



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

INGENIERÍA EN GESTION EMPRESARIAL

**Tesis previa la obtención del
Título de Ingeniera en
Gestión Empresarial**

TÍTULO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMISARIATO DE
LIBROS, MATERIALES Y ACCESORIOS ESTUDIANTILES EN LA CIUDAD DE
VENTANAS, PROVINCIA DE LOS RIOS, A PARTIR DEL AÑO 2013.**

Autor

EGDA. GUISELA BETSABÉ CAMPUZANO LEDESMA

Director

ING. CARLOS TORRES SEGARRA

Quevedo – Los Rios - Ecuador

2013



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
INGENIERÍA EN GESTION EMPRESARIAL

Tesis previa la obtención del
Título de Ingeniera en
Gestión Empresarial.

TÍTULO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMISARIATO DE
LIBROS, MATERIALES Y ACCESORIOS ESTUDIANTILES EN LA CIUDAD DE
VENTANAS, PROVINCIA DE LOS RIOS, A PARTIR DEL AÑO 2013.**

APROBADO POR:

.....

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

.....

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Quevedo – Los Rios - Ecuador
2013



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
INGENIERÍA EN GESTION EMPRESARIAL

**Tesis previa la obtención del
Título de Ingeniera en
Gestión Empresarial**

TÍTULO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMISARIATO DE
LIBROS, MATERIALES Y ACCESORIOS ESTUDIANTILES EN LA CIUDAD DE
VENTANAS, PROVINCIA DE LOS RIOS, A PARTIR DEL AÑO 2013.**

Autor

EGDA. GUISELA BETSABÉ CAMPUZANO LEDESMA

Director

ING. CARLOS TORRES SEGARRA

Quevedo – Los Rios - Ecuador

2013

CERTIFICACIÓN

El suscrito certifica que la Tesis para la obtención del Título de Ingeniería en Gestión Empresarial **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMISARIATO DE LIBROS, MATERIALES Y ACCESORIOS ESTUDIANTILES, EN LA CIUDAD DE VENTANAS, PROVINCIA DE LOS RIOS, A PARTIR DEL AÑO 2013”**, de autoría de la Egresada **Guisela Betsabé Campuzano Ledesma**, ha sido revisada en todos sus componentes por lo que se autoriza su presentación formal ante el tribunal respectivo.

Quevedo, 12 de marzo del 2013

Ing. Carlos Torres Segarra
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Egda. **Guisela Betsabé Campuzano Ledesma**, autora de la tesis denominada **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMISARIATO DE LIBROS, MATERIALES Y ACCESORIOS ESTUDIANTILES, EN LA CIUDAD DE VENTANAS, PROVINCIA DE LOS RIOS, A PARTIR DEL AÑO 2013”**, declaro que esta investigación es de mi exclusiva responsabilidad.

Egda. Guisela Betsabé Campuzano Ledesma
AUTORA

DEDICATORIA

A mi Señor Jesucristo, que en todo momento me dio las fuerzas y la inteligencia necesarias para continuar mis estudios y culminarlos con éxito, a mi linda Madre Noemí por sus oraciones, su apoyo en todo momento y su abnegada labor conmigo, a mi Padre Eduardo que dio lo que estuvo en sus manos para apoyarme en los estudios y a mi querido esposo Efraín, que estuvo a mi lado en los momentos más difíciles de mi carrera, por su apoyo incondicional y su gran Amor que han sido y siempre serán mi fortaleza para continuar existiendo.

Betsabé

AGRADECIMIENTO

A Dios, mi creador por todas las bendiciones que ha dado a mi vida y las fuerzas que me dio y sigue dando para continuar con mis estudios.

A mis padres, por su apoyo incondicional, pero sobre todo a mi querida Madre que confió en mí en todo momento.

A mi hermoso esposo que estuvo a mi lado apoyándome ilimitadamente, dándome aliento y siendo mi aliciente para seguir adelante.

A la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, por ser una institución de excelencia académica, y por su gran misión de formar profesionales con educación integral.

A la Facultad de Ciencias Empresariales, carrera Ing. en Gestión Empresarial, por el apoyo constante a sus estudiantes en el quehacer profesional.

A mis profesores por su educación y entrega, por sus enseñanzas y sabios consejos.

A mi Director de Proyecto de Investigación Ing. Carlos Torres por su apoyo en mi Tesis.

A mis compañeros de clase, a mis amigos como Rosaura Gurumendi, Kerly Sánchez y todos los demás familiares que de una o de otra forma han intervenido en la consecución de este triunfo.

INDICE GENERAL

CAPITULO I. MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACION	1
1.1 Ubicación y contextualización de la problemática	2
1.2 Planteamiento del problema	3
1.3 Formulación del problema	4
1.4 Sistematización	4
1.5 Justificación	5
1.6. Objetivos	6
1.6.1. General	6
1.6.2. Específicos	6
1.7. Hipótesis	7
1.8. Variables	7
1.8.1. Independiente	7
1.8.2. Dependiente	7
1.8.3. Operacionalización de las variables.	7
 CAPITULO II. MARCO TEORICO DE LA INVESTIGACIÓN	 8
2.1. Fundamentación Conceptual	9
2.1.1. Estudio de Mercado	9
2.1.1.1. Estructura de un Estudio de Mercado	9
2.1.1.2. Conclusiones del Estudio de Mercado	15
2.1.2. El estudio técnico	16
2.1.3. El estudio financiero	16
2.1.4. El estudio de organización	17
2.1.5. Estudio de la pre factibilidad	17
2.1.6. Estudio de factibilidad	18
2.1.7. Etapas de inversión	18
2.1.8. Etapa de evaluación de resultados.	20
2.1.9. Cálculo de la rentabilidad de la inversión.	20
2.1.10. Cálculo del valor presente o actual neto (van)	21

2.1.11. La tasa interna del retorno (TIR).	21
2.1.12. Las reglas de decisión para el T.I.R.	22
2.1.13. Cálculo de la relación costo – beneficio.	22
2.1.14. Estudio de mercado.	22
2.1.15. Estudio técnico.	23
2.1.16. Estudio económico	24
2.1.17. Evaluación financiera	26
2.1.18. Perfil de una empresa comercial.	26
2.1.19. Objetivos	28
2.1.20. Clasificación de las empresas	29
2.1.21. Otros criterios	33
2.1.21.1. Criterios económicos	33
2.2. Fundamentación legal	34
2.2.1. Ley orgánica de defensa del consumidor	34
2.2.2. Ley de régimen tributario interno	39
2.2.3. Reglamento de la ley régimen tributario interno.	40
2.2.4. Requisitos para instalar un negocio.	42
2.3. Fundamentación teórica	44
2.3.1. Estudio de mercado	45
2.3.2. Estudio técnico	45
2.3.3. Estudio económico	46
2.3.4. Evaluación financiera	48
CAPITULO III. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN	49
3.1. Localización y duración de la investigación	50
3.2. Metodología de la investigación	50
3.2.1. Tipo de investigación	50
3.2.2. Método, técnica e instrumento de evaluación	50
3.2.3. Población y muestra	51
3.2.4. El tamaño de la muestra	51

CAPITULO IV. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	52
4.1. Resultados de la encuesta	53
4.2. Estudio de mercado	64
4.2.1. Estudio de la oferta	64
4.2.2. Estudio de la demanda	64
4.2.2.1. Demanda proyectada en base a la encuesta	65
4.2.2.2. Demanda insatisfecha	66
4.3. Estudio técnico	66
4.3.1. Localización	66
4.3.2. Insumos	66
4.3.3. Proyección anual de la ingresa por ventas	67
4.3.4. Activos	68
4.3.5. Gastos de administración	69
4.3.6. Tabla de amortización	70
4.3.7. Depreciación de activos fijos	71
4.3.8. Gastos operacionales	72
4.3.9. Gastos de ventas	72
4.3.10. Inversión inicial	72
4.4. Análisis económico	74
4.4.1. Estado de resultados proyectado	74
4.4.2. Flujo de caja proyectado	75
4.5. Evaluación financiera	76
4.5.1. Relación beneficio costo	76
4.5.2. VAN (valor actual neto)	76
4.5.3. TIR (tasa interna de retorno)	76
4.5.4. PRI (periodo de recuperación de la inversión)	76
4.5.5. Financiamiento	76
4.6. discusión	77

CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	78
5.1. Conclusiones	79
5.2. Recomendaciones	80
 CAPITULO VI BIBLIOGRAFIA Y ANEXOS	81
X. BIBLIOGRAFIA	82
XI. ANEXOS	
Anexo #1. Cuestionario	84
Anexo #2. Fotos de la competencia indirecta	87
Anexo #3. Fotos del sector donde funcionaria el local	89
Anexo #4. Proyección de la población mediante la fórmula de la recta lineal	90
Anexo #5. Detalle del inventario con el que se iniciará el negocio.	91
Anexo #6. Depreciación por año de los Activos Fijos de la empresa	95
 INDICE DE CUADROS Y FIGURAS	
 Encuestas	
Cuadro 1 y Figura 1	53
Cuadro 2 y Figura 2	54
Cuadro 3 y Figura 3	55
Cuadro 4 y Figura 4	56
Cuadro 5 y Figura 5	57
Cuadro 6 y Figura 6	58
Cuadro 7 y Figura 7	59
Cuadro 8 y Figura 8	60
Cuadro 9 y Figura 9	61
Cuadro 10 y Figura 10	62
Cuadro 11 y Figura 11	63

Estudio de Mercado

Cuadro 12 Estudio de la Demanda I Semestre	64
Cuadro 13 Estudio de la Demanda II Semestre	65
Cuadro 14 Demanda Proyectada en base a la encuesta	65

Estudio Técnico

Cuadro 15 Demanda Insatisfecha	66
Cuadro 16 Insumos	67
Cuadro 17 Proyección anual de los ingresos por ventas	67
Cuadro 18 Activos	68
Cuadro 19 Gastos Administrativos	69
Cuadro 20 Tabla de Amortización	70
Cuadro 21 Depreciación	71
Cuadro 22 Gastos Operacionales	72
Cuadro 23 Gastos de Ventas	72

Análisis Económico

Cuadro 24 Estado de Resultados	74
Cuadro 25 Flujo de caja proyectado	75

(DUBLINCORE) CODIFICATIONS SCHEME			
(DUBLINCORE) ESQUEMA DE CODIFICACIONES			
1	Título / Tittle	M	Estudio de Factibilidad para la creación de un comisariato de libros, materiales y accesorios para el estudiante, en la ciudad de Ventanas, Provincia de Los Ríos, a partir del 2013.
2	Creador / Creator	M	Campuzano Ledesma Guisela Betsabé; Universidad Técnica Estatal de Quevedo
3	Materia / Subject	M	Ciencias Empresariales; Ingeniería en Gestión Empresarial; "Estudio de Factibilidad para la creación de un comisariato de libros, materiales y accesorios para el estudiante, en la ciudad de Ventanas, Provincia de Los Ríos, a partir del 2013."
4	Descripción / Description	M	La presente investigación se realizó en la ciudad de Ventanas, Provincia de Los Ríos, con el objetivo de realizar un Estudio de Factibilidad para la creación de un Comisariato destinado para las necesidades del estudiante en todas sus etapas estudiantiles, en la ciudad de Ventanas.
5	Editor / Publisher	M	Facultad de Ciencias Empresariales. Carrera, Ingeniería en Gestión Empresarial, Campuzano Guisela
6	Colaborador / Contributor	O	Ninguno
7	Fecha / Date	M	Noviembre 2012
8	Tipo /Type	M	Estudio de Factibilidad
9	Formato / Format	R	Doc. MS Word 2010
10	Identificador / Identifier	M	http://biblioteca.uteq.edu.ec
11	Fuente /Source	O	Investigación Empresarial, Estudio de Factibilidad
12	Idioma / Language	M	Español
13	Relación / Relation	O	Ninguno
14	Cobertura / Coverage	M	Localización: Ámbito Empresarial
15	Derechos / Rights	O	Ninguno
16	Audiencia / Audience	O	Tesis (Thesis)

RESUMEN EJECUTIVO

El Ecuador y el gobierno actual está facilitando préstamos a través de los bancos del estado a los pequeños microempresarios que deseen invertir en proyectos de productos para el estudiante, con este antecedente los nuevos profesionales deben inclinarse a apoyar al desarrollo socioeconómico de la zona en base a la creación de empresas que permitan crear fuentes de trabajo e ingresos para nuestras familias.

El presente trabajo se desarrollo en el Cantón Ventanas Provincia de Los Ríos durante los meses de septiembre del 2012 al febrero 2013 y su objetivo general fue de analizar la factibilidad de crear una empresa comercial para el estudiante a partir del año 2013, por tener una buena demanda y porque no existe un comisariato para el educando en la zona de investigación.

Los resultados obtenidos en el trabajo de campo a través de la encuesta a 377 estudiantes de la población de Ventanas, determinaron respuestas relevantes para el estudio de mercado y su factibilidad a través de la realización de los estudios económicos y financieros.

Resultados que dieron positivo a un costo beneficio de 1.15, una tasa interna de retorno de un 111% y con un valor actual neto de 186.092,81

El financiamiento a través de un préstamo bancario fue de \$ 20.000,00 y recursos propios que alcanza un aproximado de \$ 50.000,00 que permitirá el aporte inicial para la instalación de la empresa.

La demanda insatisfecha investigada al 2009 es toda la población estudiantil ya que la oferta es nula lo que quiere decir que, esta es una oportunidad para el profesional de hoy, invertir en esta gran idea de negocio.

SUMMARY

The Ecuador and the current government is facilitating loans through the state banks to small entrepreneurs who wish to invest in projects of products for the student, with this background the new professionals should lean to support the socio-economic development of the area on the basis of the creation of companies which allow create sources of employment and income for our families.

The present work developed in the Canton Province windows of The Ríos during the months of September 2012 to February 2013 and its overall objective was to analyze the feasibility of creating a commercial enterprise for ele student Parab the year 2013, by having a good demand and because there is no a commissariat in the area of research.

The results obtained in the field of graduated through of the survey to 377 students of the population of Windows, identified answers relevant to the study of its feasibility and market through the attainment of the economic and financial studies.

Results testing positive for a cost benefit of 1.15, an internal rate of return of 111% and a net present value of 186.092,81G

Financing through a bank loan and equity that reaches approximately \$ 50,000.00 initial input allowing for the installation of the company.

The unmet demand is investigated to 2009 the entire student population since the offer is null meaning is that this is an opportunity for professional investing today in this great business idea.

INTRODUCCION

Las empresas son entes económicos que producen, transforman, circulan, custodian, administran bienes o prestan servicios cuya función principal es satisfacer las necesidades de los clientes y obtener la respectiva utilidad esperada.

Las empresas es un grupo social en el que, a través de la administración del capital y el trabajo, se producen bienes y /o servicios tendientes a la satisfacción de las necesidades de la comunidad. Las pequeñas empresas tienen menos controles que las grandes. Realizan un trabajo más eficiente para fijar claramente objetivos y establecer sistemas para medir la eficiencia de ventas.

Una **librería** es una empresa que de acuerdo a su volumen es categorizada como grande o pequeña, es un establecimiento comercial cuyo principal producto a la venta son libros, el mismo que es la primera necesidad para que el estudiante tenga un buen aprendizaje en sus diferentes etapas como son la primaria, secundaria y porque no decir sus estudios superiores.

Y este importante elemento trae consigo varios tipos de enseñanzas para una gran preparación del ser humano, pero a pesar de esto, no solo los libros son indispensables para la instrucción del educando sino también los materiales y accesorios que acompañan al estudiante a recibir sus clases diarias.

Las librerías además de ofrecer variedad de textos, ofrecen también materiales y los diferentes artículos para una excelente instrucción educativa, a diferencia de un comisariato que abarca en su totalidad las necesidades del estudiante, lo que quiere decir que el alumno podrá encontrar en este lugar todo cuanto requiera para estudiar, desde el más importante libro hasta el más pequeño accesorio.

De lo que se trata es diferenciar las librerías de los comisaratos de libros, pero en este caso incrementando los artículos de acuerdo a las necesidades del estudiante

que es nuestro cliente primordial, además asentar cuan importante sería implementar en el cantón Ventanas un comisariato de libros, materiales y accesorios.

Esta investigación ayudará a conocer la factibilidad de crear un establecimiento de artículos para la preparación profesional e intelectual del ser humano en cualquiera de sus etapas, ya que en nuestro medio solo existen librerías, las mismas que no satisfacen en su totalidad al usuario. Además ayudará a descubrir las habilidades de nuestras competencias y sus deficiencias para de ahí partir y llegar a ser mejores, haciendo una competencia sana y justa.

CAPÍTULO I.
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. UBICACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

Un libro y los accesorios para el estudiante son instrumentos cuya principal función es la de ayudar a la preparación formal y profesional del ser humano ya sean adultos, jóvenes, adolescentes y niños. Existen varias modalidades de estudios y para todas ellas requieren de un local donde se oferten productos para su principal necesidad como suelen ser: libros, cuadernos, lapices, lapiceros, borradores, maletas, portafolios, hojas, carpetas, etc., en fin muchos mas que ayudan al estudiante a cumplir con sus obligaciones como alumno.

Hoy en día los seres humanos tenemos el anhelo de realizarnos como emprendedores e innovadores al término de una carrera universitaria. Lo que es un desafío para el experto en este tiempo, que debe investigar actitudes positiva para desarrollar un trabajo de investigación cuyo objetivo primordial debe ser ejecutarlo.

Considerando que un estudio de factibilidad tiene como finalidad poder descubrir mediante un estudio de mercado su aceptación y conocer la rentabilidad a través de un estudio técnico, económico y evaluación financiera, nace esta idea de negocio.

Ventanas es un cantón productivo que requiere de la instalación de micro y macroempresas de toda índole, por esta razón se concibe la idea del negocio que se presenta, el mismo que permitirá aportar al desarrollo económico y social del Cantón y la Provincia, aporte que será exclusivamente para el estudiante ya sea de primaria, secundaria y de nivel superior.

