



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN DE MATERIAL E INSUMOS ELÉCTRICOS CON SERVICIO TÉCNICO A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA CPA

AUTORA: ALICIA MARINA HUERA S.
DIRECTOR: ING. MARCELO VALLEJOS

IBARRA, OCTUBRE 2011

RESUMEN EJECUTIVO

En la ciudad de Ibarra se observó que existen pocos centros de comercialización de material e insumos eléctricos que asesoren o presenten la posibilidad de servicio técnico a domicilio, cabe resaltar que la investigación realizó un diagnóstico situacional exhaustivo y profundo de los hogares de Ibarra y el crecimiento habitacional de la ciudad en sus respectivas parroquias, así como un estudio detallado de los conceptos teóricos que rigen la práctica de la Administración, Finanzas, Marketing, Contabilidad y Proyectos, conocimientos fundamentales que se profundizaron para dar una mejor visión del resultado propuesto. Se efectuó el estudio de mercado basándose en la capacidad de tenencia de vivienda propia para analizar productos y servicios que son de uso familiar, para lo cual se realizó encuestas y entrevistas a los hogares y personas especializadas en: la prestación de servicio técnico eléctrico y venta de material, dando como resultado una gran demanda potencial al existir en el mercado pocas empresas que complementen sus ventas con la instalación y mantenimiento del bien adquirido, así mismo se estudió la situación actual de los negocios similares al proyecto, sus precios y su forma de llegar al cliente. Una vez conocido esto, se procedió a realizar la macro y micro localización, el tamaño y la ingeniería del proyecto que facilitó la estimación de las inversiones para el mismo. A través de una evaluación financiera de ingresos y egresos a cinco años se determinó la factibilidad de la propuesta, con lo que se procedió a desarrollar la organización de la nueva unidad de comercialización, con jerarquías y responsabilidades propias de una buena administración. Finalmente se realiza un análisis de los impactos que arrojaría el proyecto mediante su ejecución en aspectos sociales, económicos, empresariales y educativos, los que dan un impacto general positivo alto, con lo que se justifica la necesidad de poner en marcha la presente propuesta.

ABSTRACT

In Ibarra city found that there is a few marketing centers of material and supplies power to advise or present the possibility of home service, it should be noted that research carried out a comprehensive and thorough situational analysis of households and housing growth Ibarra in its respective parishes, as well as a detailed study of the theoretical concepts governing the practice of the Administration, Finance, Marketing, Accounting and Projects. Fundamental knowledge is deepened to give a better view of the intended result. It was carried out market research based on the ability of homeownership tenure to analyze products and services that are for family use, for which they conducted surveys and interviews of households and individuals in: providing electrical service and sales material, resulting in a large potential demand in the market as there are few companies that complement its sales to installation and maintenance of the property acquired, and also determined the current status of businesses similar to the project, their prices and their way of reach the customer. Once you know this, we proceeded to perform the macro and micro location, size and engineering of the project that facilitated the estimation of investment for it. Through a financial assessment of income and expenditure for five years was determined the feasibility of the proposal, which proceeded to develop the organization of the new marketing unit, with hierarchies and responsibilities of a good administration. Finally, an analysis of the impacts that would result in the project through its implementation in the social, economic, business and education, which give an overall positive impact high, which justifies the need to implement this proposal

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Alicia Marina Huera Sánchez, portadora de la cédula de ciudadanía N° 070435867-0, declaro bajo juramento que; el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún trabajo de grado ni calificación profesional, y que he consultado las referencias bibliográficas citadas en el mismo.

Alicia Marina Huera Sánchez
C.C. # 070435867-0

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la egresada Alicia Marina Huera Sánchez, para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA, cuyo tema es: Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de comercialización de Material e Insumos Eléctricos con servicio técnico a domicilio en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 18 días del mes de Octubre del 2011.

Ing. Marcelo Vallejos.

C.I.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Alicia Marina Huera Sánchez, con cédula de ciudadanía Nro. 070435867-0, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de comercialización de Material e Insumos Eléctricos con servicio técnico a domicilio en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

.....
Nombre: Alicia Marina Huera Sánchez
Cédula: 070435867-0

Ibarra, a los 18 días del mes de Octubre del 2011



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	070435867-0		
APELLIDOS Y NOMBRES:	HUERA SANCHEZ ALICIA MARINA		
DIRECCIÓN:	ISLA STA CRUZ 8-51 Y GUARANDA		
EMAIL:	alymar16@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2 546 245	TELÉFONO MÓVIL:	091447322

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de comercialización de Material e Insumos Eléctricos con servicio técnico a domicilio en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura
AUTORA:	HUERA SANCHEZ ALICIA MARINA
FECHA: AAAAMMDD	2011/10
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.
ASESOR /DIRECTOR:	ING. MARCELO VALLEJOS.

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Alicia Marina Huera Sánchez, con cédula de ciudadanía Nro. 070435867-0, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 18 días del mes de Octubre de 2011

LA AUTORA:

ACEPTACIÓN:

.....
Nombre: Alicia Marina Huera.
C.C.: 070435867-0

.....
Nombre: Lic. Ximena Vallejos
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

Este trabajo fruto de mucho esfuerzo se lo dedico de manera especial a mis padres Carlos y Catalina, por su amor, sus consejos y sus bendiciones que me acompañaron y estuvieron presentes en cada paso de mi vida, y a lo largo de mi carrera.

A mis hermanos: Cristina, Jhon, Enrique, Pablo, Jaime (+), Liliana, Ximena y Mario; gracias por estar conmigo en las buenas y en las malas, por su voz de aliento y apoyo incondicional aun en la distancia, los quiero mucho. A mis sobrinitos por sus alegrías y ocurrencias que me acompañaron siempre.

A mi Esposo e hijo por ser la razón de mi vida, su amor y compañía son los que me dan fuerza y motivación para seguir adelante.

Y en Especial se lo dedico a mi Madre por su amor y su entrega, por su valentía para educarnos y no dejarnos solos aunque las adversidades hubieran sido muy fuertes, por el inmenso cariño que nos une, aunque la distancia y el tiempo nos separen. Te Amo Mamita.

Alicia

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a DIOS por darme la vida, la salud y fortaleza para llegar a cumplir este objetivo.

Un agradecimiento profundo y sincero a mi Hermana, María Cristina por su apoyo económico y sentimental que me acompañaron durante toda mi carrera y que hoy se plasman en este papel, gracias hermanita un Dios le pague para ti y los tuyos.

A los docentes de mi querida Facultad desde 1er Año, por la formación que me dieron y en especial a mi Asesor Ing. Marcelo Vallejos, por su comprensión, paciencia y conocimiento.

A la Universidad Técnica del Norte por abrirme sus puertas y dejarme conocer un mundo nuevo, lleno de alegrías y estudios junto a mis compañeros, Jaqui, Diego, Betty, Anita, siempre los llevaré en mi corazón.

A todas las personas que de una u otra forma me supieron apoyar y rogar por mí, a lo largo de mi carrera, para que no desmaye y continúe hasta llegar donde hoy me encuentro, a todos muchas gracias.

Alicia

PRESENTACIÓN

En el Capítulo I se realizó un Diagnóstico Situacional, con información sobre la ciudad de Ibarra, y el crecimiento habitacional de la misma. Se enfatizó en las situaciones actuales de comercialización de material eléctrico en la Ciudad, con la prestación de servicio técnico a domicilio, y se pudo observar la necesidad de la población por optar a centros de venta que proporcionen un valor agregado a sus clientes, como es la ayuda o asistencia técnica a domicilio en instalaciones y reparaciones eléctricas, tan necesarias en el hogar u oficina.

En el Capítulo II que se refiere a las Bases Teóricas-Científicas se detallan los aspectos de carácter científico, contable, administrativo, financiero, y de organización; los cuales fueron analizados y captados en sus detalles más importantes de textos y publicaciones en internet, relacionados a la comercialización de material eléctrico, mismos que facilitan la comprensión del presente estudio.

En el Capítulo III se realizó el Estudio de Mercado, mediante una minuciosa investigación se estableció los niveles de oferta y demanda de material e insumos eléctricos, permitiendo determinar la demanda potencial real de los bienes y el número promedio de los posibles consumidores potenciales en la ciudad de Ibarra para los servicios a domicilio; así como también, se estableció las estrategias de mercadeo para una buena competitividad y aceptación de la microempresa en el mercado.

En el capítulo IV se realiza el Estudio Técnico del Proyecto que ha tenido un papel importante en la elaboración de la presente investigación, pues se ha logrado determinar, el tamaño del proyecto, su ubicación, los procesos para la comercialización de material y servicios eléctricos, las inversiones fijas y diferidas, el capital de trabajo, el financiamiento y el

talento humano; aspectos que se hacen indispensables al momento de tomar la decisión de invertir.

En el Capítulo V se realiza una Evaluación Financiera del Proyecto, con una estimación de vida útil de 5 años, tanto para ingresos como egresos, con esta información se logra establecer el superávit o utilidad del proyecto, y con la aplicación de diversos evaluadores financieros se ha llegado a determinar la factibilidad de este proyecto.

En el Capítulo VI se detalla la Estructura Organizacional de la nueva unidad de comercialización, los aspectos legales de constitución de la microempresa, la misión y visión, sus objetivos, políticas y valores; además se establece la estructura organizacional y funcional, para la buena ejecución de actividades, en el normal desenvolvimiento de la microempresa propuesta.

Finalmente se concluye este trabajo con el Capítulo VII en donde se realiza un análisis de los Impactos que genera la ejecución del presente proyecto, se ha considerado impactos en los campos social, económico, empresarial y educativo, con el propósito de establecer el impacto general que tendrá el proyecto en la ciudad de Ibarra.

