- ❖ Elaborar roles de pago y tramitar la documentación referente al IESS.
- ❖ Preparar los estados financieros correspondientes.
- ❖ Presentar informes y análisis de tipo contable, económico y financiero de las labores que realiza al gerente de la empresa.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE (Destrezas Específicas Requeridas):

- ❖ El puesto requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de sus funciones.

- ❖ Establecer buenas relaciones interpersonales con el personal de la empresa y público en general.
- ❖ El puesto requiere de gran responsabilidad y conocimiento de normas y procedimientos contables que llevará la empresa.

REQUISITOS MÍNIMOS (Requisitos del Puesto):

EDUCACIÓN: Título Secretaria Contadora

EXPERIENCIA: Dos años en funciones afines.

EMPRESA “BYPA SUR S.A”

CÓDIGO: 005

TÍTULO DEL PUESTO: VENDEDOR/A

NATURALEZA DEL TRABAJO (Misión del Puesto):

- Planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar las actividades que se realicen en la empresa en referencia a ventas y publicidad.

FUNCIONES TÍPICAS (Actividades Esenciales):

- ❖ Atender al público
- ❖ Establecer sistemas efectivos sobre precios realizando estudios de comportamiento de los mismos.
- ❖ Mantener un sistema adecuado de comercialización.
- ❖ Asesorar a los directivos de la empresa en asuntos concernientes a ventas.
- ❖ Establecer stocks mínimos y máximos en bodega.
- ❖ Presentar informes de ventas a su inmediato superior.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE (Destrezas Específicas Requeridas):

- ❖ Es el responsable por la ejecución de las labores de ventas
- ❖ Requiere de iniciativa y criterio para la ejecución de su trabajo.

REQUISITOS MÍNIMOS (Requisitos del Puesto):

EDUCACIÓN: Ninguna.

EXPERIENCIA: Un año en labores de ventas.

ADICIONAL: Tener cursos de capacitación en ventas.

EMPRESA “BYPA SUR S.A”

CÓDIGO: 006

TÍTULO DEL PUESTO: CONSERJE

NATURALEZA DEL TRABAJO (Misión del Puesto):

Trámites administrativos.

FUNCIONES TÍPICAS (Actividades Esenciales):

- ❖ Entregar y recibir correspondencia de la empresa.
- ❖ Velar por la seguridad de la maquinaria y equipos de la empresa.
- ❖ Colaborar ocasionalmente con la ejecución de labores sencillas de oficina.
- ❖ Realizar la limpieza diaria de los muebles y enseres de oficina.
- ❖ Solicitar identificación a las personas que ingresen a la fábrica.
- ❖ Las demás que le asigne el Jefe de Unidad o Gerente de área, dentro del ámbito de su actividad.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE (Destrezas Específicas Requeridas):

Es el responsable por el cumplimiento de labores sencillas y rutinarias, sujeto a disposiciones y normas dispuestas por sus superiores.

REQUISITOS MÍNIMOS (Requisitos del Puesto):

EDUCACIÓN: Bachiller en cualquier especialidad.

EXPERIENCIA: Un año en labores similares.

EMPRESA "BYPA SUR S.A"

CÓDIGO: 007

TÍTULO DEL PUESTO: CHOFER

NATURALEZA DEL TRABAJO (Misión del Puesto):

- Manejar el vehículo de la empresa

FUNCIONES TÍPICAS (Actividades Esenciales):

- ❖ Transportar la mercadería desde la productora hasta la comercializadora
- ❖ Transportar la mercadería a la bodega de la empresa
- ❖ Entregar el producto a los usuarios
- ❖ Transportar al personal

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE (Destrezas Específicas Requeridas):

- ❖ Esta clase de puesto se caracteriza por la responsabilidad de conducir, entregar y controlar la adecuada comercialización del producto

REQUISITOS MÍNIMOS (Requisitos del Puesto):

EDUCACIÓN: Ser Chofer Profesional

EXPERIENCIA: Tres años en labores afines

EMPRESA "BYPA SUR S.A"

CÓDIGO: 008

TÍTULO DEL PUESTO: BODEGUERO

NATURALEZA DEL TRABAJO (Misión del Puesto):

Administrar y ordenar la bodega.

FUNCIONES TÍPICAS (Actividades Esenciales):

- ❖ Recibir el producto.
- ❖ Entregar el producto.
- ❖ Ordenar la bodega.
- ❖ Realizar inventario del producto.
- ❖ Realizar informe del inventario del producto.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE (Destrezas Específicas Requeridas):

Es el responsable de la bodega y de sus productos.

REQUISITOS MÍNIMOS (Requisitos del Puesto):

EDUCACIÓN: Bachiller en cualquier especialidad.

EXPERIENCIA: Un año en labores similares.

ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO

El estudio económico financiero presenta de manera sistemática y ordenada la información monetaria de acuerdo al análisis efectuado en estudio técnico la cual nos llevara a la evaluación financiera del mismo.

Además comprende la estimación de los recursos económicos necesarios que implica la realización del proyecto previo a invertir.

A continuación se detalla lo siguiente:

ESTUDIO ECONOMICO

El estudio económico trata, de determinar cuál será la cantidad de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realice, es decir, cuánto dinero se necesita para que la comercializadora realice sus funciones.

ESTUDIO DE INVERSIONES:

La inversión son los recursos (sean estos materiales o financieros) necesarios para realizar el proyecto a la vez es la cuantificación monetaria de todos los recursos que van a permitir la realización del proyecto.

Para sacar el resumen de la inversión se valorizo de acuerdo a las proformas de los activos para en base a ello sacar el presupuesto general de la Comercializadora.

Se componen de:

- **ACTIVOS FIJOS:** se definen como los bienes de una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones
- **ACTIVOS DIFERIDOS:** corresponde a los gastos pagados por anticipado.
- **CAPITAL DE TRABAJO:** es aquel que se va a realizar en efectivo o se va a consumir dentro de un año o dentro de un ciclo de operación de un negocio.

RESUMEN DE LA INVERSIÓN PARA LA “COMERCIALIZADORA DE COSTALES DE POLIPROPILENO EN EL CANTON CATAMAYO S.A”		
DETALLE	SUB TOTAL	TOTAL
ACTIVOS FIJOS		
Muebles y enseres	2190	
Equipo de oficina	936	
Vehículo	24000	
Equipo de computo	4680	
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	31806	31806
ACTIVOS DIFERIDOS		
Estudio de mercado	2400	
Patente municipal	55	
Inscripción al registro mercantil	100	
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS	2555	2555
CAPITAL DE TRABAJO		
Inventario	32105	
Sueldos y salarios	3689	
Suministros de oficina	28	
Útiles de aseo y limpieza	14	
Arriendo	800	
Combustibles y lubricantes	266	
Mantenimiento de equipo de oficina	60	
Servicios básicos	130	
Accesorios de seguridad	395	
Publicidad	300	
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO	37788	37788
TOTAL DE LA INVERSION		72149

Cuadro Nº 85

Fuente: ver en anexos del estudio económico financiero

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

EXPLICACIÓN DEL CUADRO Nº 85

Para la siguiente tabla se tomó en cuenta los activos fijos, diferidos y el capital de trabajo para obtener el total de la inversión, el total de **ACTIVO FIJO** es de \$ **31806** siguiendo este un 44,08% el total de **ACTIVOS DIFERIDOS** es de \$ **2555** con un porcentaje de 3,54% y como **CAPITAL DE TRABAJO** tenemos \$ **37788** dando un

porcentaje de 53.11% la suma de las tres cantidades nos da el total de la inversión para la Comercializadora de Costales de Polipropileno es de \$ 72149 representando el 100% de la inversión.

ESTUDIO DEL PRESUPUESTO

Presupuesto en ventas.- La comercialización de los costales el presupuesto precisa determinar las unidades a vender de cada producto y los precios de venta.

Para calcular la proyección el presupuesto de ventas primeramente se tomó la capacidad utilizada del estudio técnico que viene hacer las unidades a comercializar, para obtener el precio de venta se multiplico el margen de utilidad por el costo unitario, y al multiplicar estas dos cantidades nos dará el resultado de ingreso de ventas.

PRESUPUESTO DE VENTAS		
AÑOS	UNIDADES A COMERCIALIZAR	INGRESOS POR VENTAS
1	6750000	1836675
2	7500000	2040750
3	7500000	2040750
4	7500000	2040750
5	7500000	2040750

Cuadro N° 86

Fuente: ver en los cuadros N° 43- 79-80-81-82-83

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

DEL CUADRO N° 86

En la siguiente tabla se refleja el presupuesto de venta tomando en cuenta las unidades a comercializar de cada año para el primer año es de \$ 1836675 obtenidos estos resultados de los cuadros que se encuentran en los anexos del estudio

económico específicamente en los cuadros de compra de costales, el margen de utilidad y precio de venta al público.

Presupuesto de Gastos Administrativos.- son estimados que cubren la necesidad inmediata de contar con todo tipo de personal para sus distintas unidades, buscando darle operatividad al sistema.

Presupuesto de Gastos en Ventas.- Son los que se incurren en el área que se encarga de llevar los productos terminados, desde la empresa hasta el consumidor. Se incurren en la promoción y venta de un producto o servicio

PRESUPUESTO GENERAL DE COMERCIALIZACION PARA LA "COMERCIALIZADORA DE COSTALES DE POLIPROPILENO EN EL CANTON CATAMAYO S.A"					
COSTO DE COMERCIALIZACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVENTARIO	1541025	1605132	1671905	1741456	1813901
TOTAL DE COSTOS DE COMERCIALIZACION	1541025	1605132	1671905	1741456	1813901
GASTOS DE ADMINISTRACION					
SUELDOS Y SALARIOS	44272	46114	48032	50030	52111
INFRAESTRUCTURA (ARRIENDO)	9600	9999	10415	10849	11300
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	3192	3325	3463	3607	3757
SUMINISTROS DE OFICINA	330	344	358	373	389
UTILES DE LIMPIEZA	133	138	144	150	156
SERVICIOS BASICOS	1560	1625	1692	1763	1836
MANTENIMIENTO DE EQUIPO DE OFICINA	720	750	781	814	847
ACCESORIOS DE SEGURIDAD	395	411	429	446	465
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	346	346	346	346	346
DEPRECIACION DE VEHICULO	3840	3840	3840	3840	3840
DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	150	150	150	150	150
DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTO	1027	1027	1027	1027	1027
DEPRECIACION DE REINVERCION DE EQUI.COM	1070	1070	1070	1070	1070
TOTAL GASTOS ADMINISTRACION	66635	69139	71748	74465	77295
GASTOS EN VENTAS					
PUBLICIDAD	300	312	325	339	353
TOTAL DE GASTOS DE VENTAS	300	312	325	339	353
OTROS GASTOS					
AMORTIZACION DE ACTIVOS DIFERIDOS	511	511	511	511	511
TOTAL DE OTROS GASTOS	511	511	511	511	511
TOTAL DE COSTOS DE COMERCIALIZACION	1608471	1675094	1744489	1816771	1892060

Cuadro N° 87

Fuente: ver en anexos del estudio económico financiero

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

EXPLICACIÓN DEL CUADRO N° 87

En la siguiente tabla constan los costos de los costales a comercializar que estos son de \$ **1541025** gastos administrativos que son de \$ **66635** en los gastos en ventas tenemos para el primer año \$ **300** en otros gastos están las amortizaciones de los activos diferidos con un monto de \$ **511** dando un total de costos de comercialización de \$ **1608471** del primer año.