Y para cumplir y desarrollarse profesionalmente necesitan productos que sean vendidos en sus diversas modas y estilo como también materiales de bajo costo pero de excelente calidad ya que sera necesario competir en el mercado, además

los útiles para el alumno son tan importante que no debe ser tan ostentosos ni caro que atraiga a los amigos de lo ajeno, por eso se propone la implementación de una empresa comercial de libros, cuadernos y accesorios de diferentes modelos y calidad de acuerdo a la exigencia del educando, lo mismo que permitirían la factibilidad de este negocio.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el mundo actual se aprecia al libro, cuaderno y accesorios como materiales de uso permanente, muy importante para el estudiante al momento de mejorar su desarrollo de aprendizaje y profesional y por lo tanto debe ser un producto actual y de diferente calidad.

El Cantón Ventanas tiene una población aproximadamente de 85.204 habitantes y una población estudiantil de 21.430 incluidos las partes rurales, además muchos lugares aledaños que su lugar de comercio mas cercano es Ventanas, cuya comercialización en libros y accesorios para estudiantes es limitado ya que solo existen dos librerías medianas y dos pequeñas las mismas que no se abastecen en temporada de clases a atender a la ciudadanía ventanense.

Existe una insuficiente comercialización de libros de alta necesidad y por esta razón se ha observado que tienen la obligación de trasladarse a otros lugares como Guayaquil o Babahoyo a conseguir el libro deseado.

Escasa oferta de libros, materiales y útiles escolares; el espacio o el lugar en el que esta la competencia es muy reducido y no hay sitio para comprar variedad de artículos y de esta manera ofrecer diversidad de productos necesarios para los estudiantes.

1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿En qué medida la creación de un comisariato de libros, materiales y accesorios escolares beneficiará al sector estudiantil del cantón Ventanas?

1.4. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿El desarrollo de una Investigación de mercado, permitirá conocer las necesidades y la demanda insatisfecha de los habitantes que actualmente reciben el servicio?

¿La realización de un estudio técnico, concederá la información suficiente para determinar el tamaño, localización óptima de la Empresa de comercialización de productos para el estudiante?

¿De qué manera los resultados de un estudio económico determinará la cantidad necesaria para la implementación de la empresa?

¿El desarrollo del estudio financiero proporcionará la información necesaria para poder determinar la factibilidad de la implementación de la empresa?

1.5. JUSTIFICACIÓN

Esta investigación permitirá identificar la factibilidad de tener un gran local comercial denominado comisariato de libros, materiales y accesorios estudiantil en el cantón Ventanas, como una fuente relevante para cubrir las necesidades de los estudiantes no solo de la localidad sino también de los lugares aledaños. Esto implica la satisfacción de conocimientos para los alumnos e investigadores sirviendo como fuente de consulta.

Los resultados que se obtengan cuando se efectúe el estudio de mercado, estudio técnico y estudio financiero, se considerarán el soporte y la base fundamental para la ejecución de la presente investigación, cuyo objetivo primordial es satisfacer las necesidades del estudiante con un producto de varios modelos y un servicio de atención de eficacia.

Además, se estaría aportando socialmente, económicamente y culturalmente al sector con la generación de puestos de trabajo, ahorro en tiempo y dinero a la comunidad estudiantil que no tendrá que movilizarse a otros lugares para adquirir textos y materiales de uso didáctico de calidad, durabilidad y a precios justos.

Por lo expuesto este trabajo de investigación se justifica plenamente, puesto que resolverá de una forma clara la dificultad del estudiante del Cantón Ventanas y sus aledaños.

1.6. OBJETIVOS

1.6.1. General

Realizar el estudio de factibilidad para la implementación de un comisariato de libros, materiales y accesorios estudiantiles en la Ciudad Ventanas, Provincia de Los Ríos, para el periodo 2013.

1.6.2. Específicos

- Identificar a través de un estudio de mercado la oferta y demanda de libros, cuadernos y accesorios para el estudiante de Ventanas, Provincia de Los Ríos, año 2013.
- Realizar el estudio técnico y financiero que identifique la factibilidad de conveniencia de una empresa comercial de libros, cuadernos y accesorios en Ventanas Provincia de Los Ríos, año 2013.
- Demostrar la viabilidad económica – financiera del Proyecto de Factibilidad para la creación de la empresa comercial de libros, cuadernos y accesorios para el alumno en la ciudad de Ventanas Provincia de Los Ríos, año 2013.

1.7. HIPÓTESIS

La implementación de un comisariato de libros, materiales y accesorios estudiantiles en el Cantón Ventanas, se constituirá en un aporte económico y social en beneficio del estudiante de la Ciudad de Ventanas.

1.8. VARIABLES

1.8.1. Independiente

Podrá constituirse en un aporte económico y social en beneficio del estudiante de la Ciudad de Ventanas.

1.8.2. Dependiente

La implementación de un comisariato de libros, materiales y accesorios estudiantiles en el Cantón Ventanas.

1.8.3. Operacionalización de las variables.

Variable	Definición	Indicadores	Escalas
Demanda I	Empresa comercial de libros, materiales y accesorios estudiantiles	Costos, preferencias, mercado, estudios económicos y evaluación financiera	Entrevista, encuestas
Oferta D1	Identificación de la competencia	Adquisición, diseños, modelos, estilos, actitudes de compra	Encuestas

CAPÍTULO II.
MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

2.1.1. Estudio de Mercado

BLANCO, A.¹ (2010) El estudio del mercado trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico. Por espacio se entiende 1 a la necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un área delimitada.

También identifican las empresas productoras y las condiciones en que se está suministrando el bien, igualmente el régimen de formación del precio y de la manera como llega el producto de la empresa productora a los consumidores y usuarios.

El estudio de mercado esta compuesto por bloques, buscando identificar y cuantificar, a los participantes y los factores que influyen en su comportamiento.

El estudio de mercado busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto periodo de tiempo.

Para fines prácticos están estructurados en bloques que buscan analizar el comportamiento pasado y proyectar el futuro de los agentes participantes en este estudio de mercado.

2.1.1.1. Estructura de un Estudio de Mercado

ILPES²(2010) En esta parte se deben definir las características específicas del bien o servicio objeto de análisis.

a) El Producto

- Producto principal. Se deben reunir los datos que permitan identificar al producto principal. Se deben señalar sus características físicas, químicas o de cualquier otra índole. Tiene que haber coherencia con los datos del

¹BLANCO Adolfo. Formulación de Proyectos

²Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social

estudio técnico. Es necesario aclarar si se trata de productos para exportación, tradicionales o un nuevo producto.

b) El consumidor

- Población: Estime la extensión de los probables consumidores o usuarios, y determine el segmento de la población será la que adquiera el producto en el mercado.
- Consumidores actuales y tasa de crecimiento.
- Distribución espacial de la misma, por grupos de edad, sexo y otros cuyas especificaciones afecten al producto.
- Ingreso. Se debe caracterizar la capacidad potencial de compra de los consumidores, con los siguientes datos:
 - Nivel de ingreso y tasa de crecimiento.
 - Estratos actuales de ingresos y cambios en su distribución.
 - Factores limitativos de la comercialización.

c) Demanda del producto.

Aquí se determinan las cantidades del bien que los consumidores están dispuestos a adquirir y que justifican la realización de los programas de producción. Se debe cuantificar la necesidad real o psicológica de una población de consumidores, con disposición de poder adquisitivo suficiente y con unos gustos definidos para adquirir un producto que satisfaga sus necesidades.

Debe comprender la evolución de la demanda actual del bien, y el análisis de ciertas características y condiciones que sirvan para explicar su probable comportamiento a futuro.

Deben incluir:

d) Situación actual de la demanda.

Haga una estimación cuantitativa del volumen actual de consumo del bien producido. Preséntelos de esta manera:

- ✓ Series estadísticas básicas que permitan determinar la evolución del consumo del producto durante un periodo suficiente que permita estimar la tendencia a largo plazo.
- ✓ Estimación de la demanda actual.
- ✓ Distribución espacial y tipología de los consumidores. Caracterice la demanda y presente indicaciones de su concentración o dispersión en el espacio geográfico, junto con la variedad de consumidores.

e) Indicadores de la demanda.

Utilice índices y coeficientes teóricos en base a las series estadísticas anteriores y presentelos así:

- ✓ Tasa anual de crecimiento del consumo en el período considerado
- ✓ Índices básicos de elasticidades precio, ingreso, cruzada.
- ✓ Situación futura.

Para estimarla debe proyectar la demanda futura para el periodo de la vida útil del proyecto. Se debe basar en los datos estadísticos conocidos. Para hacerlo debe proceder así:

- ✓ Proyecte estadísticamente la tendencia histórica, en caso de estudios individuales, se recomienda el análisis de regresión por el método de mínimos cuadrados.
- ✓ Considere luego los condicionantes de la demanda futura, estos pueden ser:
 - El aumento de la población, del ingreso, cambios en su distribución
 - Cambios en el nivel general de precios
 - Cambios en la preferencia de los consumidores
 - Aparición de productos sustitutos
 - Cambios en la política económica

- Cambiso en la evolución y crecimiento del sistema económico
- Proyecte la demanda ajustada con los factores anteriores, y obtendrá la demanda futura del bien.

f) Oferta del producto

Estudia las cantidades que suministran los productos del bien que se va a ofrecer en el mercado. Analiza las condiciones de producción de las empresas productoras más importantes. Se referirá a la situación inicial y futura, y deberá proporcionar las bases para prever las posibilidades del proyecto en las condiciones de competencia existentes.

1. Situación actual. Presente y analice datos estadísticos suficientes para caracterizar la evolución de la oferta. Para ello siga el siguiente esquema:

Series estadísticas de producción e importación:

- ✓ Cuantifique el volumen del producto ofrecido actualmente en el mercado.
- ✓ Haga un inventario crítico de los principales oferentes, señalando las condiciones en que realizan la producción las principales empresas del ramo.

Debe señalar los siguientes aspectos:

- ✓ Volumen producido
- ✓ Participación en el mercado
- ✓ Capacidad instalada y utilizada
- ✓ Capacidad técnica y administrativa
- ✓ Localización con respecto al área de consumo
- ✓ Precios, estructura de costos
- ✓ Calidad y presentación del producto
- ✓ Sistemas de comercialización, crédito, red de distribución.

- ✓ Publicidad, asistencia al cliente
 - ✓ Regímenes especiales de protección
2. Analisis del régimen de mercado. Prsente información suficiente que permita conocer, si la estructura del mercado, es de competencia perfecta, imperfecta y sus diversos matices.
3. Situación futura, la evolución previsible de la oferta, formulando hipótesis sobre los factores que influirán sobre la participación del producto en la oferta futura. Se deben destacar:
- ✓ Las posibilidades de incremento en el grado de utilización de la capacidad ociosa de los productores actuales.
 - ✓ Existencia de planes y proyectos de ampliación de la capacida instalada por parte de los productos actuales.
 - Analice los factores influyen en la evolución previsible de la oferta.
 - Examine los datos sobre la evolución previsible
 - Evolución del sistema económico
 - Cambios en el mercado proveedor
 - Medidas de política económica
 - Régimen de precios, mercado cambiario
 - Factores aleatorios y naturales
4. Proyecte la oferta ajustada con los factores anteriores, y obtendrá la oferta futura del bien.

g) Los precios del producto

Aquí se analiza los mecanismos de formación de precios en el mercado del producto.

1. Mecanismo de formación: existen diferentes posibilidades de fijación de precios en un mercado se debe señalar la que corresponda con las características del producto y del tipo de mercado. Entre las modalidades están:
 - ✓ Precio dado por el mercado interno
 - ✓ Precio dado por similares importados
 - ✓ Precios fijados por el gobierno
 - ✓ Precio estimado en función del costo de producción
 - ✓ Precio estimado en función de la demanda (a través de los coeficientes de elasticidad)
 - ✓ Precios del mercado internacional para productos de exportación
2. Fijación del precio se debe señalar valores máximos y mínimos probables entre los que oscilará el precio de venta unitario del producto, y sus repercusiones sobre la demanda del bien. Una vez que se ha escogido un precio, es el que se debe utilizar para las estimaciones financieras del proyecto.

h) Mercado Potencial

El objetivo del estudio de mercado es proyectar las cantidades del producto que la población estará en capacidad de consumir a los diferentes niveles de precios previstos. En este sentido es necesario calcular la demanda insatisfecha. Para determinarla proceda de esta manera:

- ✓ Cruce los datos proyectados de demanda de la oferta proyectada
- ✓ Si la demanda es mayor que la oferta proyectada significa que existirá demanda insatisfecha.
- ✓ Compárela con la oferta del producto que cubrirá el proyecto, y cuantifíquela.
- ✓ En caso de no existir tales diferencias, se deberán mencionar los factores que pueden permitir captar un mercado ya cubierto, o la incorporación a posibles expansiones futuras.

- ✓ Recuerde que de esta demanda potencial se usará para las estimaciones financieras.

i) Comercialización

1. Son las actividades relacionadas con la transferencia del producto de la empresa productora al consumidor final y que pueden generar costos para el proyecto.
2. Es necesario detallar la cadena de comercialización desde que el producto sale de la fabrica hasta que llega al usuario. Hay muchas modalidades, debe señalar si los productos fabricados por la empresa se van a vender:
A puerta de fabrica:
A nivel de mayorista
A nivel de minorista
A nivel de de consumidores
3. Determine si se va a utilizar publicidad, para la promoción del producto, empaques, servicio al cliente, transporte y otros y los costos que ocasionan al producto.

2.1.1.2. Conclusiones del Estudio de Mercado

MARIOTTI, J.³ (2010) Las condiciones del estudio de mercado se resumen en las siguientes etapas:

1. Un estudio de mercado permite identificar claramente las características del producto o servicio que se pretende colocar en el mercado.
2. El estudio permite analizar el comportamiento pasado y proyectar a futuro de la demanda de un bien, analizando los factores de diversas indole que influyen sobre sus consumidores.
3. Tambien estudia el comportamiento y condiciones en que las empresas productoras del producto actuan en el mercado, y proyecta ese

³MARIOTTI (2010) John. Marketing

comportamiento a futuro, para determinar bajo determinadas hipótesis cual va a ser su evolución a futuro.

4. Una vez conocida la evolución y proyecciones de la oferta y demanda potencial, estime la demanda insatisfecha existente en el mercado del bien y calcula la parte de esa demanda que cubrirá el producto del proyecto.
5. En fin este estudio permite estimar la demanda insatisfecha prevista de un producto, y si los consumidores dado su nivel de ingresos y los precios estarán en capacidad de adquirirlo.

2.1.2. El Estudio Técnico

COHEN, E.⁴ (2002) El objetivo de aquí es diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar como se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de un modo especial. En el estudio técnico se define:

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

En este estudio, se describe que proceso va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Esto serán los presupuestos de inversión y de gastos.

2.1.3. El Estudio Financiero

COHEN, E. (2002) Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable?., Para saberlo se tiene tres presupuestos: Ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar máquinas más baratas o gastar menos.

⁴COHEN, E. (2002) Evaluación de proyectos Sociales

Hay que recordar que cualquier “cambio” en los presupuestos deben ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria ni considerando todos los cambio y opciones posibles entonces el proyecto será “no viable”y es necesario encontrar otra idea de inversión.

Así, después de modificaciones y cambios, y una vez seguro de que la idea es viable.

2.1.4. El Estudio de Organización

LEDESMA, Z.⁵ (2007) Este estudio consiste en definir como se hará la empresa, o que cambios hay que hacer si la empresa ya está formada.

- ✓ Qué régimen fiscal es el más conveniente.
- ✓ Qué pasos se necesitan para dar de alta el proyecto.

Como se organizará la empresa cuando el proyecto este en operación.

2.1.5. Estudio de la prefactibilidad.

LEDESMA, Z. (2007) En esta fase se examina en detalles las alternativas consideradas mas convenientes, las que fueron determinadas en general en la fase anterior. Para la elaboración del informe de prefactibilidad del proyecto deben analizarse en detalles los aspectos identificados en la fase de perfil, especialmente los que inciden en la factibilidad y rentabilidad de las posibles alternativas. Entre estos aspectos sobresalen:

- a. El mercado.
- b. La tecnología
- c. El tamaño y la localización.
- d. Las condiciones de orden institucional y legal.

Conviene plantear primero el análisis en términos puramente técnica, para después seguir con los económicos. Ambos análisis permiten calificar las alternativas u opciones de proyectos y como consecuencia de ello, elegir la que resulte más conveniente con relación a las condiciones existentes.

⁵LEDESMA (2007). Análisis Económico Social de un proyecto de Inversión Hidráulica

2.1.6. Estudio De Factibilidad

COLOMA, F.⁶(2001) Esta última fase de aproximaciones sucesivas iniciadas en la pre inversión, se bordan los mismos puntos de la prefactibilidad. Además de profundizar el análisis del estudio de las variables que inciden en el proyecto, se minimiza la variación esperada de sus costos y beneficios. Para ello es primordial la participación de especialistas, además de disponer de información confiable.

Sobre la base de las recomendaciones hechas en el informe de pre factibilidad, y que han sido incluidas en los términos de referencia para el estudio de factibilidad, se deben definir aspectos técnicos del proyecto, tales como localización, tamaño, tecnología, calendario de ejecución y fecha de puesta en marcha.

El estudio de factibilidad debe orientarse hacia el examen detallado y preciso de la alternativa que se ha considerado viable en la etapa anterior. Además, debe afinar todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto, de acuerdo con sus objetivos, sean sociales o de rentabilidad.

Una vez que el proyecto ha sido caracterizado y definido deben ser optimizados. Por optimización se entiende la inclusión de todos los aspectos relacionados con la obra física, el programa de desembolsos de inversión, la organización por crear, puesta en marcha y en operación del proyecto. El análisis de la organización por crear para la implementación del proyecto debe considerar el tamaño de obra física, la capacidad empresarial y financiera del inversionista, el nivel técnico y administrativo que su operación requiere las fuentes y los plazos para el financiamiento.

2.1.7. Etapas de Inversión

COLOMA, F. (2001) Esta etapa de un proyecto se inicia con los estudios definitivos y termina con la puesta en marcha. Sus fases son:

⁶COLOMA, F. (2001). Evaluación Social de proyectos de inversión

- a) **Financiamiento:** Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar a la inversión, en forma o proporcionar definida en el estudio de pre-inversión correspondiente. Por lo general se refiere a la obtención de préstamos.
- b) **Estudios definitivos:** Denominado también estudio de ingeniería, es el conjunto de estudios detallados para la construcción, montaje y puesta en marcha. Generalmente se refiere a estudios de diseño de ingeniería que se concentran en los planes de estructuras, planos de instalaciones eléctricas, planos de instalaciones sanitarias, etc., documentos elaborados por arquitectos e ingenieros civiles, eléctricos y sanitarios, que son requeridos para otorgar la licencia de construcción.