ÍNDICE

ÍNDICE DE TEMAS Y SUBTEMAS

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
ABSTRACT	iii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	vi
AUTORIZACIÓN	vii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
ÍNDICE TEMÁTICO	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xix
ÍNDICE DE CUADROS	xx
JUSTIFICACIÓN	xxii
OBJETIVOS	xxiii
METODOLOGÍA	xxiv
CAPÍTULO I	25
DIAGNÓSTICO	25
DATOS GENERALES	25
ANTECEDENTES	26
OBJETIVOS	30
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	30
MECÁNICA OPERATIVA	31
IDENTIFICACIÓN DE POBLACIÓN	31
IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA	32
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	34
INFORMACIÓN PRIMARIA	34

OBSERVACIÓN.....	35
ENTREVISTA APLICADA A PROPIETARIOS DE NEGOCIOS.	35
ENTREVISTA APLICADA A EXPERTOS.....	37
TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	37
DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, RIESGOS Y OPORTUNIDADES.....	38
DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO.....	39
CAPÍTULO II.....	40
BASES TEÓRICO-CIENTÍFICO.	40
LA EMPRESA.....	40
CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS.....	40
MICROEMPRESA.	41
VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA MICROEMPRESA	42
OBJETIVOS DE LA MICROEMPRESA.....	43
COMERCIALIZACIÓN.....	43
SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA.	43
CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	44
EL PRODUCTO.....	44
CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO	44
MARCA.....	45
PRECIO.....	45
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.....	45
INSUMOS ELÉCTRICOS.	45
USO DE LOS INSUMOS ELÉCTRICOS.	48
EL MERCADO.....	49
MERCADO PROVEEDOR.....	50
MERCADO COMPETIDOR.	50
MERCADO CONSUMIDOR.....	51
MERCADO EXTERNO	51
ESTUDIO TÉCNICO.....	51
TAMAÑO DEL PROYECTO	52
LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA	52

INVERSIONES.	53
FINANCIAMIENTO.	53
TALENTO HUMANO.	54
FLUJOGRAMA DE PROCESOS.	54
ESTUDIO FINANCIERO.	55
BALANCE GENERAL.	55
INGRESOS.	55
COSTOS.	56
GASTOS.	56
DEPRECIACIÓN.	57
ESTADO DE RESULTADOS.	58
ESTADO FLUJO DE EFECTIVO.	58
EVALUADORES FINANCIEROS.	59
VALOR ACTUAL NETO.	59
TASA INTERNA DE RETORNO.	59
BENEFICIO COSTO.	60
PUNTO DE EQUILIBRIO.	60
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.	60
DE LAS PERSONAS QUE PUEDEN ASOCIARSE.	61
DEL CAPITAL.	62
DE LOS DERECHOS OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES DE LOS SOCIOS.	63
CONSTITUCIÓN.	61
RUC.	67
PATENTES.	67
MISIÓN.	68
VISIÓN.	69
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.	69
ORGANIGRAMA FUNCIONAL.	69
CAPÍTULO III.	70
ESTUDIO DE MERCADO.	70
IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.	70

OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	70
MATRIZ DE VARIABLES DE MERCADO.	71
TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	71
ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	72
COMPORTAMIENTO DEL MERCADO DE INSUMOS Y MATERIAL ELÉCTRICO.	72
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	73
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE BIENES.....	73
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE SERVICIO TÉCNICO.....	75
ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	75
OFERTA PROVEEDORES.....	76
OFERTA LOCAL.....	77
COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA DE MATERIAL ELÉCTRICO.	78
PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	79
DIVERSOS MATERIALES ELÉCTRICOS QUE SE OFERTAN EN LA CIUDAD DE IBARRA.....	79
BALANCE OFERTA DEMANDA.....	83
ANÁLISIS DE PRECIOS.....	84
ESTRUCTURA Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	85
MERCADO META.....	87
ESTRATEGIAS DE MERCADEO.....	87
CONCLUSIONES DEL ESTUDIO.....	89
CAPÍTULO IV	90
ESTUDIO TÉCNICO.....	90
TAMAÑO DEL PROYECTO.....	90
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	91
MACRO LOCALIZACIÓN.....	91
MICRO LOCALIZACIÓN.....	92
UBICACIÓN DE LA MICROEMPRESA.....	93
DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES.....	95
DISEÑO DE INSTALACIONES.....	96
PRESUPUESTO TÉCNICO.....	97

INVERSIONES FIJAS.....	97
INVERSIONES DIFERIDAS.	98
CAPITAL DE TRABAJO	99
FINANCIAMIENTO.	100
TALENTO HUMANO.	101
OPERACIÓN DEL PROYECTO.	101
PROCESOS.....	104
CAPÍTULO V	106
EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	106
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL.....	106
DETERMINACIÓN DE INGRESOS PROYECTADOS.....	106
DETERMINACIÓN DE EGRESOS PROYECTADOS.....	108
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	115
FLUJOS DE CAJA PROYECTADOS.....	116
COSTO DE OPORTUNIDAD.....	117
CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN)	118
CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	119
RECUPERACIÓN DE DINERO EN EL TIEMPO.	121
ÍNDICE BENEFICIO-COSTO.....	122
PUNTO DE EQUILIBRIO	123
CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO.	124
CAPÍTULO VI	125
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	125
NOMBRE DE LA MICROEMPRESA.	125
CONFORMACIÓN JURÍDICA.....	125
MISIÓN DE LA MICROEMPRESA.	127
VISIÓN DE LA MICROEMPRESA.	128
POLÍTICAS	128
VALORES.....	129
OBJETIVOS.....	129
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	130

ORGÁNICO FUNCIONAL.....	131
CAPÍTULO VII	137
IMPACTOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	137
IMPACTO SOCIAL	138
IMPACTO ECONÓMICO	139
IMPACTO EMPRESARIAL	140
IMPACTO EDUCATIVO.....	141
IMPACTO GENERAL	142
CONCLUSIONES	143
RECOMENDACIONES.....	144
BIBLIOGRAFÍA.....	146
LINCONGRAFÍA.....	148
ANEXOS.....	149

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO	TÍTULO	PÁG
Nº1	Cables y alambres	46
Nº2	Interruptor	47
Nº3	Tomacorriente	47
Nº4	Focos	48
Nº5	Tarjeta de presentación	88
Nº6	Mapa de Macro localización	92
Nº7	Mapa de Micro Localización.....	93
Nº8	Ubicación de la microempresa.....	93
Nº9	Logotipo de la microempresa.....	125
Nº10	¿Ha sufrido problemas eléctricos?.....	157
Nº11	Tipos de problemas eléctricos	158
Nº12	Soluciona problemas Técnicos sin ayuda	159
Nº13	Electricista de confianza	160
Nº14	Tiene proveedor fijo	161
Nº15	Recibe servicios adicionales a la venta.....	162
Nº16	Frecuencia de compra de material eléctrico	163
Nº17	Preferencia de material eléctrico.....	164
Nº18	Preferencia para cambiar de proveedor.....	165
Nº19	Creación de microempresa con servicio técnico a domicilio	166
Nº20	Ubicación de la nueva microempresa	167
Nº21	Consumo de material eléctrico	168
Nº22	Ofrece servicios técnicos	169
Nº23	Porqué no ofrece servicio	170
Nº24	Tiempo de abastecimiento	171
Nº25	Campañas publicitarias	172
Nº26	Control Financiero Contable	173
Nº27	Instrucción académica	174
Nº28	Sueldo empleados	175
Nº29	Competencia en el mercado	176

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO	TÍTULO	PÁG
Nº1	Características principales provincia de Imbabura.....	25
Nº2	Características principales de Ibarra.....	26
Nº3	Índices de Ibarra	27
Nº4	Distribución de la población de Ibarra.....	27
Nº5	Índice habitacional según parroquias.....	28
Nº6	Población a investigar	32
Nº7	Expertos en servicio técnico eléctrico	33
Nº8	Comportamiento de la demanda en dólares	72
Nº9	Proyección de la demanda de bienes	74
Nº10	Proyección de la demanda de servicios.....	75
Nº11	Catastro almacenes de venta de material eléctrico.....	77
Nº12	Comportamiento de la oferta en dólares	78
Nº13	Oferta proyectada de material eléctrico en dólares.....	79
Nº14	Oferta de material eléctrico en Ibarra.....	80
Nº15	Demanda insatisfecha de material.....	83
Nº16	Demanda insatisfecha de servicios eléctricos.....	83
Nº17	Precios del servicio técnico eléctrico en el mercado.....	85
Nº18	Ventas proyectadas por el servicio técnico	85
Nº19	Segmento del mercado según niveles de ingreso.	86
Nº20	Segmento del mercado según tenencia de vivienda.....	86
Nº21	Resumen de las inversiones fijas.....	98
Nº22	Resumen de las inversiones diferidas.....	99
Nº23	Resumen del capital de trabajo.....	99
Nº24	Resumen de las inversiones totales.....	100
Nº25	Financiamiento del proyecto	101
Nº26	Estado de situación financiera inicial.	106
Nº27	Ingresos proyectados por bienes	107
Nº28	Ingresos proyectados por servicios.....	107
Nº29	Resumen ingresos proyectados para “norelectric”	107
Nº30	Proyección del sueldo básico unificado	108

Nº31	Costo de material eléctrico.....	109
Nº32	Costo del servicio técnico	109
Nº33	Resumen costos proyectados.....	110
Nº34	Gasto sueldos administrativos	110
Nº35	Proyección sueldos administrativos	110
Nº36	Proyección gastos administrativos	111
Nº37	Gastos sueldos de venta.....	111
Nº38	Proyección gastos de ventas	112
Nº39	Datos del financiamiento externo.....	112
Nº40	Tabla de amortización del préstamo	112
Nº41	Cálculo de depreciación.....	114
Nº42	Depreciación de activos fijos.....	115
Nº43	Estado de resultados proyectado.....	115
Nº44	Flujos de caja proyectados	117
Nº45	Cálculo costo de oportunidad de la inversión.....	117
Nº46	Cálculo del valor actual neto	119
Nº47	Cálculo de la tasa interna de retorno	120
Nº48	Período de recuperación de la inversión.....	121
Nº49	Beneficio costo.....	122
Nº50	Proyección punto de equilibrio	123
Nº51	Resumen evaluadores financieros	124
Nº52	Valoración de impactos.....	137
Nº53	Impacto Social.....	138
Nº54	Impacto Económico.....	139
Nº55	Impacto Empresarial	140
Nº56	Impacto Educativo.....	141
Nº57	Impacto General.....	142

JUSTIFICACIÓN

A lo largo del tiempo se ha podido comprobar que nuestro país solo crecerá con el fomento de nuevas ideas, que cambien nuestra forma de pensar, de vivir y de actuar.

El comportamiento del mercado de insumos y material eléctrico está directamente relacionado con el comportamiento del sector eléctrico y el sector de la construcción, ambos principales consumidores de este mercado. El proyecto está enfocado en estos dos ítems importantes de los cuales se espera ganar un importante mercado que permita abrir nuevas fronteras.

La población de la ciudad de Ibarra, presenta a diario la necesidad de poder encontrar en un solo lugar los bienes y con ello conseguir la instalación y mantenimiento de estos, en su domicilio o lugar de trabajo; pues se suscitan dos problemas: existe el desconocimiento en la aplicación de esta materia técnica, y la compleja tarea de buscar una persona responsable y con experiencia que les ayude a solucionar sus problemas eléctricos.

Los servicios de asistencia técnica se enfocaron en el sector de la construcción que está relacionado con el crecimiento habitacional de los hogares. Debido a esto se centró el problema en la prestación de los servicios de venta e instalación de todos los medios eléctricos que posee un hogar, también se consideró las adecuaciones eléctricas en oficinas y daños en general que se puedan dar a diario en los hogares ibarreños.

Aprovechando estos criterios, nace la idea realizar un estudio de factibilidad para la creación una microempresa dedicada a la comercialización de insumos y material eléctrico con asistencia técnica a domicilio en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura; misma que brinda las posibilidades de abrir nuevos y mejores mercados aun en condiciones

difíciles como las actuales, considerando el valor agregado que beneficiará al cliente a cargo de personal preparado y calificado que garantizan un trabajo responsable y oportuno.

OBJETIVOS.

OBJETIVO GENERAL.

