

75372
EAE |

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR
SEDE AMBATO

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE FORMACIÓN DUAL EN GERENCIA DE PEQUEÑAS Y
MEDIANAS EMPRESAS

Tema:

**“Creación de un Supermercado en Miraflores, para satisfacer las
necesidades de los habitantes del sector”**

Previa a la obtención del título de

**TECNOLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS
EMPRESAS FORMACIÓN DUAL**

Presentado por:

Hernando Byron Custode Ballesteros

AMBATO – ECUADOR

2005



2005-10-12.

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme dado la inteligencia, salud y constancia para haber podido acabar mi tesis.

Mi sincero agradecimiento a los Directivos, Profesores y demás personal de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato en especial a la Escuela de Administración de Empresas, Carrera de Formación Dual por haberme brindado su amistad y sus enseñanzas.

Agradezco a mi director de tesis Ing. Jorge Núñez por haberme brindado sus conocimientos.

Quiero agradecer de manera muy especial a la Eco. Catalina Álvarez, quien me ayudo de la forma mas profesional para poder acabar mi proyecto.

Agradezco a mi madre y hermanos por haber sido mi soporte y ayuda durante toda mi vida.

DEDICATORIA

A la memoria de mi padre, a mi madre por ser mi amiga mi guía y mi consejera, a mis hermanos por ser mi apoyo incondicional y a mi novia y futura esposa por el amor cariño.

DECLARACIÓN DE AUTENCIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, HERNANDO BYRON CUSTODE BALLESTEROS, declaro que el estudio realizado para la “Creación de un Supermercado en Miraflores, para satisfacer las necesidades de los habitantes del sector”, previo a la obtención del Título de Tecnólogo en Administración de Pequeñas y Medianas Empresas Formación Dual, es original de estricta responsabilidad del autor.


Hernando Byron Custode Ballesteros

C.C. 180204503-7

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO

Página

Introducción

1

CAPÍTULO I

IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

1.1 Planteamiento del problema	2
Situación conflicto	2
Causas del problema	2
1.2 Antecedentes	3
1.3 Justificación	4
1.4 Objetivos	5
1.4.1 Objetivo General	5
1.4.2 Objetivos Específicos	5
1.5 Metas	6

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Objetivo	7
2.2 Recopilación de la información	7
2.3 Qué servicio prestar y qué comercializar	19
2.4 Identificación del consumidor y demanda del mercado	20
2.5 Análisis de la demanda de mercado: histórica, actual y proyectada	20
Demanda Histórica y Actual	20
Demanda Futura	21
Proyección de la Demanda	21
2.6 Análisis de la oferta de mercado: histórica, actual y proyectada (incluida la competencia)	23
Análisis de la Competencia	23
2.7 Determinación de la demanda insatisfecha	25
2.8 Análisis de precios	25
2.9 Estrategia de mercado	33
2.9.1 Producto, precio, plaza, promoción y publicidad	33
Producto	33
Precio	33
Plaza	34
Promoción	34
Publicidad	34

CAPÍTULO III
ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Objetivo	35
3.2 Tamaño del proyecto	35
3.3 Localización del proyecto	36
3.4 Ingeniería del proyecto	36
Estudio del Producto	36
Estudio del Proceso	37
Estudio de los Insumos	39
Estudio de las instalaciones	39

CAPÍTULO IV
ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

4.1 Objetivo	40
4.2 Estructura organizativa de la empresa	41
Funciones de los colaboradores	45
4.3 Estructura legal	45

CAPÍTULO V
PRESUPUESTO DEL PROYECTO

5.1 Objetivo	47
5.2 Inversiones iniciales	47
5.3 Inversiones y financiamiento del proyecto	50
5.4 Fuentes de financiamiento del proyecto	50
5.5.1 Estado de Situación Inicial	52
5.5.2 Estado de Perdidas y Ganancias	53
5.5.3 Flujo de Caja	53

CAPÍTULO VI
EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

6.1 Objetivo	55
6.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)	56
6.3 Valor Actual Neto (VAN)	56
6.4 Costo Promedio Ponderado	56

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones		58
7.2 Recomendaciones		59

BIBLIOGRAFÍA		60
---------------------	-------	----

ANEXOS

RESUMEN EJECUTIVO

Un supermercado está considerado básicamente una tienda de alimentación y productos de limpieza y hogar en régimen de autoservicio. Los supermercados han experimentado un gran crecimiento, como un comercio a poca distancia de los consumidores.

La gran competencia en el sector de la venta de productos de alimentación ha empujado a ciertas cadena a buscar el crecimiento y la rentabilidad potenciando otros tipos de productos con mayor margen.

Por lo expuesto anteriormente, el Supermercado Custode, es un tipo de establecimiento que tendrá una variedad de productos: de primera necesidad, carnes, embutidos, productos de limpieza, artículos de bazar, licores, confitería, etc.

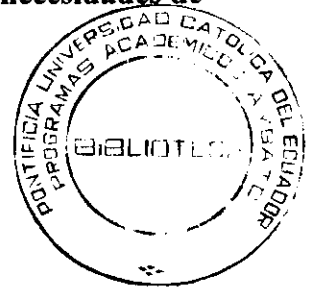
Se ha realizado un estudio de mercado en el cual se ha efectuado el respectivo análisis de la demanda, oferta, comercialización y precios. En donde a través de una encuesta se logró determinar la aceptación de los habitantes del Sector de Miraflores en cuanto a la apertura de un Supermercado que satisfaga sus necesidades. Por lo tanto el supermercado en su primer año de funcionamiento alcanzará un ingreso por ventas de USD. 245.578,88, es decir atenderá a 2046 clientes en el año 2006, con un consumo promedio de USD.120.

En el estudio técnico se determinó la cantidad de consumidores a atender, así como el lugar adecuado donde se ubicaría el Supermercado y los recursos necesarios para su funcionamiento como: económicos, materiales y humanos.

El Supermercado va a estar ubicado en la Calle Las Dalias, Sector de Miraflores.

Una vez realizado el estudio económico y financiero del proyecto, se llegó a determinar que la tasa interna de retorno del proyecto es de 28.47395% y el costo promedio ponderado es del 16%; es decir que con esta tasa el proyecto alcanza éxito y puede ejecutarse.

“Creación de un Supermercado en Miraflores, para satisfacer las necesidades de los habitantes del sector”



Introducción

La provincia del Tungurahua por su localización en el centro del país se ha caracterizado por los flujos poblacionales y de comercio que ha mantenido con las regiones de la costa y del oriente, por lo tanto su actividad económica se orienta en la producción y comercio de bienes de consumo básico como son: alimentación, vestido, calzado, a cuyos productos se han sumado otros que sirven para satisfacer y cubrir las necesidades.

La existencia de las actividades artesanales, industriales, etc., de las micro, pequeñas y grandes empresas, identifican a la provincia del Tungurahua y especialmente a la ciudad de Ambato como un centro productivo y comercial importante de la zona central del país.

La evolución y las tendencias de la población de Ambato, repercuten en los cambios de su economía. El crecimiento de la población urbana a provocado el surgimiento de una variedad de actividades económicas.

Las empresas comerciales son las que unen a productores y compradores por lo tanto coinciden con los intereses de la colectividad en general.

Las actividades comerciales registran una altísima relación con el comportamiento general de la economía; por lo tanto el crecimiento económico y del desarrollo social se traduce en el crecimiento de las actividades comerciales.

CAPÍTULO I

IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

1.1 Planteamiento del problema

Situación conflicto

El deficiente manejo de los gobiernos de turno en las políticas de mercado a producido que se limiten las inversiones en este giro comercial, reservando el mismo a capitales concentrados en pocas manos, evitando así el crecimiento total.

Actualmente existen en la ciudad de Ambato alrededor de unos 6 supermercados que vendrían a formar parte de la competencia real por aspectos como tamaño, poder comercial, líneas que manejan y sobretodo por el conocimiento del mercado.

A pesar de esto se puede generar una competencia real en cuanto a sus costos y una competencia formal en cuanto a estructura, poniendo especial atención en que el mayor beneficiario sería el consumidor final.

Causas del problema

Muchas veces en los supermercados el trato a los clientes es de forma inapropiada, considerándose como factor que influye en la decisión de compra.

No existe una motivación y tendencia que inflúyela momento de elegir el lugar que se visita como los productos que se compran, que muchas veces la imagen no esta bien relacionada con los bienes que se ofrecen y los servicios que se prestan.

Muchos de estos locales no prestan un sitio cómodo donde parquearse ya que en el centro es imposible por la cantidad desmedida de vehículos, es por esto que se encuentran saturados los parqueaderos de los locales que lo poseen.

Los supermercados a pesar de tener mucha trayectoria y un mercado de mucho valor, no se ha desarrollado en su totalidad.

Las empresas que actualmente se dedican a esta actividad no tienen muy bien desarrollada una cultura de servicio que permitan implementar una venta oportuna y asesorada en cuanto a su utilización.

Se considera que el nuevo supermercado puede ser una utilidad de negocio ya que se tiene una serie de contactos en relación directa para obtener exclusividad en la distribución de los diferentes productos.

Por lo tanto se ha decidido implementar en el sector de Miraflores un supermercado que expenda una variedad de productos, que permitan tener una cobertura inicial en el sector, hasta lograr una cobertura a otros sectores.

1.2 Antecedentes

Actualmente en la ciudad de Ambato el sistema de supermercados y mini mercados esta distribuido en diferentes sectores de la ciudad como son tres en diferentes sectores del centro, uno en Ingahurco, Ficoa, Av. Atahualpa, los mismos que ofrecen servicios incompletos ya que no prestan una adecuada presentación de productos, unos pocos poseen parqueadero apropiado para el local, además son sitios donde no existe asesoramiento de los productos que se venden ya que no se conoce como utilizar muchos de los productos.

Los productos que están siendo ofrecidos en estos locales en muchos de los casos no llevan un correcto control de calidad en cuanto a embalaje como el producto mismo.

Los precios que asignan a los productos dichos súper o mini mercados están de acuerdo a las políticas de precios que estos tienen.

1.3 Justificación

En la ciudad de Ambato y particularmente en el barrio “Miraflores”, existe una gran necesidad de crear un supermercado, ya que existe un volumen bastante grande de pobladores que tienen que realizar sus compras en sitios muy distantes, debido a que estos locales se encuentran en otras zonas.

Los supermercados que se encuentran por el sector son el Supermaxi, 2 Mini mercados en el sector de Ficoa; y 2 tiendas de barrio que se encuentran por el redondel de Miraflores, que vendrían a formar el total de locales por el sector.