Dichos estudios se realizan después de la fase de pre-inversión, en razón de su elevado costo ya que podrían resultar inversibles en caso de que el estudio salga factible, otra es que deben ser lo más actualizados posibles al momento de ser ejecutados. La etapa de estudios definitivos, no solo incluye aspectos técnicos del proyecto sino también actividades financieras, jurídicas y administrativas.

- c) **Ejecución y montaje:** Comprende al conjunto de actividades para la implementación de la unidad de producción, tales como compra de terreno, la construcción física en sí, compra e instalación de maquinarias y equipos, instalaciones varias, contratación del personal, etc. Esta etapa consiste en llevar a ejecución o a la realidad el proyecto, el que hasta antes de ella, solo eran planteamientos teóricos.
- d) **Puesta en marcha:** Denominada también **“Etapa De Prueba”** consiste en el conjunto de actividades necesarias para determinar las deficiencias,

defectos e imperfecciones de la instalación de infraestructura de producción, a fin de realizar las correcciones del caso y poner “a punto” la empresa, para el inicio de su producción normal.

2.1.8. Etapa de Evaluación de Resultados

GRATEROL, M.⁷ (2007) El proyecto es la acción o respuesta a un problema, es necesario verificar después de un tiempo razonable de su operación, que efectivamente el problema ha sido solucionado por la intervención del proyecto. De no ser así, se requiere introducir las medidas correctivas pertinentes. La evaluación de resultados cierra el ciclo, preguntándose por los efectos de la última etapa a la luz de lo que inició el proceso. La evaluación de resultados tiene por lo menos dos objetivos importantes:

1. Evaluar el impacto real del proyecto (empleo, divisas y descentralización), ya entrando en operación, para sugerir las acciones correctivas que se estimen convenientes.
2. Asimilar la experiencia para enriquecer el nivel de conocimientos y capacidad para mejorar los proyectos futuros.

2.1.9. Cálculo de La Rentabilidad de La Inversión

COLOMA (2001) Con la información acerca del monto de la inversión requerida y los flujos que genera el proyecto durante su vida útil se procede a calcular su rendimiento. Se acostumbra representar los proyectos utilizando un diagrama de flujos como el siguiente:

US\$50.000 US\$60.000 US\$70.000 US\$80.000 US\$120.000

⁷ GRATEROL, M. (2007) INSTITUTO UNIVERSITARIO DE TECNOLOGÍA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL

2.1.10. Cálculo del Valor Presente O Actual Neto (VAN)

COLOMA, F. (2001) Definido el valor presente de una inversión a partir de una tasa de descuento, una inversión inicial y una serie de pagos futuros. La idea del V.A.N. es actualizar todos los flujos futuros al período inicial (cero), compararlos para verificar si los beneficios son mayores que los costos actualizados, significa que la rentabilidad del proyecto es mayor que la tasa de descuento, se dice por tanto, que “es conveniente invertir” en esa alternativa. Luego: Para obtener el “Valor Actual Neto” de un proyecto se debe considerar obligatoriamente una “Tasa de (*) que equivale a la tasa alternativa de interés de invertir el dinero en otro proyecto o medio de inversión. Si se designa como **VF_n** Al flujo neto de un periodo “**n**”, (positivo o negativo), y se representa a la tasa de actualización o tasa de descuento por “**i**” (interés), entonces el Valor Actual Neto (al año cero) del período “**n**” es igual a:

V.A.N=	F_n
	$(1 + i)^n$

2.1.11. Cálculo de la Tasa Interna del Retorno (TIR).

COLOMA, F. (2001) Definido como la Tasa interna de retorno de una inversión para una serie de valores en efectivo. La T.I.R. de un proyecto se define como aquella tasa que permite descontar los flujos netos de operación de un proyecto e igualarlos a la inversión inicial. Para este cálculo se debe determinar claramente cual es la “inversión inicial” del proyecto y cuales serán los “flujos de ingreso” y “costos” para cada uno de los períodos que dure el proyecto de manera de considerar los beneficios netos obtenidos en cada uno de ellos. Matemáticamente se puede reflejar como sigue:

	F1+	F2+	F3+	+	F _n
0=	$(1 + d)^1$	$(1 + d)^2$	$(1 + d)^3$		$(1 + d)^n$

Esto significa que se buscará una tasa (**d**) que iguale la inversión inicial a los flujos netos de operación del proyecto, que es lo mismo que buscar una tasa que hagan el **V.A.N** igual a cero.

2.1.12. Las reglas de decisión para la T.I.R.

Si $T.I.R > i$ Significa que el proyecto tiene una rentabilidad asociada mayor que la tasa de mercado (tasa de descuento), por lo tanto es mas conveniente.

Si $T.I.R < i$ Significa que el proyecto tiene una rentabilidad asociada menor que la tasa de mercado (tasa de descuento), por lo tanto es menos conveniente.

2.1.13. Cálculo de la relación Costo – Beneficio

COLOMA, F. (2001) Este indice se expresa de dos formas: total y neto (1era. Formula)

IRT= VALOR PRESENTE DE LOS INGRESOS DE CAJA

VALOR PRESENTE DE DESEMBOLSOS DE CAJA

Si el índice es mayor que 1 se acepta el proyecto, en caso contrario se rechaza (2da. Formula).

IR_n = VALOR PRESENTE NETO

2.1.14. ESTUDIO DE MERCADO

SAPAG, N.⁸ (2009) El estudio de Mercado: Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

El objetivo principal de esta investigación es verificar la posibilidad de penetración del producto de un mercado determinado. El investigador del mercado, al final de un estudio metódico y bien realizado podrá “palpar” o sufrir el riesgo que se corre y la posibilidad que habrá con la venta de un nuevo artículo o con la existencia de un nuevo competidor en el mercado.

2.1.15. ESTUDIO TÉCNICO

Esta parte del estudio puede subdividirse a su vez en cuatro partes:

1. Determinación del tamaño óptimo de la planta
2. Determinación de la localización óptima de la planta.
3. Ingeniería del proyecto
4. Análisis administrativo

El tamaño óptimo de la planta depende de los turnos trabajados ya que para un cierto equipo instalado, la producción varía directamente de acuerdo con el número de turnos que se trabajan.

La localización óptima del proyecto es necesaria tomar en cuenta no solo los factores cuantitativos como pueden ser los costos de transporte de materia prima y el producto terminado sino también los factores cualitativos tales como los apoyos fiscales, el clima, la actitud de la comunidad, etc.

Sobre la Ingeniería del proyecto se podría decir que técnicamente existen diversos procesos productivos opcionales que son básicamente los muy automatizados y los manuales. La elección de alguno de ellos dependerá en gran parte de la disponibilidad de capital que dependerá el análisis y selección de los equipos

⁸ SAPAG, N. (2009) Preparación y evaluación de proyectos

necesarios dada la tecnología seleccionada, la distribución física de tales equipos en la planta.

2.1.16. ESTUDIO ECONÓMICO

Determinar los costos iniciales.- Es detallar por escrito todos y cada uno de los elementos necesarios para emprender el negocio como: asistencia jurídica y fiscal, suministros de oficina, equipamiento, oficinas, salarios de empleados, seguros, etc.

La inversión inicial.- Es el desembolso inicial que hay que hacer en el momento cero para llevar adelante el proyecto.

Depreciación y Amortización.- Es la reducción del valor histórico de las propiedades, planta y equipo por su uso o caída en desuso. La contribución de estos activos a la generación de ingresos del ente económico debe reconocerse periódicamente a través de la depreciación de su valor histórico ajustado. Con el fin de calcular la depreciación de las propiedades, planta y equipo es necesario estimar su vida útil y, como sea significativo, su valor residual. Esto pueden ser depreciados por variso método que usaremos en el estudio de éste proyecto.

Determinar la Tasa de Rendimiento Mínimo Aceptable.- Este punto es tal vez, el principal a determinar en el análisis económico la TMAR o tasa mínima aceptable de rendimiento, también llamada TIMA, tasa de interés mínima aceptable o TREMA, tasa de rendimiento mínimo aceptable, se determina de la siguiente manera:

$TMAR = \text{inflación} + \text{permiso al riesgo} (1 + f) (1 + i) - 1 = i + f + if$

Donde

f= inflación

La inflación se puede eliminar de la evaluación económica si se dan resultados numéricos similares, por tanto, lo que realmente importa es la determinación del premio (o prima) de riesgo.

Cálculo de los flujos netos de efectivo.- Es la sumatoria entre las utilidades contables con la depreciación y la amortización de activos nominales, partidas que no generan movimiento alguno de efectivo y, que por lo tanto, significa un ahorro por la vía fiscal debido a que son deducibles para propósitos tributarios. Cuando mayor sea la depreciación y mayor sea la amortización de activos nominales menor será la utilidad antes de impuestos y por consiguiente menor los impuestos a pagar.

Determinar la Relación Costo Beneficio.- Para determinación la relación beneficio/costo, es importante determinar las cantidades que constituyen los ingresos llamados “Beneficios” y qué cantidades constituyen los Egresos llamados “Costos”.

Determinar el punto de Equilibrio.- Para la determinación del punto de equilibrio debemos en primer lugar conocer los costos fijos y variables de la empresa; entendiéndose por costos variables aquellos que cambien en proporción directa con los volúmenes de producción y ventas, por ejemplo: materias primas, mano de obra a destajo, comisiones, etc.

Por costos fijos, aquellos que no cambian en proporción directa con las ventas y cuyo importe y recurrencia son prácticamente constantes, como son la renta del local, los salarios, las depreciaciones, amortizaciones, etc. Además debemos conocer el precio de venta de él o los productos que fabrique o comercialice la empresa, así como el número de unidades producidas.

Financiamiento.- Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.

2.1.17. Evaluación Financiera

En los métodos de evaluación se toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo como: Tasa Interna de Rendimiento (TIR), Valor Presente Neto, Periodo de Recuperación, Relación Costo-Beneficio y el Punto de Equilibrio.

Normalmente no se encuentran problemas en relación con el mercado o la tecnología disponible que se empleará en la fabricación del producto por tanto la decisión de inversión casi siempre recae en la evaluación financiera.

2.1.18. PERFIL DE UNA EMPRESA MANUFACTURERA

a) Definición de empresa

Grupo social en el que a través de la administración de sus recursos, del capital y del trabajo, se producen bienes y/o servicios tendientes a la satisfacción de las necesidades de una comunidad. Comunidad de actividades humanas organizadas con el fin de producir bienes o servicios.

b) Recursos

Para que una empresa pueda lograr sus objetivos, es necesario que cuente con una serie de elementos, recursos o insumos que conjugados armónicamente contribuyen a su funcionamiento adecuado, dichos recursos son:

c) Recursos Materiales:

son los bienes tangibles con que cuenta la empresa para poder ofrecer sus servicios, tales como:

- a. Instalaciones:** edificios, maquinaria, equipo, oficinas, terrenos, instrumentos, herramientas, etc. (empresa)

- b. *Materia Prima:*** Materias auxiliares que forman parte del producto, productos en proceso, productos terminados, etc. (producto)

d) Recursos Técnicos:

Son aquellos que sirven como herramientas e instrumentos auxiliares en la coordinación de los otros recursos, Pueden ser:

- a. Sistemas de producción, de ventas, de finanzas, administrativos, etc.
- b. Fórmulas, patentes, marcas, etc.

e) Recursos Humanos:

Estos recursos son indispensables para cualquier grupo social; ya que de ellos depende el manejo y funcionamiento de los demás recursos. Los Recursos Humanos poseen las siguientes características:

- a. Posibilidad de desarrollo.
- b. Ideas, imaginación, creatividad, habilidades.
- c. Sentimientos.
- d. Experiencias, conocimientos, etc.

Estas características los diferencian de los demás recursos, según la función que desempeñan y el nivel jerárquico en que se encuentren pueden ser: obreros, oficinistas, supervisores, técnicos, ejecutivos, directores, etc.

f) Recursos Financieros:

Son los recursos monetarios propios y ajenos con los que cuenta la empresa, indispensables para su buen funcionamiento y desarrollo, pueden ser:

- a. Recursos financieros propios, se encuentran en: dinero en efectivo, aportaciones de los socios (acciones), utilidades, etc.

- b. Recursos Financieros ajenos; estan representados por: prestamos de acreedores y proveedores, créditos bancarios o privados y emisiones de valores, (bonos).

2.1.19. Objetivos

La empresa al actuar dentro de un marco social e influir directamente en la vida del ser humano, necesita un patrón u objetivos deseables que le permita satisfacer las necesidades del medio en que actúa, fijándose así los objetivos empresariales que son:

a) Económicos

Tendientes a lograr beneficios monetarios:

- ✓ Cumplir con los intereses monetarios de los inversionistas al retribuirlos con dividendos justos sobre la inversión realizada.
- ✓ Cubrir los pagos a acreedores por intereses sobre préstamos concedidos.
- ✓ Mantener el capital a valor presente.
- ✓ Obtener beneficios arriba de los intereses bancarios para repartir utilidades a inversionistas.
- ✓ Reinvertir en el crecimiento de la empresa.

b) Sociales

Aquellos que contribuyen al bienestar de la comunidad

- ✓ Satisfacer las necesidades de los consumidores con bienes o servicios de calidad, en las mejores condiciones de venta.
- ✓ Incrementar el bienestar socioeconómico de una región al consumir materias primas y servicios; y al crear fuentes de trabajo.

- ✓ Cubrir, mediante organismos públicos o privados, seguridad social.
- ✓ Contribuir al sostenimiento de los servicios públicos mediante al pago de cargas tributarias.
- ✓ Mejorar y conservar la ecología de la región, evitando la contaminación ambiental.
- ✓ Producir productos y bienes que no sean al bienestar de la comunidad.

c) Técnicos

Dirigidos a la optimización de la tecnología.

- ✓ Utilizar los conocimientos más recientes y las aplicables tecnológicas más modernas en las diversas áreas de la empresa, para contribuir al logro de sus objetivos.
- ✓ Propiciar la investigación y mejoramiento de técnicas actuales para la creación de tecnología nacional.
- ✓ Investigar las necesidades del mercado para crear productos y servicios competitivos.

2.1.20. Clasificación de las Empresas

a) Por su Actividad o Giro

Las empresas pueden clasificarse de acuerdo a la actividad que desarrollan en:

- ✓ **Industriales:** La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación y/o extracción de materias primas. Estas a su vez se clasifican en:

Extractivas: Son las que se dedican a la extracción de recursos naturales, ya sea renovables o no renovable.

Manufactureras: Son aquellos que transforman las materias primas en productos terminados y pueden ser de dos tipos:

- Empresas que producen bienes de consumo final.
- Empresas que producen bienes de producción.

Agropecuarias: Como su nombre lo indica su función es la explotación de la agricultura y la ganadería.

- ✓ **Comerciales:** Son intermediarios entre el productor y el consumidor, su función primordial es la compra – venta de productos terminados. Se pueden clasificar en:

Mayoristas: Son aquellos que efectúan las ventas en gran escala a otras empresas tanto al menudeo como detalle. Ejemplos: Bimbo, Nestlé, Jersey, etc.

Menudeo: Son los que venden productos tanto en grandes cantidades como por unidad ya sea para su reventa o para uso del consumidor final. Ejemplo: Sams Club, Cosco, Smart & Final, y la abarrotera de Tijuana.

Minoristas o Detallistas: Son los que venden productos en pequeñas cantidades al consumidor final. Ejemplo: Ley, Comercial Mexiacana, Calimax, etc.

Comisionistas: Se dedican a vender mercancías que los productores dan en consignación, percibiendo por esta función una ganancia o comisión.

- ✓ **Servicios:** Como su nombre lo indica son aquellos que brindan servicio a la comunidad y pueden tener o no fines lucrativos. Se pueden clasificar en:

- Servicios públicos varios (comunicaciones, energía, agua)
- Servicios privados varios (servicios administrativos, contables, jurídicos, asesoría, etc.)
- Transporte (colectivo o de mercancías)
- Turismo

- Instituciones Financieras
- Educación
- Salubridad (Hospitales)
- Finanzas y seguros

b) SEGÚN EL ORIGEN DEL CAPITAL

Dependiendo del origen de las aportaciones de su capital y del carácter a quien se dirijan sus actividades las empresas pueden clasificarse en:

- ✓ **Públicas:** En este tipo de empresas el capital pertenece al Estado y generalmente su finalidad es satisfacer necesidades de carácter social. Las empresas públicas pueden ser las siguientes:

Centralizadas: Cuando los organismos de las empresas se integran en una jerarquía que encabeza directamente el Presidente de la República, con el fin de unificar las decisiones, el mando y la ejecución. Ejemplo: Las secretarías del estado, Nacional Financiera (Nafin).

Desconcentradas: Son aquellas que tienen determinadas facultades de decisión limitada, que manejan su autonomía y presupuesto, pero sin que deje de existir su nexo de jerarquía. Ejemplo: Instituto Nacional de Bellas Artes.

Descentralizadas: Son aquellos en las que se desarrollan actividades que competen al estado y que son de interés general, pero que están dotadas de personalidad, patrimonio y régimen jurídico propio. Ejemplo: I.M.M.S.S, CFE., ISSSTECALI, Banco de México.

Estatales: Pertenecen íntegramente al estado, no adoptan una forma de sociedad privada, tiene personalidad jurídica propia, se dedican a una actividad económica y se someten alternativamente al derecho público y al derecho privado. Ejemplo: Ferrocarriles, CESPT, DIF Estatal, Issstecali.