Crear una microempresa dedicada a la comercialización de material e insumos eléctricos, con los servicios adicionales de instalación, reparación y mantenimiento a domicilio, en la Ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura, para atender diferentes necesidades de la población.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional en la ciudad de Ibarra que permita identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos respecto a la comercialización de materiales e insumos eléctricos.
- Establecer las bases teóricas-científicas que permitan fundamentar el presente proyecto.
- Realizar un estudio de mercado que determine los niveles de oferta y demanda de insumos del sector eléctrico.
- Realizar un estudio técnico para determinar las capacidades de comercialización de la microempresa.
- Elaborar un estudio financiero para determinar la factibilidad del proyecto.

- Determinar la estructura organizacional de la microempresa.
- Establecer los impactos generados por el proyecto.

METODOLOGÍA.

Para el desarrollo del presente proyecto se siguieron los siguientes métodos:

Método sintético: El presente método se lo aplicará al momento de recolectar información, por cuanto se irá sintetizando la información de campo y bibliográfica para su mayor entendimiento y poder llegar a una conclusión.

Método analítico: Mediante este método se realizará un análisis a la información obtenida de encuestas y entrevistas aplicadas, con el objeto de poder establecer las causas y efectos del problema planteado.

Método inductivo: Permitirá ir de las partes más específicas de la investigación a un todo quedando la información más relevante que en realidad se necesite y que permitan llegar a ideas más acertadas que las iniciales.

Método deductivo: Se utilizará para la aplicación, comprensión y demostración de hechos que van de lo general a lo particular en las respectivas conclusiones de la investigación.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

1.1. DATOS GENERALES

Imbabura, “Provincia azul” posee seis cantones, el cantón más poblado es Ibarra, donde se ubica la capital de la Provincia, con un 45% de los habitantes; seguido del cantón Otavalo con un 26% de la población. Cotacachi y Antonio Ante cuentan con un 11% y un 10% de la población respectivamente, y Pimampiro y Urcuquí, los cantones con menor número de habitantes, aglutinan cada uno a un 4% de la población total de la provincia.

CUADRO N° 1

CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES PROVINCIA DE IMBABURA

PAÍS	Ecuador	
PROVINCIA	Imbabura	
UBICACIÓN	Norte del país	
REGIÓN	Sierra	
SUPERFICIE	4.609 Km ²	
POBLACIÓN	398.244 habitantes	
CANTONES	Ibarra, Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, Pimampiro y Urcuquí.	
IDIOMAS	Español y Kichua.	
ETNIAS	Indígenas, Afro ecuatorianos, Mestizos y Blancos	
LIMÍTES	Norte	El Carchi
	Sur	Pichincha
	Este	Sucumbíos
	Oeste	Esmeraldas

FUENTE: I.M.I. INEC2010

ELABORACIÓN: Alicia Huera.

1.1.1. ANTECEDENTES.

Ibarra posee la mayor parte de la población provincial por ser la capital de la Provincia de Imbabura, su ubicación es privilegiada por estar en la región andina al Norte del Ecuador a 2220m.s.n.m., actualmente es sede administrativa de la región 1 (Esmeraldas, Carchi, Sucumbíos e Imbabura), llamada también "La ciudad blanca" por las fachadas de la villa en tiempo de españoles, hoy conviven variedad de culturas y razas que enriquecen al país, su slogan "ciudad a la que siempre se vuelve" por su inigualable riqueza natural y turística, acompañada de clima veraniego, templado seco a 18º Celsius y total amabilidad en el trato de sus habitantes.

CUADRO Nº 2

CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE IBARRA

PROVINCIA		Imbabura	
CANTÓN		IBARRA	
LOCALIZACIÓN		115 Km. al Noreste de Quito	
		125 KM. al Sur de Tulcán	
SUPERFICIE		1.162.22 Km ²	
POBLACIÓN		181.175 habitantes	
PARROQUIAS	URBANAS	San francisco, El Sagrario, Caranqui, Alpachaca, Priorato.	
	RURALES	Angochagua, San Antonio, Salinas, La Carolina, Lita, Ambuquí, la Esperanza	
ETNIAS		Indígenas, Afroecuatorianos, Mestizos	
LIMITES		Norte	El Carchi
		Sur	Pichincha
		Este	Pimampiro
		Oeste	Urcuquí, Antonio ante y Otavalo

FUENTE: I.M.I. INEC2010.

ELABORACIÓN: Alicia Huera

Ibarra, cabecera cantonal de la Provincia de Imbabura tiene los índices más altos de desarrollo habitacional y de infraestructura en relación a los demás cantones, en tanto concentra en el sector urbano la mayor población cantonal, registrándose:

CUADRO N° 3

ÍNDICES DE IBARRA

Índice de desarrollo habitacional	<u>59,73</u>
Índice de infraestructura	61,4
Viviendas particulares ocupadas	85,91
Viviendas con servicios básicos públicos	77.8
Hogares que tienen vivienda propia y pagada	<u>53,10</u>
Hogares que viven arrendando	30,2
Tasa de crecimiento	2.09

Fuente: INFOPLAN 2002-2010 INEC 2010 Elaboración: Alicia Huera

Según el censo realizado por el INEC 2010, Ibarra cuenta con una población total de 181.175 habitantes, de los cuales 139.721 habitantes en un porcentaje del 77,12% pertenecen a la zona urbana en 5 parroquias, y el 22,88% que corresponde a 41.454 habitantes son de 7 parroquias en el sector rural. El 51.5% corresponde a mujeres y el 48.5% a hombres.

CUADRO N° 4

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DE IBARRA

Población Urbana	139,721	77.12%
Población Rural	41,454	22.88%
Total Población	181,175	100%

Fuente: INEC 2010 ELABORACIÓN: Alicia Huera

De acuerdo a los registros del archivo municipal y FONSALCI, Obras Públicas, Dirección de Planificación, Avalúos y Catastros, Diseño y Proyectos, el índice habitacional de cinco años atrás ha crecido notoriamente en las parroquias urbanas:

CUADRO N° 5
ÍNDICE HABITACIONAL SEGÚN PARROQUIAS

PARROQUIAS URBANAS	HABITANTES(aprox.)	ÍNDICE HABITACIONAL
Priorato (11 barrios)	11,000	10%
Caranqui (24 barrios)	24,000	13.73%
Alpachaca (19 barrios)	25,000	13.50%
El Sagrario (42 barrios)	42,000	11.50%
San Francisco (35 barrios)	35,000	11%
TOTAL	137,000	59.73%

FUENTE: Participac. Ciudadana del I.M.I.

Elaboración: Alicia Huera

Favoreciendo no sólo a la construcción habitacional sino al auge de microempresas.

En la Ciudad de Ibarra, según datos del I.M.I, y realizando una depuración de lo mismos se encuentra que, existen doce locales específicos en la venta de material eléctrico (ver Anexo 1 pág. 149), este tipo de negocios no cuentan con un servicio esmerado hacia el cliente, se limitan a la venta por mostrador, o peor aún en base a los requerimientos de lo que el cliente cree necesitar sin saber sobre esta especialidad delicada en el uso.

Por otra parte, existe también el crecimiento acelerado de la población en la zona urbana, lo que hace que el sector rural se encuentre desatendido por parte de las grandes empresas de electricidad, especialmente Emelnorte, porque únicamente cumple su misión de dar suministro

eléctrico, mas no de atender los aspectos pequeños del mantenimiento, instalación y subinstalación eléctrica, dejando un espacio en zonas donde los habitantes no poseen el conocimiento necesario para realizar estas actividades, debido a que son tareas un tanto difíciles que requieren la capacidad técnica por parte de quien lo desempeñe y donde tampoco se cuenta con un almacén de distribución de materiales eléctricos que satisfagan las necesidades de hogares, plantaciones, alumbrados, pequeña industria, etc.

En la actualidad la cadena de empresas Kywi es el principal distribuidor de estos materiales en la Provincia, sus empleados se esmeran por dar una buena atención a sus clientes, destacando que los jóvenes que atienden reciben capacitación sobre los productos en exposición, al momento de su contratación, pero parte de la población no tiene la capacidad adquisitiva para acceder a dichos productos por cuanto estas tiendas manejan un elevado costo en sus productos, consecuencia del prestigio de la marca, de la ubicación del local extensión Ibarra, y la presentación general.

Así mismo en la ciudad de Ibarra, según el registro catastral, se encuentran muy pocas personas naturales que realizan actividades de servicio (Ver Anexo 2. Pág. 150), pero muy distintamente de lo que es venta de material, dando lugar al incremento de los precios en los servicios.

De aquí surge la necesidad de implantar una microempresa de naturaleza comercial – eléctrica, donde además de adquirir los materiales eléctricos para vivienda u oficina, lugares abiertos o cerrados, públicos o privados, el cliente pueda tener un servicio de asistencia dentro del almacén y en su domicilio, que le ayude a tomar decisiones acertadas en cuanto a instalaciones, calidad, mantenimiento y solucionar todo tipo de problemas de este carácter, así como lo priorizan las organizaciones actuales y todos

los departamentos de aquellas, que se enfocan a la satisfacción del cliente, esperando con la presente investigación lograr que los clientes salgan satisfechos con un trabajo bien realizado por la Microempresa.

1.2. OBJETIVOS.

1.2.1. OBJETIVO GENERAL.

1.2.1.1. Realizar un diagnóstico situacional en la Ciudad de Ibarra que permita identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos respecto a la comercialización de materiales e insumos eléctricos.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

1.2.2.1. Determinar la existencia de personal calificado en la ciudad de Ibarra, para realizar el trabajo técnico a domicilio.

1.2.2.2. Conocer el sistema financiero-contable que manejan las microempresas similares al proyecto.

1.2.2.3. Determinar si los negocios actuales cumplen con las expectativas del cliente.

1.3. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA INTEGRADA POR: OBJETIVOS, VARIABLES, INDICADORES, INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN Y TÉCNICAS.

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE	TÉCNICA	POBLACIÓN A INVESTIGAR
Determinar la existencia de personal calificado en la ciudad de Ibarra	Talento Humano	-Nivel académico. -Sueldos y salarios -Número empleados	Primaria	Encuesta Encuesta Observación	Propietarios de negocios Propietarios de negocios. Locales comerciales
Conocer el sistema financiero-contable que manejan las microempresas similares al proyecto.	Económico-financiero	-Registros Contables. -Financiamiento.	Primaria	Encuesta Entrevista	Propietarios de negocios Propietarios de negocios
Determinar si los negocios actuales cumplen con las expectativas del cliente.	Atención al cliente	-Atención esmerada. -Servicios de calidad. -Ubicación	Primaria	Observación Encuesta -Encuesta	Locales comerciales Familias Ibarreñas Familias Ibarreñas

1.4. MECÁNICA OPERATIVA.

1.4.1 IDENTIFICACIÓN DE POBLACIÓN.

La presente investigación toma como fuente a toda la población que se encuentra asentada en el Cantón Ibarra y específicamente en la zona urbana, debido a que el proyecto se localizará en esta zona y a los propietarios de almacenes eléctricos existentes en el Cantón.

Debido a que el primer grupo de investigación alcanza un gran número de habitantes (139.721), se tomó en consideración solamente las familias que tienen un hogar propio y que se consideran posibles usuarios del proyecto.