La familia Custode Ballesteros, ha visto la necesidad de expandir el capital de trabajo por lo que consideran indispensable brindar sus servicios a través del proyecto de crear un supermercado para los moradores del sector de Miraflores, mediante la venta de productos de primera necesidad, productos de limpieza, perfumería, confitería, entre otros, de buena calidad y a precios competitivos.

Este trabajo investigativo, analizando al sector al que va a dirigirse se convertirá en una propuesta, que brinde a sus moradores un excelente servicio de acuerdo a sus requerimientos.

La aspiración que se persigue es llegar a abrir supermercados primeramente en la ciudad Ambato y luego expandirnos para otras ciudades de nuestro país; Y así

conseguir una cadena de los mejores locales donde los pobladores puedan realizar sus compras.

Se considera importante este estudio, ya que como empresa tendremos la satisfacción de seguir ayudando a personas que necesitan trabajo, las cuales entran a formar un equipo y forman una familia donde no exista rivalidad siendo estos pagados a tiempo y de una manera justa; además cubrir y satisfacer las demandas del sector.

Al abrir el supermercado en el sector de Miraflores, las familias ahorrarían tiempo por la disponibilidad de parqueo rápido y seguro, precios atractivos, diversidad de productos, limpieza del local, etc.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Crear un supermercado en el sector de Miraflores para satisfacer la demanda de sus habitantes, a través de un servicio de calidad.

1.4.2 Objetivos Específicos

- ❖ Brindar un servicio adecuado a las exigencias de los habitantes del sector de Miraflores
- ❖ Generar fuentes de empleo
- ❖ Comercializar servicios de calidad a precios accesibles

1.5 Metas

- ❖ Con la creación del Supermercado esperamos cubrir el 30% de las necesidades de los moradores del sector de Miraflores.
- ❖ Para el primer año de funcionamiento se fijará entre un 10 y 15% de utilidad para poder cubrir los gastos operativos y con la finalidad de captar la mayor cantidad de clientes.
- ❖ ~~Dentro~~ de dos años se considera la apertura de una sucursal del Supermercado ~~en otro sector~~ estratégico de la ciudad de Ambato.

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

Una oportunidad aprovechable de la creación de un Supermercado en Miraflores, es la falta de un servicio como este en dicho sector, además que cuente con gran cantidad de productos diferentes.

2.1 Objetivo

- Conocer el grado de aceptación que tendría la apertura del Supermercado en el sector de Miraflores; además tener un conocimiento real de los productos y cantidad demandada por los habitantes tanto de Miraflores como de Ficoa el Sueño y las Palmas.
- Identificar las características de los consumidores.
- Analizar el sistema más adecuado y estratégico para la comercialización.
- Identificar puntualmente la competencia.

2.2 Recopilación de la información

Para obtener la información que nos ayudó a conocer sobre productos, consumidores, competencia, precios; se realizaron encuestas a las personas que habitan por el sector, a moradores de ficoa y el centro.

De una población de 500 familias en el sector de Miraflores se determinó una muestra de 217 encuestas, utilizando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{\sigma^2 N p q}{e^2 (N-1) + \sigma^2 p q}$$

N = universo o población: 500 familias

σ = nivel de confianza: 1.96

p = probabilidad a favor: 50%

q = probabilidad en contra: 50%

e = error de estimación (precisión en los resultados): 5%

n = tamaño de muestra: 217

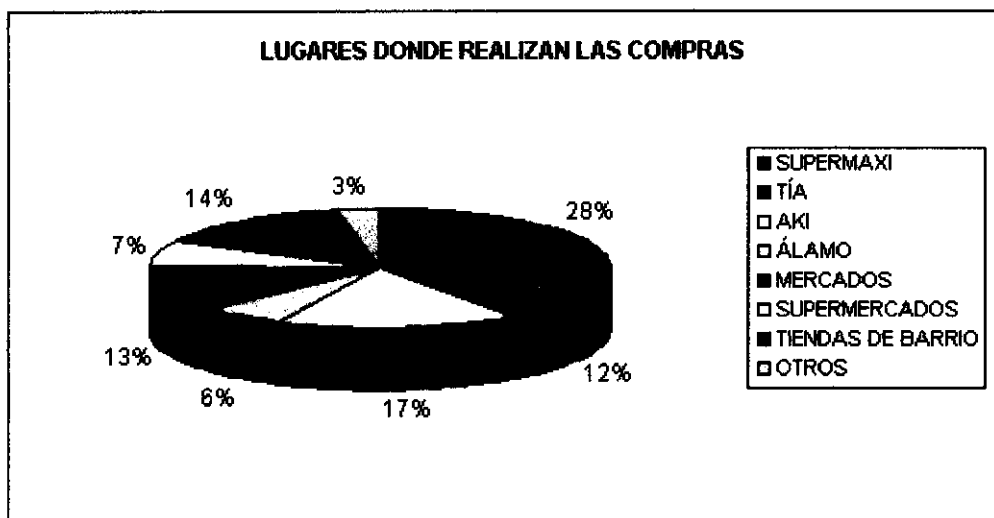
Luego de efectuadas las encuestas se procedió a su tabulación y análisis, alcanzándose los siguientes resultados:

ENCUESTA

Existe en promedio 4 miembros por cada familia.

1. Dónde realiza la compra de productos alimenticios, de limpieza y de bazar para su hogar?

LUGAR DONDE REALIZAN LAS COMPRAS							
SUPERMAXI	TÍA	AKI	ÁLAMO	MERCADOS	SUPERMERCADOS	TIENDAS DE BARRIO	OTROS
115	51	69	24	53	28	58	13

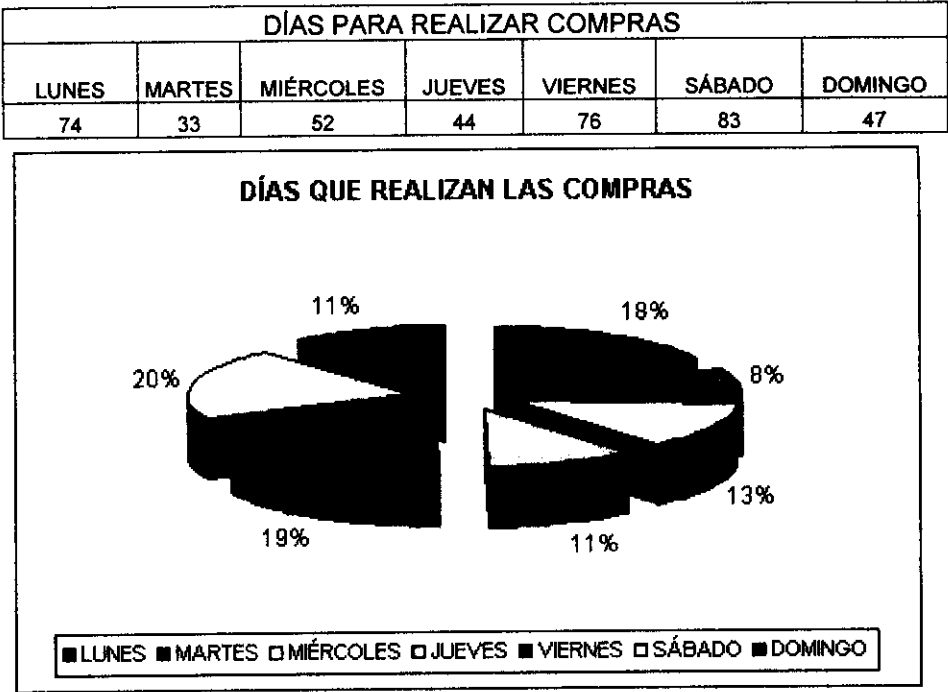


FUENTE: Encuestas a consumidores

ELABORACIÓN: El Autor

Del 100% de las personas encuestadas, el 28% realizan las compras de productos alimenticios, de limpieza y de bazar en el Supermaxi, el 17% las realiza en el Supermercado Aki que pertenece a la cadena del Supermaxi, en donde consideran que tienen precios accesibles; un 14% realiza sus adquisiciones en tiendas de barrio, en vista de que no compran grandes cantidades de productos sino lo necesario para cada día. El 41% restante realiza sus compras en el Supermercado El Álamo, Tía, mercados, supermercados y otros (distribuidoras de productos de consumo masivo).

2. Qué días realiza sus compras?

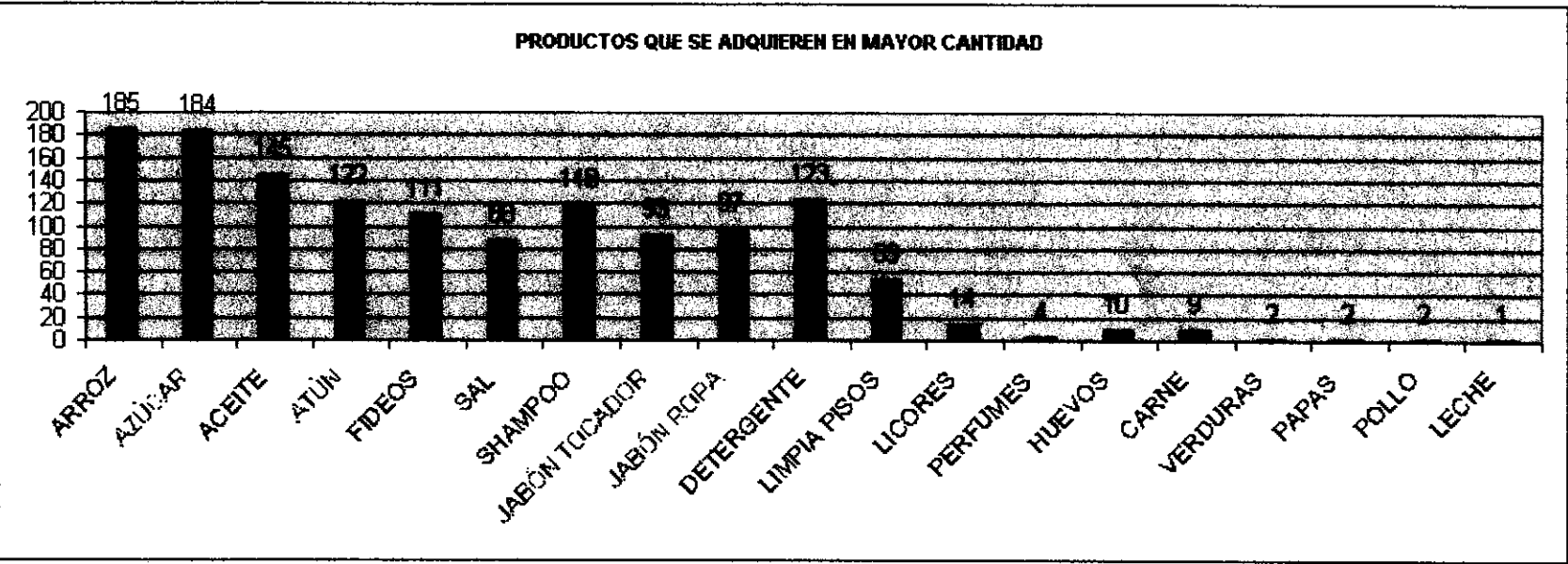


FUENTE: Encuestas a consumidores
ELABORACIÓN: El Autor

Los encuestados manifiestan que el día más adecuado para realizar sus compras de productos alimenticios, limpieza, bazar son los días sábados (20%), seguido de los días viernes (19%). Lunes 18%, Miércoles y Jueves, 13% y 11% respectivamente, en vista de que en la cadena de supermercados de la favorita existen promociones en varios productos. Según el 8% de los encuestados prefieren realizar sus compras los días martes; y el 11% lo dejan para el día domingo.