Para los siguientes 5 años se le incrementa el porcentaje de inflación de 4,16 pero a las depreciaciones y la amortización no le afecta la inflación por lo tanto se considera el mismo valor para todos los años de vida útil del proyecto.

ANALISIS DE LOS COSTOS

Costos.- es la suma de esfuerzos y recursos que se han invertido para producir algo útil.

Costos Fijos.- son los desembolsos que no cambian con el volumen total de las ventas o la cantidad de modificaciones que se realizan en la producción

Costos Variables.- gastos que se realizan y que se hallan en relación proporcional con respecto al aumento o disminución a los volúmenes de la producción o de sus ventas.

Costos Totales.- son todos los costos relacionados con la producción de un bien, son la suma de los fijos y los variables.

Punto de Equilibrio.- El Punto de Equilibrio de un bien o servicio, está dado por el volumen de ventas para el cual, los ingresos totales se hacen iguales a los costos totales. Es decir, el nivel de actividad para el cual no hay pérdidas ni ganancias

CLASIFICACION DE LOS COSTOS DE COMERCIALIZACION										
DESCRIPCION	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	C. FIJO	C. VARIABLE	C. FIJO	C. VARIABLE	C. FIJO	C. VARIABLE	C. FIJO	C. VARIABLE	C. FIJO	C. VARIABLE
COSTOS DE COMERCIALIZACION										
INVENTARIO		1541025		1605132		1671905		1741456		1813901
TOTAL DE COSTO DE COMERCIALIZACION		1541025		1605132		1671905		1741456		1813901
GASTOS DE ADMINISTRACION										
SUELDOS Y SALARIOS	44272		46114		48032		50030		52111	
INFRAESTRUCTURA (ARRIENDO)	9600		9999		10415		10849		11300	
SUMINISTROS DE OFICINA	330		344		358		373		389	
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES		3192		3325		3463		3607		3757
UTILES DE LIMPIEZA	133		138		144		150		156	
SERVICIOS BASICOS	1560		1625		1692		1763		1836	
MANTENIMIENTO DE EQUIPO DE OFICINA	720		750		781		814		847	
ACCESORIOS DE SEGURIDAD	395		411		429		446		465	
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	346		346		346		346		346	
DEPRECIACION DE VEHICULO	3840		3840		3840		3840		3840	
DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	150		150		150		150		150	
DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTO	1027		1027		1027		1027		1027	
DEPRECIACION DE REINVERSION DE EQUI.COM	1070		1070		1070		1070		1070	
TOTAL GASTOS ADMINISTRACION	63443	3192	65814	3325	68285	3463	70858	3607	73538	3757
GASTOS EN VENTAS										
PUBLICIDAD		300		312		325		339		353
TOTAL DE GASTOS EN VENTAS		300		312		325		339		353
OTROS GASTOS										
AMORTIZACION DE ACTIVOS DIFERIDOS	511		511		511		511		511	
TOTAL DE OTROS GASTOS	511		511		511		511		511	
TOTAL DE GASTOS	63954	1544517	66325	1608769	68796	1675694	71369	1745403	74049	1818011
TOTAL DE COSTOS DE COMERCIALIZACION		1608471		1675094		1744489		1816771		1892060

Cuadro Nº 88

Fuente: ver en anexos del estudio económico financiero

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

PUNTO DE EQUILIBRIO

En Función de las Ventas Año # 1

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}\right)}$$

$$PE = \frac{63954}{1 - \left(\frac{1544517}{1836675}\right)}$$

$$PE = \frac{63954}{1 - (0.8409)}$$

$$PE = \$ 402052$$

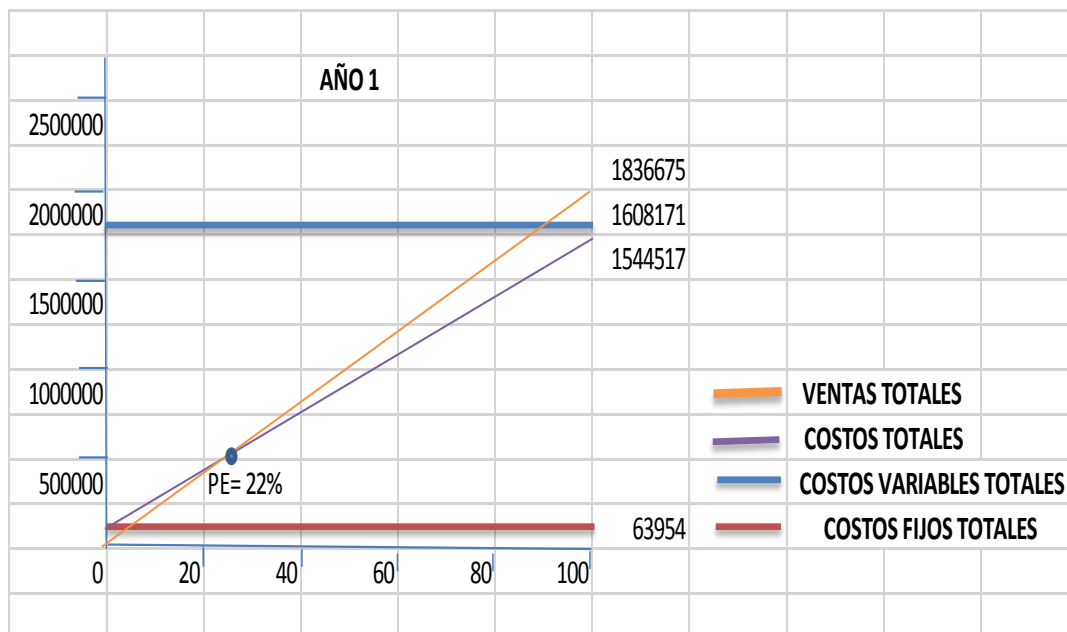
En Función de la Capacidad Instalada Año #1

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} * 100$$

$$PE = \frac{63954}{1836675 - 1544517} * 100$$

$$PE = 22\%$$

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO Nº 1



En Función de las Ventas Año #2

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}\right)}$$

$$PE = \frac{66325}{1 - \left(\frac{1608456}{2040750}\right)}$$

$$PE = \frac{66325}{1 - (0.7882)}$$

$$PE = \$ 313103$$

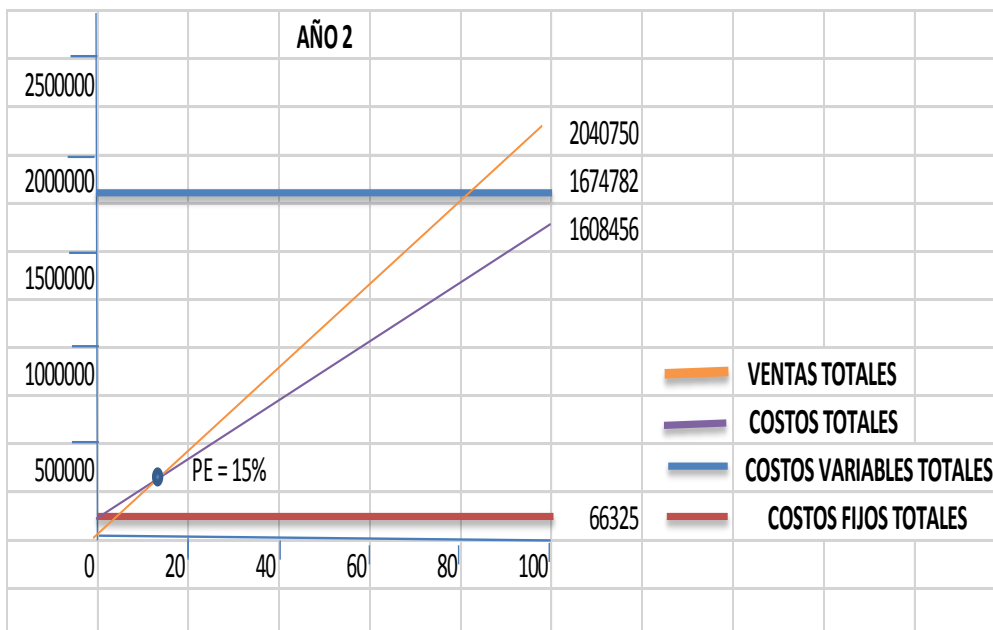
En Función de la Capacidad Instalada Año #2