Según datos del INEC 2010 las familias ibarreñas se encuentran conformadas por cuatro (4) personas, así se tendría un total de 34.930 familias de las cuales se procede a analizar las que sí tienen hogar propio y que según INEC 2010 representan un 53.10%, dando un total de 18.547

Según el Registro Catastral del Servicio de Rentas del I. Municipio de Ibarra, existen en la Ciudad registradas como locales de venta de material eléctrico, 12 almacenes (ver Anexo 1 pág. 149), los cuales se procede analizar en su totalidad.

Gracias a la misma fuente, se pudo identificar que se encuentran registrados 5 personas que brindan servicio técnico y que se encuentran inscritos como artesanos calificados o persona Natural (ver Anexo 2 pág. 150).

CUADRO N° 6

POBLACIÓN A INVESTIGAR	Nº
Familias Ibarreñas.	18.547
Propietarios de negocios y locales comerciales	12
Expertos en el tema técnico	5

Elaboración: Alicia Huera

1.4.2. IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA.

El primer grupo sobrepasa un tamaño de 50 personas, se calcula la fórmula de tamaño infinito, realizando el muestreo respectivo, para lo cual se estableció la siguiente fórmula matemática:

Fórmula para calcular la muestra;

$$n = \frac{N * \delta^2 * Z^2}{(N - 1)E^2 + \delta^2 Z^2}$$

En donde:

N= tamaño de la población = 18.547.

n= tamaño de la muestra.

δ =varianza = 0,25

Z= nivel de confianza 95% = 1,96.

E= nivel de error = 5% = 0,05.

Reemplazamos los datos en la fórmula para calcular la muestra:

$$n = \frac{18.547 * (0,25) * (1,96)^2}{(18.547 - 1)(0,05)^2 + (0,25)(1,96)^2}$$

$n = 376.38$ El tamaño de la muestra fue 376 Familias.

Como el Universo de propietarios de locales comerciales eléctricos es menor a 30, se procede a realizar un censo, es decir que se aplicó encuestas al total de la población.

Así mismo el universo de expertos en servicio técnico eléctrico es pequeño se procedió a realizar entrevistas a las siguientes personas:

CUADRO N° 7
EXPERTOS EN SERVICIO TÉCNICO ELÉCTRICO

Ing. Pablo león.	Ing. Braulio Guerra.
Tnlgo. Oscar Ortega	Ing. Edwin Ortega
Sr. Wilmer Tello	

Elaboración: Alicia Huera

1.4.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

1.4.3.1. ENCUESTAS.

Se realizó las encuestas a la muestra de la población para determinar la satisfacción actual del cliente y confirmar si reciben servicios de calidad acorde a sus necesidades, así como se realizó encuestas a los propietarios de negocios para conocer cómo está el talento humano, verificar la existencia de registros contables en dichos comerciales y con ello crear un juicio real de cómo se realiza la comercialización en estos negocios. En el anexo 3 (pág.151) y 4 (pág.154) se encuentran estructuradas las encuestas.

1.4.3.2. ENTREVISTAS.

Se entrevistó y conversó con expertos en el tema técnico y algunos propietarios de locales eléctricos con el fin de obtener información con respecto a precios de venta, problemas comunes en la ciudadanía en materia eléctrica, margen de utilidad en este tipo de productos, y determinar las formas de financiamiento más comunes. Modelo de entrevista en anexo 5 pág.156.

1.4.3.3. OBSERVACIÓN DIRECTA.

Se observó el número de empleados existentes en dichos almacenes y la variedad de productos que ofrecen, la rutina diaria de comercialización-horarios y con ello determinar la capacidad de adquisición que manejan estos centros de venta de material eléctrico, así como su forma de organización, sus instalaciones, el trato que tienen con el público y demás particularidades.

1.4.4. INFORMACIÓN PRIMARIA.

1.4.4.1. OBSERVACIÓN.

La información que se obtuvo de primera mano, a través de la observación en los 12 locales comerciales eléctricos, de la ciudad de Ibarra, se transmite a continuación:

a) Todos venden productos eléctricos, pero a su vez también han introducido artículos de ferretería.

b) Tan solo uno de estos almacenes ofrece los servicios de instalación, reparación, y mantenimiento eléctrico a domicilio.

c) Los almacenes son atendidos en su mayoría por dos personas: el dueño y un empleado más, muy pocos poseen más de tres personas y son familiares.

d) Atienden al público de lunes a sábado hasta las 7 de la noche, y el domingo hasta el mediodía, reciben clientela a cualquier hora del día.

e) Sus instalaciones varían de pequeñas a medianas, no hay grandes infraestructuras.

f) A simple vista se nota que no hay órgano que dirija las funciones lo hacen rutinariamente.

g) La publicidad en estos centros de venta es mínima o nula.

h) Se han abierto nuevos locales en la Ciudad.

1.4.4.2. ENTREVISTAS.

a) APLICADA A PROPIETARIOS DE NEGOCIOS.

El resultado de las entrevistas realizadas a expertos y propietarios de negocios se resume en la siguiente información:

¿Cómo se manejan los precios de venta tanto dentro como fuera de su negocio?

Los proveedores son de la ciudad de Quito y Azuay, ellos son los que regulan el precio de venta de los productos, pues se exige el catálogo de precios y las especificaciones técnicas de los productos nuevos, y nos venden el producto y dicen a tal precio sale, pero la utilidad que nos dan es del 30 a 40% dependiendo del bien, si de ahí uno se decide subir el precio para ganar un poquito más ya sería un riesgo como para no vender, pues la competencia ofrece un precio menor y como se sabe el cliente busca lo más conveniente. Por lo general los precios suben si es que se produce un incremento en el mercado de materias primas o algún arancel para las importaciones caso contrario se mantienen los mismos.

¿Cuáles son sus estrategias de comercialización para mantenerse en el actual mundo competitivo?

Ibarra es un gran mercado potencial, porque siempre se vende a diario, además existe gran demanda de estos productos ya que en una casa siempre será necesario algo, y pues ahí estamos nosotros para ofrecer lo nuestro, la estrategia está en tener de todo un poco, y sobre todo a vista del consumidor, además cada local se maneja en una línea de producto y eso la hace reconocer. El autofinanciamiento también es una estrategia, pues como sabe hoy los bancos dan crédito pero para pequeños negocios no resulta, porque siempre se termina pagando más de lo que se pide y pues lo mejor es tener algo en que escudarse. También se cree importante manejar el negocio uno mismo pues caso contrario no se ve ganancias.

b) APLICADA A EXPERTOS.

Así mismo se pudo conversar con los técnicos de algunos locales particulares de la Ciudad de Ibarra, (ver anexo 8 pág. 177), que dieron la siguiente información, en cuanto a problemas eléctricos más comunes y su ocurrencia:

Los problemas más frecuentes que se pueden localizar tanto dentro y fuera de la ciudad son varios; el principal es el desconocimiento de la persona, pues muchos sabemos cómo colocar un foco, enchufar un aparato, etc., pero lo realizamos por experiencia o naturaleza más no lo hacen técnicamente, como debe ser el proceso completo. Eso es en lo básico más de ahí la gente no se atreve a hacer algo mayor por miedo al peligro a que se está expuesto, o a veces lo hacen por ahorrar dinero, pero cuando ya ven el problema más grave inmediatamente buscan a alguien que les ayude. De ahí que los problemas más comunes pueden ser duchas quemadas, cables en pésimo estado, faltas de corriente de un lugar a otro y sobre todo a nivel de construcciones para las instalaciones nuevas se tiene bastante acogida. Esto se podría decir es a diario, y los costos varían de acuerdo a cada necesidad del cliente y como se encuentre el daño.

1.4.4.3. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.

La tabulación y análisis de la información se encuentran en los Anexos N° 6 (pág.157-167) y 7(pág. 168-176) respectivamente, en donde se procedió a:

- a) Encuestar a 376 familias de la ciudad de Ibarra, de acuerdo a la edad, pues se necesita recopilar información de los hogares, y según el INEC la edad para formar hogares se encuentra entre los

20 y 29 años, es por ello que las encuestas se realizó a los jefes de hogar, sean estos: hombre o mujer.

- b) Encuestara 12 propietarios de almacenes de venta de material eléctrico de la Ciudad de Ibarra.

1.5. DETERMINACION DE ALIADOS, Oponentes, RIESGOS Y OPORTUNIDADES.

ALIADOS.

- Existe un amplio mercado de construcción en la ciudad debido a las políticas gubernamentales.
- Desconocimiento de la población en área técnica eléctrica.
- Servicios de disponibilidad inmediata.

OPONENTES

- Desconocimiento del ámbito empresarial, para los inversionistas.
- Falta de recursos económicos para aumentar las instalaciones.
- Peligro al que esta expuesto el personal técnico en la realización de trabajos a domicilio.

RIESGOS

- Existencia de ferreterías con mayor inversión
- Créditos con altas tasas de interés
- Incremento de nuevos competidores en el mercado.
- Alta inversión para un solo grupo de inversionistas.

OPORTUNIDADES

- Productos y servicios de fácil comercialización
- Mercado en crecimiento para introducir los bienes y servicios.
- Disponibilidad de mano de obra calificada
- Los bienes tienen múltiples usos; los consumidores pueden ser vendedor ambulante, contratista de construcciones, o el consumidor final.

1.6. DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO.

Mediante el diagnóstico realizado en la ciudad de Ibarra, y con la ayuda de las técnicas utilizadas como encuestas y entrevistas a las familias ibarreñas y a comercializadores de material eléctrico, se descubre que en la ciudad de Ibarra, existe tan sola una microempresa que se dedica a la venta de material eléctrico conjuntamente con la prestación de servicios eléctricos, es por ello que no abastece a todo el mercado céntrico del cantón. Así mismo el problema que presenta la población en la dificultad para encontrar una persona que realice asistencia o ayuda técnica eléctrica a domicilio, ya sea por la inseguridad o por no contar con una persona capacitada en el área de electricidad, en los centros donde el cliente compra material eléctrico (ver pregunta 4 y 6 de anexo 6 pág. 160 y 162).

Lo que la microempresa en mención plantea, es dar solución a una problemática que las familias ibarreñas tienen a diario en su casa o lugar de trabajo (pregunta 1 anexo 6 pág. 157); a través de la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de material eléctrico con la prestación de servicio técnico en reparación, instalación y mantenimiento eléctrico a domicilio.

CAPÍTULO II

2. BASES TEÓRICO-CIENTÍFICO.

2.1. LA EMPRESA

2.1.1 CONCEPTO

BRAVO, Mercedes (2009 pág. 3), Afirma: ***“Es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad”.***

Según este concepto se puede decir que la empresa es la congregación de una o varias personas que se reúnen para llevar a cabo actividades de comercio o servicio con el objeto de satisfacer necesidades y obtener rentabilidad.

2.1.2. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS.