3. Qué productos compra en mayor en cantidad?

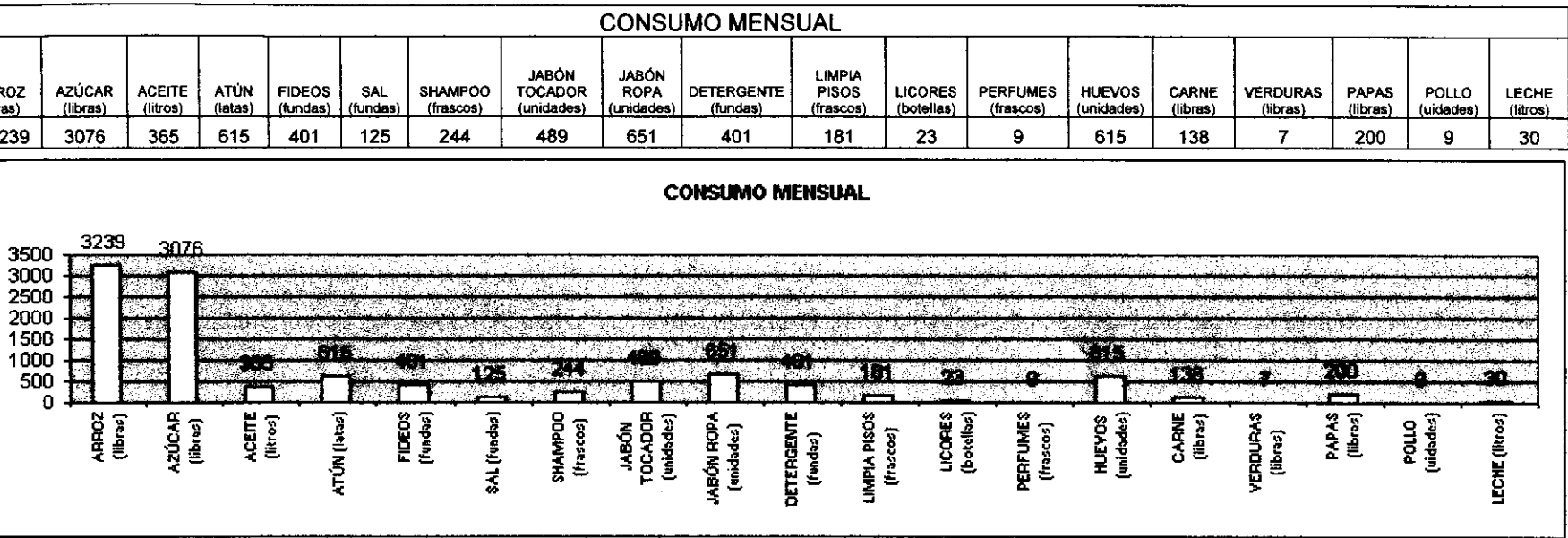
PRODUCTOS QUE ADQUIEREN EN MAYOR CANTIDAD																		
ARROZ	AZÚCAR	ACEITE	ATÚN	FIDEOS	SAL	SHAMPOO	JABÓN TOCADOR	JABÓN ROPA	DETERGENTE	LIMPIA PISOS	LICORES	PERFUMES	HUEVOS	CARNE	VERDURAS	PAPAS	POLLO	LECHE
185	184	145	122	111	88	118	93	97	123	53	14	4	10	9	2	2	2	1



FUENTE: Encuestas a consumidores
 ELABORACIÓN: El Autor

De acuerdo a la información proporcionada por los encuestados, los productos alimenticios que consumen en grandes cantidades son: arroz, azúcar, aceite, atún, fideos. Otros productos de limpieza y bazar: detergente, shampoo, jabón de ropa, jabón de tocador, etc. Y en mínima cantidad otros productos como verduras, paras, leche, carne, perfumes, etc.

4. Mensualmente el consumo de productos en su hogar es?



FUENTE: Encuestas a consumidores
ELABORACIÓN: El Autor

Las encuestas fueron realizadas a 217 personas, según las cuales, mensualmente consumen 3239 libras de arroz, 3076 libras de azúcar, 365 litros de aceite, 615 latas de atún, 401 fundas de fideo, 125 fundas de sal, 244 frascos de shampoo, 489 unidades de jabón de tocador, 651 unidades de jabón de ropa, etc. En el cual se contempla las cantidades consumidas.

5. El servicio brindado en los lugares donde realiza sus compras, cumple con sus expectativas?

EXPECTATIVAS DEL SERVICIO		
SI	NO	NO CONTESTA
161	54	2



FUENTE: Encuestas a consumidores
ELABORACIÓN: El Autor

De acuerdo a lo manifestado por los encuestados, el 74% están satisfechos con el servicio que les brindan en los sitios donde realizan sus compras, debido a que hay variedad de productos, orden y limpieza, buena atención, productos de calidad y precios módicos, comodidad de parqueo. Mientras que el 25% manifiesta su inconformidad debido a que no existe la limpieza adecuada, el servicio es insuficiente, etc.

6. Le gustaría que en la calle las Dalias, sector de Miraflores se abra un Supermercado?

APERTURA DEL SUPERMERCADO	
SI	NO
140	77



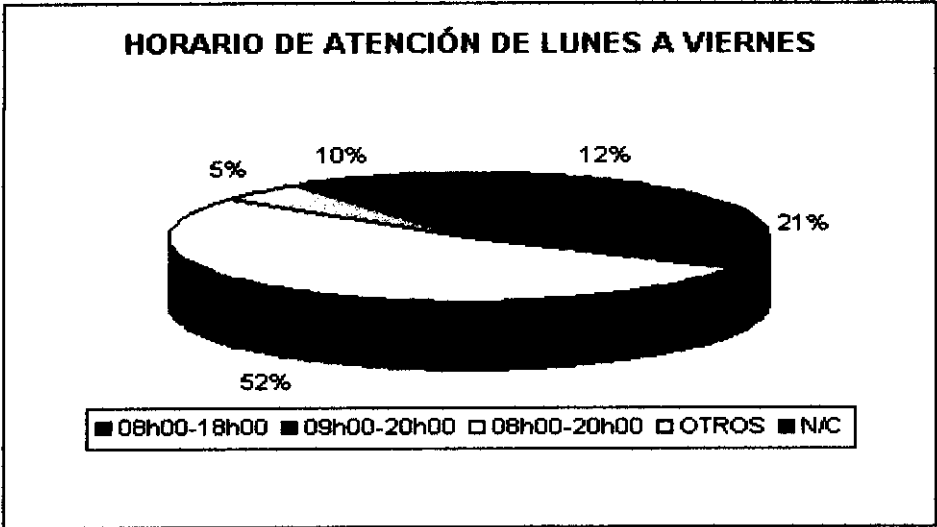
FUENTE: Encuestas a consumidores

ELABORACIÓN: El Autor

El 65% de los encuestados, esto es 140 personas consideran que sí debería abrirse un supermercado en la calle Las Dalias, sector de Miraflores por necesidad, cercanía a los consumidores, beneficio para el barrio. 77 personas que corresponden al 35% manifiestan que es innecesario, ya otros lugares en la ciudad que cumplen con sus expectativas.

7. Cuál considera usted, que debería ser el horario de atención del Supermercado?

HORARIO DE ATENCIÓN DE LUNES A VIERNES				
08h00-18h00	09h00-20h00	08h00-20h00	OTROS	N/C
26	46	113	11	21



FUENTE: Encuesta a consumidores
ELABORACIÓN: El Autor

De acuerdo a la encuesta realizada, los futuros consumidores consideran que el Supermercado debería atender en el horario de: 08h00-20h00 (52%), de 09h00-20h00 el 21%; mientras que el 12% manifiesta que se debería atender entre las 08h00 y 18h00. El 5% de acuerdo a su criterio, consideran otro horario de atención como: 09h00 a 21h00 (54%), 08h00 a 22h00 (36%) y las 24 horas (10%). No responde el 10%.

HORARIO DE ATENCIÓN SÁBADO Y DOMINGO		
08h00-18h00	OTROS	N/C
106	46	65



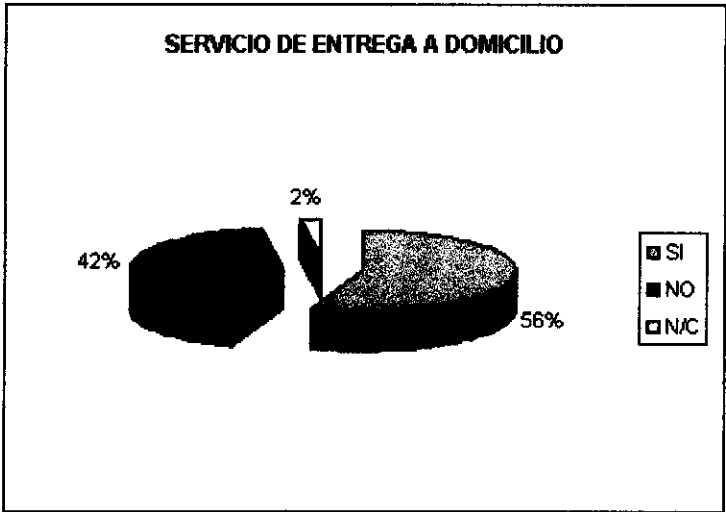
FUENTE: Encuesta a consumidores

ELABORACIÓN: El Autor

En cuanto a la atención para sábado y domingo; la preferencia por horarios es la siguientes: de 08h00 a 18h00 el 49%, el 30% no contesta. En cuanto a otro horario 21%: 08h00-20h00 (46%), 09h00-20h00 (24%), 10h00-20h00 (13%), 10h00-22h00 (4%), 08h00-22h00 (4%), 08h00-19h00 (7%) y las 24 horas (2%).