- ✓ **Mixtas y Paraestatales:** En éstas existe la coparticipación del estado y los particulares para producir bienes y servicios. Su objetivo es que el estado tienda a ser el único propietario tanto del capital como de los servicios de la empresa. Ejemplos: PRODUTSA (Promotora de Desarrollo Urbano de Tijuana), Aeropuertos y Servicios Auxiliares, Caminos y Puentes Federales.
- ✓ **Privadas:** Lo son cuando el capital es propiedad de inversionistas privados y su finalidad es 100% lucrativa.
- ✓ **Nacionales:** Cuando los inversionistas son 100% del país.
- ✓ **Extranjeros:** Cuando los inversionistas son nacionales y extranjeros.
- ✓ **Transnacionales:** Cuando el capital es preponderadamente (que tiene más importancia) de origen extranjero y las utilidades se reinvierten en los países de origen.

c) SEGÚN LA MAGNITUD DE LA EMPRESA

Este es uno de los criterios más utilizados para clasificar a las empresas, el que de acuerdo al tamaño de la misma se establece que puede ser pequeña, mediana o grande. Existen múltiples criterios para determinar a que tipo de empresa pueden pertenecer una organización, tales como:

- ✓ **Financiero:** El tamaño se determina por el monto de su capital
- ✓ **Personal Ocupado:** Este criterio establece que una empresa pequeña es aquella en la que laboran menos de 250 empleados, una mediana aquella que tiene 250 y 1000, y una grande aquella que tiene más de 1000 empleados.
- ✓ **Ventas:** Establece el tamaño de la empresa en relación con el mercado que la empresa abastece y con el monto de sus ventas. Según este criterio una

empresa es pequeña cuando sus ventas son locales, mediana cuando son nacionales y grande cuando son internacionales.

- ✓ **Producción:** Este criterio se refiere al grado de maquinización que existe en el proceso de producción; así que una empresa pequeña es aquella en la que el trabajo de hombres decisivo, es decir, que su producción es artesanal aunque puede estar mecanizada; pero si es así generalmente la maquinaria es obsoleta y requiere de mucha mano de obra. Una empresa mediana puede estar mecanizada como en el caso anterior, pero cuenta con más maquinaria y menbsos mano de obra. Por último, la gran empresa es aquella que está latamente mecanizada y/o sistematizada.
- ✓ **Criterios de Nacional Financiera:** Para esta institución una empresa grande es la más importante dentro de su giro.

2.1.21. Otros Criterios

2.1.21.1 Criterios Económicos: Según este criterio las empresas pueden ser:

- ✓ **Nuevas:** Se dedican a la manufactura o fabricación de mercaderías que no se producen en el país, siempre que no se trate de meros susitutos de otros que ya se produzcan en este y que contribuyan en forma importante en el desarrollo económico del mismo.
- ✓ **Necesarias:** Tiene como objeto la manufactura o fabricación de mercancías que se producen en el país de manera insuficiente para satisfacer las necesidades del consumo nacional, siempre y cuando el mencionado déficit sea considerable y no tenga un origen en causas transitorias.
- ✓ **Básicas:** Aquellos industrias consideradas primordiales para una o varias actividades de importancia para el desarrollo agrícola o industrial del país.

- ✓ **Semibásicas:** Producen mercancías destinadas a satisfacer directamente las necesidades vitales de la población.
- ✓ **Criterios de Constitución Legal:** De acuerdo con el régimen jurídico en que se constituya la empresa, éstas pueden ser: Sociedad Anónima, Soc. de Responsabilidad Limitada, Soc. Cooperativa, Soc. en Comandita Simple, Soc. en Comandita por Acciones, y Soc. en Nombre Colectivo.

2.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

El proyecto de factibilidad de estudio tendrá la siguiente base legal

2.2.1. “Ley Organica De Defensa Del Consumidor”

El honorable Congreso Nacional considerando:

Que, la generalidad de ciudadanos ecuatorianos son víctimas permanentes de todo tipo de abusos por parte de empresas públicas y privadas de las que son usuarios y consumidores;

Que, de conformidad con lo dispuesto por el numeral 7 del artículo 23 de la Constitución Política de la República, es decir del Estado garantizar el derecho a disponer de bienes y servicios públicos y privados, de óptima calidad; a elegirlos con libertad, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características;

Que, el artículo 92 de la Constitución Política de la República dispone que la ley establecerá los mecanismos de control de calidad, los procedimientos de defensa del consumidor, la reparación e indemnización por deficiencias, daños y mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos no ocasionados por catástrofes, caso fortuito o fuerza mayor, y las sanciones por la violación de estos derechos;

Que, el artículo 244, numeral 8 de la Carta Fundamental señala que al Estado le corresponderá proteger los derechos de los consumidores, sancionar la información fraudulenta, la publicidad engañosa, la adulteración de los productos, la alteración de pesos y medidas, y el incumplimiento de las normas de calidad;

Que, la Ley de Defensa del Consumidor publicada en el Registro Oficial N° 520 de septiembre 12 de 1990, a consecuencia de todas sus reformas se ha tornado inoperante e impracticable; más aún si se considera que dicha ley atribuía competencia para su ejecución a diversos organismos; sin que ninguno de ellos haya asumido en la práctica tales funciones;

Que, la Constitución Política de la República en su artículo 96 faculta al Defensor del Pueblo para defender y excitar la observancia de los derechos fundamentales consagrados en ella, así como para observar la calidad de los servicios públicos.

Que, en la actualidad la Defensoría del Pueblo, pese a sus limitaciones, ha asumido de manera eficiente la defensa de los intereses del consumidor y el usuario, a través de la Defensoría Adjunta del Consumidor y Usuario; y en uso de sus facultades constitucionales y legales expide la siguiente; Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.

Capítulo I

Principios Generales

Artículo 1

Ámbito y Objetivo.- Las disposiciones de la presente ley son de orden público y de interés social, sus normas por tratarse de una Ley de carácter orgánico, prevalecerán sobre las disposiciones contenidas en leyes ordinarias. En caso de duda en la interpretación de esta ley, se la aplicará en el sentido más favorable al consumidor. El objeto de esta ley es normar las relaciones entre proveedores y consumidores, promoviendo el conocimiento y protegiendo los derechos de los

consumidores y procurando la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre las partes.

Capítulo II

Derechos y obligaciones de los consumidores

Artículo 4

Derechos del consumidor.- Son los derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

- ✓ Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
- ✓ Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
- ✓ Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
- ✓ Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;
- ✓ Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
- ✓ Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
- ✓ Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
- ✓ Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;

- ✓ Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor; y,
- ✓ Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención, sanción y oportuna reparación de los mismos;
- ✓ Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,
- ✓ Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

Artículo 5

Obligaciones del consumidor.- Son obligaciones de los consumidores:

- ✓ Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;
- ✓ Preocuparse de no afectar el medio ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que pueden resultar peligrosos en ese sentido;
- ✓ Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como las de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

Artículo 16

Información de Bienes de Naturaleza Durable.- A más de la información que el proveedor debe hacer constar para dar cumplimiento a lo dispuesto en los artículos anteriores, cuando se trate de bienes de naturaleza durable, se deberá informar sobre la seguridad del uso, instrucciones sobre un adecuado manejo y advertencias.

Capítulo V

Responsabilidades y obligaciones del proveedor

Artículo 17

Obligaciones del Proveedor.- Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable.

Artículo 18

Entrega del bien o prestación del servicio.- Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, tarifa, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento.

Artículo 19

Indicaciones del Precio.- Los proveedores deberán dar conocimiento al público de los valores finales de los bienes que expendan o de los servicios que ofrezcan, con excepción de los que por sus características deban regularse convencionalmente.

El valor final deberá indicarse de un modo claramente visible que permita al consumidor, de manera efectiva, el ejercicio de su derecho a elección, antes de formalizar o perfeccionar el acto de consumo.

El valor final se establecerá y su monto se difundirá en moneda de curso legal.

Las farmacias, boticas, droguerías y similares deberán exhibir de manera visible, además del valor final impreso en cada uno de los medicamentos o bienes de expendio, la lista del precio oficial de los medicamentos básicos, aprobados por la autoridad competente.

Artículo 20

Defectos y vicios ocultos.- El consumidor podrá optar por la rescisión del contrato, la reposición del bien o la reducción del precio, sin perjuicio de la indemnización por daños y perjuicios, cuando la cosa objeto del contrato tenga defectos o vicios ocultos que la hagan inadecuada o disminuyan de tal modo su calidad o la posibilidad del uso al que habitualmente se le destine, que, de haberlos conocido el consumidor, no la habría adquirido o hubiera dado un menor precio por ella.

Artículo 21

Facturas.- El proveedor está obligado a entregar al consumidor, factura que documente el negocio realizado, de conformidad con las disposiciones que en esta materia establece el ordenamiento jurídico tributario.

En caso de que al momento de efectuarse la transacción, no se entregue el bien o se preste el servicio, deberá extenderse un comprobante adicional firmado por las partes, en el que constará el lugar y la fecha en la que se lo hará y las consecuencias del incumplimiento o retardo.

En concordancia con lo previsto en los incisos anteriores, en el caso de prestación de servicios, el comprobante adicional deberá detallar además, los componentes y materiales que se emplean con motivo de la prestación del servicio, el precio por unidad de los mismos y de la mano de obra; así como los términos en que el proveedor se obliga, en los casos en que el uso práctico lo permita.

2.2.2 Ley de Régimen Tributario Interno

Artículo 20

Obligación de llevar contabilidad.- Están obligadas a llevar contabilidad y declarar el impuesto en base a los resultados que arroje la misma todas las sociedades, así como también las personas naturales que realicen actividades empresariales en el Ecuador y que operen con un capital propio, que la 1ro de

enero de cada ejercicio impositivo, superen los \$24.000,00 o cuyos ingresos brutos anuales del ejercicio inmediato anterior sean superiores a los \$40.000,00 incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

Las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital u obtengan ingresos inferiores a los previstos en el inciso anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible.

Artículo 21

Principios generales.- La contabilidad se llevará por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en moneda USD, tomando en consideración los principios contables de general aceptación, para registrar el movimiento económico y determinar el estado de situación financiera y los resultados imputables al respectivo ejercicio impositivo.

En el régimen de la Ley de Régimen Tributario Interno se determinarán los requisitos a los que se sujetarán los libros y demás registros contables y la forma de establecer el mantenimiento y confección de otros registros y libros auxiliares, con el objeto de garantizar el mejor cumplimiento y verificación de las obligaciones tributarias.

Artículo 21

Estados Financieros.- Los estados financieros servirán de base para la presentación de las declaraciones de impuestos, así como también para su presentación a la Superintendencia de Compañías y a la Superintendencia de Bancos, según el caso. Las entidades financieras así como las entidades y organismos del sector público que, para cualquier trámite, requieran conocer sobre

la situación financiera de las empresas, exigirán la presentación de los mismos estados financieros que sirvieron para fines tributarios.

2.2.3 Reglamento de la Ley de Régimen Tributario Interno

Artículo 28

Contribuyentes obligados a llevar contabilidad.- Todas las sucursales y establecimientos permanentes de compañías extranjeras y las sociedades definidas como tales están obligados a llevar contabilidad.

Además están obligados a llevar contabilidad, las personas naturales y las sucesiones indivisas que realicen actividades empresariales y que operen con un capital propio que la inicio de sus actividades económicas o al 1ro de enero de cada ejercicio impositivo, hayan superado los USD 60.000,00 o cuyos ingresos brutos anuales del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a USD 100.000,00 o cuyos costos y gastos anuales, imputables a la actividad empresarial, del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a USD 80.000,00. Se entiende como capital propio, la totalidad de los activos menos pasivos que posea el contribuyente, relacionados con la generación de la renta gravada. También las personas naturales que realicen actividades de exportación y los que cuya actividad habitual sea el arrendamiento de bienes inmuebles.

Artículo 29

Contribuyentes obligados a llevar cuentas de ingresos y egresos.- Las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital u obtengan ingresos inferiores a los previstos en el artículo anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta impositiva.

Artículo 30

Principios generales.- La contabilidad se llevará por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos de América, con sujeción a las Normas Ecuatorianas de Contabilidad (NEC) y a las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC) en los aspectos no contemplados por las primeras y a las disposiciones de la Superintendencia de Compañía.

Para fines tributarios las Normas de Contabilidad deben considerar las disposiciones de la Ley de Régimen Tributario Interno y de este reglamento, así como las otras normas legales o reglamentarios de carácter tributario.

El organismo técnico de la Federación Nacional de Contadores, con los delegados de la Superintendencia de Bancos, Superintendencia de Compañías y Servicios de Rentas Internas, elaborará las Normas Ecuatorianas de Contabilidad o sus reformas, que serán notificadas a las máximas autorizadas de las mencionadas públicas, quienes dispondrán su publicación en el Registro Oficial.

Artículo 33

Inscripciones en el Registro Único de Contribuyentes.- Los contadores en forma obligatoria se inscribirán en el Registro Único de Contribuyentes, aún en el caso de que exclusivamente trabajen en relación de dependencia. La falta de inscripciones en el Registro Único de Contribuyentes le inhabilitará de firmar declaraciones de impuestos.

2.2.4. Requisitos para Instalar un Negocio

Patente municipal

Personas Jurídicas:

- ✓ Formulario “Solicitud para Registro de Patente Personas Jurídicas”.
- ✓ Original (para verificación) y copia certificada de los Estados Financieros del período inmediato anterior al año de registro de la Patente Municipal, con la fe de presentación de la Superintendencia de Compañías o Bancos, según el caso.

- ✓ Original y copia legible de la cédula de ciudadanía y del nombramiento actualizado del Representante Legal.
- ✓ Copia legible del R.U.C. actualizada de la compañía.
- ✓ Copia de la Escritura de Constitución (cuando es por 1ra. vez)
- ✓ Original (para verificación) y copia legible de la Declaración y Comprobante de Pago del impuesto del 1.5 por mil del año correspondiente (para renovación de Patente)

Requisitos adicionales (según el caso)

Original y copia legible del Certificado de Seguridad (otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos), para establecimientos de concurrencia pública masiva (bares, discotecas, restaurantes, hoteles, moteles, cines, teatros, salas de espectáculos públicos, etc)

Pasos el trámite:

- ✓ Solicitar el formulario “registro de patente municipal personas jurídicas” en las ventanillas de patente de la dirección financiera (bloque noroeste 2, palacio municipal, planta baja). La tasa de trámite para el pago de patente se incluirá en el comprobante de pago de dicho impuesto.
- ✓ Llenar la solicitud a máquina o con letra clara.
- ✓ Adjuntar la solicitud todos los requisitos indicados, colocarlos en una carpeta y entregarla en las ventanillas de patente de la dirección financiera (bloque noroeste 2, palacio municipal, planta baja) donde se le entregará la liquidación correspondiente. (no se aceptará documentación incompleta o ilegible).
- ✓ Cancelar en las ventanillas de recaudaciones de recaudaciones (bloque noroeste 1, palacio municipal, planta baja) el valor del impuesto.

Nota: La cancelación del tributo se efectuará en forma inmediata a la presentación de los requisitos.

Personas natural:

- ✓ Formulario “Solicitud para Registro de Patente Personas Naturales”
- ✓ Original y copia legible de la cédula de ciudadanía del contribuyente.
- ✓ Original y copia legible del R.U.C. actualizado.
- ✓ Original y copia legible del Certificado de Seguridad (otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos).
- ✓ Copia legible de las Declaraciones del Impuesto a la Renta o las declaraciones del impuesto al Valor del ejercicio económico anterior al que va a declarar.

Requisitos adicionales (según el caso)

- ✓ Copia legible del Certificado de la calificación artesanal (otorgada por la Junta Nacional de Defensa del Artesano).
- ✓ Original y copia legible del comprobante de pago de la Tasa Anual de Turismo, para los establecimientos que desarrollan actividades turísticas.

Tasa de servicio de prevención contra incendios

- ✓ Si el trámite lo realiza personalmente, adjuntar copia de la cédula de ciudadanía; o, autorización por escrito para la persona que realizará el trámite adjuntado fotocopia de las cédulas de ciudadanía de quien autoriza y el autorizado más copia del nombramiento si es de Cía.
- ✓ Copia completa del RUC (Registro Unico de Contribuyente) donde conste el establecimiento con su respectivamente dirección y actividad.
- ✓ Original y copia e la factura actualizada de compra o recarga del extintor, la capacidad del extintor va en relación con la actividad y área del establecimiento (mínimo 5 libras).
- ✓ Para venta de Gas (Traer autorización de Hidrocarburo actualizado)
- ✓ Para venta o reparación de armas (traer autorización del Comando Conjunto).

2.3 Fundamentación Teórica

Para el estudio teórico del presente proyecto se consideró la propuesta bibliográfica de Nassir Sapag Chain, con el texto denominado **“preparación y evaluación de proyectos. 2010 4ª edición de editorial McGrawHill**, sustento teórico que coincide con la propuesta de factibilidad que se presenta.

2.3.1 Estudio de Mercado

El estudio de Mercado: Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

El objetivo principal de esta investigación es verificar la posibilidad de penetración del producto de un mercado determinado. El investigador del mercado, al final de un estudio metódico y bien realizado podrá “palpar” o sufrir el riesgo que se corre y la posibilidad que habrá con la venta de un nuevo artículo o con la existencia de un nuevo competidor en el mercado.

2.3.2 Estudio Técnico

Esta parte del estudio puede subdividirse a su vez en cuatro partes:

1. Determinación del tamaño óptima de la planta.
2. Determinación de la localización óptima de la planta.
3. Ingeniería del proyecto.
4. Análisis administrativo.

El tamaño óptimo de la planta depende de los turnos trabajadores ya que para un cierto equipo instalado, la producción varía directamente de acuerdo con el número de turnos que se trabajan.

La localización óptima del proyecto es necesario tomar en cuenta no solo los factores cuantitativos como pueden ser los costos de transporte de materia prima y el producto terminado sino también los factores cualitativos tales como los apoyos fiscales, el clima, la actitud de la comunidad, etc.

Sobre la ingeniería de proyecto se podría decir que técnicamente existen diversos procesos productivos opcionales que son básicamente los muy automatizados y los manuales. La elección de alguno de ellos dependerá en gran parte de la disponibilidad de capital que dependerá el análisis y selección de los equipos necesarios dada la tecnología seleccionada, la distribución física de tales equipos en la planta.

2.3.3. Estudio Económico

Determinar los costos iniciales

Es detallar por escrito todos y cada uno de los elementos necesarios para emprender el negocio como: asistencia jurídica y fiscal, suministros de oficina, equipamiento, oficinas, salarios de empleados, seguros, etc.

La inversión inicial

Es el desembolso inicial que hay que hacer en el momento cero para llevar adelante el proyecto.

Depreciación y Amortización

Es la reducción del valor histórico de las propiedades, planta y equipo por su uso o caída en desuso. La contribución de estos activos a la generación de ingresos del ente económico debe reconocerse periódicamente a través de la depreciación de su valor histórico ajustado. Con el fin de calcular la depreciación de las propiedades, planta y equipo es necesario estimar su vida útil y, cuando sea significativo, su valor residual. Esto pueden ser depreciados por varios métodos, el más común es el de línea recta y es el método que usaremos en el estudio de este proyecto.