FUENTE: “Contabilidad General” de BRAVO, Mercedes (2009 pág. 3)

2.2. MICROEMPRESA.

2.2.1. CONCEPTO.

TORRES Luis (2000 pág. 1), define a la microempresa como: ***“Es la organización económica, administrada por una o más personas emprendedoras, que tienen objetivos económicos, sociales y éticos. Aplica la autogestión y tiene gran capacidad de adaptarse al medio.”***

De aquí se puede decir que las microempresas son unidades productivas de menor escala en un sector determinado. Es la unión de un grupo limitado de personas que buscan juntar sus recursos para el desarrollo de actividades lícitas ya sean de comercio, producción o prestación de servicios con el objeto de satisfacer necesidades del mercado y obtener el más alto límite de rentabilidad.

El Consejo Nacional de la Microempresa en su registro oficial del 28 de Septiembre del 2004, dice:

“Entiéndase por microempresa la unidad económica operada por personas naturales» jurídicas o de hecho, formales o informales, que tiene las siguientes características: Actividades de producción, comercio o servicios (.....); Actividades de autoempleo o que tengan hasta 10 colaboradores; Actividades con un capital de trabajo de hasta veinte mil dólares, que no incluya inmuebles y vehículos que sean herramientas de trabajo; y actividades registradas en una organización gremial micro empresarial”.

Posee de 1 a 6 integrantes involucrados, aproximadamente. En su mayoría son creadas para absorber la falta de empleo, mejorar los ingresos o para utilizar habilidades y destrezas con las que se cuenta. La microempresa, antes una actividad de utilidad exclusiva para los más pobres, es hoy un lugar común para personas con recursos suficientes y con estudios superiores excelentes. La actividad micro empresarial en la actualidad es la vía de desarrollo económico y social del Ecuador y de muchos países de Latinoamérica.

2.2.2. MICROEMPRESA COMERCIAL.

BRAVO, Mercedes (2009 pág. 3) define a las empresas comerciales como: ***“Son aquellas que se dedican a la compra-venta de productos convirtiéndose en intermediarios entre productores y consumidores”***

Como se señala en el apartado anterior, estas empresas comerciales tienen la función de comprar productos terminados y luego venderlo al consumidor, agregando un porcentaje de utilidad.

2.2.3. MICROEMPRESA DE SERVICIOS

BRAVO, Mercedes (2009 pág. 3) manifiesta en cuanto a empresas de servicios: ***“Son aquellas que se dedican a la venta de servicios a la colectividad”***

De esto se deduce que las microempresas también se dedican a la prestación servicios, con el objeto de satisfacer necesidades del cliente brindando ayuda o asistencia técnica para de esta manera obtener un pago a cambio.

2.2.4. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA MICROEMPRESA

Dentro de las ventajas y desventajas que poseen las microempresas en el Ecuador se detallan las siguientes:

2.2.4.1. VENTAJAS

- Es una fuente generadora de empleos.
- Se transforman con gran facilidad por no poseer una estructura rígida.
- Son flexibles, adaptando sus productos a los cambios del Mercado.

2.2.4.2. DESVENTAJAS

- Utilizan tecnología ya superada.
- Dificultad de acceso a crédito.
- La producción generalmente, va encaminada solamente al Mercado interno.

2.2.5. OBJETIVOS DE LA MICROEMPRESA

- Crecimiento y expansión hacia otros lugares.
- Ser una microempresa sustentable con mejores productos y servicios.
- Generar fuentes de trabajo propio.
- Resolver las necesidades de un mercado concreto.

2.3. COMERCIALIZACIÓN.

2.3.1. SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA.

GUERRERO G, Manuel (2004) cita lo siguiente: ***“El sistema de comercialización deberá estar encaminado a planificar, fijar precios, promover y distribuir productos y servicios que satisfacen necesidades de los consumidores actuales o potenciales pretendiendo como objetivos fundamentales incrementar la cuota de mercado, la rentabilidad y el crecimiento de las cifras de venta”***. www.eumed.net

Por tanto, comercializar se traduce en el acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner en el lugar indicado y el momento preciso una mercancía o servicio logrando que los clientes, que conforman el mercado, lo conozcan y lo consuman.

Así, comercializar un producto es encontrar para él, la presentación y el acondicionamiento susceptible de interesar a los futuros compradores,

buscar la red más apropiada de distribución y las condiciones de venta que habrán de dinamizar el mercado.

2.3.2. CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

Se conoce que existen dos canales de distribución y que son:

Canal directo. El productor o fabricante vende el producto o servicio directamente al consumidor sin intermediarios.

Canal indirecto. Un canal de distribución suele ser indirecto, porque existen intermediarios entre el proveedor y el usuario o consumidor final

Siendo la microempresa comercializadora de materiales y servicios eléctricos, el canal de distribución que empleará será el Canal Directo, es decir, de la microempresa al consumidor final.

2.4. EL PRODUCTO

STANTON, ETZEL Y WALKER (2004 pág. 248), definen el producto como: ***"Un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar o una idea"***

El producto es el objeto por el cual vendedores y compradores se encuentran en el mercado, para realizar intercambios. Este puede ser tangible o intangible y sirve para satisfacer necesidades.

2.4.1. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

Ha semejanza del ser humano los productos pasan por un ciclo de vida: crecen (en ventas), luego declinan (envejecen) y con el tiempo terminan por ser reemplazados. Del nacimiento a su muerte del ciclo de vida de un

producto se divide generalmente en cuatro etapas fundamentales: Introducción, Crecimiento, madurez y declinación.

2.4.2. MARCA

La marca es lo que hace distintivo a un producto en el mercado. Debe dar a conocer el producto, identificar y diferenciarlo de la competencia. Es manipular la imagen con que se proyecta el producto de manera que el consumidor perciba que el precio del producto es justo por la cantidad que el anunciante quiere que pague.

2.4.3. PRECIO.

Es el monto en dinero que el comprador debe pagar a cambio de un bien o servicio. El precio debe estudiarse muy bien antes de fijarlo pues depende de muchas variables como: condiciones de oferta y demanda, estructuras del mercado, niveles de vida de los consumidores, costos de distribución de producción, logísticos, de Publicidad, etc.

2.4.4. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.

Son todas aquellas acciones encaminadas a comunicar y transmitir información del vendedor y su producto, al posible comprador. Esto con la finalidad de convencer a los potenciales compradores de los beneficios que se puede adquirir al obtener un determinado bien o servicio. Trata de persuadir e influir al público en la compra. Entre las principales formas de hacer publicidad están: anuncios en televisión, prensa, revistas, radio, libros, vallas, e internet.

2.4.5. INSUMOS ELÉCTRICOS.

Dentro de los insumos y materiales eléctricos existen una infinidad de estos, que el cliente puede necesitar para su casa, edificio u oficina, entre ellos: focos tradicionales, focos ahorradores, lámparas, tubos fluorescentes, cable, interruptores simples y dobles, cajetines, breaker, tomacorrientes, cajas térmicas, canaletas, duchas eléctricas, fusibles, enchufes, sensores, switch, soporte de lámpara, ojo de buey, timbres, boquillas, extensiones, terminales, etc., así mismo existen en el mercado variadas marcas de estos como son: Veto, Levitón, Osram, Bosh, Philips, Cooper, General electric, Square D ,Dexon, Sylvania, Bticino, Eagle electric, etc., todos estos de gran reconocimiento nacional e internacional.

De aquí se analiza en breve los principales, más demandados por la población de acuerdo a lo investigado.

2.4.5.1. CABLES-ALAMBRES.

Para GUTIERREZ C, GARCIA G, MATA R. (2009 pág. 70): ***“Los conductores eléctricos (cables o alambres), son cuerpos que dejan pasar la corriente eléctrica”.***

GRÁFICO N° 1

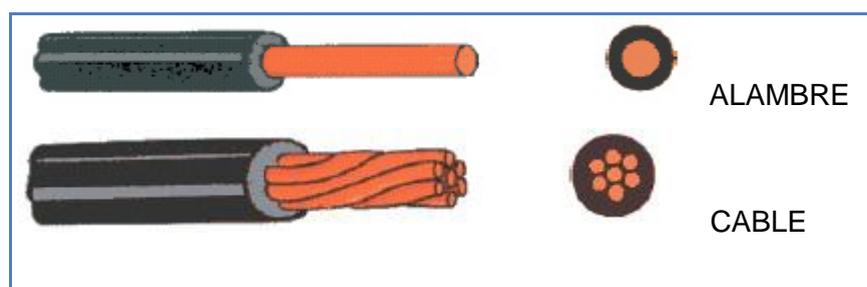


FOTO: Cables y Alambre

FUENTE: Internet

Según este concepto se puede decir que los cables son el factor principal en las instalaciones eléctricas pues por medio de ellos circulan los fluidos eléctricos.

2.4.5.2. INTERRUPTORES

LESUR Luis, (2009 pág. 43) manifiesta que: **“Un apagador o interruptor rompe el flujo de electricidad en un circuito cuando está abierto (“apagado”) y permite que fluya cuando está cerrado (“encendido”).**

GRÁFICO N° 2



FOTO: Interruptor FUENTE: Internet

Todos utilizamos los interruptores cada día. Un interruptor se usa para hacer funcionar e interrumpir un circuito eléctrico. Solo cuando se hace funcionar, al encender, circulará la corriente por el circuito.

2.4.5.3. TOMACORRIENTES.

Según VILLANUEVA Giancarlo, (2004 pág. 24) los tomacorrientes son: **“los que se emplean para conectar los aparatos eléctricos”**

GRÁFICO N° 3



FOTO: Tomacorriente FUENTE: Internet

Sirve para establecer una conexión eléctrica segura con un enchufe de función complementaria. Entre los principales se tiene dobles y simples.

2.4.5.4. FOCOS

www.osram.ec: ***“Un foco es un elemento óptico destinado a proyectar la luz de una lámpara hacia una región concreta”.***

GRÁFICO N° 4



FOTO: Modelos de Focos

FUENTE: Internet

Son los que nos permiten iluminar un lugar concreto.

2.4.6. USO DE LOS INSUMOS ELÉCTRICOS.

El uso y desgaste de los materiales eléctricos están dados por las actividades a que están sujetos en su entorno. Así se tiene que se les puede utilizar para:

2.4.6.1. ILUMINACIÓN FÍSICA

Iluminación y alambrado que usan electricidad en vías públicas, monumentos, autopistas, aeropuertos, recintos deportivos, etc., logrando espacios iluminados y seguros, acorde al uso público del lugar, así como en viviendas, ambientes laborales, institucionales, empresariales e

industriales mejorando las condiciones de luz natural con iluminación artificial de estándar.

2.4.6.2. USO RESIDENCIAL

El empleo de la electricidad y sus diferentes materiales eléctricos en los hogares trata de alumbrado, energía para los diferentes electrodomésticos, calefacción y aire acondicionado, así como las instalaciones de electricidad en la utilización de duchas eléctricas tan requeridas en la región sierra, y para una infinidad de cosas que pueden ser requeridas por el cliente.

2.4.6.3. USO INDUSTRIAL

Las industrias son los principales consumidores de electricidad y de material eléctrico, por excelencia ya que están en constante actividad, y siempre en busca de mejorar sus niveles operativos dando más eficiencia y eficacia en la producción de ideas innovadoras para el mundo globalizado. Se utiliza además para el arreglo de oficinas y equipos técnicos.