8. Desearía que los productos que adquiere, le sean entregados a domicilio?

ENTREGA A DOMICILIO		
SI	NO	N/C
120	92	5

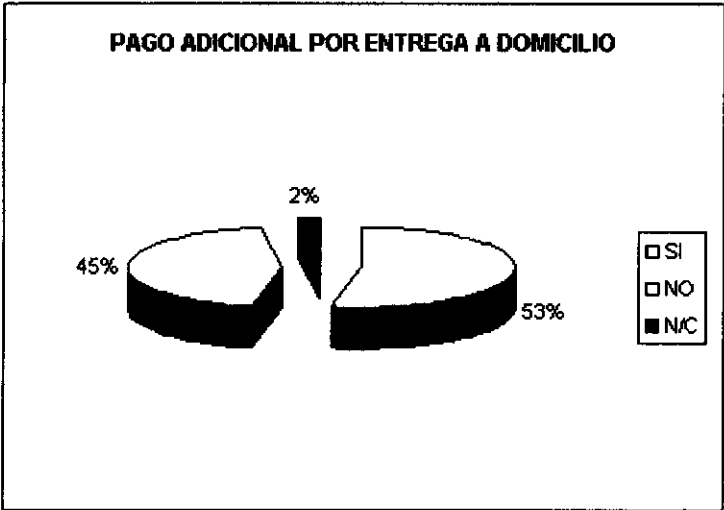


FUENTE: Encuesta a consumidores
ELABORACIÓN: El Autor

Del 100% de personas encuestadas, el 56% manifiestan su conformidad porque el Supermercado brinde servicio a domicilio; el 42% considera que no en razón de que pueden salir a realizar sus compras a manera de distracción. El 2% no responde.

9. Pagaría un mínimo valor adicional por recibir sus compras a domicilio?

PAGO POR ENTREGA A DOMICILIO		
SI	NO	N/C
115	97	5



FUENTE: Encuesta a consumidores
ELABORACIÓN: El Autor

El 53% de los encuestados consideran que sí debería pagarse un valor adicional al Supermercado por el servicio de entrega a domicilio. Al relacionarle con la pregunta anterior, el 45% manifiesta que no, ya que se acercaría al Supermercado a realizar sus compras; de las cuales las 92 personas no desean el servicio a domicilio y las 5 personas quieren el servicio como un valor agregado de la empresa. El 2% no contesta.

Como conclusión de la encuesta, podemos decir que se justifica el objetivo de abrir un Supermercado en el Sector de Miraflores, que brinde un buen servicio, así como calidad y variedad de productos con un horario cómodo para los clientes.

2.3 Qué servicio prestar y que comercializar

Con el presente estudio se pretende determinar la viabilidad de abrir un supermercado en el sector de Miraflores, en el que se comercializará productos de primera necesidad como: arroz, azúcar, aceite, sal; además productos de confitería, licores, artículos de bazar, limpieza.

A más de las ventas que se realicen en el supermercado, se ha considerado indispensable realizar el servicio de entrega a domicilio de los productos, para darle mayor valor agregado al mismo. Considerándose una propuesta innovadora para la ciudad de Ambato.

Los productos de consumo que se expenderán en el Supermercado son de conveniencia, ya que se subdividen en básicos cuya compra se planea, o no se planea como ocurre en las ofertas y en los artículos novedosos.¹

Los productos que se adquieren por comparación en el caso de los Supermercados son homogéneos como: vinos, latas, aceites, etc. donde interesan más el estilo y la presentación y no el precio.²

¹ SAPAG CHAIN, Nassir. PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS.

² SAPAG CHAIN, Nassir. PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS.

2.4 Identificación del consumidor y demanda de mercado

Debido a la imposibilidad de determinar las preferencias de todas las personas, que podrían constituirse en consumidores potenciales del Supermercado; se considera el realizar una agrupación de acuerdo a ciertos aspectos.

Los futuros clientes del Supermercado, se encuentran ubicados en el sector de Miraflores y una parte Ficoa; constituyéndose básicamente en amas de casa, de diferentes niveles de ingreso; además jóvenes de colegios y niños de escuelas del sector, etc.

Además podrían considerarse como clientes las tiendas de barrio, igualmente personas de otros lugares que transiten por el sector, a más de los clientes de la Estación de Servicio Custode 1 que son en su mayoría sustentos de familia.

Por lo expuesto anteriormente, los clientes que serán atendidos pertenecerán a una población concentrada (habitantes del sector) y también a una población dispersa (personas que circulen por el lugar).

2.5 Análisis de la demanda de mercado: histórica, actual y proyectada.

Demanda Histórica y Actual

El Ecuador ha tenido una serie de problemas tanto en lo social, político y económico que ha venido afectando más de una década, ya que en los primeros años ha existido una sobre devaluación de nuestra antigua moneda y en estos últimos tiempos coexiste una sobre valoración de los productos ocurriendo así un encarecimiento de la vida en cuanto a ingresos mensuales de sostenes de familia.

Los habitantes de Ambato han venido usando servicios como el del Supermercado en diferentes sitios de la ciudad, encontrándose como los más frecuentados: Supermaxi, Akí, Comisariato Álamo, Almacén Laboral, Comisariato Tía; en estos se encuentran la mayor parte de productos tanto de consumo como artículos de limpieza, licores, etc. que se necesitan frecuentemente en los hogares de la población de Ambato.

De acuerdo a la encuesta realizada, en la cual se tomó una muestra de 217 amas de casa del sector de Miraflores; la demanda actual (consumidores de Miraflores) en los diferentes supermercados de la ciudad de Ambato es la siguiente:

SUPERMERCADO	No. DE CONSUMIDORES
Supermaxi	115
Tía	51
Aki	69
Álamo	24
Mercados	53
Supermercados	28
Tiendas de barrio	58
Otros	13

Demanda Futura

Tomando en consideración la encuesta realizada, la demanda futura del nuevo supermercado sería de 140 amas de casa.

Proyección de la Demanda para el nuevo Supermercado

En vista de que no es posible obtener una información histórica acerca del número de consumidores de las diferentes tiendas en el área de Miraflores, sector objetivo del

proyecto; para la proyección de la demanda (número de consumidores), se tomará en cuenta los datos obtenidos de la encuesta: amas de casa (140 personas que se constituirían en consumidores potenciales) con un incremento mensual del 3%. Se selecciona este porcentaje en vista de que a más de la población concentrada existe una población dispersa (personas de otros sectores que van de paseo, clientes de la Estación de Servicio Custode, etc.).

Se considera un promedio de consumo mensual de USD. 16.800,00; es decir cada familia con un promedio de 4 miembros consume USD. 120,00 al mes (información proporcionada por las 140 amas de casa que desean la apertura de un supermercado en el sector de Miraflores) .

Meses 2005	No. Consumidores	Consumo USD.
Enero	140	16.800,00
Febrero	144	17.304,00
Marzo	149	17.823,12
Abril	153	18.357,81
Mayo	158	18.908,55
Junio	162	19.475,80
Julio	167	20.060,08
Agosto	172	20.661,88
Septiembre	177	21.281,74
Octubre	183	21.920,19
Noviembre	188	22.577,80
Diciembre	194	23.255,13
TOTAL AÑO	1987	238.426,10

Para el proyecto se realizará una proyección anual, considerando un incremento del 3%.

Años	No. Consumidores	Consumo USD.
2005	1987	238.426,10
2006	2047	245.578,88
2007	2108	252.946,25
2008	2171	260.534,64
2009	2236	268.350,68
2010	2303	276.401,20

2.6 Análisis de la oferta de mercado: histórica, actual y proyectada (incluida la competencia)

Es la cantidad de bienes y servicios, que un cierto número de productores (oferentes), están dispuestos a colocar en el mercado, bajo ciertas condiciones y características.

El objetivo del análisis de la oferta, es la de medir las cantidades de bienes y / ó servicios, que la economía está dispuesta a poner en el mercado.

La oferta a igual que la demanda, está en función de una serie de factores, entre los cuales se considera: los precios en el mercado, apoyos gubernamentales, etc.

Análisis de la Competencia

En la ciudad de Ambato existen una serie de Supermercados que han venido ofreciendo sus servicios desde hace algunos años atrás y que se han mantenido por mucho tiempo en el mercado local. Como los principales ofertantes en esta ciudad tenemos:

- El Supermaxi que se encuentra como el más fuerte tanto en el mercado local y nacional ya que ofrece un buen servicio, excelentes productos y precios, y se encuentra ubicado en el sector de Ficoa. Su segmentación es para la clase media, media alta.
- El Akí es otro comisariato que ofrece excelentes productos, precios populares y se encuentra ubicado en la Av. Atahualpa.
- También tenemos en la ciudad otros Supermercados como tenemos el Tía, con el almacén principal frente del mercado Modelo y su sucursal que se encuentra ubicado en la calle Lalama entre Sucre y Bolívar; en estos locales ofrecen la mayor cantidad de productos y también tienen excelentes precios y su segmentación es para la clase media, media baja.
- En el mes de abril se abre en la ciudad de Ambato el Megamaxi, que ofrece una gran variedad de productos con precios y calidad que son de acceso a todo estrato económico.
- Entre otros ofertantes se encuentra el Almacén Laboral, Enprovit, Supermercado El Álamo, Supermercado El Gato; ubicados en el centro de la ciudad.

Se ha visto la necesidad de conocer las políticas manejadas por fabricantes y distribuidores de los diferentes productos que se comercializarán en el Supermercado, par obtener precios competitivos y con financiamiento directo.

2.7 Determinación de la demanda insatisfecha.

Para el presente estudio se trabajará con los datos obtenidos en la encuesta, esto es 140 familias, en vista de que no se a podido obtener la información de oferta de otros supermercados (cantidades vendidas, número de consumidores).

2.8 Análisis de precios

El precio, es la cantidad que paga el consumidor por un bien o servicio. Es decir representa lo que está dispuesto a pagar a cambio de satisfacer una necesidad.

Es preciso enunciar una política de precios dentro de la cual se enmarquen las decisiones en materia de fijación de precios, pues aquellas son susceptibles de afectar a la buena notoriedad del negocio.

Los precios adoptados en un negocio ejercen una influencia más que pasajera sobre las ganancias, ya que es muy posible que un precio que incrementa las ganancias inmediatas, puede ocasionar un resultado desfavorable en las utilidades a largo plazo.