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} * 100$$

$$PE = \frac{66325}{2040750 - 1608456} * 100$$

$$PE = 15 \%$$

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO N° 2



En Función de las Ventas Año #3

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}\right)}$$

$$PE = \frac{68796}{1 - \left(\frac{1675368}{2040750}\right)}$$

$$PE = \frac{68796}{1 - (0.8210)}$$

$$PE = \$ 384243$$

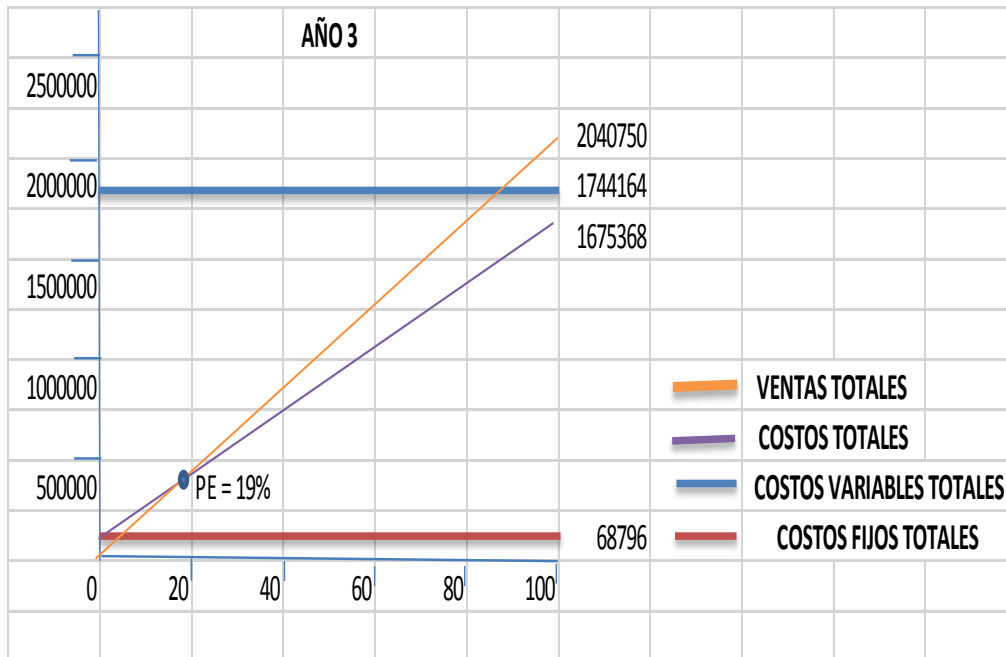
En Función de la Capacidad Instalada Año #3

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} * 100$$

$$PE = \frac{68495}{2040750 - 1675368} * 100$$

$$PE = 19 \%$$

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO N° 3



En Función de las Ventas Año #4

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}\right)}$$

$$PE = \frac{71369}{1 - \left(\frac{1745064}{2040750}\right)}$$

$$PE = \frac{71369}{1 - (0.8551)}$$

$$PE = \$ 492571$$

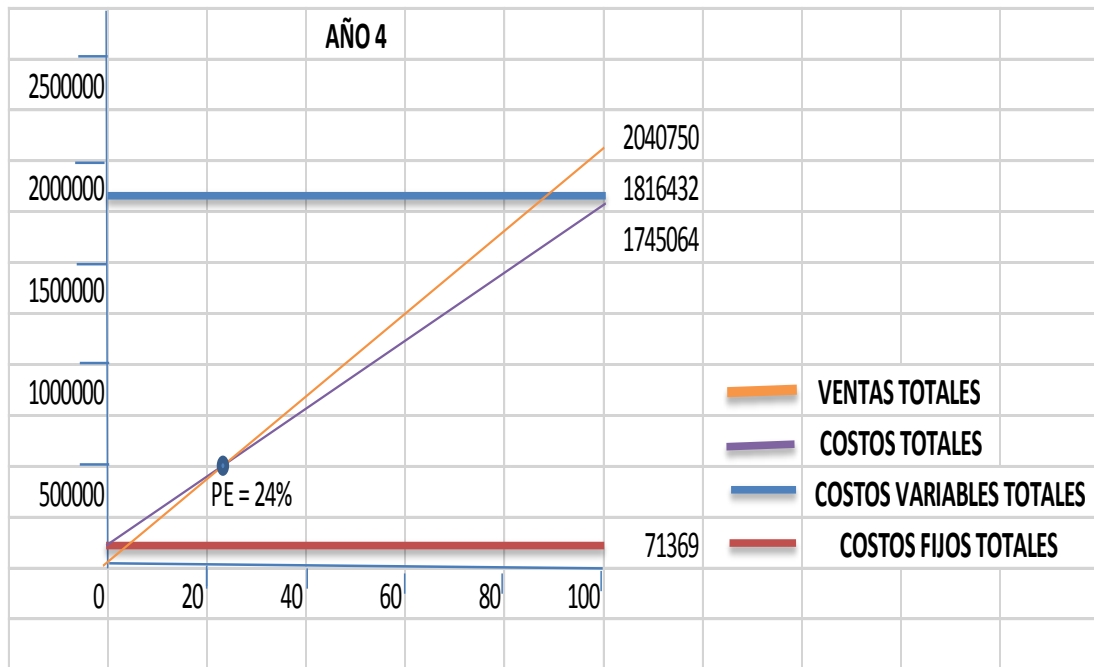
En Función de la Capacidad Instalada Año #4

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} * 100$$

$$PE = \frac{71369}{2040750 - 1745064} * 100$$

$$PE = 24 \%$$

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO N° 4



En Función de las Ventas Año #5

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}\right)}$$

$$PE = \frac{74049}{1 - \left(\frac{188011}{2040750}\right)}$$

$$PE = \frac{74049}{1 - (0.8908)}$$

$$PE = \$ 678442$$

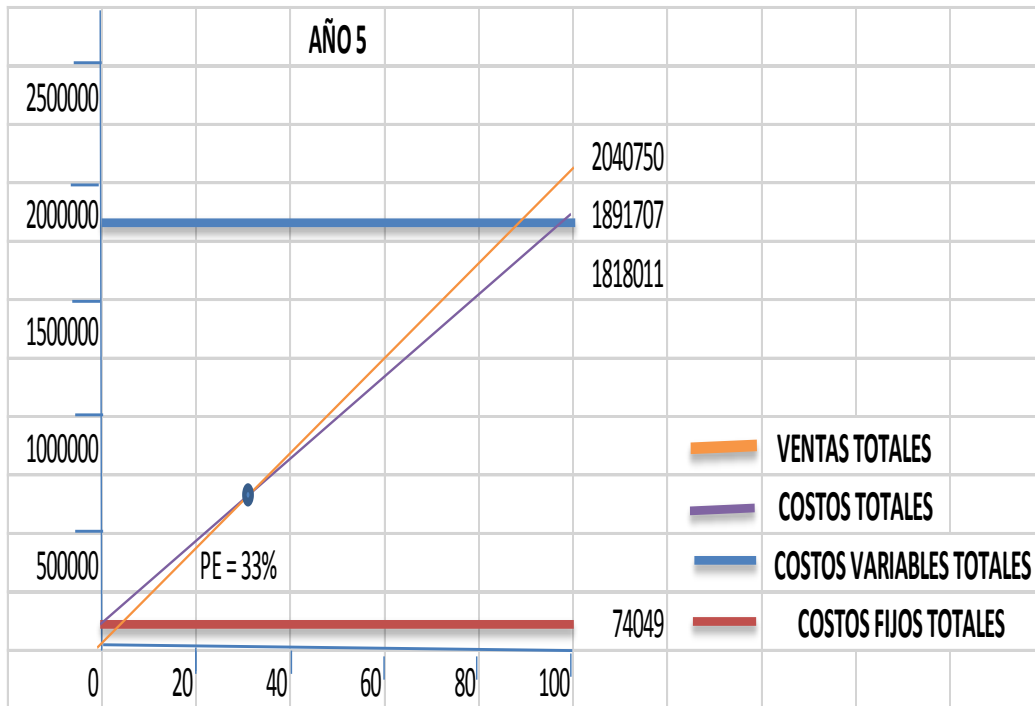
En Función de la Capacidad Instalada Año #5

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} * 100$$

$$PE = \frac{74049}{2040750 - 1818011} * 100$$

$$PE = 33 \%$$

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO N° 5



ESTUDIO FINANCIERO

El Estudio Financiero es una herramienta que permite realizar comparaciones relativas de distintos negocios y facilita la toma de decisiones de inversión, financiación, planes de acción, control de operaciones, reparto de dividendos, entre otros.

FINANCIAMIENTO

El financiamiento para el proyecto de inversión será capital propio siendo este de \$ **72149**

ESTADO DE RESULTADOS

Es el que muestra los productos, rendimientos, ingresos, rentas, utilidades, ganancias, costos, gastos y pérdidas correspondientes a un periodo determinado, con objeto de calcular la utilidad neta o la pérdida líquida obtenida durante dicho periodo.

EXPLICACIÓN DEL CUADRO Nº 89

Para realizar el estado de pérdidas y ganancias se toma las ventas proyectadas para los 5 años, para el valor de rescate del 3º año se toma el valor de los equipos de cómputo y para 5º año el subtotal que se lo obtiene restando del total del valor de rescate menos la reinversión de los equipos de cómputo; luego se suman las 2 cantidades y se obtiene el total de ingresos para los 5 años. Para los egresos se toma los valores del cuadro de los presupuestos de comercialización

La utilidad operativa estos valores son obtenidos al momento de restar los ingresos con los egresos luego este resultado se lo multiplica por el 15% de las utilidades a los trabajadores. Para obtener la utilidad antes de la renta se resta la utilidad operativa menos el 15% de las utilidades a trabajadores. Para obtener el impuesto a la renta se multiplica la utilidad antes de la renta por el 25%; Para sacar el valor de la utilidad antes de la reserva legal se resta la utilidad antes de la renta menos el valor del 25% del impuesto a la renta y finalmente se multiplica la utilidad antes de la reserva legal por el 10% de la reserva legal, luego se resta la utilidad antes de la reserva legal menos el 10% de la reserva legal y así se obtiene la utilidad neta.

TABLA Nº 5

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
DENOMINACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	1836675	2040750	2040750	2040750	2040750
TOTAL DE INGRESOS	1836675	2040750	2040750	2040750	2040750
EGRESOS					
Inventario	1541025	1605132	1671905	1741456	1813901
TOTAL DE EGRESOS	1541025	1605132	1671905	1741456	1813901
(=) UTILIDAD BRUTA	295650	435618	368845	299294	226849
(-) Costos de Operación	67446	69963	72584	75315	78159
(-) UTILIDAD NETA	228204	365656	296261	223979	148690
(-) 15% de utilidad a trabajadores	34231	54848	44439	33597	22304
(=) Utilidad antes del impuesto a la renta	193974	310807	251822	190382	126387
(-) 25% de impuesto a la renta	48493	77702	62955	47596	31597
(=) Utilidad antes de la reserva legal	145480	233106	188866	142787	94790
(-) 10% de la reserva legal	14548	23311	18887	14279	9479
UTILIDAD LIQUIDA	130932	209795	169980	128508	85311

Cuadro Nº 89

Fuente: ver cuadro Nº 86 del presupuesto de ventas y el cuadro Nº 87 del presupuesto de costos

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

EVALUACIÓN FINANCIERA

FLUJO DE CAJA

El flujo de fondos o flujo de caja consiste en un esquema que presenta sistemáticamente los costos e ingresos registrados año por año. Estos se obtienen de los estudios técnicos de mercado, administrativo.