2.4.6.4. USO COMERCIAL

Lo diferentes tipos de material eléctrico son también de uso comercial debido a que son productos de constante demanda puesto que hoy en día con la política gobernante de dar vivienda a los sectores más necesitados, la venta de insumos eléctricos y servicios de instalaciones eléctricas han crecido considerablemente. Así mismo son muy requeridos en toda población, tanto para consumidores como comerciantes minoristas.

2.5. EL MERCADO.

SANDOVAL, Paulina (2008) cita lo siguiente: ***“El término mercado tiene diversos significados, pero se dirá que es el área (física o virtual) en donde confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda, para realizar las transacciones de venta y compra de bienes y servicios, a precios determinados.”***wordpress.com

De acuerdo con esto, el mercado es el lugar donde convergen compradores y vendedores para dar lugar a transacciones de intercambio de bienes materiales o servicios por dinero, y con el objeto de satisfacer necesidades.

2.5.1. MERCADO PROVEEDOR.

Este mercado se encuentra constituido por las firmas que proporcionan materia prima al proyecto, ya sean insumos, materiales y equipos. También abarca servicios financieros y mano de Obra. Por lo tanto se debe estudiar detenidamente, antes de elegir ciertos ítems que pueden ser determinantes como: ubicación geográfica, precios de los insumos; condiciones de pago del proveedor, políticas de crédito y de descuentos; disponibilidad, seguridad y oportunidad del producto

Se debe tener presente que para obtener los productos que se van a ofrecer, se requiere contar con los insumos necesarios, en las cantidades, calidades y oportunidad requerida. La falta de disponibilidad o demora de estos insumos, reducen la eficacia de la organización y más aún, si el suministro de estos falla, puede fracasar todo lo previsto con respecto a la producción y mercadeo de los productos del proyecto.

2.5.2. MERCADO COMPETIDOR.

Se encuentra formado por las empresas que comercializan productos similares al del proyecto y por aquellas compañías que comparten el mismo mercado objetivo de clientes. Por ello se hace indispensable conocer la estrategia comercial empleada por la competencia y establecer

nuestra propia estrategia con un valor agregado que la haga diferente al del competidor.

2.5.3. MERCADO CONSUMIDOR.

Es el principal factor de mercadeo, pues es el que absorbe la producción de la empresa, basado en las necesidades, hábitos de compra, gustos y preferencias. Es el más complejo de estudiar debido a sus distintas variables.

2.5.4. MERCADO EXTERNO.

La actual tan mencionada globalización hace que se tenga que estudiar en estrategias claves y globales que permitan adentrar en un mercado más amplio a nivel internacional. Por otro lado, los mercados locales pueden estar en etapas de madurez de su ciclo de vida, lo que obliga a buscar en la expansión internacional nuevas oportunidades de negocios.

2.6. ESTUDIO TÉCNICO.

El estudio técnico es el que proporciona información cuantitativa para determinar el monto de la inversión y los costos de operación necesarios para su desarrollo. El estudio técnico de la ingeniería de proyectos de inversión cobra relevancia dentro de la evaluación de un proyecto ya que en él se determinan los costos en los que se incurrirán al implementarlo, por lo que este estudio es la base para el cálculo financiero y la evaluación económica del mismo.

2.6.1. TAMAÑO DEL PROYECTO.

La capacidad del sistema de producción define los límites competitivos de la empresa. De manera específica, establece la tasa de respuesta de la empresa a un mercado, su estructura de costos, la composición de su personal, y la estrategia general de inventarios. Si la capacidad no es adecuada, una compañía puede perder clientes, si su servicio es lento o si permite que entre la competencia al mercado. Si la capacidad es excesiva, es probable que la empresa tendrá que reducir precios para estimular la demanda, subutilizar su personal, llevar un exceso de inventario o buscar productos adicionales, menos rentables, para seguir en actividad.

2.6.2. LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

Las decisiones de localización forman parte del proceso de formulación estratégica de la empresa. Una buena selección puede contribuir a la realización de los objetivos empresariales, mientras que una localización desacertada puede conllevar a un desempeño inadecuado de las operaciones.

2.6.2.1. FACTORES QUE AFECTAN A LA LOCALIZACIÓN.

- Las fuentes de abastecimiento.
- Los mercados, la localización de los clientes o usuarios.
- La localización de la competencia.
- La calidad de vida.
- La mano de obra.
- Los suministros básicos.
- Los medios de transporte.
- Las condiciones climatológicas de la zona.
- El marco jurídico.
- Los impuestos y los servicios públicos.
- Los terrenos y la construcción.

2.6.3. INVERSIONES.

La inversión son los recursos, necesarios para realizar el proyecto, se refiere concretamente a la cuantificación monetaria de todos los recursos que van a permitir la realización del proyecto, ya sean estos materiales o financieros. De ahí a que en lo proyectos existen inversiones fijas, diferidas y el capital de trabajo indispensables para que se ejecute el proyecto.

La estimación de la inversión fija se basa en cotizaciones y proformas de los bienes a utilizarse en la ejecución del proyecto. Son todos los activos fijos de propiedad de la empresa que pueden ser: maquinaria, terrenos, equipos, vehículo, mobiliario, obra civil, etc.

Las inversiones diferidas por su parte son todos los gastos pre operativos del proyecto y no es posible identificarlos físicamente, aquí entra en relevancia los gastos de constitución, pago de marcas, patentes, estudios de mercado, entrenamiento al personal.

La inversión en capital de trabajo está formada por los recursos monetarios necesarios para el funcionamiento normal del negocio durante su ciclo o fase operativa. Es el dinero circulante que facilitará la operatividad normal de la infraestructura productiva del proyecto.

2.6.4. FINANCIAMIENTO.

Las fuentes de Financiamiento son la manera de como una entidad puede allegarse de fondos o recursos financieros para llevar a cabo sus metas de crecimiento y progreso. Las fuentes de financiamiento varían de acuerdo a las necesidades y tamaño de las empresas entre ellas se pueden distinguir las más utilizadas: los ahorros personales, los amigos y parientes; Bancos e Instituciones Financieras.

2.6.5. TALENTO HUMANO.

Cuando se utiliza el término Recurso Humano se está catalogando a la persona como un instrumento, sin tomar en consideración que éste es el capital principal, el cual posee habilidades y características que le dan vida, movimiento y acción a toda organización, por lo cual ahora se utiliza el término Talento Humano.

No solo el esfuerzo o la actividad humana quedan comprendidos en este grupo, sino también otros factores que dan diversas modalidades a esa actividad: conocimientos, experiencias, motivación, aptitudes, actitudes, habilidades, potencialidades, salud, etc.

2.6.6. FLUJOGRAMA DE PROCESOS.

VÁSQUEZ, Víctor H. (2002 pág. 328) define el Diagrama de Flujo como: ***“un método para describir en forma gráfica un procedimiento existente o uno nuevo mediante la utilización de símbolos, líneas y palabras simples, demostrando las actividades y su secuencia.”***

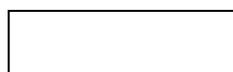
Es una representación gráfica de la secuencia de actividades de un proceso. Trata de detallar en forma sencilla los procesos que han de seguirse para realizar en forma ordenada las actividades encomendadas.

2.6.6.1. SIMBOLOGÍA.

Límites: Este símbolo se usa para identificar el inicio y el fin de un proceso



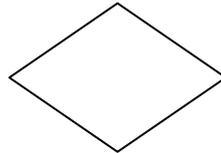
Operación: Representa una etapa del proceso.



Documento: Simboliza el documento resultante de la operación



Decisión: Representa al punto del proceso donde se debe tomar una decisión. La pregunta se escribe dentro del rombo. Dos flechas que salen del rombo muestran la dirección del proceso, en función de la respuesta real



Sentido del flujo: Significa el sentido y la secuencia de las etapas del proceso



2.7. ESTUDIO FINANCIERO.

2.7.1. BALANCE GENERAL.

Para ROMERO Javier (2006 pág. 257): ***“es un estado financiero que muestra los recursos de que dispone la entidad para la realización de sus fines(activo) y las fuentes externas e internas de dichos recursos (pasivo mas capital contable), a una fecha determinada.”***

Es un estado financiero que muestra en forma detallada los activos, pasivos y patrimonio con que cuenta la empresa en un momento dado.

2.7.2. INGRESOS.

Son las corrientes de dinero que percibe una empresa por la venta de sus productos o prestación de sus servicios.

2.7.3. COSTOS.

Son todos los desembolsos que realiza la empresa para la fabricación de un bien o la prestación de un servicio. Este se puede recuperar a través del tiempo.

2.7.3.1. COSTOS FIJOS

Según PABON Hernán (2010 pág. 42), los costos fijos son: ***“aquellos que permanecen constantes para un rango de producción y tiempo definidos, sin importar la fluctuación o el cambio en el nivel de actividad (producción o ventas).”***

De lo anteriormente expresado se puede decir que los costos fijos son los que van a mantenerse constantes independientemente de los niveles de producción que mantenga una empresa.

2.7.3.2. COSTOS VARIABLES.

Para BRAVO Mercedes y UBIDIA Carmita (2009 pág. 15) los costos variables son: ***“aquellos que varían proporcionalmente, de acuerdo al volumen de producción; tales como: materia prima, mano de obra.”***

Los costos variables están en función de la producción es decir, si ésta aumenta el costo variable es alto, si no hay producción no se incurrirá en costos variables, estos dependen directamente de las cantidades producidas.

2.7.4. GASTOS.

Son los valores que sirven para realizar las funciones de administrar, vender y financiar; con el propósito de cumplir los fines propuestos. A diferencia del costo los gastos no se recuperan.

2.7.4.1 GASTO ADMINISTRATIVO

Para SARMIENTO Rubén (2010 pág. 17): ***“Los costos de administración conocidos como gastos de administración; son valores destinados al normal desarrollo de este departamento por ejemplo: arriendo del departamento de administración, agua, luz, teléfono, fax de oficina, sueldos y beneficios sociales de administración, aporte patronal, etc.”***

Son todos los gastos que se deben incurrir para el normal funcionamiento de la dirección general de una determinada empresa.

2.7.4.2. GASTO DE VENTAS

Para SARMIENTO Rubén (2010 pág. 18): ***“Los costos de ventas conocidos como gastos de ventas; son valores destinados al normal desarrollo de este departamento, por ejemplo: arriendo del departamento de ventas, agua, luz, teléfono, fax del departamento de ventas, sueldos y beneficios sociales del departamento de ventas, aporte patronal, gasto de viaje y movilización de vendedores, comisiones en ventas, publicidad y propaganda, etc.”***

Dentro de este rubro se encuentran todas las erogaciones concernientes al departamento de ventas.

2.7.4.3. GASTO FINANCIERO.

Son todos los gastos que se originan por el hecho de adquirir financiamiento con cualquier institución financiera. Son cargas financieras representadas por los intereses.