Para el presente proyecto, se ha obtenido información de precios que maneja el Supermaxi y el Tía; para considerarlos como referencia para el nuevo supermercado:

SUPERMAXI

BÁSICOS

PRODUCTO	MARCA	UNIDAD	PRECIO USD.
Aceite	Dos coronas	Litro (1)	0,98
Atún	Real (en aceite)	Lata de 180 gr	0,49
Azúcar	Valdez	Quintal	25,00
Azúcar	Valdez	Kg. (2)	1.04
Arroz	1001	Quintal	22,00
Aceite	Mazorca de Oro	2 l.	2.84
Margarina	Regia	500g	1.04
Fideo tallarín	Buitoni	500g	1.48
Atún	Real	180g six pack	4.33
Café	Dolca	170g	2.20
Sopa de pollo	Maggi	60g	0.32

PRODUCTOS DE LIMPIEZA

PRODUCTO	MARCA	UNIDAD	PRECIO USD.
Cloro	Ajas	(1000cc)	0.63
Detergente	Fab. limón	2000g	3.48
Detergente	Dersa	5000g lavadora	8.69
Jabón azul	Ideal	250g	0.26
Lava Vajilla	Axion	500g	0.93
Cloro	Ajas	1000cc	1.11
Cloro multi-uso	Ajas	500cc	1.38
Limpia pisos	Pinoklin	1000cc	2.08
Esponjas para platos	Bon Bril	6 unid.	0.41

PRODUCTOS DE ASEO PERSONAL

PRODUCTO	MARCA	UNIDAD	PRECIO USD.
Jabón de tocador	Palmolive	150g.	0.83
Jabón de tocador	Palmolive Kids	90g	0.77
Jabón de tocador	Protex	125g tripack	1.00
Shampoo	Palmolive	400ml	2.93
Shampoo	Palmolive kids	250ml	3.19
Pasta dental	Colgate total	75ml	1.96
Pasta dental	Colgate max. protec.	228g	2.79
Desodorante	Speed stick	60g rollon	0.95
Desodorante	Lady speed stick	45g barra	2.40
Gel para baño	Palmolive botanicals	250ml	3.16

CARNES Y EMBUTIDOS

PRODUCTO	MARCA	UNIDAD	PRECIO USD.
Piernas de pollo	Mr. pollo	1000g.	2.75
Chuletas	Mr Chanco	700g.	3.37
Salchichas Cocktail	Juris	300g	2.15
Jamonada	Juris	200g	2.05
Salchi pollo	Juris	200g	1.97
Pechugas	Mr. Pollo	1400g	6.05

CONFITERÍA

PRODUCTO	MARCA	UNIDAD	PRECIO USD.
Chocolate	Manicero	240g 15 barras	1.50
Chocolate	Crunch	100g	0.71
Galletas	Amor	175g	0.59
Galletas	Ricas	240g 4 paquetes	0.85
Galletas de chocolate	Tango mini	18g 15unid	1.44

LICORES

PRODUCTO	MARCA	UNIDAD	PRECIO USD.
Whisky	Clan Mc Gregor	750cc	5.70
Whisky	Grants	750cc.	10.36
Vodka	Ruskaya	750cc.	3.77
Ron	Castillo añejo	750cc.	3.77
Ron	San Miguel 5 años	750cc.	3.37
Vino	Boons	750cc	3.74

BAZAR

PRODUCTO	MARCA	UNIDAD	PRECIO USD.
Protector solar	Sun down	120g	8.05
Esmalte uñas	Pamela Grant		3.81
Perfume hombre	Azzaro	30ml	21.08
Perfume hombre	Tommy	100ml	63.27
Perfume mujer	Carolina Herrera	50ml	34.29

TÍA

BÁSICOS

PRODUCTO	MARCA	UNIDAD	PRECIO USD.
Aceite	Dos coronas	Litro (1)	1.09
Atún	Real (en aceite)	Lata de 180 gr	0,75
Azúcar	Valdez	Quintal	30,00
Arroz	1001	Quintal	26,00
Sopa de pollo	Maggi	60g	0.32

PRODUCTOS DE LIMPIEZA

PRODUCTO	MARCA	UNIDAD	PRECIO USD.
Cloro	Ajas	(1000cc)	1.39
Detergente	Fab. limón	2000g	4.49
Jabón azul	Ideal	250g	0.55
Lava Vajilla	Axion	500g	1.09
Cloro multi-uso	Ajas	500cc	0.69
Esponjas para platos	Bon Bril	6 unid.	0.49

PRODUCTOS DE ASEO PERSONAL

PRODUCTO	MARCA	UNIDAD	PRECIO USD.
Jabón de tocador	Palmolive	150g.	0.59
Jabón de tocador	Protex	125g tripack	1.09
Pasta dental	Colgate total	75ml	1.95
Pasta dental	Colgate máxima protección	228g	2.79
Desodorante	Speed stick	60g rollon	0.95
Desodorante	Lady speed stick	45g barra	2.29

CARNES Y EMBUTIDOS

PRODUCTO	MARCA	UNIDAD	PRECIO USD.
Piernas de pollo	Mr. pollo	1000g.	3.25
Chuletas	Mr Chanco	700g.	3.97
Salchichas Cocktail	Juris	300g	2.25
Jamonada	Juris	200g	2.15
Salchi pollo	Juris	200g	2.05
Pechugas	Mr. Pollo	1400g	6.13

CONFITERÍA

PRODUCTO	MARCA	UNIDAD	PRECIO USD.
Chocolate	Manicero	240g 15 barras	3.75
Galletas	Amor	175g	0.65
Galletas	Ricas	240g 4 paquetes	0.87
Galletas de chocolate	Tango mini	18g 15unid	1.19

LICORES

PRODUCTO	MARCA	UNIDAD	PRECIO USD.
Whisky	Clan Mc Gregor	750cc	5.49
Whisky	Grants	750cc.	11.99
Vodka	Ruskaya	750cc.	4.39
Ron	Castillo añejo	750cc.	4.49
Ron	San Miguel 5 años	750cc.	3.49
Vino	Boons	750cc	3.99

Al revisar los precios de la competencia, se considera necesario que en el nuevo Supermercado se manejen precios similares a los otros ofertantes.

2.9 Estrategia de mercado

Las estrategias para brindar el servicio de Supermercado son diversas, ya que se ha visto la necesidad de expender productos similares de diferentes precios pero tratando de que sean accesibles para los futuros clientes.

2.9.1 Producto, precio, plaza, promoción y publicidad.

Producto

Los productos que se comercializaran en el Supermercado serán de excelente calidad, esto quiere decir empacados adecuadamente, con marca, precio, registro sanitario, origen, que posean fecha de fabricación y de expiración, que sepan los clientes que usos pueden dar a los productos .

Se despacharán productos básicos, carnes y embutidos, productos de confitería, licores, artículos de bazar, etc.

Precio

Se contará con productos de varios precios para poder llegar a la mayor parte de hogares del sector de Miraflores, ya que la intención es tratar de ganar clientes fijos.

Si existen adquisiciones de gran proporción se establecerá una política de pago, a más de un descuento.

Plaza

Como ya se mencionó anteriormente nuestro Supermercado estará dirigido a personas de varios niveles de ingreso. Se tratará con la misma eficiencia a todos, ya que son el pilar fundamental de los negocios. La comercialización se realizará en el sector de Miraflores.

Promoción

Se realizarán promociones conjuntamente con los productores y fabricantes de los mismos haciendo rifas, sorteos, regalos que serán entregados a los clientes en distintas épocas del año, tomando en cuenta las fechas importantes, como tenemos el Día de la Madre, del Padre, Navidad, etc.

Publicidad

Realizaremos una publicidad agresiva en los diferentes medios de comunicación, entre las más importantes tenemos: publicidad en radio y canales de televisión locales, así como también prensa escrita. Se ha considerado la elaboración de una valla publicitaria, hojas volantes con el logotipo del Supermercado para poder incrementar las ventas y para captar la mayor parte de futuros clientes.

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO

Mediante el estudio técnico se podrá determinar cuánto comercializar, cómo realizar el proceso de venta y el lugar donde va a estar ubicado el supermercado; además con qué recursos se va a contar.

3.1 Objetivo

Determinar los medios que se utilizarán para la creación del supermercado tomando en cuenta que cantidad de productos se va a vender en el mismo.

3.2 Tamaño del proyecto

El proyecto abarcará en su primer año de funcionamiento un promedio de volumen en ventas de USD. 245.578,88; es decir con un promedio de consumo por parte de los clientes, de USD. 120,00 mensuales.

3.3 Localización del proyecto

El Supermercado se va a ubicar en el sector de Miraflores, en la calle Las Dalias; frente a la Estación de Servicio Custode 1. Se ha decidido localizarlo en este lugar debido a que en el mismo no existe un negocio de esta naturaleza, únicamente tiendas de barrio que no proporcionan el servicio necesario.

Además de que se posee la infraestructura adecuada, como es: terreno, edificación, servicios básicos, parqueadero, etc. para los clientes tanto de la estación de servicio como los del supermercado; y es de propiedad familiar.

Este es un lugar estratégico ya que es un sector residencial, además existen dos escuelas y un colegio.

3.4 Ingeniería del proyecto

- **Estudio del Producto**

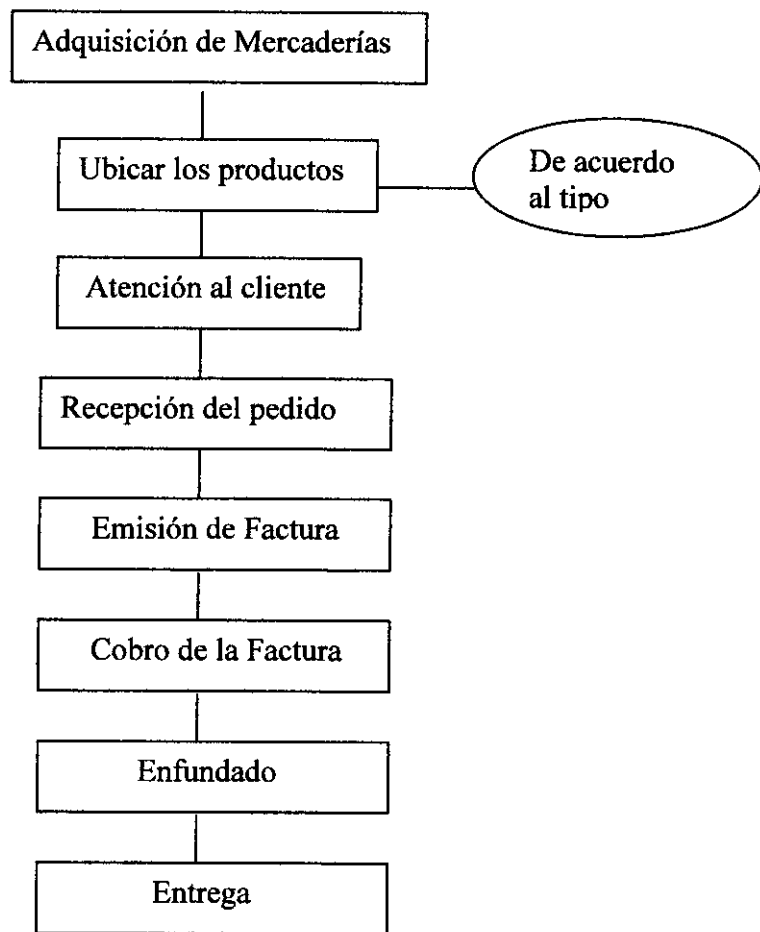
Los productos que el Supermercado comercializará son de primera necesidad, confitería, productos de limpieza, licores, bazar y otros.