Para la realización del flujo de caja se toma el primer año determinado como año 0 en donde consta de caja inicial y las ventas que tendrán un valor de 0,00 dólares por motivo de que la empresa aún no está operando así como también se toma en cuenta el crédito que se realiza para la inversión de la misma y los aportes por parte de los socios, sumados estos 2 valores nos dan el total de ingresos del año 0, luego se detallan los egresos que son los activos fijos, diferidos, capital de trabajo pero no son tomados aun en cuenta x que la empresa aún no está laborando, sumado todos estos valores nos dan el total de egresos, luego se resta el total de los ingresos menos los egresos y nos da el total del flujo de caja.

Para los años siguientes se toma el flujo de caja que va saliendo de cada año para la caja inicial, las ventas se toman del cuadro del presupuesto de las mismas, el aporte de socios ya no son tomados en cuenta ya que eso se lo realiza solo para el año 0, al igual que los activos fijos, diferidos y el capital de trabajo que son tomados del cuadro del resumen de la inversión, los activos diferidos del total que tenemos lo dividimos para 5 años y ese valor se lo ubica para todos los años que durara el proyecto.

El 15% de utilidad a trabajadores y el 25 % del impuesto a la renta se lo toman del cuadro anterior del estado de pérdidas y ganancias la depreciaciones más las amortizaciones estas se restan al total de egresos, el resultado de los ingresos se restan los egresos y obtuvimos el flujo de caja para proyectarlo para el siguiente año siguiendo los mismos pasos.

FLUJO DE CAJA						
DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAJA INICIAL	0	0	152424	392473	589801	739532
VENTAS	0	1836675	2040750	2040750	2040750	2040750
APORTE DE SOCIOS	72149	0	0	0	0	0
VALOR RESIDUAL				1518		1581
TOTAL DE INGRESOS	72149	1836675	2193174	2434741	2630551	2781863
EGRESOS						
ACTIVOS FIJOS	31806	0	0	0	0	0
ACTIVOS DIFERIDOS	2555	0	0	0	0	0
CAPITAL DE TRABAJO	37788	0	0	0	0	0
COSTO DE COMERCIALIZACION	0	1608471	1675094	1744489	1816771	1892060
(-)DEPRECIACION Y AMORTIZACION	0	6944	6944	6944	6944	6944
15% DE UTILIDAD TRABAJADORES	0	34231	54848	44439	33597	22304
25% IMPUESTO A LA RENTA	0	48493	77702	62955	47596	31597
TOTAL DE EGRESOS	72149	1684251	1800701	1844940	1891020	1939016
FLUJO DE CAJA	0	152424	392473	589801	739532	842846

Cuadro N° 90

Fuente: ver cuadro N° 89 del estado de pérdidas y ganancias, cuadro N° 87 del presupuesto de costos y el cuadro N° 85 del total de la inversión

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

Como podemos observar en la tabla los ingresos van hacer mayores que los egresos dando así un flujo de caja rentable para el primer año es de \$ **219870** y para el quinto año tenemos \$ **1050250** por lo cual podemos concluir que nuestro proyecto es rentable para los 5 años de proyección.

VALOR ACTUAL NETO.

El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno liquido actualizado generado por el proyecto. Los criterios adoptar para tomar una decisión son:

- Si el VAN es positivo, el proyecto es factible.
- Si el VAN es igual a cero, la ejecución del mismo es indiferente.
- Si el VAN es negativo, no es factible.

VALOR ACTUAL NETO			
AÑO	FA (12)	FLUJOS NETO	PROMEDIO ACTUAL
INVERSION			-72149
1	0,892857143	152424	136092,86
2	0,797193878	392473	312877,07
3	0,711780248	589801	419808,70
4	0,635518078	739532	469985,96
5	0,567426856	842846	478253,46
		VAN	1744869,04

Cuadro N° 91

Fuente: ver cuadro N° 90 flujo de caja

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

FÓRMULA PARA OBTENER EL VAN DEL PROYECTO

$$\text{VAN} = \sum \text{FACTOR DE ACTUALIZACIÓN} - \text{INVERSIÓN}$$

$$\text{VAN} = 1817018,04 - 72149$$

$$\text{VAN} = 1744869,04$$

El VAN calculado en el presente proyecto es de \$ **1744869,04** dólares y sus cálculos son expresados en el siguiente cuadro.

Para la obtención del van se toma los flujos de caja de los 5 años de vida útil del proyecto y se multiplica por el factor de actualización que es de 12% de tasa

comercial de interés del banco del fomento este se lo obtiene mediante la siguiente formula $1/(1+0.12)^1$ y así para los siguientes años.

TASA INTERNA DE RETORNO

Método de evaluación que al igual que el Valor Actual Neto (VAN), se toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. La TIR, utiliza como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo la referencia siguiente:

- Si la TIR es mayor que el costo de capital se acepta el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo de capital es indiferente la ejecución del proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

A continuación se representa en el siguiente cuadro:

AÑO	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACT.ACT.	VAN MENOR	FACT.ACT.	VAN MAYOR
		310%		317%	
INVERSION	-72149		-72149		-72149
1	152424	0,24390244	37177	0,23980815	36553
2	392473	0,0594884	23348	0,05750795	22570
3	589801	0,01450937	8558	0,01379088	8134
4	739532	0,00353887	2617	0,00330716	2446
5	842846	0,00086314	727	0,00079308	668
			277		-1778

Cuadro N° 92

Fuente: ver cuadro N° 90 flujo de caja

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

FORMULA PARA OBTENER

$$TIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right) \quad TIR=310+07(277/277+1778) \quad TIR=43\%$$

FORMULA PARA OBTENER EL FACTOR DE ACTUALIZACIÓN

$$FA = 1 / (1+i)^n \quad FA = 1 / (1+310)^1 \quad FA = 0,243902$$

Para el presente proyecto la **TIR** es **43 %** que resulta mayor que el costo de oportunidad del dinero

Para la obtención de la **TIR** se toma los flujos de caja de los 5 años de vida útil del proyecto y se multiplica por el factor de actualización

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL (PRC)

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original.

En el siguiente cuadro se demuestra el tiempo requerido para que nuestro proyecto recupere la inversión inicial de capitales en 6 meses 19 días.

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

El indicador Beneficio-Costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido.

Los criterios de decisión son los siguientes:

$B/C > 1$ es factible realizar el proyecto

$B/C = 1$ es indiferente realizar el proyecto

$B/C < 1$ se debe rechazar el proyecto

PRI	0,473344093
INVERSION	72149
PRIMER FLUJO	152424

Cuadro N° 93

Fuente: ver cuadros N° 91 del van y 85 inversión estudio económico financiero

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

AÑO	0
MESES	6
DIAS	19

Cuadro N° 94

Fuente: ver cuadro N° 93

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

DESARROLLO DE LA FORMULA

$$PRC = 1 + ((72149 - 152424) / 152424)$$

$$PRC = 0,470785965$$

$$AÑOS = 0$$

$$MESES = 0,47 * 12$$

$$MESES = 6$$

$$DIAS = 0,64 * 30$$

$$DIAS = 19$$

FORMULA

$$\text{PRC} = \frac{\text{AÑO ANTERIOR A CUBRIR LA INVERSIÓN} + \text{INVERSIÓN} - \text{FLUJO ANTERIOR}}{\text{FLUJO DE AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$$

RELACION BENEFICIO COSTO

Cuya demostración matemática se tiene el en cuadro siguiente.

RELACION BENEFICIO COSTO					
PERIODO	INGRESOS ORIGINALES	COSTOS ORIGINALES	TASA MÍNIMA ACEPTACIÓN	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS ACTUALIZADOS
1	1836675	1608471	0,892857143	1639888	1436135
2	2040750	1675094	0,797193878	1626873	1335375
3	2040750	1744489	0,711780248	1452566	1241693
4	2040750	1816771	0,635518078	1296934	1154591
5	2040750	1892060	0,567426856	1157976	1073606
				7174237	6241399

Cuadro N° 95

Fuente: ver cuadros N° 86,87 del estudio económico financiero

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

FORMULA

$$\text{RBC} = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{COSTOS ACTUALIZADOS}}$$

$$\text{RBC} = \frac{7174237}{6241399} = 1,15$$

En el presente proyecto este indicador es de 1,15; lo que quiere decir que por cada dólar invertido se obtiene 0,15 centavos de dólar de beneficio. Para la obtención del siguiente cuadro se multiplica los ingresos y los costos por la TMA (tasa mínima de aceptación) que es de 12%.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad para medir el efecto de dos situaciones que se dan en una economía; el aumento de los costos y la disminución de los ingresos.

Los criterios para la toma de decisiones son:

- ❖ Si el coeficiente de sensibilidad es mayor que 1 el proyecto es sensible.
- ❖ Si el coeficiente de sensibilidad es igual a 1 el proyecto no sufre ningún efecto.
- ❖ Si el coeficiente de sensibilidad es menor que 1 el proyecto no es sensible.