2.7.5. DEPRECIACIÓN

Es la pérdida de valor de un activo fijo a causa del tiempo, del uso o desgaste del bien. El método más utilizado para calcular las

depreciaciones es el método de línea recta. La Ley de Régimen Tributario Interno establece los siguientes parámetros de depreciación:

ACTIVO	VIDA ÚTIL	% DEPRECIACIÓN
Inmuebles (excepto terrenos) naves, aeronaves, barcasas, similares	20 años	5 % anual
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles	10 años	10 % anual
Vehículos, equipos de transporte, equipo caminero móvil.	5 años	20 % anual
Equipos de computo y software	3 años	33 % anual

L.R.T.I. 15 de MAYO 2008.

2.7.6. ESTADO DE RESULTADOS.

Según ZAPATA, Pedro (2008 pág. 306) el balance de resultados es: ***“un informe contable básico que presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el fin de medir los resultados económicos durante un periodo determinado.”***

Es un estado financiero básico que muestra la utilidad o pérdida que arroja la empresa durante un período económico; es de mucha importancia para la toma de decisiones gerenciales en busca de mejorar la situación actual.

2.7.7. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO.

El estado de flujos de efectivo es el estado financiero básico que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación. El análisis del flujo de efectivo debe reflejar claramente el entorno económico, la demanda de información, la entrada y salida de dinero y la solvencia que maneja la empresa.

2.7.8. EVALUADORES FINANCIEROS.

MEZA O, Jhonny (2009) cita lo siguiente: **“La Evaluación Financiera de Proyectos es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto”**
www.gestiopolis.com

Los evaluadores financieros son de mucha importancia para la empresa, permiten verificar el comportamiento o desempeño económico, la recuperación del dinero en el tiempo y con ellos determinar si la inversión propuesta es económicamente rentable.

En la evaluación económica - financiera se toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo mediante métodos que son básicamente el Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno.

2.7.8.1. VALOR ACTUAL NETO.

Para BRIGHAN, E. HOUSTON Joel (2005 pág. 398): **“método de clasificar las propuestas de inversión usando el valor presente neto, el cual equivale al valor presente de los futuros flujos netos de efectivo, descontado al costo del capital.”**

Por ello se puede decir que es el valor actual de todos los flujos de fondos presentes y futuros; y sirve para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable. Si el resultado es negativo se rechaza el proyecto.

2.7.8.2. TASA INTERNA DE RETORNO.

La tasa Interna de Retorno es la tasa de descuento que permite que el Beneficio Neto Actualizado sea igual a la inversión (VAN igual a 0). La TIR es la máxima Tasa de Descuento que puede tener un proyecto para que

sea rentable. Es un indicador de rentabilidad pues a mayor TIR mayor rentabilidad. Si la TIR es mayor que el costo de capital se acepta el proyecto caso contrario se lo rechaza.

2.7.8.3. BENEFICIO COSTO.

Es un índice de rentabilidad que trae al presente los beneficios y costos proyectados incluida la inversión, con el objeto de compararlos. Si el resultado de dividir los ingresos actualizados sobre los egresos actualizados es mayor a uno quiere decir que el valor actual es mayor que la inversión por lo tanto el proyecto es rentable.

2.7.8.4. PUNTO DE EQUILIBRIO.

Según SARMIENTO, Rubén (2010 pág. 69): ***“el punto de equilibrio es la intersección o cruce entre los ingresos totales cuando son iguales a los costos totales (fijos y variables); es decir no existe pérdida ni ganancia, los ingresos sirven para cubrir los costos;.....”***

De acuerdo con lo citado se puede manifestar que el punto de equilibrio se da cuando los ingresos igualan a los costos, no se produce ni pérdida ni ganancia.

2.8. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

2.8.1. FORMACIÓN.

Para crear una empresa o negocio, es necesario que se lo constituya legalmente, ello permitirá que la empresa sea legalmente reconocida, que esté sujeta a créditos, que se pueda emitir comprobantes de pago, y que pueda producir, comercializar y promocionar los productos o servicios con autoridad y sin restricciones.

Según la ley de Compañías vigente en el Ecuador se deben seguir las siguientes disposiciones para crear una compañía de Responsabilidad Limitada:

“La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura”.

“Es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes”. “podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización y ahorro”.

“No podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse”. El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil”. “Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital”.

DE LAS PERSONAS QUE PUEDEN ASOCIARSE

Para esta clase de compañías se requiere de capacidad civil para contratar; no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges; Las personas jurídicas podrán ser socios, con excepción de los bancos, compañías de seguro, capitalización y ahorro y de las compañías anónimas extranjeras; Las personas comprendidas en el Art. 7 del Código de Comercio no podrán asociarse en esta clase de compañías.

DEL CAPITAL

- El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no podrá ser inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías.
- Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía.
- Los aportes en numerario se depositarán en una cuenta de "Integración de Capital", que será abierta en un banco a nombre de la compañía.
- Si la aportación fuere en especie, en la escritura se hará constar en que consiste el bien, su valor, la transferencia de dominio en favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas.
- La constitución del capital o su aumento no podrá llevarse a cabo mediante suscripción pública.
- Las participaciones que comprenden los aportes de capital de esta compañía serán iguales, acumulativas e indivisibles, se le dará el certificado de aportación con carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le correspondan.
- La participación de cada socio es transmisible por herencia.
- Se formará un fondo de reserva hasta que éste alcance por lo menos al veinte por ciento del capital social.

- Si se acordare el aumento del capital social, los socios tendrán derecho de preferencia para suscribirlo.

DE LOS DERECHOS OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES DE LOS SOCIOS

DERECHOS DE LOS SOCIOS.

- A intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía. cada participación dará al socio el derecho a un voto.
- A percibir los beneficios que le correspondan.
- A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales.
- A no devolver los importes que en concepto de ganancias hubieren percibido de buena fe, a excepción de aquellas que no corresponden a beneficios realmente obtenidos.
- A no ser obligados al aumento de su participación social.
- A ser preferido para la adquisición de las participaciones correspondientes a otros socios.
- A solicitar a la junta general la revocación de la designación de administradores o gerentes, en caso necesario.
- A recurrir a la Corte Superior del distrito impugnando los acuerdos sociales, siempre que fueren contrarias a la Ley o a los estatutos.

- A pedir convocatoria a junta general en los casos determinados por la presente Ley.
- A ejercer en contra de gerentes o administradores la acción de reintegro del patrimonio social. Esta acción no podrá ejercitarla si la junta general aprobó las cuentas de los gerentes o administradores.

OBLIGACIONES DE LOS SOCIOS.

- Pagar a la compañía la participación suscrita.
- Cumplir los deberes que a los socios impusiere el contrato social.
- Abstenerse de la realización de todo acto que implique injerencia en la administración.
- Responder solidariamente de la exactitud de las declaraciones contenidas en el contrato de constitución de la compañía y, de modo especial, de las declaraciones relativas al pago de las aportaciones y al valor de los bienes aportados.
- Cumplir las prestaciones accesorias y las aportaciones suplementarias previstas en el contrato social.
- Responder solidaria e ilimitadamente ante terceros por la falta de publicación e inscripción del contrato social.
- Responder ante la compañía y terceros, si fueren excluidos, por las pérdidas que sufrieren por la falta de capital suscrito y no pagado o por la suma de aportes reclamados con posterioridad, sobre la participación social.

DE LA ADMINISTRACIÓN

La Junta General, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. Todas las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de los socios presentes.

Son atribuciones de la junta general:

- a) Designar y remover administradores y gerentes.
- b) Designar el consejo de vigilancia, en caso de haber previsto este organismo en el contrato social.
- c) Aprobar las cuentas y los balances que presenten los administradores y gerentes;
- d) Resolver la forma de reparto de utilidades;
- e) Resolver la amortización de las partes sociales;
- f) Consentir en la cesión de las partes sociales y en la admisión de nuevos socios;
- g) Decidir acerca del aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social;
- h) Resolver el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía;
- i) Resolver la disolución anticipada de la compañía;
- j) Acordar la exclusión del socio por las causales previstas en el Art. 82 de esta Ley;

- k) Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra de los administradores o gerentes.
- l) Las demás que no estuvieren otorgadas en esta Ley o en el contrato social a los gerentes, administradores u otros organismos.

2.8.2 CONSTITUCIÓN.

Previamente a la obtención de la matrícula de comercio, los comerciantes para ejercer su actividad, deberán afiliarse a la Cámara de Comercio del Cantón donde realizarán su actividad y cumplir con los siguientes requisitos:

a) Seleccionar un nombre, al cual se ha de identificar en las oficinas del Municipio de Ibarra para obtener la patente municipal y en el SRI, previo pago de derechos.

b) En el caso de una Empresa colectiva, según la ley de Compañías, se inscribe la escritura pública de su constitución en la cual se debe expresar:

- Nombre y domicilio de los socios.
- Denominación objetiva.
- Objeto social.
- Duración de la compañía.
- Domicilio de la compañía.

- Importe del Capital social.
- Indicación de la aportación de cada socio.
- La forma de administrar y fiscalizar la compañía.
- La forma de deliberar y tomar las decisiones en la junta general.
- Demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer.
- Registro único de contribuyentes

2.8.2.1. RUC.

Para la obtención del Ruc se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Presentar original y copia de la Cédula de Ciudadanía o Pasaporte si es extranjero; y, copia de un documento para verificación del domicilio y de los establecimientos donde realiza la actividad económica.
- b) Los ecuatorianos presentarán también el original de la papeleta de votación del último Proceso Electoral hasta un año después de la emisión por parte del Concejo Nacional Electoral.

2.8.2.2. PATENTES

Es un comprobante de pago emitido por la administración zonal, que corresponde a la cancelación anual del impuesto de patente municipal, se

graba a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial o industrial. Para obtenerla se debe presentar:

- a) Formulario de solicitud y declaración de patente.
- b) Formulario de Patente Municipal.
- c) Certificado de no adeudar al Municipio.
- d) Copia de la Cédula de Ciudadanía del propietario responsable y del Certificado de Votación.
- e) RUC original y copia.
- f) Copia de la declaración del impuesto a la renta (si es que la actividad ya ha cumplido un período de operaciones).
- g) Copia de la última declaración del IVA del año anterior (para quienes no están obligados a declarar el Impuesto a la Renta).

2.8.3. MISIÓN.

KOTLER Philip, ARMSTRONG Gary, CÁMARA Dionisio y CRUZ Ignacio, (2004, Pág. 43): ***“La misión es un importante elemento de la planificación estratégica porque es a partir de ésta que se formulan objetivos detallados que son los que guiarán a la empresa u organización.”***

La misión es la razón de ser de toda empresa, gracias a ella se formulan objetivos que deben ser alcanzados. Se focaliza más en el presente.

2.8.4. VISIÓN.

Para FLEITMAN Jack (2000 Pág. 283) la visión se define como: ***“el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.”***

Es lo que se desea alcanzar a largo plazo, la imagen futura de la organización. Este concepto se focaliza más en el futuro.

2.8.5. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Es la representación gráfica de todos los departamentos que posee una empresa. Refleja en forma esquemática la posición y jerarquía de las áreas que la integran, así como las líneas de mando y niveles asesores.

2.8.6. ORGANIGRAMA FUNCIONAL.

Este organigrama describe las funciones que tienen asignadas todos los miembros de la organización, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO.

3.1. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.