Primera Necesidad	Embutidos y Enlatados	Productos de Limpieza	Licores	Bazar
Arroz	Atún	Jabón	Whiski	Perfumería
Azucar	Sardina	Detergente	Vino	Cosmeticos
Aceite	Jamón	Shampoo	Ron	
Sal	Mortadela	Cloro	Cognag	Confitería
	Queso	Escobas	Amaretto	Chocolates
	Cárnicos			Caramelos

Dependiendo del tipo de producto y de la necesidad del consumidor se comercializará en quintales, por libras, por kilos como por ejemplo (arroz y azúcar); en fundas, litros, tarrinas, etc.

- **Estudio del Proceso**

El proceso que se seguirá para comercializar los productos en el supermercado es el siguiente:



- **Estudio de los Insumos**

Los requerimientos de recursos para el funcionamiento del Supermercado son los siguientes:

Mercaderías

Las mercaderías se refieren a la variedad de productos que se van a comercializar en el Supermercado Custode.

Mercadería	Equivalencia
arroz	quintal
azucar	quintal
atún	six pac
aceite	litro caja 12 unid
detergente	funda 500gr.
cloro	litro caja 24 unid
chocolates manicho	caja 24 unid.
vino	caja 12 unid
whisky Grants	caja 12 unid

Personal

El personal que se necesita para el funcionamiento del Supermercado es el siguiente:

Número personas	Cargo
1	Administrador
1	Asesor Jurídico
2	Cajeros
1	Secretaria Contadora
1	Bodeguero-Acomodador
1	Auxiliar de limpieza
1	Guardia

Suministros:

Los suministros lo constituyen los servicios básicos: agua, luz, teléfono; así como también productos de limpieza para el área donde va a funcionar el Supermercado.

- **Estudio de las instalaciones**

En cuanto a construcciones se necesita lo siguiente:

- Edificio (Supermercado)
- Bodega
- Cuarto frío
- Parqueadero

Las necesidades de equipos, muebles, etc. son las siguientes:

- 2 computador de 80 Mb con acceso a Internet.
- 1 Impresora para conectarla en red
- 2 cajas registradoras
- 2 lectores de barras
- 20 perchas
- 2 frigoríficos
- 20 coches
- 40 canastas
- 1 escritorio
- 2 bandas transportadoras
- 6 sillas
- 1 archivador
- 3 líneas telefónicas
- 2 teléfonos
- 1 fax

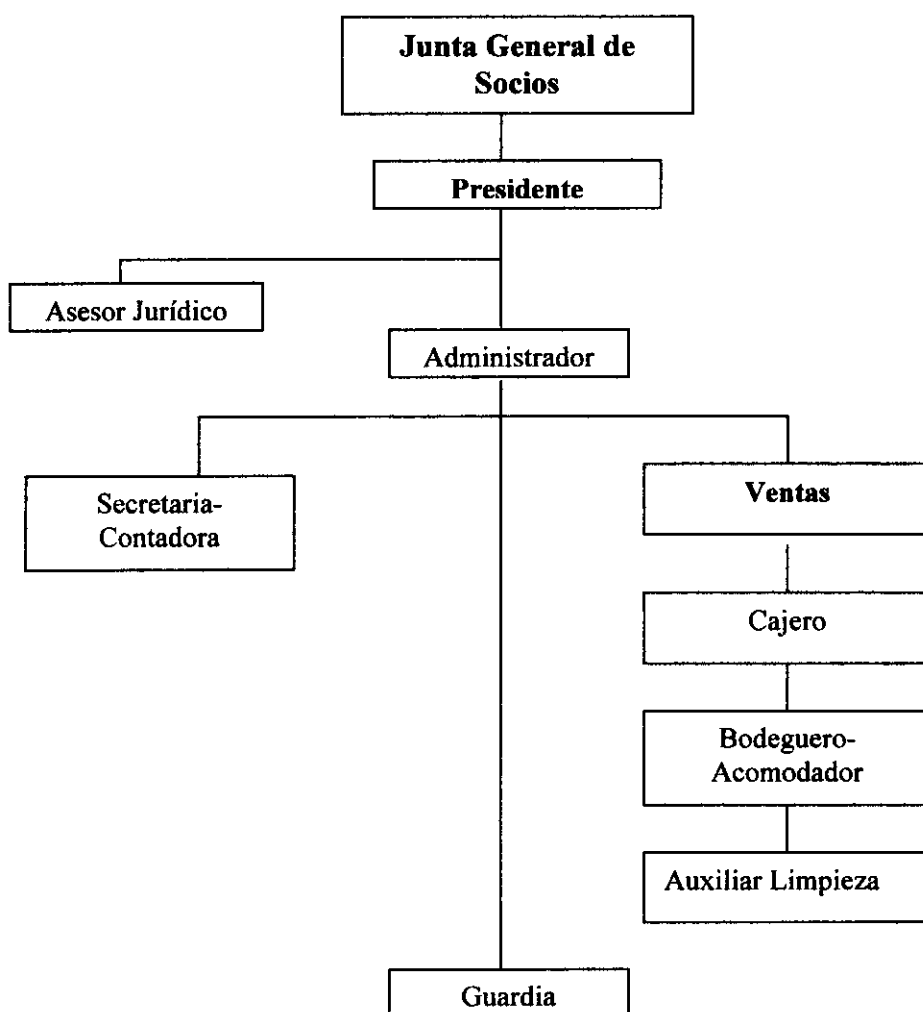
CAPÍTULO IV

ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

4.1 Objetivo

Determinar la estructura organizativa adecuada para el Supermercado Custode

4.2 Estructura organizativa de la empresa



Funciones de los colaboradores del Supermercado

Junta General de Socios

La junta general de socios esta encargada de asistir a las reuniones que se realizarán una vez al mes para presentar los informes de las actividades comerciales que realiza la compañía, además ahí es donde se toman las decisiones grandes de la empresa. Y Se analizan las situaciones de mayor interés por la compañía.

Presidente

Es el responsable de la planificación, organización, dirección y control de las actividades de la compañía además realiza las siguientes funciones:

- ❖ Prepara presupuestos
- ❖ Evalúa los proyectos a realizarse
- ❖ Coordina con los mandos medios para la colaboración.
- ❖ Decide metas presupuestarias
- ❖ Analiza requerimientos.
- ❖ Analiza presupuestos de los proyectos.
- ❖ Decide metas de proyectos.
- ❖ Supervisa el funcionamiento del personal.
- ❖ Convoca a reuniones con el personal.

Asesor Jurídico

Esta persona por lo general es un abogado que trabaja externamente para la empresa y tiene como funciones:

- ❖ Hace las políticas y reglamentos para la empresa
- ❖ Realiza el esquema para la contratación de empleados
- ❖ Tiene la facultad de defender a la empresa o a sus medios o altos mandos en caso de demandas.

Administrador

Es la persona encargada de dirigir todos los factores endógenos de la empresa además tiene como funciones las siguientes:

- ❖ Revisa liquidaciones de caja chica.
- ❖ Coordina, supervisa y dirige las actividades de la compañía.
- ❖ Solicita informes contables y financieros al contador
- ❖ Supervisa las funciones del los trabajadores
- ❖ Analiza requerimientos
- ❖ Analiza estados financieros
- ❖ Autoriza contrataciones o liquidaciones de contratos de trabajo
- ❖ Convoca a reuniones con el personal
- ❖ Contacta nuevos proveedores
- ❖ Coordina horarios de atención
- ❖ Realiza compras a los proveedores
- ❖ Analiza el mercado
- ❖ Realiza encuestas para conocer que productos compran más
- ❖ Controla cuadros y cierres de caja
- ❖ Elabora el plan operativo anual del Supermercado

Secretaria - Contadora

Se encarga de la revisión de todos los movimientos contables así como la presentación a la administración los estados financieros mensuales, además tiene como funciones:

- ❖ Ordena y clasifica comprobantes contables
- ❖ Revisa la elaboración de planillas de salarios
- ❖ Revisa la preparación de la planilla para el IESS
- ❖ Opera los libros contables
- ❖ Elabora las declaraciones para IVA e Impuesto a la Renta
- ❖ Lleva control de cuentas corrientes
- ❖ Lleva control de conciliaciones bancarias
- ❖ Archiva documentos contables
- ❖ Entrega información para la elaboración de presupuestos
- ❖ Ingresa información de todos los movimientos contables de la empresa al registro contable como tenemos:
 - Libro de caja
 - Registro de ventas
 - Registro de compras
 - Planillas
 - Tramites tributarios

Como Secretaria realiza labor de apoyo tanto para el Presidente como para el Administrador y tiene las siguientes funciones:

- ❖ Manejo de archivo.
- ❖ Realiza cotizaciones a clientes al por mayor.
- ❖ Concreta citas.
- ❖ Realiza el ordenamiento de documentos.
- ❖ Realiza llamadas concernientes a las actividades tanto para el Presidente como para el Administrador.