Determinar la Tasa de Rendimiento Mínimo Aceptable

Este punto es tal vez, el principal a determinar en el análisis económico la TMAR o tasa mínima aceptable de rendimiento, también llamada TIMA, tasa de interés

mínima aceptable o TREMA, tasa de rendimiento mínimo aceptable, se determina de la siguiente manera:

$$\text{TMAR} = \text{inflación} + \text{premio al riesgo} (1 + f) (1 + i) = i + f + if$$

Donde

f = inflación

La inflación se puede eliminar de la evaluación económica si se dan resultados numéricos similares, por tanto, lo que realmente importa es la determinación del premio (o prima) de riesgo.

Cálculo de los flujos netos de efectivo

Es la sumatoria entre las utilidades contables con la depreciación y la amortización de activos nominales, partidas que no generan movimiento alguno de efectivo y, que por lo tanto, significa un ahorro por la vía fiscal debido a que son deducibles para propósitos tributarios. Cuanto mayor sea la depreciación y mayor sea la amortización de activos nominales menor será la utilidad antes de impuestos y por consiguiente menor los impuestos a pagar.

Determinar la Relación Costo Beneficio

Para determinar la relación beneficio/costo, es importante determinar las cantidades que constituyen los ingresos llamados “Beneficios” y qué cantidades constituyen los Egresos llamados “Costos”.

Determinar el Punto de Equilibrio

Para la determinación del punto de equilibrio debemos en primer lugar conocer los costos fijos y variables de la empresa; entendiendo por costos variables aquellos que cambian en proporción directa con los volúmenes de producción y ventas, por ejemplo: materias primas, mano de obra a destajo, comisiones, etc.

Por costos fijos, aquellos que no cambian en proporción directa con las ventas y cuyo importe y recurrencia son prácticamente constantes, como son la renta del local, los salarios, las depreciaciones, amortizaciones, etc. Además debemos conocer el precio de venta de él o los productos que fabrique o comercialice la empresa, así como el número de unidades producidas.

Financiamiento

Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamos que complementan los recursos propios.

2.3.4. EVALUACIÓN FINANCIERA

En los métodos de evaluación se toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo como: Tasa Interna de Rendimiento (TIR), Valor Presente Neto, Periodo de Recuperación, Relación Costo-Beneficio y el punto de Equilibrio.

Normalmente no se encuentran problemas en relación con el mercado o la tecnología disponible que se empleará en la fabricación del producto por tanto la decisión de inversión casi siempre recae en la evaluación financiera.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Localización y duración de la Investigación

El trabajo que presentamos se desarrollará en Ventanas, posee una población según lo indica el INEC de 85.204 habitantes y una población estudiantil de 21.430 incluidos las partes rurales, sus límites geográficas son: al norte con la parroquia Zapotal, al Sur con Catarama y Ricaurte, al este con el Río La Piedra y Catarama y al oeste con Pueblo viejo.

El tiempo de duración de esta investigación será de seis meses aproximadamente.

3.2. Metodología de la Investigación

Dentro de la metodología se realizará:

3.2.1. Tipos de Investigación

Para este proyecto se utilizará la investigación descriptiva ya que con el mismo se puede caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores.

También se utilizará la investigación explicativa ya esta permite buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas (investigación postfacto), como de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos.

3.2.2. Métodos, técnica e instrumento de evaluación

Método

Se utilizará el método científico, el mismo que procurará obtener información relevante y fidedigna (digna de fe y crédito), para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento.

Técnica

Será la técnica de observación; que puede ser directa e indirecta.

Instrumento de evaluación

Para la evaluación de resultados se utilizará la encuesta (cuestionario) dirigida al sector estudiantil de Ventanas.

3.2.3. Población y muestra

El estudio de Factibilidad a desarrollar será un aporte a la ciudad de Ventanas Provincia de Los Ríos, parte del estudio del mercado en lo que se refiere a satisfacción de necesidades, preferencias, actitudes y frenos de compra se realizará a través de una encuesta a la ciudad de Ventanas.

3.2.4. El tamaño de la muestra

Como se indica en líneas anteriores Ventanas cuenta con una población de 85204 habitantes y 21430 estudiantes, para obtener la muestra estudiantil que es la que necesitamos aplicaremos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times z^2 \times P \times Q}{e^2(N - 1) + z^2 \times P \times Q}$$

DATOS:

n= Tamaño de la Población 21.430

Z= Nivel de confianza (1.96)

P= Probabilidad de que el evento ocurra 50% 0,50

Q= Probabilidad de que el evento no ocurra 50% 0,50

e= Índice del error admisible 0,05

$$n = \frac{21.430 \times 3,84 \times 0,5 \times 0,5}{0,0025 \times (21.429) + 3,84 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{20.572,8}{53.57 + 0,96}$$

$$n = \frac{20.572,80}{54.53}$$

$n = 377,27$ Que equivale a 377 encuestas

CAPÍTULO IV.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1. Resultados de la Encuesta a los Estudiantes

Para conocer la demanda del proyecto de investigación se sustentó en la encuesta dirigida a los ciudadanos del cantón Ventanas, Provincia de Los Ríos, de la República del Ecuador. A continuación presento los resultados obtenidos de la encuesta:

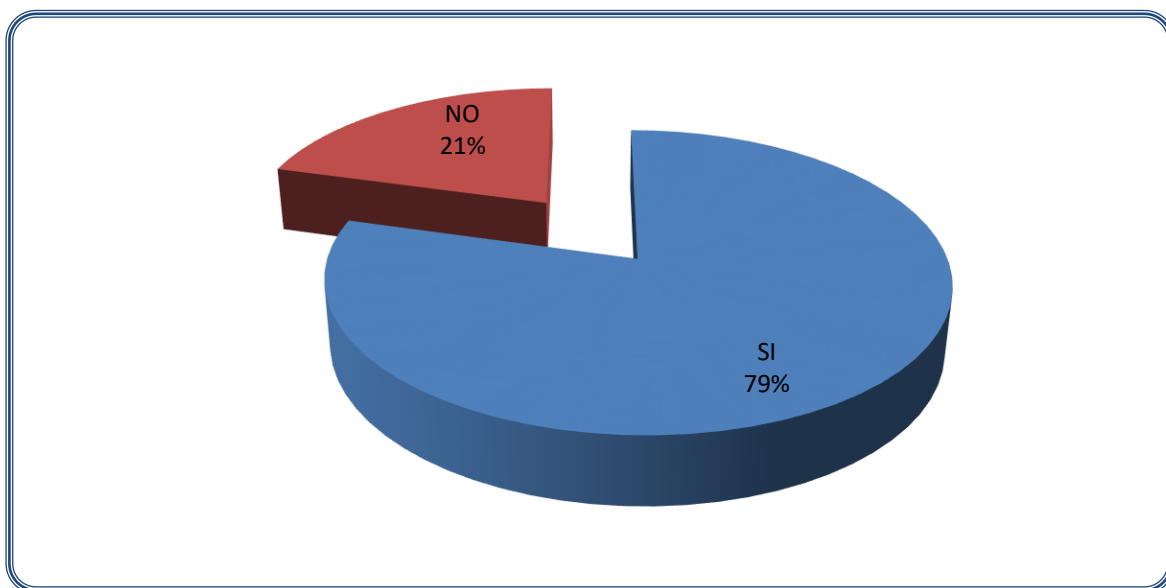
Pregunta 1. ¿ESTÁ USTED DE ACUERDO QUE SE CREE UN COMISARIATO EN LA CIUDAD DE VENTANAS?

CUADRO 1	CUADRO DE RESULTADOS DE LA PREGUNTA 1		
ÍTEM	DETALLE	FRECUENCIA S	
		ABSOLUTO	RELATIVO %
A	SI	299	79,31
B	NO	78	20,69
TOTAL		377	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

GRAFICO 1	Población estudiantil que desean que exista un comisariato que se venda en la ciudad de Ventanas, Prov. Los Ríos.
------------------	---



El Gráfico 1: muestra que de los 377 encuestados el 79,31% desea que si exista un comisariato en Ventanas y el 20,69 no cree que sea necesario que exista este tipo de negocio.

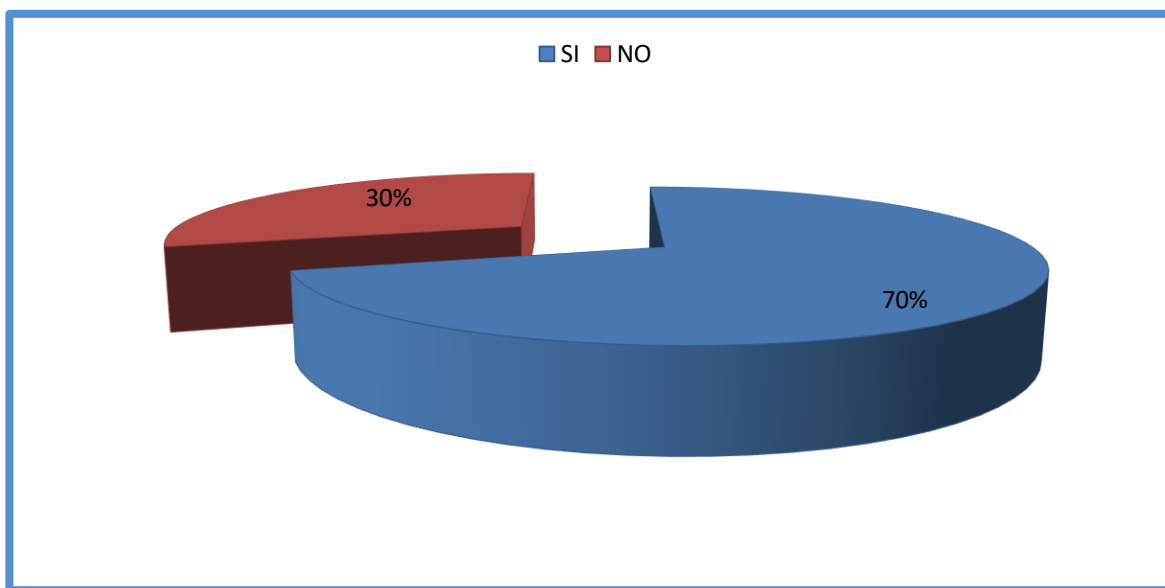
Pregunta 2. ¿ESTARÍA DISPUESTO A COMPRAR EN UN COMISARIATO PARA ESTUDIANTES SUS MATERIALES ESTUDIANTILES?

CUADRO 2		CUADRO DE RESULTADOS DE LA PREGUNTA 2	
ÍTEM	DETALLE	FRECUENCIA S	
		ABSOLUTO	RELATIVO %
A	SI	265	70,29
B	NO	112	29,71
TOTAL		377	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

GRAFICO 2	Poblacion estudiantil que si esta dispuesta a comprar en un comisariato para el estudiante.
------------------	---



El Gráfico 2: muestra que de los 377 encuestados el 70,29% si esta dispuesto a comprar en el comisariato para el estudiante y el 29,71 no.

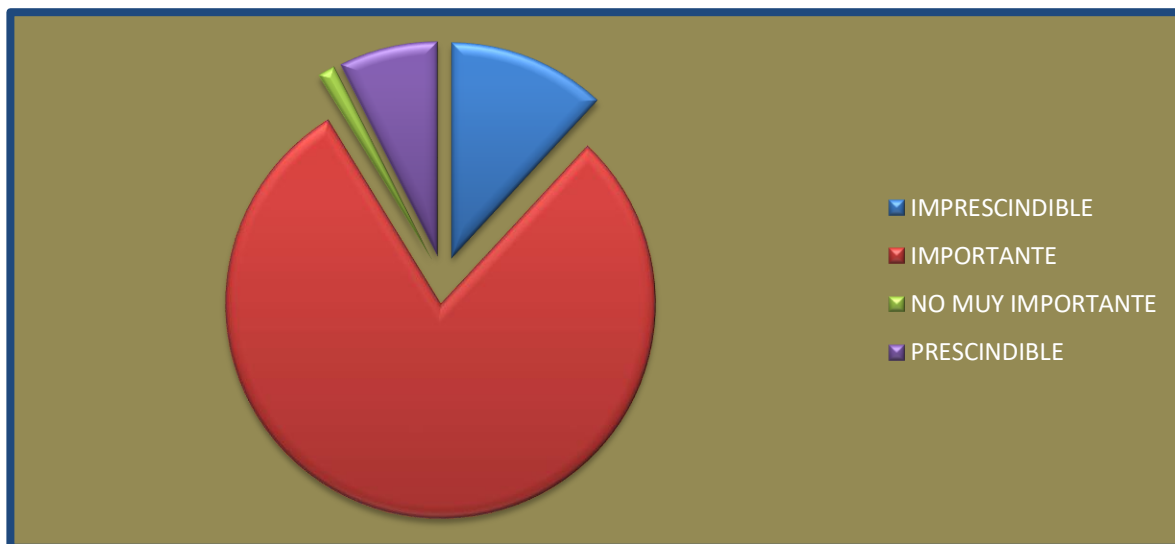
Pregunta 3. ¿CONSIDERA USTED QUE LOS ÚTILES ECOLARES, ACCESORIOS Y DEMÁS, SE CONSTITUYE EN UN PRODUCTO?

CUADRO 3		CUADRO DE RESULTADOS DE LA PREGUNTA 3	
ÍTEM	DETALLE	FRECUENCIA S	
		ABSOLUTO	RELATIVO %
A	IMPRESCINDIBLE	45	11,94
B	IMPORTANTE	299	79,31
C	NO MUY IMPORTANTE	5	1,33
D	PRESCINDIBLE	28	7,43
TOTAL		377	100,00

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

GRAFICO 3	Importancia del negocio que se quiere implementar de acuerdo a las
------------------	--



El Gráfico 3: En relación a la pregunta de considerar a los útiles y accesorios escolares un producto dentro de la vida del estudiante muestra una opinión del 79,31% como importante, el 11,94% imprescindible, el 7,43% prescindible y el 1,33 % no muy importante.

Pregunta 4. ¿A LA HORA DE ELEGIR SUS ÚTILES ESCOLARES COMO LOS PREFIERES?

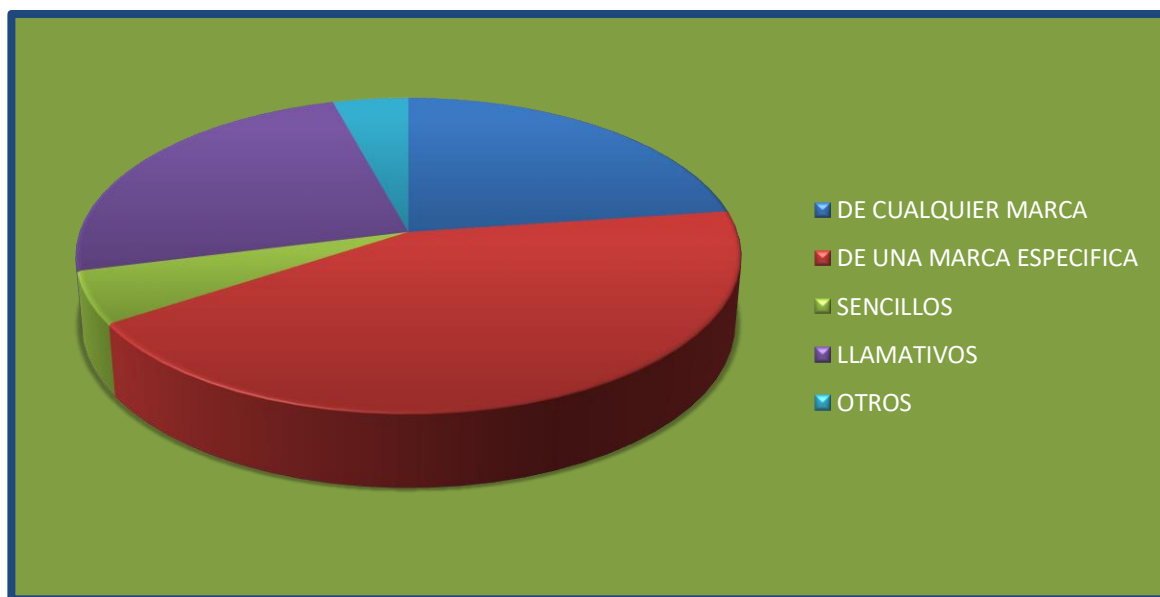
CUADRO 4		CUADRO DE RESULTADOS DE LA PREGUNTA 4	
ÍTEM	DETALLE	FRECUENCIA S	
		ABSOLUTO	RELATIVO %
A	DE CUALQUIER MARCA	86	23
B	DE UNA MARCA ESPECÍFICA	162	43
C	SENCILLOS	20	5
D	LLAMATIVOS	93	25
E	OTROS	16	4
TOTAL		377	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

GRAFICO 4	Opinión sobre las preferencias del tipo de útiles
-----------	---

--	--



El Gráfico 4: demuestra que de los estudiante encuestados el 43% prefiere de una marca específica, el 25% llamativos, el 23% de cualquier marca, el 5% sencillos y el 4% de otro tipo.