INCREMENTO EN LOS COSTOS DEL 9%

Si los costos sufrieren un aumento del 9%, el indicador de sensibilidad obtenido es **0,99** que resulta menor que la unidad, por lo tanto el proyecto no es sensible a los cambios, según se indica en cuadro N° 96

DISMINUCIÓN DE LOS INGRESOS DEL 7%

El índice obtenido es **0,98** ante una disminución de los ingresos del 7% que es menor que la unidad por ende el proyecto no es sensible, según se explica en los cálculos del cuadro N° 9.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO EN LOS COSTOS DEL 9%								
PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL INCREMENTADO	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIONES				
				FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACION	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACION	VAN MAYOR
		9%			161,50%		162,54%	
INVERSION						-72149		-72149
1	1608471	1753233	1836675	83442	0,382409178	31909	0,38089434	31782
2	1675094	1825852	2040750	214898	0,146236779	31426	0,145080498	31177
3	1744489	1901493	2040750	139257	0,055922287	7788	0,055260341	7695
4	1816771	1980280	2040750	60470	0,021385196	1293	0,021048351	1273
5	1892060	2062345	2040750	-21595	0,008177895	-177	0,008017198	-173
						90		-394

Cuadro N° 96

Fuente: ver cuadros N° 95 de la evaluación financiera

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

TIR= 43%
NTIR= $TM + DT (VAN \text{ MENOR} / VAN \text{ MENOR} - VAN \text{ MAYOR})$
NTIR= 30%
DIFERENCIAS TIR= TIR PROYECTO - N TIR 13%
TIR
PORCENTAJE DE VARIACION= DIFERENCIA TIR / TIR DEL PROYECTO= 29.7%
SENSIBILIDAD = PORCENTAJE DE VARIACION / NUEVA TIR = 0,99

El coeficiente de sensibilidad es **0,99** menor que 1, significa que el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCION DE LOS INGRESOS DEL 7%								
PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL DISMINUIDO	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIONES				
				FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACION	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACION	VAN MAYOR
		7%			180%		182,85%	
INVERSION						-72149		-72149
1	1608471	1708108	1836675	99637	0,357142857	35585	0,353544281	35226
2	1675094	1897898	2040750	222804	0,12755102	28419	0,124993559	27849
3	1744489	1897898	2040750	153409	0,045553936	6988	0,044190758	6779
4	1816771	1897898	2040750	81127	0,016269263	1320	0,01562339	1267
5	1892060	1897898	2040750	5838	0,005810451	34	0,00552356	32
						197		-995

Cuadro N° 97

Fuente: ver cuadros N° 95 de la evaluación financiera

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

TIR= 43%
NTIR= $TM + DT (VAN \text{ MENOR} / VAN \text{ MENOR} - VAN \text{ MAYOR})$
NTIR= 30%
DIFERENCIAS TIR= TIR PROYECTO - N TIR 13%
PORCENTAJE DE VARIACION= DIFERENCIA TIR / TIR DEL PROYECTO= 29.7%
SENSIBILIDAD = PORCENTAJE DE VARIACION / NUEVA TIR = 0,99

El coeficiente de sensibilidad es **0,98** menor que 1, significa que el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.

h. CONCLUSIONES

Una vez terminado el trabajo investigativo hemos llegado a las siguientes conclusiones:

- En cuanto a los objetivos planteados fueron desarrollados en el proceso de la investigación sin problema alguno.
- Después de haber realizado el estudio de mercado hemos demostrado que existen una **demanda total o efectiva** de 13427767 para el 2013 además tenemos la **demanda insatisfecha** a la cual se enfocó el proyecto que es del 61% que corresponde a 8227767 costales los precios van acorde de la competencia.
- La comercialización de nuestros costales será de las casas productoras luego a nuestra comercializadora y finalmente al agricultor.
- Nuestra comercializadora se ubicara en un lugar estratégico del cantón catamayo entre las calles 24 de mayo y Eugenio Espejo.
- La empresa jurídicamente se constituyó en una **COMPAÑÍA DE SOCIEDAD ANÓNIMA** y administrativamente se encontrara organizada con los niveles jerárquicos correspondientes, con sus respectivos organigramas y por ende su manual de funciones que le permitirá técnicamente sus actividades.

- La inversión es de \$ **72149** se contara con capital propio, la utilidad líquida del primer año es de \$ **130932** y el flujo de caja es de \$ **152424** del primer año.
- Al establecer el VAN en el presente proyecto nos da un valor positivo de \$ **1744869,04** dólares lo que nos indica que el proyecto es factible y por ende la inversión es conveniente.
- La TIR del proyecto es de **43 %** se recuperara el capital en 6 meses con 19 días, además por cada dólar invertido se recuperan 0,15 centavos de dólar.
- En el análisis de sensibilidad se demuestra que el proyecto no será sensible en cuanto a los costos se llevó un incremento del 9% y a los ingresos una disminución de un 7%.

i. RECOMENDACIONES

Podemos recomendar lo siguiente:

- Que los inversionistas interesados ejecuten este proyecto pues tendrá muchos beneficios tanto sociales como económicos.
- La gestión del gobierno para fomentar la creación de empresas a través del amparo y protección de leyes debe ser apoyada con la ejecución de obras básicas para el desarrollo empresarial de manera que los capitales existentes en el cantón sean invertidos con toda confianza.
- Se recomienda así mismo que las instalaciones y la puesta en marcha de la comercializadora se lo haga en el menor tiempo posible por cuando existe una demanda que favorece a los intereses de esta actividad.
- Que exista una buena gestión organizacional con especificación clara de funciones, personal calificado y bajo la dirección de profesionales en sus áreas.
- Frente al proceso de comercialización se recomienda utilizar estrategias de atención al cliente para que se sienta a gusto con el producto como su atención.

j. BIBLIOGRAFIA

- ❖ Autores: **Arturo Morales Castro y José Antonio Morales Castro**, Título del libro: Proyecto de inversión en la práctica, formulación y evaluación, Año: Segunda Edición 2006 pag: 402
- ❖ **Autores:** Arturo Morales Castro y José Antonio Morales Castro Proyectos de inversión. Evaluación y formulación **Año de edición:** 2009 **Editorial:** McGraw-Hill Interamericana Editores S.A de C. V. (México D.F.)
- ❖ Autor: **García Santillán y otros**. Título del libro: Proyectos de Inversión: evaluación integral Un enfoque práctico (2006) Idioma: castellano. Acerca de Proyectos
- ❖ Autor: **Hernández Hernández Abraham**. FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION. ISBN: 9706863885. ISBN: 9706863885. Editorial: Thompson. Año: 2005
- ❖ Autores **Nassir Sapag Chain y Reinaldo Sapag** ... Libro "Preparación y Evaluación de Proyectos" INVERSION Conozca los PASOS PARA ELABORAR UN PROYECTO

EMPRESAS DEL ECUADOR

- ❖ FABRICA DE SACOS SUPERSAC en Guayaquil
- ❖ PLASTI GUAYAS en Guayaquil

PAGINAS WEB

- ❖ Web: <http://www.magap.gob.ec>
- ❖ Web: <http://www.mipro.gob.ec>
- ❖ Web: <http://www.inec.gob.ec/home/>
- ❖ <http://www.agricultura.gob.ec>

k. ANEXOS

Anexos # 1

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PARA LOS DEMANDANTES**

La presente encuesta tiene como objetivo obtener información veraz y confidencial acerca de sus gustos, preferencias y precios acerca de los envases que usted ocupa para sus productos agrícolas, con la finalidad de realizar un estudio de mercado que nos permita determinar la demanda para **LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE COSTALES DE POLIPROPILENO EN EL CANTON CATAMAYO.**

1.- ¿UTILIZA USTED COSTALES?

Sí No

2.- ¿DE QUE MATERIAL UTILIZA USTED LOS COSTALES SEÑALE CON UNA X?

Polipropileno (fibra sintética o más conocido de plástico)

Cabuya (Yute)

Malla

3.- ¿CONOCE USTED LA PROCEDENCIA DE LOS COSTALES? A CONTINUACIÓN LE PONEMOS ALGUNAS OPCIONES SEÑALE CON UNA X

Guayaquil Quito Cuenca Loja
Ambato Otros

CUALES.....
.....

4.- ¿QUÉ TIPO DE PRODUCTO USTED PRODUCE Y COMERCIALIZA EN MAYOR CANTIDAD? MARQUE CON UNA X

Limón Cebolla Pepino Yuca Maíz
Camote Maracuyá Pimiento Frejol Otros

CUALES.....
.....

5.- ¿CADA QUE TIEMPO COMPRA USTED LOS COSTALES?

Diariamente Semanalmente Mensualmente

Otros

CUALES.....

6. ¿QUÉ CANTIDAD DE COSTALES COMPRA USTED?

1--100	<input type="checkbox"/>	300--400	<input type="checkbox"/>
100--200	<input type="checkbox"/>	400—500	<input type="checkbox"/>
200—300	<input type="checkbox"/>	500—más	<input type="checkbox"/>

7.- ¿TIENE ALGÚN INCONVENIENTE AL MOMENTO DE ADQUIRIR LOS COSTALES?

Sí No

8.- ¿SU RESPUESTA ES SÍ? QUE TIPO DE INCONVENIENTE TIENE MARQUE CON UNA X EL QUE CONSIDERE MAS IMPORTANTE

Precios altos	<input type="checkbox"/>	Mala calidad	<input type="checkbox"/>
Escases del producto	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>

CUALES.....
.....

9.- ¿SEÑALE CON UNA X EL LUGAR DONDE ADQUIERE LOS COSTALES CON MAYOR FRECUENCIA?

Tiendas	<input type="checkbox"/>	Comercializadoras	<input type="checkbox"/>
Bodegas	<input type="checkbox"/>	Supermercados	<input type="checkbox"/>

10.- ¿A QUÉ PRECIO ADQUIERE LOS COSTALES USTED. SEÑALE CON UNA X DEPENDIENDO AL PRODUCTO QUE MAS PRODUCE Y COMERCIALICE?

\$ 0.19	<input type="checkbox"/>	\$ 0.20	<input type="checkbox"/>	\$ 0.25	<input type="checkbox"/>	\$ 0.30	<input type="checkbox"/>
\$ 0.35	<input type="checkbox"/>	\$ 0.45	<input type="checkbox"/>				

11.- ¿QUÉ FACTOR TOMA EN CUENTA AL MOMENTO DE ADQUIRIR EL PRODUCTO?

Precio Calidad Tamaño Otros

12.- ¿MENCIONE LOS NOMBRES DE LOS LUGARES QUE ADQUIERE CON MÁS FRECUENCIAS LOS COSTALES?

.....
.....
.....

13.- ¿RECIBE USTED PROMOCIONES?

Sí No

14.- ¿SI SU RESPUESTA ES AFIRMATIVA ENUMERE QUE TIPO DE PROMOCIONES RECIBE?

.....
.....
.....

15.- ¿SI SU RESPUESTA ES NEGATIVA ENUMERE QUE TIPO DE PROMOCIONES LE GUSTARÍA RECIBIR?

.....
.....
.....

16.- ¿ESTARÍA DISPUESTO ADQUIRIR USTED LOS COSTALES EN UNA COMERCIALIZADORA QUE VENDA ESTE PRODUCTO EN CATAMAYO?

Sí

No

17.- ¿QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN PREFIERE PARA INFORMARSE SOBRE LA COMERCIALIZADORA DE COSTALES? MARQUE CON UNA X LA RESPUESTA QUE CONSIDERE CORRECTA

Radio

Prensa

Tv

Otros

CUALES.....
.....

18.- ¿EN QUE HORARIO LE GUSTARIA INFORMARSE? MARQUE CON UNA X LA RESPUESTA QUE CONSIDERE CORRECTA

De 7 am -- 8 am

De 12 pm -- 13 pm

De 18 pm -- 19 pm

De 22 pm -- 23 pm

GRACIAS POR SU COLABORACION

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PARA OFERENTES

La presente encuesta tiene como objetivo realizar un estudio de mercado a cerca de la comercialización de costales que existen en catamayo por ende necesitamos de su completa sinceridad y colaboración.