Cajero

Este puesto posee características como son:

- ❖ Emite los comprobantes de venta
- ❖ Empaqueta los productos
- ❖ Ordena la percha de la caja
- ❖ Factura las ventas
- ❖ Verifica el dinero recibido
- ❖ Coordina con el Administrador
- ❖ Emite reportes diarios de caja
- ❖ Hace depósitos y entrega al momento del cuadre de caja

Bodeguero - Acomodador

Se encargará del control y ordenamiento de la bodega y perchas:

- ❖ Ingresos de mercaderías a bodega
- ❖ Proporciona la información para la realización de pedido a proveedores
- ❖ Realiza inventarios diarios de productos
- ❖ Hacer despachos de mercaderías tanto a perchas como de clientes al por mayor
- ❖ Verificar las fechas de expiración de los productos que se encuentran en bodega
- ❖ Se encarga de ser un guía para las personas que necesitan un producto en especial
- ❖ Dar información adicional de los productos nuevos en la empresa

Limpieza

Realiza la función de:

- ❖ Aseo y limpieza de toda el área del Supermercado

4.3 Estructura legal

La Constitución Política de la República del Ecuador señala que la organización y funcionamiento de la economía deberá responder a los principios de eficiencia y justicia social, a fin de asegurar a todos los habitantes una existencia digna, permitiéndoles, al mismo tiempo iguales derechos y oportunidades frente a los medios de producción y consumo³.

Los elementos constitutivos heterogéneos de la empresa son⁴:

- ❖ El empresario, como persona física o jurídica, que la identifica en sus relaciones de todo orden y clase, que concibe su objeto y materializa y da forma a la idea de organización y de su actividad.
- ❖ Los medios o bienes que pueden ser materiales o corporales (inmuebles, mercancías) e inmateriales (derechos varios).
- ❖ El personal, al que se atribuye el uso específico de los medios y el mantenimiento de la actividad empresarial.
- ❖ El objeto concreto o finalidad económica (producción, distribución, servicios) a la que debe tender según su programa toda la organización empresarial.
- ❖ Relaciones de hecho, que si bien en principio carecen de sustantividad jurídica (no son cosas ni derechos) tienen una evidente importancia, como son los clientes y las expectativas del mercado.

Las exigencias legales para la constitución de una empresa son⁵:

³ Guía para crear y desarrollar su propia empresa. Gary Flor García. Quito-Ecuador, 2001

⁴ Martínez, José María. Derecho Mercantil, Barcelona-España, 1979

⁵ Guía para crear y desarrollar su propia empresa. Gary Flor García. Quito-Ecuador, 2001

- ❖ Obtención de la matrícula de comercio, con petición a un Juez de lo Civil, preparada por un Abogado
- ❖ Afiliación a una de las Cámaras de la Producción
- ❖ Obtención de la Patente Municipal
- ❖ Inscripción de la minuta de constitución en el Registro Mercantil
- ❖ Obtención del Registro Único de Contribuyentes

CAPÍTULO V

PRESUPUESTO DEL PROYECTO

Dentro del presupuesto, se consideran las inversiones que deben realizarse antes de la puesta en marcha del proyecto; además se toma en cuenta que para el funcionamiento será necesario que la empresa cuente con los suficientes recursos económicos que se constituyen un capital en permanente circulación y sujeto a diferentes oportunidades que posibiliten la realización de las diferentes actividades que en este caso realice el Supermercado.

5.1 Objetivo

- ❖ Realizar un análisis que defina las inversiones necesarias para llevar a cabo el proyecto.

5.2 Inversiones iniciales

LOCAL

Se contará con un local cuya superficie total es de 250 metros cuadrados.

ADECUACIONES Y SEGURIDAD

Lo constituyen todo lo relacionado a distribución del espacio físico y alarmas.

EQUIPO DE OFICINA

Para el funcionamiento del Supermercado Custode , se contará con los siguientes equipos:

- 2 computadores de 80 Mb con acceso a Internet.
- 1 impresora para conectarla en red
- 2 cajas registradoras
- 3 líneas telefónicas
- 2 teléfonos
- 1 fax

MUEBLES DE OFICINA Y EQUIPOS

Los muebles de oficina a utilizarse son los siguientes:

- 30 perchas
- 2 frigoríficos
- 20 coches
- 40 canastas
- 1 escritorio
- 2 bandas transportadoras
- 6 sillas
- 2 lectores de barras

5.3 Inversiones y financiamiento del proyecto

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO
SUPERMERCADO CUSTODE
(En dólares)

INVERSIONES

Inversiones		
Activo Fijo		77,946.00
Terreno	25,000.00	
Construcciones	35,000.00	
Equipo de oficina	1,730.00	
Equipo de cómputo	1,486.00	
Muebles y enseres	2,780.00	
Equipos	7,450.00	
Instalaciones	4,500.00	
Capital de trabajo		14,534.21
Luz	250.00	
Agua	60.00	
Teléfono	300.00	
Sueldos empleados	3,615.00	
Mercaderías	9,209.21	
Publicidad	1,000.00	
Suministros de oficina	100.00	
TOTAL INVERSIONES		92,480.21

FINANCIAMIENTO

Capital propio	62,480.21
Crédito largo plazo	30,000.00
TOTAL FINANCIAMIENTO	92,480.21

El monto de la inversión del proyecto es de USD. 92.480.21

5.4 Fuentes de financiamiento del proyecto

Para poner en marcha el proyecto se contará con un capital propio de USD. 62.480,21 y un préstamo concedido por el Banco Internacional, cuyo monto asciende a USD. 30.000,00 pagaderos en 3 años, a una tasa de interés anual del 11,92%.

5.5 Estados financieros y económicos básicos

5.5.1 Estado de Situación:

El Estado de Situación expresa la realidad de la empresa en un momento determinado; está estructurado por: activo, pasivo y patrimonio; que representan los derechos, las obligaciones con terceros que mantiene la empresa, el capital y las reservas que poseen los socios del aporte económico.

Las cuentas del balance difieren según el tipo de empresa que sea.

A continuación se presenta el Estado de Situación Inicial del Supermercado Custode.

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL
SUPERMERCADO CUSTODE
(En dólares)

ACTIVOS			77,946.00
ACTIVO FIJO			77,946.00
Terreno	25,000.00		
Construcciones	35,000.00		
Equipo de oficina	1,730.00		
Equipo de cómputo	1,486.00		
Muebles y enseres	2,780.00		
Equipos	7,450.00		
Instalaciones	4,500.00		
CAPITAL DE TRABAJO		14,534.21	14,534.21
TOTAL ACTIVO			92,480.21
PASIVO Y PATRIMONIO			
PASIVO			30,000.00
Préstamo	30,000.00		
PATRIMONIO			<u>62,480.21</u>
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			92,480.21

Como se puede observar, los activos fijos tienen una participación del 84% dentro del total de activos; mientras que el 16% corresponde al capital de trabajo.

En cuanto al patrimonio de la empresa, la participación es del 68%; el préstamo es apenas del 32%.

5.5.2 Estado de Pérdidas y Ganancias

El Estado de Pérdidas y Ganancias muestra el estado del ejercicio de la actividad económica en un periodo de tiempo determinado que generalmente corresponde a un año.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO

SUPERMERCADO CUSTODE

(En dólares)

Detalle / Años	2006	2007	2008	2009	2010
Ventas Netas	245,578.88	252,946.25	260,534.64	268,350.68	276,401.20
(Costo de Ventas)	147,347.32	151,767.73	156,320.76	161,010.38	165,840.69
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	98,231.56	101,178.52	104,213.88	107,340.30	110,560.51
(Gastos Administrativos)	59,789.60	59,789.60	59,789.60	59,789.60	59,789.60
(Gastos de Ventas)	12,600.00	12,600.00	12,600.00	12,600.00	12,600.00
UTILIDAD OPERACIONAL	25,841.96	28,788.92	31,824.28	34,950.70	38,170.91
(Gastos Financieros)	16,919.76	11,943.36	6,966.96		
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION	8,922.20	16,845.56	24,857.32	34,950.70	38,170.91
(15% Part. Trabajadores)	1,338.33	2,526.83	3,728.60	5,242.61	5,725.64
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	7,583.87	14,318.73	21,128.72	29,708.10	32,445.27
(25% Imp. A la Renta)	1,895.97	3,579.68	5,282.18	7,427.02	8,111.32
UTILIDAD-PÉRDIDA	5,687.90	10,739.04	15,846.54	22,281.07	24,333.96

Una vez analizado el estado proforma de resultados, en el primer año de operación del Supermercado, se obtiene una utilidad mínima de USD 5.687,90.

5.5.3 Flujo de Caja:

El flujo de caja constituye un elemento muy importante del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determine.

Independientemente del tipo de proyecto, la estructura básica contiene los siguientes elementos:

- a) Los egresos iniciales de fondos
- b) Los ingresos y egresos de operación
- c) El momento en que ocurren estos ingresos y egresos.

FLUJO DE CAJA PROYECTADO
SUPERMERCADO CUSTODE
(En dólares)

Detalle / Años	Pre-Oper	2006	2007	2008	2009	2010
INGRESOS OPERACIONALES		245,578.88	252,946.25	260,534.64	268,350.68	276,401.20
Ingresos por ventas		245,578.88	252,946.25	260,534.64	268,350.68	276,401.20
EGRESOS OPERACIONALES		214,442.32	218,862.73	223,415.76	228,105.38	232,935.69
Pago proveedores		147,347.32	151,767.73	156,320.76	161,010.38	165,840.69
Gastos de Ventas		12,600.00	12,600.00	12,600.00	12,600.00	12,600.00
Gastos Administrativos		54,495.00	54,495.00	54,495.00	54,495.00	54,495.00
FLUJO OPERACIONAL		31,136.56	34,083.52	37,118.88	40,245.30	43,465.51
INGRESOS NO OPERACIONALES	92,480.21					
Créditos a contratarse	30,000.00					
Aportes de capital	62,480.21					
EGRESOS NO OPERACIONALES	77,946.00	16,919.76	15,177.66	13,068.47	9,010.78	12,669.63
Pago intereses		4,075.45	1,485.86	268.77		
Pago de crédito		12,844.31	10,457.50	6,698.19		
Pago participación utilidades			1,338.33	2,526.83	3,728.60	5,242.61
Pago impuestos			1,895.97	3,574.68	5,282.18	7,427.02
Activos Fijos: Equipo de oficina	1,730.00					
Muebles y enseres	2,780.00					
Instalaciones	4,500.00					
Equipo de cómputo	1,486.00					
Equipos	7,450.00					
Construcciones	35,000.00					
Terreno	25,000.00					
FLUJO NO OPERACIONAL	14,534.21	-16,919.76	-15,177.66	-13,068.47	-9,010.78	-12,669.63
FLUJO NETO GENERADO	-14,534.21	48,056.32	49,261.18	50,187.35	49,256.08	56,135.14
SALDO INICIAL DE CAJA		-14,534.21	33,522.11	82,783.29	132,970.64	182,226.72
SALDO FINAL DE CAJA	-14,534.21	33,522.11	82,783.29	132,970.64	182,226.72	238,361.86

Como se puede observar en el flujo de caja, el Supermercado si contaría con los recursos económicos necesarios y suficientes para hacer frente a sus obligaciones.