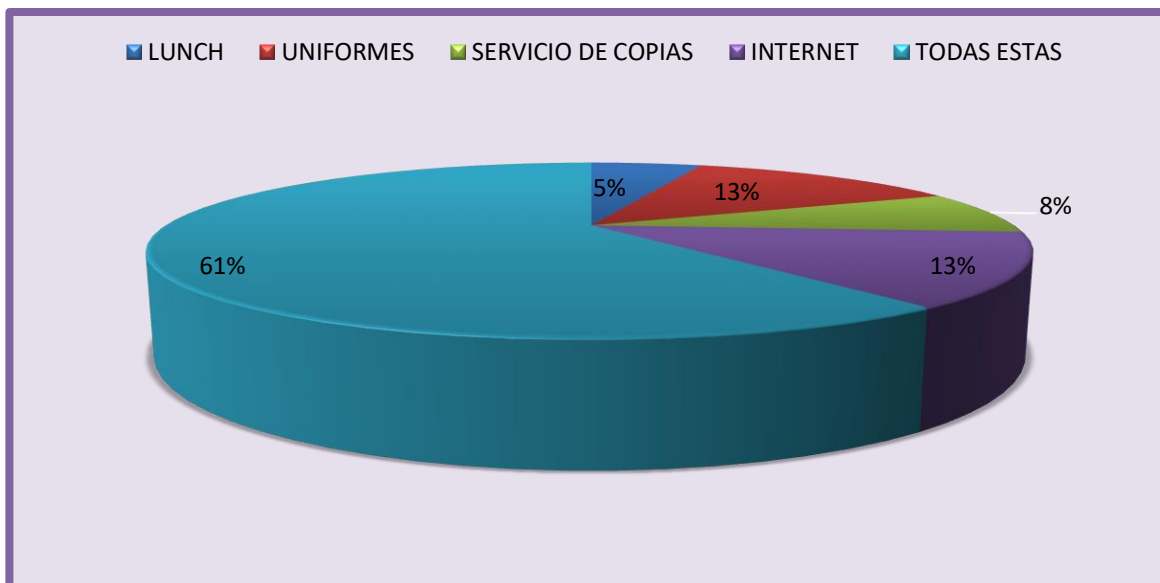
Pregunta 5. ¿QUE LE GUSTARÍA ENCONTRAR EN EL COMISARIATO ADEMÁS DE UTILES ESCOLARES?

CUADRO 5		CUADRO DE RESULTADOS DE LA PREGUNTA 5	
ÍTEM	DETALLE	FRECUENCIA S	
		ABSOLUTO	RELATIVO %
A	LUNCH	20	5
B	UNIFORMES	49	13
C	SERVICIO DE COPIAS	30	8
D	INTERNET	50	13
E	TODAS ESTAS	228	60
TOTAL		377	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

GRAFICO 5	Opinión sobre las preferencias de servicios y productos a encontrar en un comisariato para el estudiante.
------------------	---



El Gráfico 5 dice que el 60% de los estudiantes escuestados desean que en el comisariato se oferte lunch, uniformes, servicio de copias e internet, un 13% solo uniformes, otros 13% solo internet, el 8% solo servicio de copias y el 5% solo lunch.

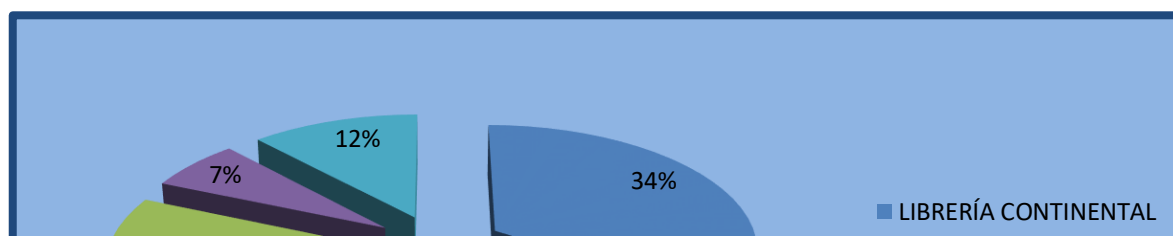
Pregunta 6. ¿DÓNDE USTED ADQUIERE SUS ÚTILES ESCOLARES?

CUADRO 6		CUADRO DE RESULTADOS DE LA PREGUNTA 6	
ÍTEM	DETALLE	FRECUENCIA S	
		ABSOLUTO	RELATIVO %
A	LIBRERÍA CONTINENTAL	129	34
B	LIBRERÍA AMAZONAS	127	34
C	LIBRERÍA HENIL	51	14
D	LIBRERÍA LEIDY	25	7
E	OTROS	45	12
TOTAL		377	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

GRAFICO 6	Respuestas sobre las preferencias de los lugares de la compra para los estudiantes
------------------	--



El Gráfico 6: Quiere decir que de los 377 estudiantes 129 compran en la Librería Continental, 127 compran en la Librería Amazonas, 51 compran en la Librería, 25 compran en la Librería Leidy y 45 compran en otros locales, lo que quiere decir que las librerías Continental y Amazonas abarcan un territorio fuerte en el mercado de Los Rios.

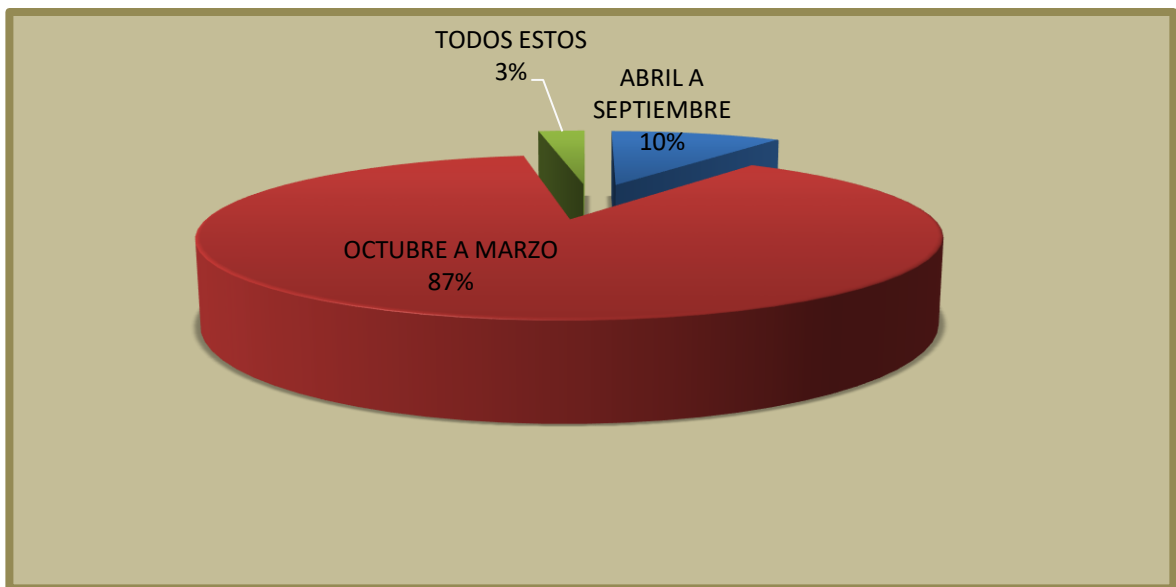
Pregunta 7. ¿EN CUÁL DE ESTOS SEMESTRES USTED REALIZA LA MAYOR COMPRA DE UTILES?

CUADRO 7	CUADRO DE RESULTADOS DE LA PREGUNTA 7		
ÍTEM	DETALLE	FRECUENCIA S	
		ABSOLUTO	RELATIVO %
A	ABRIL A SEPTIEMBRE	37	10
B	OCTUBRE A MARZO	330	88
E	TODOS ESTOS	10	3
TOTAL		377	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

GRAFICO 7	Respuestas sobre las temporadas en las que los estudiantes realizan la mayor compra de útiles escolares.
------------------	--



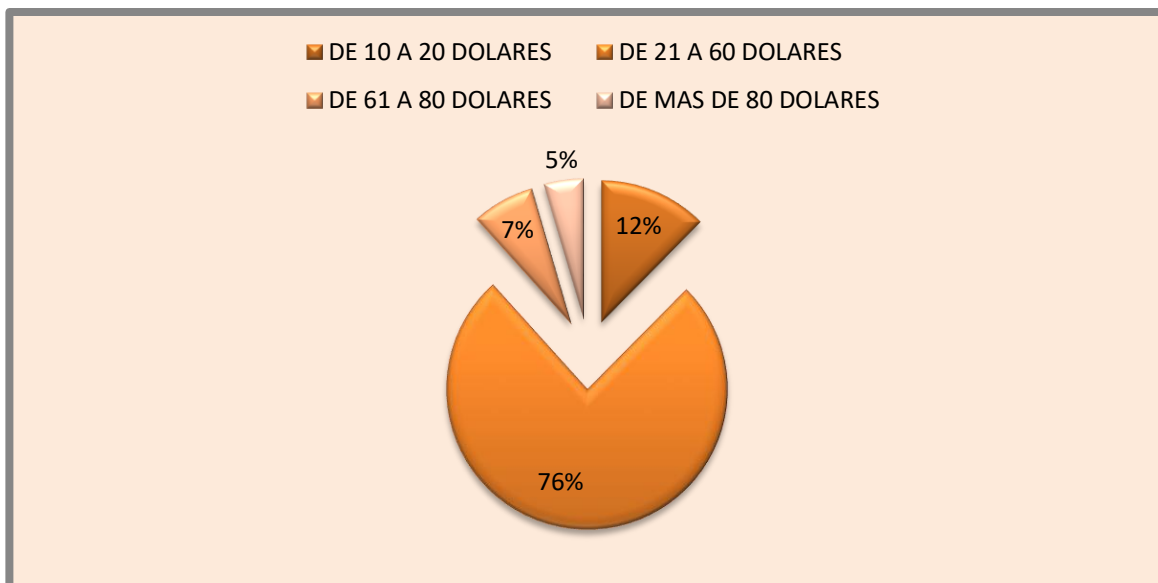
El Gráfico 7: Demuestra que de los 377 estudiantes, el 88% realizan la mayor compra en el semestre de temporada de clases (abril – septiembre), el 10% compran en el otro semestre donde bajan las clases (octubre – marzo) y el 3% compran en los dos semestres.

Pregunta 8. ¿CUÁL ES SU PROMEDIO DE GASTOS EN LA TEMPORADA DE CLASES LOS MESES DE ABRIL HASTA SEPTIEMBRE?

CUADRO 8		CUADRO DE RESULTADOS DE LA PREGUNTA 8	
ÍTEM	DETALLE	FRECUENCIA S	
		ABSOLUTO	RELATIVO %
A	DE 10 A 20 DÓLARES	47	12
B	DE 21 A 60 DÓLARES	286	76
C	DE 61 A 80 DÓLARES	27	7
D	DE MAS DE 80 DÓLARES	17	5
TOTAL		377	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autora

GRAFICO 8	Respuestas sobre el promedio de gastos cuando realizan la mayor de útiles escolares.
------------------	--



El Gráfico 8: Quiere decir que de los 377 estudiantes, el 76% de los estudiantes tienen un gasto de entre 21 a 60 dolares, el 12% tiene un gasto entre 10 a 20 dólares, el 7% gastan de 61 a 80 dolares y el 5% gastan mas de 80 dólares en su mayor compra de útiles escolares.

Pregunta 9. ¿CUÁL ES SU PROMEDIO DE GASTOS EN LOS MESES DE OCTUBRE HASTA MARZO?

CUADRO 9		CUADRO DE RESULTADOS DE LA PREGUNTA 9	
ÍTEM	DETALLE	FRECUENCIA S	
		ABSOLUTO	RELATIVO %
A	DE 10 A 20 DÓLARES	305	81
B	DE 21 A 60 DÓLARES	31	8
C	DE 61 A 80 DÓLARES	24	6
D	DE MAS DE 80 DÓLARES	17	5
TOTAL		377	100

Fuente : Encuestas

Elaboración : Autora

GRAFICO 9	Respuestas sobre el promedio de gastos en la temporada de finales de clases y vacaciones.
------------------	---



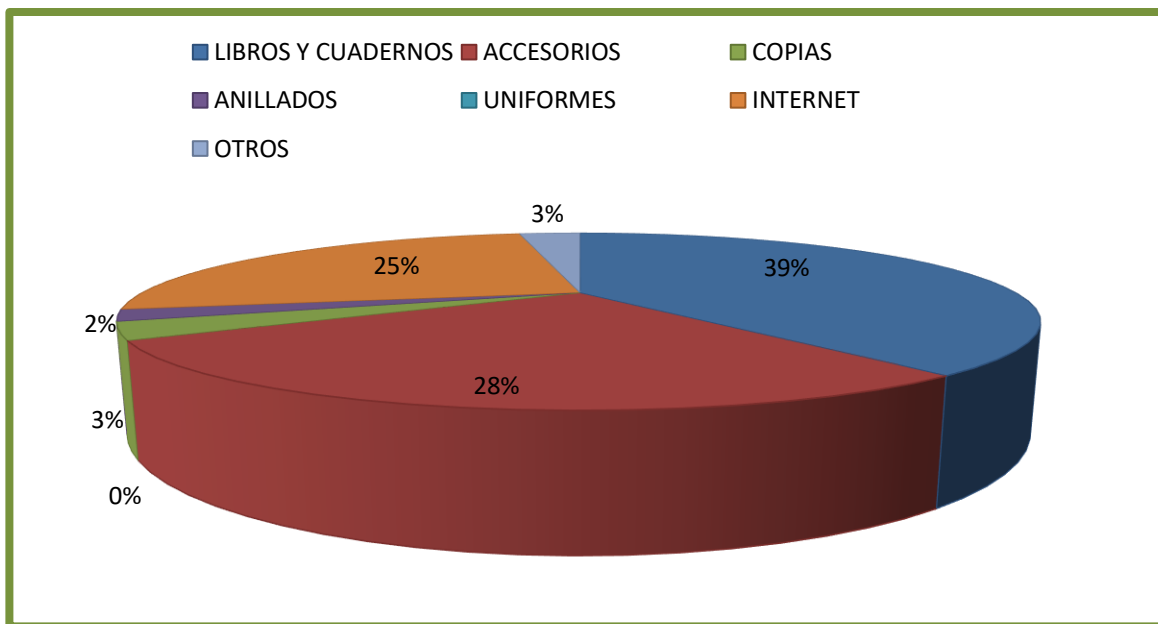
El Gráfico 9: Quiere decir que de los 377 estudiantes, el 81% de los estudiantes tienen un gasto de entre 10 a 20 dolares, el 8% tienen un gasto entre 21 a 60 dólares, el 6% gastan de 61 a 80 dolares y el 5% gastan más de 80 dólares en su mayor compra de útiles escolares en el tiempo de vacaciones.

Pregunta 10. ¿EN QUÉ GASTA MÁS COMO ESTUDIANTE?

CUADRO 10	CUADRO DE RESULTADOS DE LA PREGUNTA 10		
ÍTEM	DETALLE	FRECUENCIA S	
		ABSOLUTO	RELATIVO %
A	LIBROS Y CUADERNOS	148	39
B	ACCESORIOS	103	27
C	COPIAS	12	3
D	ANILLADOS	8	2
E	UNIFORMES	0	0
F	INTERNET	95	25
G	OTROS	11	3
TOTAL		377	100

Fuente : Encuestas
Elaboración : Autora

GRAFICO 10	Respuestas sobre la demanda de artículos para el estudiante
-------------------	---



El Gráfico 10: Quiere decir que de los 377 estudiantes, 148 gastan más en libros y cuadernos, 103 gastan más en accesorios, 95 gastan más en internet, 12 gastan más en copias, 12 gastan más en anillados y nadie gasta más en uniformes.

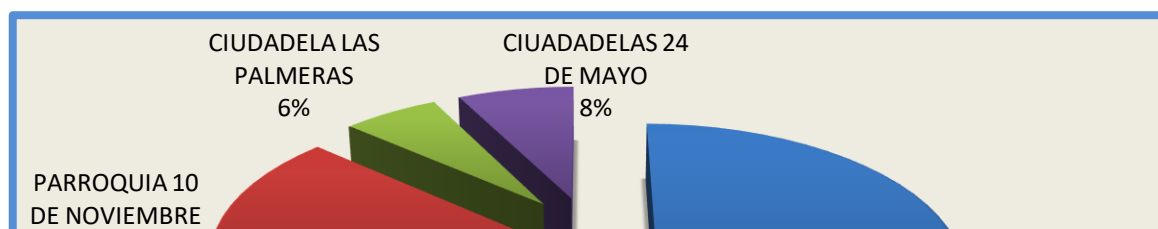
Pregunta 11. ¿DÓNDE CONSIDERA USTED QUE DEBERÍA ESTAR UBICADO EL COMISARIATO DE LIBROS Y ACCESORIOS PARA EL ESTUDIANTE?

CUADRO 11		CUADRO DE RESULTADOS DE LA PREGUNTA 11	
ÍTEM	DETALLE	FRECUENCIAS	
		ABSOLUTO	RELATIVO %
A	CENTRO DE LA CIUDAD	246	65
B	PARROQUIA 10 DE NOVIEMBRE	80	21
C	CIUDADELA LAS PALMERAS	23	6
D	CIUDADELAS 24 DE MAYO	28	7
TOTAL		377	100

Fuente : Encuestas

Elaboración : Autora

GRAFICO 11	Respuesta sobre la preferencia de la ubicación de la empresa comercial en Ventanas
-------------------	--



El Gráfico 11: Dice que de los 377 estudiantes, el 65% considera que el comisariato debe estar en el centro de la ciudad, el 21% en la parroquia 10 de noviembre, el 8% en la ciudadela 24 de mayo y el 6% dice que debería ubicarse en la ciudadela Las Palmeras.

4.2. Estudio de Mercado

4.2.1. Estudio de la Oferta

En este estudio se analiza las condiciones del negocio que se desea implementar y a la investigación rigurosa del mercado, por lo que se determina que la oferta es nula ya que en la Ciudad de Ventanas y en los alrededores no existe un local Comercial que por su infraestructura ofrezca productos y servicios de un comisariato para el estudiante.

4.2.2. Estudio de la Demanda

En base a las encuestas se determina lo siguiente: en el total de los estudiantes encuestados, 377 gasta un promedio de 21 a 60 dólares entre los meses abril y septiembre, considerados temporada alta arrojando un valor de \$ 92.532,00 y un promedio de 10 a 20 dólares en los meses de octubre a marzo considerados

temporada baja, reflejando un valor de \$ 53.274,00, estos datos estan considerados para un año; obteniendo un valor total estimativo de \$145.806,00 que es el valor de la sumatoria de la demanda semestral (cuadro 12) y (cuadro 13).