1.- ¿VENDE USTED COSTALES?

Sí No

2.- ¿CADA QUE TIEMPO VENDE USTED LOS COSTALES? SEÑALE CON UNA X

Diariamente Semanalmente Mensualmente Otros

CUALES.....

3. ¿QUÉ CANTIDAD DE COSTALES VENDE USTED CON MAS FRECUENCIA?

1---100	<input type="checkbox"/>	300---400	<input type="checkbox"/>
100---200	<input type="checkbox"/>	400---500	<input type="checkbox"/>
200---300	<input type="checkbox"/>	500---mas	<input type="checkbox"/>

4.- ¿QUE FACTORES CREE USTED QUE SUS CLIENTES TOMA EN CUENTA AL MOMENTO DE COMPRAR SUS COSTALES. SEÑALE CON UNA X

Precio Calidad Buena atención Tamaño
 Otros

CUALES.....

5.- ¿ENUMERE LOS NOMBRES DE LOS PROVEEDORES DE COSTALES DONDE USTED ADQUIERE EL PRODUCTO Y EL LUGAR DONDE ESTAN UBICADAS?

NOMBRE	LUGAR
.....
.....
.....

6.- ¿CITE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN POR EL CUAL USTED HACE CONOCER A SU EMPRESA Y A SUS PRODUCTOS?

Radio Prensa Tv
 Otros

CUALES.....

7.- ¿QUE HORARIO TIENE ESTABLESIDO SU NEGOCIO?

8:00am --- 12:00pm y de 14:00 pm --- 18 pm
 9:00am --- 13:00pm y de 15:00 pm --- 19 pm
 8:00 am --- 18:00 pm 9:00am -- 17:00 pm Otros horarios

CUALES.....
.....
.....

8.- ¿USTED TRABAJA CON CAPITAL PROPIO O RECURRE A FUENTES FINANCIERAS?

Capital Propio Crédito

9.- ¿CON RESPECTO A LA COMPETENCIA. SABE USTED CUANTAS EMPRESAS QUE COMERCIALIZAN LOS COSTALES HAN ENTRADO AL MERCADO?

Sí No

10.- ¿SU NEGOCIO BRINDA PROMOCIONES?

Sí No

11.- ¿SI SU RESPUESTA ES POSITIVA QUE CLASE DE PROMOCIONES OFRECE?

.....
.....
.....

12.- ¿A QUE PRECIO VENDE SUS COSTALES ESPECIFIQUE?

Limón.....	Cebolla.....	Pepino.....
Yuca.....	Maíz.....	Maracuya.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXOS # 2

TABULACION DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS DEMANDANTES

El siguiente cuadro representa las tabulaciones de las encuestas realizadas a los 355 agricultores del Cantón Catamayo ubicados en las zonas rurales

VARIABLES	PREGUNTA	PORCENTAJE	# DE ENCUESTADOS
	1.- ¿UTILIZA USTED COSTALES PARA ENVASAR SUS PRODUCTOS AGRICOLAS?		
Demanda	Si	100 %	355
	No	0 %	0
	2.- ¿DE QUE MATERIAL UTILIZA USTED LOS COSTALES?		
Producto	Polipropileno	100%	355
	Cabuya	0 %	0
	Malla	0 %	0
	3.- ¿CONOCE USTED LA PROCEDENCIA DE LOS COSTALES?		
Oferta	Guayaquil	50 %	178
	Cuenca	30 %	106
	Quito	20 %	71
	Loja	0 %	0
	Ambato	0 %	0
	4.- ¿QUÉ TIPO DE PRODUCTO USTED PRODUCE Y COMERCIALIZA EN MAYOR CANTIDAD?		
Demanda	Limón	21 %	75
	Pimiento	15 %	53
	Yuca	15 %	53
	Pepino	13 %	46
	Maíz	13 %	46
	Maracuyá	8 %	28
	Frejol	7 %	25
	Cebolla	5 %	18
	Camote	3 %	11
	5.- ¿CADA QUE TIEMPO COMPRA USTED LOS COSTALES?		
Demanda	Diariamente	90 %	319
	Semanalmente	10 %	36
	Mensualmente	0 %	0
	Otros	0 %	0

6. ¿QUÉ CANTIDAD DE COSTALES COMPRA USTED?			
Demanda	Limón 1050 unidades	21 %	75
	Pepino, Pimiento 1400 unidades	28 %	99
	Yuca, Camote 900 unidades	18 %	64
	Maíz 650 unidades	13 %	46
	Maracuyá 400 unidades	8 %	28
	Frejol, Cebolla 600 unidades	12 %	43
7.- ¿TIENE ALGÚN INCONVENIENTE AL MOMENTO DE ADQUIRIR LOS COSTALES?			
Producto	Si	100 %	355
	No	0 %	0
8.- ¿SU RESPUESTA ES SÍ? QUE TIPO DE INCONVENIENTE TIENE			
Producto	Escases del Producto	55 %	195
	Precios Altos	32 %	114
	Mala Calidad	13 %	46
	Otros	0 %	0
9.- ¿SEÑALE EL LUGAR DONDE ADQUIERE LOS COSTALES CON MAYOR FRECUENCIA?			
Oferta	Tiendas	53 %	188
	Bodegas	47 %	167
	Comercializadoras	0 %	0
	Supermercados	0 %	0
10.- ¿A QUÉ PRECIO ADQUIERE LOS COSTALES USTED. SEÑALE CON UNA X?			
Precio	\$ 0.19 limón	21 %	75
	\$ 0.20 pimiento, pepino	28 %	99
	\$ 0.25 maracuyá	8 %	28
	\$ 0.30 cebolla	12 %	43
	\$ 0.35 yuca	18 %	64
	\$ 0.45 choclo	13 %	46
11.- ¿QUÉ FACTOR TOMA EN CUENTA AL MOMENTO DE ADQUIRIR EL PRODUCTO?			
Producto	Calidad	49 %	174
	Precio	34 %	121
	Tamaño	17 %	60
	Otros	0 %	0
12.- ¿MENCIONE LOS NOMBRES DE LOS LUGARES QUE ADQUIERE CON MÁS FRECUENCIAS LOS COSTALES?			
Oferta	Tienda Salinas	28 %	99
	Tienda Galván	25 %	89
	Bodega Herrera	24 %	85

	Bodega Uniproduc	23 %	82
	13.- ¿RECIBE USTED PROMOCIONES?		
Comercialización	No	100 %	355
	Si	0 %	0
	14.- ¿SI SU RESPUESTA ES AFIRMATIVA ENUMERE QUE TIPO DE PROMOCIONES RECIBE?		
	No contestaron la pregunta ya que no reciben promociones		
	15.- ¿SI SU RESPUESTA ES NEGATIVA ENUMERE QUE TIPO DE PROMOCIONES LE GUSTARÍA RECIBIR?		
Comercialización	En blanco	42 %	149
	Descuento del 10 % por mayor	20 %	71
	Descuento del 5 %	15 %	53
	Cada 100 costales gratis 5 costales	13 %	46
	A clientes fijos entrega a domicilio	10 %	36

	16.- ¿ESTARÍA DISPUESTO ADQUIRIR USTED LOS COSTALES EN UNA COMERCIALIZADORA QUE VENDA ESTE PRODUCTO EN CATAMAYO?		
Demanda	Si	100 %	355
	No	0 %	0
	17.- ¿QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN PREFERE PARA INFORMARSE SOBRE LA COMERCIALIZADORA DE COSTALES?		
Medio de comunicación	Radio	54 %	192
	Tv	36 %	127
	Prensa	10 %	36
	Otros	0 %	0
	18.- ¿EN QUE HORARIO LE GUSTARIA INFORMARSE?		
Horario de comunicación	12 pm a 13 pm	39 %	138
	18 pm a 19 pm	31 %	110
	7 am a 8 am	20 %	71
	22 pm a 23 pm	10 %	36

Cuadro Nº 31

Realizado: Por los Autores

Fuente: Encuestas realizadas a los agricultores

TABULACION DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS OFERTANTES

El siguiente cuadro representa las tabulaciones de las encuestas realizadas a los 10 ofertantes de costales del Cantón Catamayo

PREGUNTA	PORCENTAJE	# DE ENCUESTADOS
1.- ¿VENDE USTED COSTALES?		
Si	100 %	10
No	0 %	0
2.- ¿CADA QUE TIEMPO VENDE USTED LOS COSTALES?		
Diariamente	70 %	7
Semanalmente	30 %	3
Mensualmente	0 %	0
Otros	0 %	0
3. ¿QUÉ CANTIDAD DE COSTALES VENDE USTED CON MAS FRECUENCIA?		
1—100	0 %	0
100—200	0 %	0
200—300	0 %	0
300—400	0 %	0
500—mas	100 %	10
4.- ¿QUE FACTORES CREE USTED QUE SUS CLIENTES TOMA EN CUENTA AL MOMENTO DE COMPRAR SUS COSTALES.		
Calidad	40%	4
Precio	20 %	2
Buena Atención	20 %	2
Tamaño	20 %	2
Otros	0 %	0
5.- ¿ENUMERE LOS NOMBRES DE LOS PROVEEDORES DE COSTALES DONDE USTED ADQUIERE EL PRODUCTO Y DEL LUGAR DONDE ESTAN UBICADAS?		
Plasti guayas (Guayaquil)	40 %	4
Plásticos litoral (Quito, Cuenca)	30 %	3
Comprolinsa (Guayaquil)	30 %	3
6.- ¿CITE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN POR EL CUAL USTED HACE CONOCER A SU EMPRESA Y A SUS PRODUCTOS?		
Radio	50 %	5
Tv	50 %	5
Prensa	0 %	0

Otros	0 %	0
7.- ¿QUÉ HORARIO TIENE ESTABLECIDO SU NEGOCIO?		
De 8 am a 18 pm	60 %	6
De 8 am a 12pm y de 14 pm a 18 pm	40 %	4
De 9 am a 13 pm y de 15 pm a 19 pm	0 %	0
De 9 am a 19 pm	0 %	0