CAPÍTULO VI

EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

6.1 Objetivo:

Establecer la rentabilidad que arroje el proyecto durante su vida útil.

6.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno es una medida completa y utilizada para igualar un proyecto, en función de una tasa de rendimiento por período donde la totalidad de los beneficios actualizados son iguales a los desembolsos expresados en moneda actual (calculo de la tasa que hace al VAN del proyecto igual a cero).

TASA INTERNA DE RETORNO SUPERMERCADO CUSTODE (En dólares)

FLUJO DE FONDOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Fija	-77,946.00					
Inversión Diferida						
Otras inversiones						
Capital de trabajo	-14,534.21					
FLUJO OPERACIONAL		31,136.56	34,083.52	37,118.88	40,245.30	43,465.51
Impuestos		-1,895.97	-3,579.68	-5,282.18	-7,424.02	-8,111.32
Participación trabajadores		-1,338.33	-2,526.83	-3,728.60	-5,242.61	-5,725.64
Valor de Recuperación						
Inversión Fija						62,356.80
Capital de trabajo						14,534.21
FLUJO NETO	-92,480.21	27,902.26	27,977.01	28,108.10	27,578.67	106,519.56

La tasa interna de retorno del proyecto es de 28,47395%

6.3 Valor Actual Neto (VAN)

Es una medida de evaluación financiera que toma como base el flujo neto, que nos ayuda a calcular si el proyecto arroja un valor actualizado a lo largo de su vida útil; cuantificando en términos monetarios los beneficios reales del proyecto, es decir del Supermercado Custode.

VALOR ACTUAL NETO
SUPERMERCADO CUSTODE

		18%	22%	26%	28%	30%
AÑOS	FLUJO DE FONDOS	VAN 1	VAN 2	VAN 3	VAN 4	VAN 5
0	-92,480.21	-92,480.21	-92,480.21	-92,480.21	-92,480.21	-92,479.21
1	27,902.26	23,645.983	22,870.705	22,144.651	21,718.224	21,463.277
2	27,977.01	20,092.653	18,796.701	17,622.203	16,950.056	16,554.444
3	28,108.10	17,107.457	15,479.324	14,051.408	13,255.199	12,793.855
4	27,578.67	14,224.771	12,448.986	10,941.860	10,123.088	9,656.059
5	106,519.56	46,560.681	39,412.158	33,541.049	30,433.646	28,688.814
		29,151.34	16,527.66	5,820.96	0.00	-3,322.76

La rentabilidad es un indicador del resultado económico de una actividad productiva comercial o de servicios; por lo tanto se propone determinar si la misma arroja un volumen de ganancias o beneficios determinados.

6.4 Costo Promedio Ponderado

Es la tasa mínima que debe exigir el proyecto para ganar y ejecutarse.

COSTO PROMEDIO PONDERADO
SUPERMERCADO CUSTODE

DETALLE	VALOR	PARTICIPACIÓN %	%VAL. NOMINAL	COSTO PROMEDIO PONDERADO
Aporte de Capital	62,480.21	0.68	0.18	0.12
Prestamo	30,000.00	0.32	0.1192	0.04
	92,480.21	1.00		0.16

La tasa mínima que exige el proyecto para poder ejecutarse es del 16%.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

Una vez terminado el estudio se obtienen las siguientes conclusiones:

- ❖ Las necesidades de las familias de Miraflores conducen a la apertura de un Supermercado en el sector, que brinde un buen servicio tanto en diversificación y calidad de productos así como en precios.
- ❖ Los productos que mas adquieren los clientes son los de primera necesidad como: arroz, azúcar, aceite, sal, entre otros; en diferentes presentaciones y cantidades.
- ❖ El Supermercado proporcionará un mejor servicio a sus consumidores ya que estos podrán recibir sus productos a domicilio.
- ❖ Con la apertura del Supermercado se atenderá a una población concentrada como son las familias del sector de Miraflores y a una población dispersa es decir clientes de la gasolinera Custode, colegios y escuelas del sector.
- ❖ Con la estructura organizativa presentada y el control dentro del Supermercado se podrá salvaguardar los intereses de la empresa como sus colaboradores.
- ❖ La tasa Interna del proyecto es de 28,47% que nos garantiza que la empresa genera una rentabilidad.
- ❖ Para que el proyecto pueda ejecutarse y ganar exige una tasa mínima del 16%.

7.2 Recomendaciones

- ❖ Contar con un área adecuado que pueda brindar un buen servicio tanto a clientes externos como internos.
- ❖ Manejar una campaña publicitaria agresiva para captar mayor cantidad de consumidores.
- ❖ Definir muy claramente la política de entrega de productos a domicilio.
- ❖ Diversificar servicios que se constituyan en valor agregado, como: información, asesorías

BIBLIOGRAFÍA

- ❖ **FLOR, Gary. COMO DESARROLLAR Y CREAR SU PROPIA EMPRESA.** Segunda Edición. Quito, 2001
- ❖ **SAPAG CHAIN Nassir, SAPAG CHAIN Reinaldo. PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS.** Cuarta Edición. 2000
- ❖ **REVISTA GESTIÓN.** Varios números
- ❖ **ENCUESTAS.** Amas de casa del Sector de Miraflores, Ambato
- ❖ **REVISTA EKOS EMPRESARIAL.** Varios números
- ❖ **NÚÑEZ Jorge, MANUAL DE MERCADEO I.** Carrera de Formación Dual en Gerencia de Pymes, Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato. Ambato, 2002
- ❖ **ALVAREZ Catalina, PROYECTOS DE INVERSIÓN.** Carrera de Formación Dual en Gerencia de Pymes, Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato. Ambato, 2002
- ❖ **INFORMACIÓN SUPERMAXI**
- ❖ **INFORMACIÓN SUPERMERCADOS** de la ciudad de Ambato.
- ❖ www.aulafacil.com/distribución.htm

ANEXOS

ANEXO 1

PONTIFICIA UNIVERSIDAD DEL ECUADOR SEDE AMBATO

ENCUESTA A FAMILIAS

OBJETIVO:

Recopilar información confiable que permita elaborar un estudio de factibilidad, requisito para obtener la Tecnología en Administración de Pequeñas y Medianas Empresas en Formación Dual.

Por lo que solicito me brinde su colaboración respondiendo a las siguientes preguntas:

Número de miembros en su familia: _____

Instrucción: Marque con una X la respuesta que considere adecuada.

CUESTIONARIO:

1.- Donde realiza la compra de productos alimenticios, de limpieza y de bazar para su hogar

- Supermaxi _____
- Tía _____
- Akí _____
- Supermercado Álamo _____
- Mercado _____
- Supermercado _____
- Tiendas de barrio _____
- Otros _____

2.- Qué días realiza sus compras

DIAS	OBSERVACIÓN
Lunes	
Martes	
Miércoles	
Jueves	
Viernes	
Sábado	
Domingo	

3.- Qué productos compra en mayor cantidad

PRODUCTO	OBSERVACION
Arroz	
Azúcar	
Aceite	
Atún	
Fideos	
Sal	
Shampoo	
Jabón tocador	
Jabón ropa	
Detergente	
Limpia pisos	
Licores	
Perfumes	

4.- Mensualmente el promedio de consumo en su hogar es:

PRODUCTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO
Arroz			
Azúcar			
Aceite			
Atún			
Fideos			
Sal			
Shampoo			
Jabón tocador			
Jabón ropa			
Detergente			
Limpia pisos			
Licores			
Perfumes			

5.- El servicio brindado en los lugares donde realiza sus compras cumple con sus expectativas

Sí _____

No _____

Porqué _____

6.- Le gustaría que en la calle las Dalias sector de Miraflores se abra un Supermercado

Sí _____

No _____

Porqué _____

7.- Cuál considera usted que debería ser el horario de atención del Supermercado

Lunes a Viernes

8h00 a 18h00

9h00 a 20h00

8h00 a 20h00

Otros _____

Sábados y Domingos

8h00 a 18h00

Otros _____

8.- Desearía que los productos que adquiere, le sean entregados a domicilio

Sí _____

No _____

9.- Pagaría un mínimo valor adicional, por recibir sus compras a domicilio

Sí _____

No _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 2

COSTO DE VENTAS

PROYECCIÓN COSTO DE VENTAS

AÑOS	COSTO/VENTAS
2005	107,291.75
2006	110,510.50
2007	113,825.81
2008	117,240.59
2009	120,757.80
20010	124,380.54

ANEXO 3

TABLA DE AMORTIZACIÓN

TABLA DE AMORTIZACIÓN BANCO INTERNACIONAL

PRESTAMO 30.000,00
TASA DE INTERES ANUAL 11.92%
PLAZO 3 AÑOS

AÑOS	INICIAL	PAGO PRINC	INTERES	PRIC ACUM	INTER ACUMU	SALDO FINA
1	30,000.00	12,844.31	4,075.45	12,844.31	4,075.45	17,155.69
2	17,155.69	10,457.50	1,485.86	23,301.81	5,561.31	6,698.19
3	6,698.19	6,698.19	268.77	30,000.00	5,830.08	0.00
		30,000.00	5,830.08			

ANEXO 4

GASTOS DE VENTAS SUPERMERCADO CUSTODE

DETALLE	VALOR MENSUAL	ANUAL
Publicidad	1,000.00	12,000.00
Imprevistos 5%		600.00
TOTAL		12,600.00

GASTOS ADMINISTRATIVOS SUPERMERCADO CUSTODE

DETALLE	VALOR MENSUAL	ANUAL
Luz	250.00	3,000.00
Agua	60.00	720.00
Teléfono	300.00	3,600.00
Sueldos empleados	3,615.00	43,380.00
Suministros de oficina	100.00	1,200.00
Imprevistos 5%		2,595.00
Depreciación		5,294.60
TOTAL		59,789.60

ANEXO 5

DEPRECIACIONES

DEPRECIACIONES	INVERSIÓN	% DEPRECIACIÓN	2006	2007	2008	2009	2010
EDIFICIO	35,000.00	10%	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00
EQUIPO DE OFICINA	1,730.00	10%	173.00	173.00	173.00	173.00	173.00
EQUIPO DE COMPUTO	1,486.00	10%	148.60	148.60	148.60	148.60	148.60
MUEBLES Y ENSERES	2,780.00	10%	278.00	278.00	278.00	278.00	278.00
EQUIPO	7,450.00	10%	745.00	745.00	745.00	745.00	745.00
INSTALACIONES	4,500.00	10%	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00
TOTAL DEPRECIACIÓN			5,294.60	5,294.60	5,294.60	5,294.60	5,294.60