CUADRO 12		Total de ingresos mensual y semestral por la venta de útiles escolares en la temporada de clases de abril hasta septiembre en la ciudad de Ventanas año 2012			
Rango - Dólares	Media (dólares)	Media (clientes)	Frecuencia meses	Total	
				Mensual	Semestral
DE 10 A 20	15	47	6	705	4230
DE 21 A 60	40	286	6	11440	68640
DE 61 A 80	71	27	6	1917	11502
MAS DE 80	80	17	6	1360	8160
Total		377			92532
Fuente	:	Encuestas personales			
Elaborado por	:	La Autora			

CUADRO 13		Total de ingresos mensual y semestral por la venta de útiles escolares en la temporada de clases de octubre hasta marzo en la ciudad de Ventanas año 2012			
Rango - Dólares	Media (dólares)	Media (clientes)	Frecuencia meses	Total	
				Mensual	Semestral
DE 10 A 20	15	305	6	4575	27450
DE 21 A 60	40	31	6	1240	7440
DE 61 A 80	71	24	6	1704	10224
MAS DE 80	80	17	6	1360	8160
Total		377			53274
Fuente	:	Encuestas personales			
Elaborado por	:	La Autora			

4.2.2.1. Demanda Proyectada en base a la encuesta

Para determinar la demanda proyectada se tomó en cuenta los datos históricos proporcionados por la INEC sobre la población total estudiantil desde el año 2009

hasta el 2012, y se aplicó la formula de los mínimos cuadrados para proyectar la demanda futura en los tres siguientes años:

Formula utilizada: $y = mx + b$

Y= número de periodos

X= número de estudiantes

m= pendiente respecto al incremento anual

b= Valor fijo de la función lineal.

CUADRO 14

6 MESES DE TEMPORADA					6 MESES BAJOS		TOTAL EN
PERIODOS	AÑOS	DEMANDA	GASTOS PROMEDIOS	TOTAL	GASTOS PROMEDIOS	TOTAL	EL AÑO
1	2009	17799,00	60	1067940,00	20	355980	1423920
2	2010	18934,00	60	1136040,00	20	378680	1514720
3	2011	20144,00	60	1208640,00	20	402880	1611520
4	2012	21430,00	60	1285800,00	20	428600	1714400
5	2013	22602,00	60	1356120,00	20	452040	1808160
6	2014	23812,00	60	1428720,00	20	476240	1904960
7	2015	25022,00	60	1501320,00	20	500440	2001760
Totales				8984580,00		2994860,00	11979440,00

Fuente : INEC

Elaborado por : La Autora

Cuadro 14: Se ha establecido la Demanda proyectada a la cantidad mayor de gastos que se refleja en la encuesta de acuerdo a los semestres de alta y baja venta ya que en este tipo de negocio no se vende por igual en todo el año. Además el crecimiento de las ventas proyectado en los siguientes años se da en base al incremento de los estudiantes en cada año de acuerdo al resultado de la formula de la recta lineal.

4.2.2.2. Demanda insatisfecha

En el cantón Ventanas no existe un comisariato para el estudiante considerandose que la oferta es nula y la demanda insatifecha dará un resultado negativo para los años históricos proyectados.

AÑOS	OFERTA	DEMANDA	D.I.
2009	0,00	17799,00	-17799,00

2010	0,00	18934,00	-18934,00
2011	0,00	20144,00	-20144,00
2012	0,00	21430,00	-21430,00
2013	0,00	22602,00	-22602,00
2014	0,00	23812,00	-23812,00
2015	0,00	25022,00	-25022,00

4.3. Estudio Técnico.

4.3.1. Localización

La mayoría de los encuestados están de acuerdo que el comisariato este ubicado en el centro de la ciudad y se ha considerado su ubicación en las calles 6 de Octubre y Avenida Seminario cerca de la Ilustre Municipalidad de Ventanas, frente al parque.

4.3.2. Insumos

En el siguiente cuadro se presenta los insumos más necesarios para realizar la inversión requerida para satisfacer las necesidades de los clientes potenciales.

**CUADRO
16**

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P.U.	TOTAL
1	LIBROS DE PRIMARIA	4050	35,68	144504
2	LIBROS DE SECUNDARIA	3050	42,78	130479,00
3	LIBROS UNIVERSITARIOS	5000	48,98	244900,00
4	CUADERNOS	10000	1,12	11187,00
5	MATERIALES DIDÁCTICOS	15000	3,78	56700,00
6	PAPELERÍA	50000	0,2	10000,00
7	PLÁSTICOS Y ANILLOS	50000	0,32	16000,00
8	ACCESORIOS	8000	0,25	2000,00
9	INTERNET	10000	6	60000,00
	TOTAL	136000		675.770,00

CUADRO 16. De acuerdo a la proyección realizada; los libros, cuadernos y accesorios para el estudiante que se necesitan para la venta del primer año de funcionamiento en la ciudad de Ventanas es de USD 675.770,00, según el detalle de los cuadros 16.1, 16.2, 16.3, 16.4, 16.5, 16.6; que se encuentra en el capítulo de anexos.

4.3.3. Proyección anual de los ingresos por ventas

CUADRO 17

6 MESES DE TEMPORADA				6 MESES BAJOS			TOTAL EN
AÑOS	DEMANDA	CLIENTE POTENCIALES	ING PROM	TOTAL	ING PROM	TOTAL	EL AÑO
2013	22602,00	9493,00	60	569580,00	20	189860	759440
2014	23812,00	10001,00	60	600060,00	20	200020	800080
2015	25022,00	10509,00	60	630540,00	20	210180	840720
2016	26232,00	11017,00	60	661020,00	20	220340	881360
2017	27442,00	11526,00	60	691560,00	20	230520	922080

CUADRO 17: De acuerdo a la encuesta un 70% estaría dispuesto a comprar en el Comisariato para el estudiante, aplicando un criterio conservador se estima captar el 60% de la demanda insatisfecha para la venta de los años del 2013 al 2017. Además el crecimiento de las ventas proyectado en los

siguientes años se da en base al incremento de los estudiantes en cada año de acuerdo al resultado de la formula de la recta lineal.

4.3.4. Activos.

CUADRO 18

Ítem	Detalle	Ref.	Características	Cantidad	Costo Unitario	Costo Anual	Costo Mensual
	muebles y enseres						
1	Escritorios	unidad	madera	3	100	300	25
2	Sillas	unidad	giratoria	12	20	240	20
3	Vitrinas	unidad	mostrador	15	150	2250	187,5
4	Perchas	unidad	metálicas	15	110	1650	137,5
5	Grapadoras	unidad	metálicas	10	5	50	4,17
6	anilladoras	unidad	metálicas	5	200	1000	83,33
	equipo de computo						
5	computadoras	unidad	Intel	4	800	3200	266,67
6	Impresoras	unidad	HP	4	150	600	50
Total						9290,00	774,17

CUADRO 18: Este cuadro indica que el proyecto iniciará con un Total de Activos de 9290,00 USD y un gasto mensual durante ese año de 774,17.

4.3.5. Gastos Administrativos.

CUADRO 19

Cargo	Tiempo	Remuneración	Décimo cuarto	Décimo tercero	Beneficio Mensual	Aporte		Gasto Mensual	Gasto Anual
						Patronal	IESS		
Gerente General	Mensual	600	26,5	50	676,5	66,90		743,40	8920,80
Secretaria - Asistente	Mensual	318	26,5	26,5	371	35,46		406,46	4877,48
Vendedor (a) 1	Mensual	318	26,5	26,5	371	35,46		406,46	4877,48
Vendedor (a) 2	Mensual	318	26,5	26,5	371	35,46		406,46	4877,48
Vendedor (a) 3	Mensual	318	26,5	26,5	371	35,46		406,46	4877,48
Vendedor (a) 4	Mensual	318	26,5	26,5	371	35,46		406,46	4877,48
Vendedor (a) 5	Mensual	318	26,5	26,5	371	35,46		406,46	4877,48
Conserje	Mensual	318	26,5	26,5	371	35,46		406,46	4877,48
Totales		2826	212	235,5	3273,5	315,099		3588,599	43063,19

Cuadro 19: De acuerdo a la proyección realizada, la comercialización de libros, cuadernos y materiales para el estudiante, necesita para el pago de sus gastos administrativos para el primer mes USD 3.588,60 y para su primer año de funcionamiento la cantidad de USD 43.063,19

4.3.6. Tabla de amortización.

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN JOSÉ LTDA.

TABLA DE AMORTIZACIÓN

CLIENTE: GUISELA BETSABÉ
 10056289 CAMPUZANO LEDESMA
 MICRO
 CRÉDITO: QUIROGRAFARIO
 FECHA DE
 CONCESIÓN:
 MONTO
 ORIGINAL: 20000
 DÍAS 1092
 PERIODOS: 39
TASA DE INTERÉS
ANUAL 18,50%

PERIODO	TASA	DÍAS	CAPITAL	INTERÉS	S DSG	RUB A	CUOTA	SALDO
								20000
1	1,54	30	532,23	308,33	16,67	6,66	863,89	19467,77
2	1,54	30	517,89	300,13	16,22	6,66	840,90	18949,88
3	1,54	30	532,23	292,14	15,79	6,66	846,83	18417,65
4	1,54	30	517,89	283,94	15,35	6,66	823,84	17899,76
5	1,54	30	532,23	275,95	14,92	6,66	829,76	17367,53
6	1,54	30	517,89	267,75	14,47	6,66	806,77	16849,64
7	1,54	30	532,23	259,77	14,04	6,66	812,70	16317,41
8	1,54	30	517,89	251,56	13,60	6,66	789,71	15799,52
9	1,54	30	532,23	243,58	13,17	6,66	795,63	15267,29
10	1,54	30	517,89	235,37	12,72	6,66	772,64	14749,40
11	1,54	30	532,23	227,39	12,29	6,66	778,57	14217,17
12	1,54	30	517,89	219,18	11,85	6,66	755,58	13699,28
13	1,54	30	532,23	211,20	11,42	6,66	761,50	13167,05
14	1,54	30	517,89	202,99	10,97	6,66	738,51	12649,16
15	1,54	30	532,23	195,01	10,54	6,66	744,44	12116,93
16	1,54	30	517,89	186,80	10,10	6,66	721,45	11599,04
17	1,54	30	532,23	178,82	9,67	6,66	727,37	11066,81
18	1,54	30	517,89	170,61	9,22	6,66	704,39	10548,92
19	1,54	30	532,23	162,63	8,79	6,66	710,31	10016,69
20	1,54	30	517,89	154,42	8,35	6,66	687,32	9498,80
21	1,54	30	532,23	146,44	7,92	6,66	693,25	8966,57
22	1,54	30	517,89	138,23	7,47	6,66	670,26	8448,68
23	1,54	30	532,23	130,25	7,04	6,66	676,18	7916,45
24	1,54	30	517,89	122,05	6,60	6,66	653,19	7398,56

25	1,54	30	532,23	114,06	6,17	6,66	659,12	6866,33
26	1,54	30	517,89	105,86	5,72	6,66	636,13	6348,44
27	1,54	30	532,23	97,87	5,29	6,66	642,05	5816,21
28	1,54	30	517,89	89,67	4,85	6,66	619,06	5298,32
29	1,54	30	532,23	81,68	4,42	6,66	624,99	4766,09
30	1,54	30	517,89	73,48	3,97	6,66	602,00	4248,20
31	1,54	30	532,23	65,49	3,54	6,66	607,92	3715,97
32	1,54	30	517,89	57,29	3,10	6,66	584,93	3198,08
33	1,54	30	532,23	49,30	2,67	6,66	590,86	2665,85
34	1,54	30	517,89	41,10	2,22	6,66	567,87	2147,96
35	1,54	30	532,23	33,11	1,79	6,66	573,79	1615,73
36	1,54	30	517,89	24,91	1,35	6,66	550,81	1097,84
37	1,54	30	532,23	16,93	0,91	6,66	556,73	565,61
38	1,54	30	517,89	8,72	0,47	6,66	533,74	47,72
39	1,54	30	47,72	0,74	0,04	6,66	55,16	0,00
20000,00 6024,75 325,66 259,74 26610,15								

CUADRO 20: Este cuadro demuestra que se hará un Crédito de 20000,00 USD a la Cooperativa de la Linea Micro con Garantía Quirografaria al 18,5% anual durante 39 dividendos, teniendo como total del préstamo mas intereses 26610,15. lo cual permitira aumentar el capital con el que se iniciará el negocio.

4.3.7. Depreciación de activos fijos.

Cuadro 21

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS						
ÍTEM	DETALLE	VALOR	MES DE COMPRA	VIDA ÚTIL	TOTAL ANUAL	TOTAL MENSUAL
1	MUEBLES Y ENSERES	5490	mar-13	10	549	45,75
2	EQUIPO DE COMPUTO	3800	mar-13	3	1266,67	105,56
		9290			1815,67	151,31

CUADRO 21: Demuestra la depreciación anual y el gasto por el mismo rubro pero mensualmente que es de 151,31 y el valor de la depreciación anual será el que se considerará como gasto proyectado en los siguientes años.

4.3.8. Gastos Operacionales.

CUADRO 22

Detalle	Costo Mensual	Costos Anual
Materiales de Aseo	30	360
Consumo Telefónico	60	720
Consumo de Luz	80	960
Útiles de Oficina	60	720
Total	230	2760

Cuadro 22. De acuerdo a la proyección realizada para el primer año de funcionamiento del Comisariato de libros, cuadernos y accesorios para el estudiante se necesita USD 2760 y para el primer mes USD 230 como Gastos Generales.

4.3.9. Gastos de Ventas

CUADRO 23

Detalle	Costo Mensual	Costos Anual
Publicidad	50	600
Transporte	100	1200
Total	150	1800

Cuadro 23. De acuerdo a la proyección realiza para el primer año de funcionamiento del Comisariato para el estudiante necesita USD 1800,00 como Gastos de Venta.

4.3.10. Inversión inicial

Se observa la inversión total que se necesita para iniciar a comercializar en el Comisariato para el estudiante que asciende a la cantidad de USD **70.000,00**

ítem	Concepto	Costo inicial
1	Activos Fijos	9290,00
2	Activos intangibles	1500,00
3	Inventario	54261,40
4	Gastos Administrativos	3588,60
5	Gastos de Venta	150,00
6	Gastos generales	1210,00
Total Inversión inicial		70000,00

4.4. Análisis económico.

4.4.1. Estado de Resultado Proyectado

CUADRO 24

	Años				
	2013	2014	1015	2016	2017
INGRESOS					
(+) Ventas	759440,00	800080,00	840720,00	881360,00	922080,00
(-) Costo de Comercialización	675770,00	608193,00	631844,00	655495,00	679146,00
(=) Utilidad Bruta	83670,00	191887,00	208876,00	225865,00	242934,00
EGRESOS					
(-) Gastos Administrativos	43063,19	43381,19	43699,19	44017,19	44335,19
(-) Gastos de Venta	1800,00	1890,00	1984,50	2083,73	2187,92
(-) Gastos generales	3752,00	3939,60	4136,60	4343,60	4560,60
(-) Gastos Financieros	9716,81	8488,17	7259,53	613,34	0,00
(-) Depreciación	1815,67	1815,67	1815,67	1815,67	1815,67
(=) Utilidad Operacional	23522,33	132372,37	149980,51	172991,48	190034,63
(-) 15% participación a Trabajadores	3528,35	19855,86	22497,08	25948,72	28505,19
(=) Utilidad Bruta	19993,98	112516,52	127483,43	147042,76	161529,43
(-) 25% del Imp a la Renta	4998,50	28129,13	31870,86	36760,69	40382,36
(=) Utilidad Neta	14995,49	84387,39	95612,58	110282,07	121147,07

Cuadro 24. Se observa la utilidad neta, luego de descontar todos los costos y gastos que se incurren cada año de vida útil del proyecto. Para el primer año la utilidad es de USD 14.995,49; la misma que se incrementa positivamente para los siguientes años siendo esta hasta el quinto año una utilidad de USD 121.147,07.

4.4.2. Flujo de Caja Proyectado.

Cuadro 25. El Flujo de caja generado para el primer año es de USD 23.773,34 debiendo a la inversión fija en este año, incrementandose a partir del segundo año en adelante hasta la proyección realizada en el quinto año en USD **190.034,63**.

	Años					
	0	2013	2014	1015	2016	2017
A INGRESOS						
(+) Ventas		759440,00	800080,00	840720,00	881360,00	922080,00
(+) Aporte Propio	50000	0	0	0	0	0
(+) Préstamo	20000	0	0	0	0	0
(=) Total ingresos	70000	759440,00	800080,00	840720,00	881360,00	922080,00
B EGRESOS						
Inversión inicial	70000					
(-) Costo de Comercialización		675770,00	608193,00	631844,00	655495,00	679146,00
(-) Gastos Administrativos		43063,19	43381,19	43699,19	44017,19	44335,19
(-) Gastos de Venta		1800,00	1890,00	1984,50	2083,73	2187,92
(-) Gastos generales		3752,00	3939,60	4136,60	4343,60	4560,60
(-) Depreciación		1815,67	1815,67	1815,67	1815,67	1815,67
(=) Total Egresos	70000	726200,85	659219,45	683479,95	707755,18	732045,37
C Amortización						
(-) Capital		6300,72	6300,72	6300,72	1097,84	0
(-) Intereses		3165,09	1999,46	833,82	26,38	0
(=) Total Amortización		9465,81	8300,18	7134,54	1124,22	0,00
D Flujo de caja neto (A-B-C)	-70000	23773,34	132560,37	150105,50	172480,59	190034,63

4.5. Evaluación Financiera

4.5.1. Relación Beneficio Costo.

La relación beneficio costo actualizado se ha determinado dividiendo el beneficio actualizado para el total de egresos actualizados, la misma que dio un resultado de 1,11; Esto indica que por cada dólar que se invierte retorna 0,11 centavos de dólar lo cual permite aprobar la hipótesis planteada “Los cálculos económicos establecerán rentabilidad del Comisariato para el estudiante en la ciudad de Ventanas.

4.5.2. Van (Valor Actual Neto)

Referente al valor actual neto también presentó un valor positivo lo que significa el retorno líquido actualizado por el proyecto, lo que indica que cuando al actualizar al VAN este es positivo es muestra de liquidez para la empresa.

$$\text{VAN} = 186.092,81$$

4.5.3. TIR (Tasa Interna de Retorno)

La tasa interna de retorno es de 112%, la cual resultó superior a la tasa de interés del mercado, por lo tanto el proyecto es factible y viable desde el punto de vista económico.

$$\text{TIR} = 111 \%$$

4.5.4. PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión)

La inversión Inicial en este proyecto se recuperará en un año, 4 meses y 5 días.

4.5.5. Financiamiento

El proyecto requiere de **USD 70.000,00** para la ejecución hasta la puesta en marcha.

Se financiará el Proyecto a través de:

Recursos Propios \$ **50.000,00 (71,43%)**

Crédito en la Cooperativa San José Ltda \$ **20.000,00 (28,57%)**

El préstamo se lo hará con una tasa de interés del 18,5% anual con dividendos de 39 meses y garantía Quirografaria.