8.- ¿USTED TRABAJA CON CAPITAL PROPIO O RECURRE A FUENTES FINANCIERAS?		
Capital propio	100 %	10
Créditos	0 %	0
9.- ¿CON RESPECTO A LA COMPETENCIA. SABE USTED CUANTAS EMPRESAS QUE COMERCIALIZAN LOS COSTALES HAN ENTRADO AL MERCADO?		
Si	60 %	6
No	40 %	4
10.- ¿SU NEGOCIO BRINDA PROMOCIONES CON RELACIÓN A LA VENTA DE COSTALES?		
Si	0 %	0
No	10 %	10
11.- ¿SI SU RESPUESTA ES POSITIVA QUE CLASE DE PROMOCIONES OFRECE?		
Esta pregunta no la contestaron por que no brindan promociones por la venta de costales		
12.- ¿A QUÉ PRECIO VENDE SUS COSTALES ESPECIFIQUE?		
Saco para poner el limón a \$ 0.19	100 %	10
Saco para poner el pepino y pimiento a \$ 0.20	100 %	10
Saco para poner la maracuyá a \$ 0.25	100 %	10
Saco para poner cebolla y el frejol a \$ 0.30	100 %	10
Saco para poner la yuca y el camote a \$ 0.35	100 %	10
Saco para poner el maíz a \$ 0.45	100 %	10

Cuadro N° 32

Realizado: Por los Autores

Fuente: Encuestas realizadas a la oferta

ANEXOS # 3
ESTUDIO DE PRESUPUESTOS

ACTIVOS FIJOS

MUEBLES Y ENSERES					
DESCRIPCION	CANT.	V/UNITARIO	V/TOTAL	CATEGORIA	PERIODO
Archivadores	6	200	1200	Depreciable	5 Años
Sillas plásticas	3	10	30	-----	-----
Sillas de escritorio	6	60	360	Depreciable	5 Años
Escritorios	3	200	600	Depreciable	5 Años
TOTAL			2190		

Cuadro N° 52

Fuente: Muebles Ramírez y la tabla de depreciaciones

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

EQUIPO DE OFICINA					
DESCRIPCION	CANT.	V/UNITARIO	V/TOTAL	CATEGORIA	PERIODO
Teléfonos	3	100	300	Depreciable	5 Años
Sumadoras	3	120	360	Depreciable	5 Años
Grapadoras	3	6	18	Depreciable	5 Años
Perforadoras	3	6	18	Depreciable	5 Años
Sacapuntas Eléctrico	3	80	240	Depreciable	5 Años
TOTAL			936		

Cuadro N° 53

Fuente: Librería San José

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

VEHICULO					
DESCRIPCION	CANT.	V/UNITARIO	V/TOTAL	CATEGORIA	PERIODO
NHR Chevrolet	1	24000	24000	Depreciable	5 Años
TOTAL			24000		

Cuadro N° 54

Fuente: Concesionaria Chevrolet y la tabla de depreciaciones

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

EQUIPO DE COMPUTO					
DESCRIPCION	CANT.	V/UNITARIO	V/TOTAL	CATEGORIA	PERIODO
Computadora	3	1050	3150	Depreciable	3 Años
Impresora	3	350	1050	Depreciable	3 Años
Copiadora	1	400	400	Depreciable	3 Años
Regulador de voltaje	1	80	80	-----	-----
TOTAL			4680		

Cuadro N° 55

Fuente: SetCompc y la tabla de depreciaciones

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

ACTIVOS DIFERIDOS

ESTUDIO DE MERCADO			
DESCRIPCION	CANT.	V/UNITARIO	V/TOTAL
ESTUDIO DEL PROYECTO	1	2400	2400
TOTAL			2400

Cuadro N° 56

Fuente: los Autores

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

PATENTE MUNICIPAL			
DESCRIPCION	CANT.	V/UNITARIO	V/TOTAL
PATENTE MUNICIPAL	1	55	55
TOTAL			55

Cuadro N° 57

Fuente: Ilustre Municipio de Catamayo

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

INSCRIPCION AL REGISTRO MERCANTIL			
DESCRIPCION	CANT.	V/UNITARIO	V/TOTAL
INSCRIPCION AL REGISTRO MERCANTIL	1	100	100
TOTAL			100

Cuadro N° 58

Fuente: Registro Mercantil

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

CAPITAL DE TRABAJO

SUELDOS Y SALARIOS

CARGO ASESOR LEGAL			
CANTIDAD	DETALLE	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
1	Servicios profesionales	80	960
TOTAL		80	960

Cuadro N° 59

Fuente: tablita de sueldos y salarios

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

CARGO	GERENTE				
Incremento Salarial Anual	10%				
Especificación	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo Básico Unificado	750	825	908	998	1098
Décimo Tercer Sueldo (S.B.U/ 12)	63	69	76	83	92
Décimo Cuarto Sueldo (S.B.U/ 12)	63	69	76	83	92
Fondos de Reserva 8,33%	0	69	76	83	91
Vacaciones/ 24	31	34	38	42	46
Aporte Patronal (11.50)	86	95	104	115	126
IECE 0.5%	4	4	5	5	5
Secap 0.5%	4	4	5	5	5
Remuneración Total	1000	1169	1286	1414	1556
Número del Personal	1	1	1	1	1
TOTAL MENSUAL	1000	1169	1286	1414	1556
TOTAL ANUAL	12000	14025	15427	16970	18667

Cuadro N° 60

Fuente: tablita de sueldos y salarios

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

CARGO	SECRETARIA CONTADORA				
Incremento Salarial Anual	10%				
Especificación	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo Básico Unificado	550	605	666	732	805
Décimo Tercer Sueldo (S.B.U/ 12)	46	50	55	61	67
Décimo Cuarto Sueldo (S.B.U/ 12)	46	50	55	61	67
Fondos de Reserva 8,33%	0	50	55	61	67
Vacaciones/ 24	23	25	28	31	34
Aporte Patronal (11.50)	63	70	77	84	93
IECE 0.5%	3	3	3	4	4
Secap 0.5%	3	3	3	4	4
Remuneración Total	733	857	943	1037	1141
Número del Personal	1	1	1	1	1
TOTAL MENSUAL	733	857	943	1037	1141
TOTAL ANUAL	8800	10285	11313	12445	13689

Cuadro N° 61

Fuente: tablita de sueldos y salarios

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

CARGO	CONSERJE				
Incremento Salarial Anual	10%				
Especificación	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo Básico Unificado	319	351	386	425	467
Décimo Tercer Sueldo (S.B.U/ 12)	27	29	32	35	39
Décimo Cuarto Sueldo (S.B.U/ 12)	27	29	32	35	39
Fondos de Reserva 8,33%	0	29	32	35	39
Vacaciones/ 24	13	15	16	18	19
Aporte Patronal (11.50)	37	40	44	49	54
IECE 0.5%	2	2	2	2	2
Secap 0.5%	2	2	2	2	2
Remuneración Total	425	497	547	601	662
Número del Personal	1	1	1	1	1
TOTAL MENSUAL	425	497	547	601	662
TOTAL ANUAL	5104	5965	6562	7218	7940

Cuadro N° 62

Fuente: tablita de sueldos y salarios

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

CARGO	VENDEDOR/A				
Incremento Salarial Anual	10%				
Especificación	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo Básico Unificado	319	351	386	425	467
Décimo Tercer Sueldo (S.B.U/ 12)	27	29	32	35	39
Décimo Cuarto Sueldo (S.B.U/ 12)	27	29	32	35	39
Fondos de Reserva 8,33%	0	29	32	35	39
Vacaciones/ 24	13	15	16	18	19
Aporte Patronal (11.50)	37	40	44	49	54
IECE 0.5%	2	2	2	2	2
Secap 0.5%	2	2	2	2	2
Remuneración Total	425	497	547	601	662
Número del Personal	1	1	1	1	1
TOTAL MENSUAL	425	497	547	601	662
TOTAL ANUAL	5104	5965	6562	7218	7940

Cuadro N° 63

Fuente: tablita de sueldos y salarios

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

CARGO	BODEGUERO				
Incremento Salarial Anual	10%				
Especificación	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo Básico Unificado	319	351	386	425	467
Décimo Tercer Sueldo (S.B.U/ 12)	27	29	32	35	39
Décimo Cuarto Sueldo (S.B.U/ 12)	27	29	32	35	39
Fondos de Reserva 8,33%	0	29	32	35	39
Vacaciones/ 24	13	15	16	18	19
Aporte Patronal (11.50)	37	40	44	49	54
IECE 0.5%	2	2	2	2	2
Secap 0.5%	2	2	2	2	2
Remuneración Total	425	497	547	601	662
Número del Personal	1	1	1	1	1
TOTAL MENSUAL	425	497	547	601	662
TOTAL ANUAL	5104	5965	6562	7218	7940

Cuadro N° 64

Fuente: tablita de sueldos y salarios

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

CARGO	CHOFER				
Incremento Salarial Anual	10%				
Especificación	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo Básico Unificado	450	495	545	599	659
Décimo Tercer Sueldo (S.B.U/ 12)	38	41	45	50	55
Décimo Cuarto Sueldo (S.B.U/ 12)	38	41	45	50	55
Fondos de Reserva 8,33%	0	41	45	50	55
Vacaciones/ 24	19	21	23	25	27
Aporte Patronal (11.50)	52	57	63	69	76
IECE 0.5%	2	2	3	3	3
Secap 0.5%	2	2	3	3	3
Remuneración Total	600	701	771	848	933
Número del Personal	1	1	1	1	1
TOTAL MENSUAL	600	701	771	848	933
TOTAL ANUAL	7200	8415	9256	10182	11200

Cuadro N° 65

Fuente: tablita de sueldos y salarios

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

SUMINISTROS DE OFICINA				
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TRIMESTRAL	VALOR ANUAL
2	Resmas de Papel Boom	3,80	7,60	30,40
1	Porta Papeles	3,50	3,50	14,00
1	Caja de Esferos de Colores	5,50	5,50	22,00
1	Caja de Lápices	5,00	5,00	20,00
1	Caja de Borradores	4,80	4,80	19,20
1	Caja de Correctores	16,20	16,20	64,80
1	Caja de Clips	1,00	1,00	4,00
3	Agendas	8,00	24,00	96,00
1	Caja de Grapas	0,50	0,50	2,00
1	Juego Geométrico	2,00	2,00	8,00
1	Bidón de Agua	5,00	5,00	20,00
3	Calendarios	10,00	10,00	30,00
TOTAL			85,10	330,40

Cuadro N° 66

Fuente: Librería Estudiantil de Catamayo

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

ARRIENDO			
CANTIDAD	DETALLE	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
1	Arriendo	800	9600
TOTAL		800	9600