4.6. Discusión

La Hipótesis General planteada en la investigación “*La implementación de un comisariato de libros, materiales y accesorios estudiantiles en el Cantón Ventanas*”, se constituirá en un aporte económico y social en beneficio del estudiante de la Ciudad de Ventanas” ha podido ser comprobada luego del análisis realizado mediante la aplicación de técnicas y métodos diseñados para el presente estudio de implementación de una empresa que ofrece variedad de productos para el estudiante, el mismo que mediante el estudio de mercado efectuado, proporcionó información relevante de una demanda insatisfecha, es decir “el número aproximado de personas (estudiantes) que se están quedando sin recibir el servicio y el producto de acuerdo a su gusto en un local sin tener que trasladarse a otro lugar a conseguir lo que esta en su necesidad”.

CAPÍTULO V.
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- El realizar un estudio de implementación para montar una empresa en este caso comercial ya que es un comisariato para el estudiante, idea de negocio a establecerse en la ciudad de Ventanas, la cual brinda la oportunidad de contar con un local que dé aporte al desarrollo socioeconómico del cantón y la Provincia de Los Ríos.
- Los estudios previos de mercado, técnico, económico y evaluación financiera, basados en las leyes de apertura de negocios de nuestro país, determinan la sustentación del negocio. Así mismo se ha determinado que el análisis financiero, cálculo del costo beneficio y la tasa interna de retorno sirvieron de mucha utilidad, ya que estos permitieron determinar la rentabilidad de la implementación del negocio.
- Según los resultados del Estudio económico obtenidos en la comercialización de libros, cuadernos y accesorios para el estudiante observamos que el estudio de mercado arroja resultados relevantes en las actitudes, gustos y preferencias, además podemos decir que la tasa interna de retorno resultó en un 111%, la cual reflejó superior a la tasa de interés del mercado, por lo tanto el proyecto es factible y viable ya que demuestra una relevante rentabilidad.

5.2. RECOMENDACIONES

- Que se ejecute el proyecto denominado estudio de factibilidad para la creación de un comisariato de libros, materiales y accesorios estudiantiles en la Ciudad Ventanas, Provincia de Los Ríos, para el periodo 2013, considerando el estudio de mercado efectuado.
- Como se ha avizorado un éxito económico y financiero se recomienda sustentar la factibilidad en el estudio técnico, económico y financiero efectuado.
- Considerando la rentabilidad, demostrada en la tasa interna de retorno (TIR 111%), se recomienda la aplicación de los procesos contables necesarios para que el proyecto se haga realidad y de resultados ciertos en cada año fiscal.

CAPÍTULO VI.
BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS.

X. BIBLIOGRAFÍA

BLANCO A. (2010) Formulación y Evaluación de Proyectos, diciones Torán, 4ta edición.

COHEN, E. (2002). Evaluación de Proyectos Sociales. Siglo veintiuno. México.

COLOMA, F. (2001). Evaluación Social de Proyectos de Inversión. Asociación Internacional de Fomento.

GRATEROL R. MARIA LUISA (2007) Instituto Universitario de Tecnología De Administración Industrial Internet.

ILPES. (2010) Instituto Latinoamericano de Planificación Económica Y Social Guía Para La Presentación De Proyectos. Siglo XXI Editores. 10 edición.

LEDESMA MARTÍNEZ, ZULEMA. (2007). Análisis Económico Social de un Proyecto de Inversión Hidráulica.

MARIOTTI John (2010) Economía Comercial Marketing Y Publicidad. Mac Graw Hill.

SAPAG CHAIN NASSIR, Preparación y Evaluación De Proyectos, Edición 4°. Editorial Mc Graw-Hill.

A N E X O S

XI. ANEXOS

Anexo # 1. Cuestionario

**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTADA DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

LA PRESENTE INVESTIGACIÓN TIENE COMO FINALIDAD DETERMINAR EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMISARIATO DE LIBROS, CUADERNOS Y ACCESORIOS PARA EL ESTUDIANTE EN LA CIUDAD DE VENTANAS, PROVINCIA DE LOS RÍOS A PARTIR DEL AÑO 2013.

1.- ¿ESTÁ USTED DE ACUERDO QUE SE CREE UN COMISARIATO EN LA CIUDAD DE VENTANAS?

SI _____

NO _____

2.- ¿ESTARÍA DISPUESTO A COMPRAR EN UN COMISARIATO PARA ESTUDIANTES SUS MATERIALES ESTUDIANTILES?

SI _____

NO _____

3.- ¿CONSIDERA USTED QUE LOS ÚTILES ESCOLARES, ACCESORIOS Y DEMÁS, SE CONSTITUYE EN UN PRODUCTO?

☐ a) IMPRESCINDIBLE

☐ b) IMPORTANTE

☐ c) NO MUY IMPORTANTE

☐ d) PRESCINDIBLE

4.- ¿A LA HORA DE ELEGIR SUS ÚTILES ESCOLARES COMO LOS PREFIERES?

☐ a) DE CUALQUIER MARCA

☐ b) DE UNA MARCA ESPECIFICA

☐ c) SENCILLOS

☐ d) LLAMATIVOS

☐ e) OTROS

5.- ¿QUÉ LE GUSTARÍA ENCONTRAR EN EL COMISARIATO ADEMÁS DE ÚTILES ESCOLARES?

☐ a) LUNCH

☐ b) UNIFORMES

☐ c) SERVICIO DE COPIAS

☐ d) INTERNET

☐ e) TODAS ESTAS

6.- ¿DÓNDE USTED ADQUIERE SUS ÚTILES ESCOLARES?

☐ a) LIBRERÍA CONTINENTAL

☐ b) LIBRERÍA AMAZONAS

☐ c) LIBRERÍA HENIL

☐ d) LIBRERÍA LEIDY

☐ e) OTROS

7.- ¿EN CUÁL DE ESTOS SEMESTRES USTED REALIZA LA MAYOR COMPRA DE ÚTILES?

☐ a) ABRIL A SEPTIEMBRE

☐ b) OCTUBRE A MARZO

☐ c) TODOS ESTOS

8.- ¿CUÁL ES SU PROMEDIO DE GASTOS EN LA TEMPORADA DE CLASES LOS MESES DE ABRIL HASTA SEPTIEMBRE?

☐ a) DE 10 A 20 DÓLARES

☐ b) DE 21 A 60 DÓLARES

☐ c) DE 61 A 80 DÓLARES

☐ d) DE MAS DE 80 DÓLARES

9.- ¿CUÁL ES SU PROMEDIO DE GASTOS EN LOS MESES DE OCTUBRE HASTA MARZO?

☐ a) DE 10 A 20 DÓLARES

☐ b) DE 21 A 60 DÓLARES

☐ c) DE 61 A 80 DÓLARES

☐ d) DE MAS DE 80 DÓLARES

10.- ¿EN QUÉ GASTA MÁS COMO ESTUDIANTE?

☐ a) LIBROS Y CUADERNOS

☐ b) ACCESORIOS

☐ c) COPIAS

☐ d) ANILLADOS

☐ e) UNIFORMES

☐ f) INTERNET

☐ g) OTROS

11.- ¿DÓNDE CONSIDERA USTED QUE DEBERÍA ESTAR UBICADO EL COMISARIATO DE LIBROS Y ACCESORIOS PARA EL ESTUDIANTE?

☐ a) CENTRO DE LA CIUDAD

☐ b) PARROQUIA 10 DE NOVIEMBRE

☐ c) CIUDADELA LAS PALMERAS

☐ d) CIUADELAS 24 DE MAYO

Anexo # 2. Fotos de la competencia indirecta (Librerías)





Anexo # 3 Foto del Sector donde funcionaría el comisariato para el estudiante en la calles 6 de Octubre y Avenida Seminario.



Anexo # 4 Datos encontrados de la proyección de la población desde el año 2013 al 2017 con la fórmula de la recta lineal.

AÑO 1

$$Y = MX + B$$

$$Y = 1210(1) + 16552,20$$

$$Y = 17762,20$$

AÑO 4

$$Y = MX + B$$

$$Y = 1210(4) + 16552,20$$

$$Y = 21392,2$$

AÑO 2

$$Y = MX + B$$

$$Y = 1210(2) + 16552,20$$

$$Y = 18972,2$$

AÑO 5

$$Y = MX + B$$

$$Y = 1210(5) + 16552,20$$

$$Y = 22602,2$$

AÑO 3

$$Y = MX + B$$

$$Y = 1210(3) + 16552,20$$

$$Y = 20182,2$$

AÑO 6

$$Y = MX + B$$

$$Y = 1210(6) + 16552,20$$

$$Y = 23812,2$$

AÑO 7

$$Y = MX + B$$

$$Y = 1210(7) + 16552,20$$

$$Y = 25022,2$$

AÑO 8

$$Y = MX + B$$

$$Y = 1210(8) + 16552,20$$

$$Y = 26232,2$$

AÑO 9

$$Y = MX + B$$

$$Y = 1210(9) + 16552,20$$

$$Y = 27442,2$$

Anexo # 5 Detalle de los libros, cuadernos y materiales que se comprarán destinados para la venta en el primer año de funcionamiento del negocio.

CUADRO 16.1

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P.U.	TOTAL
1	PATITO LEE	100	3	300
2	PATITO ESCRIBE	100	3	300
3	NACHO	500	2,98	1490
4	EXPLORADOR	350	2,9	1015
5	SUEÑOS Y COLORES	350	2,9	1015
6	MI EXCELENTE LETRA	350	2,9	1015
7	ENGLISH FOR ME	350	2,9	1015
8	VIDA CRISTIANA	350	3	1050
9	MIS DEDITOS PRE - ESCRITURA	250	1,9	475
10	MIS DEDITOS PRE - MATEMÁTICA	250	1,9	475
11	FORMACIÓN CÍVICA Y ÉTICA	100	2	200
12	JUEGO Y APRENDO	200	1,5	300
13	EDUCACIÓN ARTÍSTICA	300	1,8	540
14	CIENCIAS NATURALES	300	1,2	360
15	EDUCACIÓN FÍSICA	200	1,8	360
TOTAL LIBROS PRIMARIA		4050	35,68	144504

CUADRO 16.2

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P.U.	TOTAL
1	MATEMÁTICAS NORMA	100	3,9	390
2	MATEMÁTICAS LH. CALDERÓN	100	3,9	390
3	CONTABILIDAD BÁSICA	500	4,2	2100
4	CONTABILIDAD MEDIA	300	4,1	1230
5	CONTABILIDAD AVANZADA	300	4,1	1230
6	OUR WORLD THROUGH ENGLISH	1200	3,9	4680
7	ALGEBRA DE BALDOR	100	6	600
8	ALGEBRA DE MANCIL	100	5	500
9	LIBROS DE BIOLOGÍA	200	3,88	776
10	MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN	150	3,8	570
TOTAL LIBROS SECUNDARIA		3050	42,78	130479

CUADRO 16.3

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P.U.	TOTAL
1	ADMINISTRACIÓN FINANCIERA	200	3,4	680
2	MATEMÁTICA APLICADA	350	4,4	1540
3	CONTABILIDAD BÁSICA	500	4,2	2100
4	CONTABILIDAD DE COSTOS	500	4,1	2050
5	DICCIONARIO UNIVERSITARIO	400	3,8	1520
6	ELEMENTOS DE LA INGENIERÍA DE LAS REACCIONES QUÍMICAS	1000	3,9	3900
7	CONTABILIDAD Y AUDITORÍA	350	6	2100
8	MARKETING	300	3,5	1050
9	INTRODUCCIÓN A LA ECONOMETRÍA	300	3,88	1164
10	ECONOMÍA	500	3,8	1900
11	FRANCÉS	300	4	1200
12	GEOMETRÍA ANALÍTICA	300	4	1200
TOTAL LIBROS UNIVERSITARIOS		5000	48,98	244900

CUADRO 16.4

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P.U.	TOTAL
1	CUADERNO DE 20 H	500	0,12	60
2	CUADERNO DE 40 H	500	0,2	100
3	CUADERNO DE 60 H	500	0,25	125
4	CUADERNO DE 80 H	500	0,29	145
5	CUADERNO DE 100 H	500	0,34	170
6	CUADERNO JR 60 H	1200	0,4	480
7	CUADERNO JR 100 H	1500	0,5	750
8	CUADERNO ACADÉMICO 60 H	1500	0,55	825
9	CUADERNO ACADÉMICO 100 H	1500	1	1500
10	CUADERNO 200 H	50	1,3	65
11	CUADERNO MIXTO	50	0,35	17,5
12	CUADERNO DIBUJO N° 5	300	0,65	195
13	LIBRETAS TAQUIGRÁFICAS	300	0,87	261
14	CUADERNO ORDEN BOOK	500	0,34	170
15	LIBRETAS N° 1	300	0,25	75
16	LIBRETAS N°2	300	0,25	75
				0
TOTAL DE CUADERNOS		10000	7,66	11187

CUADRO 16.5

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P.U.	TOTAL
1	LÁPICES BIC	520	0,12	62,4
2	LÁPICES FABER CASTEL	520	0,2	104
3	LÁPICES MONGOL	520	0,25	130
4	LÁPICES EVOLUTION	520	0,29	150,8
5	LAPICEROS BIC	800	0,14	112
6	LAPICEROS FABER CASTEL	700	0,2	140
7	LAPICEROS STANLER	700	0,3	210
8	LAPICEROS CARIOCA	700	0,16	112
9	MARCADORES PERMANENTES	350	0,3	105
10	MARCADORES BORRA SECO	350	0,21	73,5
11	CAJA DE MARCADORES	350	0,45	157,5
12	COLORES CARIOCA	300	0,65	195
13	COLORES NORMA	300	0,85	255
14	CRAYONES NORMA	300	0,34	102
15	CRAYONES CARIOCA	300	0,25	75
16	RAPIDÓGRAFOS 0,5	100	0,5	50
17	RAPIDÓGRAFOS 1,00	100	0,87	87
18	RAPIDÓGRAFOS 2,00	100	0,9	90
19	COMPAS SENCILLO	190	0,22	41,8
20	COMPAS DE PRECISIÓN	300	2,31	693
21	JUEGOS GEOMÉTRICO PEQUEÑOS	400	0,25	100
22	JUEGOS GEOMÉTRICO GRANDES	400	0,39	156
23	BORRADORES QUESO	300	0,1	30
24	FOMIX	300	1	300
25	CARTULINA	400	0,2	80
26	ESPUMA FLEX GRANDE	100	0,36	36
27	ESPUMA FLEX PEQUEÑA	100	0,2	20
28	TIZAS	300	0,05	15
29	FOROS PLÁSTICOS GRANDES	1000	0,06	60
30	FOROS PLÁSTICOS PEQUEÑOS	1000	0,02	20
31	TINTA PARA SELLOS	30	0,59	17,7
32	STIKERS	50	0,15	7,5
33	CINTA DE EMBALAJE	150	0,6	90
34	ROMPECABEZAS	300	0,75	225
35	PALILLOS DE HELADOS	300	0,05	15
36	CUENTOS	300	0,7	210
37	SORBETES	300	0,05	15
38	ADHESIVOS	350	0,25	87,5
39	LONCHERAS	400	1,5	600
40	MALETAS	500	3,45	1725

TOTAL MATERIALES DIDÁCTICOS	15000	20,23	56700
------------------------------------	--------------	--------------	--------------

CUADRO 16.6

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P.U.	TOTAL
1	HOJAS A4	5000	0,01	50
2	PAPEL MINISTRO	3000	0,03	90
3	HOJAS DE CARPETA	3000	0,01	30
4	HOJAS MARFIL	2000	0,03	60
5	HOJAS BRISTOL	5000	0,08	400
6	HOJAS HILO	3000	0,1	300
7	PAPEL ARAÑA	1000	0,2	200
8	PAPEL COMETA	5000	0,02	100
9	PAPEL PERIÓDICO	5000	0,15	750
10	PAPEL COPIA	3000	0,02	60
11	PAPEL CREPE	2000	0,2	400
12	PAPEL BRILLANTE	5000	0,2	1000
13	PAPEL OROPEL	5000	0,35	1750
14	PAPEL CELOFÁN	2000	0,5	1000
15	FORROS DE PAPEL	1000	0,08	80
				0
				0
TOTAL DE CUADERNOS		50000	1,98	10000

Anexo # 6 Depreciación de los activos fijos con el que se iniciará el comisariato del estudiante.

AÑO 1

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS						
ÍTEM	DETALLE	VALOR	MES DE COMPRA	VIDA ÚTIL	TOTAL ANUAL	TOTAL MENSUAL
1	MUEBLES Y ENSERES	5490	mar-13	10	549	45,75
2	EQUIPO DE COMPUTO	3800	mar-13	3	1266,67	105,56
		9290			1815,67	151,31

AÑO 2

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS						
ÍTEM	DETALLE	VALOR	MES DE COMPRA	VIDA ÚTIL	TOTAL ANUAL	TOTAL MENSUAL
1	MUEBLES Y ENSERES	5490	mar-13	10	549	45,75
2	EQUIPO DE COMPUTO	3800	mar-13	3	1266,67	105,56
		9290			1815,67	151,31

AÑO 3

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS						
ÍTEM	DETALLE	VALOR	MES DE COMPRA	VIDA ÚTIL	TOTAL ANUAL	TOTAL MENSUAL
1	MUEBLES Y ENSERES	5490	mar-13	10	549	45,75
2	EQUIPO DE COMPUTO	3800	mar-13	3	1266,67	105,56
		9290			1815,67	151,31

AÑO 4

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS						
ÍTEM	DETALLE	VALOR	MES DE COMPRA	VIDA ÚTIL	TOTAL ANUAL	TOTAL MENSUAL
1	MUEBLES Y ENSERES	5490	mar-13	10	549	45,75
2	EQUIPO DE COMPUTO	3800	mar-13	3	1266,67	105,56
		9290			1815,67	151,31

AÑO 5

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS						
ÍTEM	DETALLE	VALOR	MES DE COMPRA	VIDA ÚTIL	TOTAL ANUAL	TOTAL MENSUAL
1	MUEBLES Y ENSERES	5490	mar-13	10	549	45,75
2	EQUIPO DE COMPUTO	3800	mar-13	3	1266,67	105,56
		9290			1815,67	151,31