Cuadro N° 67

Fuente: Arrendataria

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

UTILES DE ASEO Y LIMPIEZA				
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TRIMESTRAL	VALOR ANUAL
1	Guantes de Limpieza	2,00	2,00	8,00
3	Basureros	2,50	2,50	7,50
2	Baldes	2,00	2,00	4,00
2	Escobas	3,00	3,00	6,00
3	Trapeadores	4,50	4,50	18,00
1	Destapa baños	3,00	3,00	3,00
3	Desinfectantes de litro	2,00	6,00	24,00
2	Cloro	2,50	5,00	20,00
3	Detergente 1kg	3,00	9,00	36,00
1	Cepillo de Baño	2,00	2,00	2,00
2	Recogedor de Basura	2,00	4,00	4,00
TOTAL			43,00	132,50

Cuadro N° 68

Fuente: Supermercado Gamahorro de Catamayo

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES				
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
8	galones de diesel	10	240	2880
1	cambio de aceite	24	24	288
1	Grasa	2	2	24
TOTAL			266	3192

Cuadro N° 69

Fuente: Gasolinera Loja

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

MANTENIMIENTO DE EQUIPO DE OFICINA				
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	técnico en sistemas	60	60	720
TOTAL			60	720

Cuadro N° 70

Fuente: Ingeniero en Sistemas

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

SERVICIOS BASICOS			
CANTIDAD	DETALLE	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
1	ENERGÍA ELÉCTRICA	50	600
1	AGUA POTABLE	15	180
1	INTERNET	25	300
1	TV CABLE	20	240
1	SERVICIO TELEFONICO	20	240
TOTAL		130	1560

Cuadro N° 71

Fuente: Ilustre Municipio de Catamayo, Empresa Eléctrica del Sur, tv Cable Don Diego, Cnt, Setcomp.

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

ACCESORIOS DE SEGURIDAD			
DESCRIPCION	CANT.	V/UNITARIO	V/TOTAL
Extintores	3	65	195
Alarma	1	100	100
Botiquín	1	100	100
TOTAL			395

Cuadro N° 72

Fuente: Ferretería Vivanco

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

CUADROS DEL PRECIO DE COMPRA

PRIMER AÑO PRECIO DE COMPRA				
DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE	PRECIO DE COMPRA	TOTAL
COSTAL PARA LIMÓN	1417500	21	0,16	226800,00
COSTAL PARA PEPINO Y PIMIENTO	1890000	28	0,17	321300,00
COSTAL PARA MARACUYÁ	540000	8	0,21	113400,00
COSTAL PARA CEBOLLA Y FREJOL	810000	12	0,25	202500,00
COSTAL PARA YUCA Y CAMOTE	1215000	18	0,29	352350,00
COSTAL PARA MAÍZ	877500	13	0,37	324675,00
TOTAL	6750000	100		1541025

Cuadro N° 73

Fuente: Plastiguayas

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

SEGUNDO AÑO PRECIO DE COMPRA				
DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE	PRECIO DE COMPRA	TOTAL
COSTAL PARA LIMÓN	1575000	21	0,16	252000
COSTAL PARA PEPINO Y PIMIENTO	2100000	28	0,17	357000
COSTAL PARA MARACUYÁ	600000	8	0,21	126000
COSTAL PARA CEBOLLA Y FREJOL	900000	12	0,25	225000
COSTAL PARA YUCA Y CAMOTE	1350000	18	0,29	391500
COSTAL PARA MAÍZ	975000	13	0,37	360750
TOTAL	7500000	100		1712250

Cuadro N° 74

Fuente: Plastiguayas

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

TERCER AÑO PRECIO DE COMPRA				
DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE	PRECIO DE COMPRA	TOTAL
COSTAL PARA LIMÓN	1575000	21	0,16	252000
COSTAL PARA PEPINO Y PIMIENTO	2100000	28	0,17	357000
COSTAL PARA MARACUYÁ	600000	8	0,21	126000
COSTAL PARA CEBOLLA Y FREJOL	900000	12	0,25	225000
COSTAL PARA YUCA Y CAMOTE	1350000	18	0,29	391500
COSTAL PARA MAÍZ	975000	13	0,37	360750
TOTAL	7500000	100		1712250

Cuadro N° 75

Fuente: Plastiguayas

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

CUARTO AÑO PRECIO DE COMPRA				
DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE	PRECIO DE COMPRA	TOTAL
COSTAL PARA LIMÓN	1575000	21	0,16	252000
COSTAL PARA PEPINO Y PIMIENTO	2100000	28	0,17	357000
COSTAL PARA MARACUYÁ	600000	8	0,21	126000
COSTAL PARA CEBOLLA Y FREJOL	900000	12	0,25	225000
COSTAL PARA YUCA Y CAMOTE	1350000	18	0,29	391500
COSTAL PARA MAÍZ	975000	13	0,37	360750
TOTAL	7500000	100		1712250

Cuadro N° 76

Fuente: Plastiguayas

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

QUINTO AÑO PRECIO DE COMPRA				
DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE	PRECIO DE COMPRA	TOTAL
COSTAL PARA LIMÓN	1575000	21	0,16	252000
COSTAL PARA PEPINO Y PIMIENTO	2100000	28	0,17	357000
COSTAL PARA MARACUYÁ	600000	8	0,21	126000
COSTAL PARA CEBOLLA Y FREJOL	900000	12	0,25	225000
COSTAL PARA YUCA Y CAMOTE	1350000	18	0,29	391500
COSTAL PARA MAÍZ	975000	13	0,37	360750
TOTAL	7500000	100		1712250

Cuadro N° 77

Fuente: Plastiguayas

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO			
DETALLE	PRECIO DE COMPRA	M.U 20%	PRECIO DE VENTA
COSTAL PARA LIMÓN	0,16	20	0,19
COSTAL PARA PEPINO Y PIMIENTO	0,17	20	0,20
COSTAL PARA MARACUYÁ	0,21	20	0,25
COSTAL PARA CEBOLLA Y FREJOL	0,25	20	0,30
COSTAL PARA YUCA Y CAMOTE	0,29	20	0,35
COSTAL PARA MAÍZ	0,37	20	0,44

Cuadro N° 78

Fuente: los Autores

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

CUADROS DE VENTAS			
PRIMER AÑO INGRESO POR VENTA			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA	TOTAL
COSTAL PARA LIMÓN	1417500	0,19	269325
COSTAL PARA PEPINO Y PIMIENTO	1890000	0,20	378000
COSTAL PARA MARACUYÁ	540000	0,25	135000
COSTAL PARA CEBOLLA Y FREJOL	810000	0,3	243000
COSTAL PARA YUCA Y CAMOTE	1215000	0,35	425250
COSTAL PARA MAÍZ	877500	0,44	386100
TOTAL	6750000		1836675

Cuadro N° 79

Fuente: cuadros N° 73, 77

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

SEGUNDO AÑO INGRESO POR VENTAS			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA	TOTAL
COSTAL PARA LIMÓN	1575000	0,19	299250
COSTAL PARA PEPINO Y PIMIENTO	2100000	0,2	420000
COSTAL PARA MARACUYÁ	600000	0,25	150000
COSTAL PARA CEBOLLA Y FREJOL	900000	0,3	270000
COSTAL PARA YUCA Y CAMOTE	1350000	0,35	472500
COSTAL PARA MAÍZ	975000	0,44	429000
TOTAL	7500000		2040750

Cuadro N° 80

Fuente: cuadros N° 73, 77

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

TERCER AÑO INGRESO POR VENTAS			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA	TOTAL
COSTAL PARA LIMÓN	1575000	0,19	299250
COSTAL PARA PEPINO Y PIMIENTO	2100000	0,20	420000
COSTAL PARA MARACUYÁ	600000	0,25	150000
COSTAL PARA CEBOLLA Y FREJOL	900000	0,3	270000
COSTAL PARA YUCA Y CAMOTE	1350000	0,35	472500
COSTAL PARA MAÍZ	975000	0,44	429000
TOTAL	7500000		2040750

Cuadro N° 81

Fuente: cuadros N° 73, 77

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

CUARTO AÑO INGRESO POR VENTAS			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA	TOTAL
COSTAL PARA LIMÓN	1575000	0,19	299250
COSTAL PARA PEPINO Y PIMIENTO	2100000	0,2	420000
COSTAL PARA MARACUYÁ	600000	0,25	150000
COSTAL PARA CEBOLLA Y FREJOL	900000	0,3	270000
COSTAL PARA YUCA Y CAMOTE	1350000	0,35	472500
COSTAL PARA MAÍZ	975000	0,44	429000
TOTAL	7500000		2040750

Cuadro N° 82

Fuente: cuadros N° 73, 77

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

QUINTO AÑO INGRESO POR VENTAS			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA	TOTAL
COSTAL PARA LIMÓN	1575000	0,19	299250
COSTAL PARA PEPINO Y PIMIENTO	2100000	0,2	420000
COSTAL PARA MARACUYÁ	600000	0,25	150000
COSTAL PARA CEBOLLA Y FREJOL	900000	0,3	270000
COSTAL PARA YUCA Y CAMOTE	1350000	0,35	472500
COSTAL PARA MAÍZ	975000	0,44	429000
TOTAL	7500000		2040750

Cuadro N° 83

Fuente: cuadros N° 73, 77

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

DEPRECIACION						
DESCRIPCION	V.HISTORICO	VIDA UTIL	% DEPRECIACION	V. RESIDUAL	D. ANUAL	V.RESCATE
Muebles y enseres	2160	5	20%	432	346	432
Vehículo	24000	5	20%	4800	3840	4800
Equipo de Oficina	936	5	20%	187	150	187
Equipo de computo	4600	3	33%	1518	1027	1518
Reinversión E. Computo	4791	3	33%	1581	1070	1581
TOTAL						8518
SUBTOTAL						6937
VALOR DE RESCATE						1581

Cuadro N° 84

Fuente: tabla de depreciaciones

Autores: Byron Jaramillo y Patricia Paccha

ÍNDICE

– PORTADA	i
– CERTIFICACIÓN	ii
– AUTORÍA	iii
– CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
– DEDICATORIA	v
– AGRADECIMIENTO	vi
a. TITULO	1
b. RESUMEN – SUMMARY	2
c. INTRODUCCIÓN	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA	8
e. MATERIALES Y MÉTODOS	25
f. RESULTADOS	30
g. DISCUSIÓN	45
h. CONCLUSIONES	115
i. RECOMENDACIONES	117
j. BIBLIOGRAFÍA	118
k. ANEXOS	119