El presente proyecto impulsa, la creación de una Microempresa de comercialización de insumos y material eléctrico con servicio técnico a domicilio en la ciudad de Ibarra, con la finalidad de poner a disposición de los consumidores un servicio diferente, personalizado y de calidad.

En el Estudio de Factibilidad que se está desarrollando, existen dos clases de productos importantes que son:

- BIENES: Insumos y materiales eléctricos y
- SERVICIOS: asistencia técnica a domicilio.

3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.

3.2.1. OBJETIVO GENERAL

3.2.1.1. Realizar un estudio de mercado que determine los niveles de oferta y demanda de insumos y servicios eléctricos en la ciudad de Ibarra.

3.2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.

3.2.2.1. Determinar la demanda en los problemas más frecuentes de la población, con respecto a desperfectos eléctricos y electrónicos.

3.2.2.2. Examinar la forma de comercialización que manejan los negocios ya existentes en la ciudad de Ibarra.

3.3. MATRIZ DE VARIABLES DE MERCADO.

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE	TÉCNICA	POBLACIÓN A INVESTIGAR
Determinar la demanda en los problemas más frecuentes de la población con respecto a desperfectos eléctricos.	Demanda	-Necesidad del servicio	Primaria	Encuesta	Familias Ibarreñas
		-Conocimiento técnico		Encuesta	Familias Ibarreñas
		-Confiability en Servicio Técnico		Encuesta	Familias Ibarreñas
		-Gustos y preferencias.		Encuesta	Familias Ibarreñas
Examinar la forma de comercialización que manejan los negocios ya existentes en la ciudad de Ibarra	Comercialización	-Adquisición/abastecimiento.	Primaria	Encuesta	Familias Ibarreñas y Propietarios.
		-Producto		Observación y encuesta	Familias Ibarreñas y Propietarios.
		-Publicidad		Encuesta	Propietarios de negocios
		-Horario de Atención.		Observación	Locales comerciales.
		-Precios de Venta		Entrevista	Propietarios de negocios

NOTA: La población a investigar se encuentra detallada en el capítulo primero pág. 32 cuadro N° 6.

3.4. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.

La tabulación y análisis de la información se encuentran en los Anexos N° 6 (pág.157-167) y 7(pág. 168-176) respectivamente, en donde se procedió a: Encuestar a 376 hogares de la ciudad de Ibarra, y 12 propietarios de almacenes eléctricos de la misma.

3.5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

Gracias a una exhaustiva investigación se ha podido encontrar el crecimiento histórico de dichos materiales en la Ciudad de Ibarra.

La fuente de la cual se obtuvo gran parte de la información es PROEXPORT, programa de información al exportador por Internet, este organismo se dedica a estudiar el mercado nacional en diferentes ramas que puedan interesar a exportadores, para la realización de sus inversiones en el país.

3.5.1. COMPORTAMIENTO DEL MERCADO DE INSUMOS Y MATERIAL ELÉCTRICO.

CUADRO Nº 8
COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA EN DÓLARES

AÑOS	MATERIAL ELÉCTRICO
2006	610.278,00
2007	671.306,00
2008	793.361,00
2009	945.361,00
2010	1.159.528,00

FUENTE: PROEXPORT 2009 ELABORACIÓN: Alicia Huera

Como se puede notar en el cuadro anterior la demanda de material e insumos eléctricos ha crecido constantemente, pues es un mercado bastante privilegiado, su consumo tiene estrecha relación con el sector eléctrico y el sector construcción.

Entre enero del 2010 y junio del 2011, el Municipio de Ibarra aprobó 1 200 proyectos de construcción. Se trata de conjuntos habitacionales, trabajos individuales y obra pública.

Esa cifra habla de un auge en la construcción que vive la capital de Imbabura.

Debido a estos factores se pudo confirmar en el Municipio de Ibarra que el 53.10% de la población si posee vivienda propia, con lo cual se deduce que 18.547 familias pueden ser los clientes potenciales del proyecto, pues los productos que la microempresa ofrece, están dirigidos a esta población y, siendo pobladores de las zonas céntricas de Ibarra, poseen un nivel económico medio y medio alto.

$$\text{Número de familias} = \frac{\text{Total Población Urbana}}{\text{Miembros de familia}} \times \% \text{ Población con Vivienda Propia}$$

$$\text{Número de familias} = \frac{139.721}{4} \times 53.10\%$$

$$\text{Número de familias} = 18.547$$

3.5.2. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.

3.5.2.1. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE BIENES

Para proyectar la demanda se utilizó el modelo exponencial, con datos de referencia de los años 2006 y 2010, para sacar la tasa de crecimiento anual del consumo de los materiales eléctricos.

$$M = C(1 + i)^{n-1}$$

En donde:

M= Monto

C= Capital

i = Tasa de Crecimiento anual promedio

n = Año proyectado

Despejando la fórmula:

$$1.159.528 = 610.278(1+i)^{n-1}$$

$$\sqrt[4]{\frac{1.159.528,00}{610.278,00}} = 1+i$$

$$\sqrt[4]{1.89999} = 1+i$$

$$1,1741 = 1+i$$

$$i = 0,1741$$

TASA PROMEDIO = 17.41%

Partiendo de este cálculo el consumo futuro para los próximos años, tomando como base el año 2010 es:

CUADRO N° 9
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE BIENES

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA EN DÓLARES
2010	1.159.528,00
2011	1.361.402,00
2012	1.598.422,00
2013	1.876.707,00
2014	2.203.442,00
2015	2.587.061,00

FUENTE: Proyecciones

ELABORACIÓN: Alicia Huera.

3.5.2.2. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE SERVICIO TÉCNICO.

Se estima que para la demanda de los servicios técnicos a domicilio, el 87% de la población encuestada, manifiesta haber sufrido algún tipo de problema eléctrico en su domicilio (pregunta 1 anexo 6 pág. 157).

Ibarra cuenta con familias que tienen vivienda propia que suman 18.547, de estos el 87% se considerarían posibles clientes dando un total de 16.135 familias. Con la misma tasa de crecimiento se procede a proyectar el consumo futuro de este tipo de servicios.

CUADRO N° 10
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE SERVICIOS

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA HOGARES
0	16.135
2011	18.944
2012	22.242
2013	26.115
2014	30.661
2015	35.999

FUENTE: Proyecciones ELABORACIÓN: Alicia Huera.

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, la demanda del servicio técnico a domicilio, que se proyecta, va en crecimiento de manera positiva, lo que permite mantener a la microempresa en los niveles aceptables.

3.6. ANÁLISIS DE LA OFERTA.

3.6.1. OFERTA PROVEEDORES.

Los principales proveedores a nivel provincial (Pichincha) que se pueden destacar y que se encuentran registrados en la Superintendencia de compañías para el año 2009, como distribuidores mayoristas son 112, y que entre otros pueden ser los principales proveedores del proyecto:

- Supermercado ferretero Kywi: Se definen como Supercentro ferretero, es comercializador y distribuidor mayorista, sus puntos de venta son almacenes autoservicio que cuentan con personal asesor para algunas líneas de producto como aparatos y material eléctrico.
- Almacén especializado Marriott: Pertenece al grupo Minsa, conformado por Eagle Unilumi Marriott y Marriott. Distribuye marcas de productos de iluminación como: Topaz, HubellLitingh INC, Osram, Silvana, y Schneider.
- Comercial MY: Distribuidor de material eléctrico, Fabricación de lámparas Fluorescentes.
- ELECTRO B & V: Electrobraver Cía. Ltda. es fabricante e importador de Material Eléctrico.
- Comercializadora Mendoza: Distribuidor de Material Eléctrico de las distinguidas marcas como levitón, Eagle, veto, Premium y lámparas.
- COLOR SATELIC: Distribuidor de material eléctrico, grifería y Ferretería en general.

Estos son algunos de los proveedores que tienen introducidos sus líneas de productos en el mercado ibarreño, cabe señalar que Supercentro ferretero Kywi, maneja una sucursal en la ciudad de Ibarra, y que según

las encuestas realizadas, a los microempresarios, es considerada como proveedor de material eléctrico dentro de la Ciudad.

3.6.2. OFERTA LOCAL.

De este tipo de empresas minoristas se encuentran en el Cantón Ibarra según el registro Catastral, 12, con las mismas características de la microempresa en estudio y que son:

CUADRO N° 11
CATASTRO ALMACENES DE VENTA DE MATERIAL ELÉCTRICO

NOMBRE DEL LOCAL	DIRECCIÓN	PERSONERÍA
ALMACÉN EL FOCO	OLMEDO 07-56	OBLIGADA
ALMACÉN EL VOLTIO	VELASCO 7-46	NATURAL
EL FLUORESCENTE	CHICA NARVAEZ 05-080	NATURAL
ALMACÉN ELECTROLUZ	GRIJALVA 6-36	NATURAL
DISELECTRIC	OLMEDO 03-97	NATURAL
MATERIAL ELÉCTRICO	L C BORJA 03-68	NATURAL
M. E. AUDIO CENTER	SANCHEZ Y C 13-008	NATURAL
CERELECTRIC	OLMEDO 09-033	OBLIGADA
ELECTRON	J ATABALIPA 02-016	NATURAL
INNOVACIÓN ELÉCTRICA	O MOSQUERA 06-066	NATURAL
SU ILUMINACIÓN	OBISPO MOSQUERA 06-052	OBLIGADA
VETO CABLE	OLMEDO 10-049	OBLIGADA

FUENTE: Servicio De Rentas Del I.M.I. ELABORACIÓN: Alicia Huera.

De acuerdo al cuadro anterior, existen varios locales de venta de material eléctrico y de acuerdo a las investigaciones realizadas, tan solo existe una microempresa que incluye en sus ventas el servicio técnico a domicilio, y esta es la microempresa Electrón su dirección actual es tras del coliseo Luis Leoro Franco y una sola persona realiza este tipo de trabajo.

La mayoría de estos locales funcionan y tienen saturado los lugares céntricos de la Ciudad como son las calles Olmedo, Sánchez y Cifuentes, Obispo Mosquera. Tan solo 4 de ellas están obligadas a llevar contabilidad.

Estos locales atienden de lunes a sábado en horarios hasta la noche y en feriados. Sus principales proveedores son de la ciudad de Quito y del Azuay por los precios cómodos que manejan.

3.6.3. COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA DE MATERIAL ELÉCTRICO.

CUADRO N° 12
COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA EN DÓLARES

AÑO	OFERTA MATERIAL ELÉCTRICO EN DÓLARES
2010	1.049.373,00

FUENTE: Mercadeo 2010

ELABORACIÓN: Alicia Huera

La información presentada en el cuadro fue recogida de los 12 locales de venta de material eléctrico de la ciudad de Ibarra, no incluye las ventas de ferreterías ni supermercados.

De los resultados de la investigación de mercado se muestra que en la ciudad de Ibarra existe tan solo una empresa que realiza el servicio técnico a domicilio conjuntamente con la venta de material eléctrico; y las pocas personas naturales que realizan esta labor no llevan un registro de ventas. Por tal motivo no se puede tener datos sobre la oferta en los servicios.

3.6.4. PROYECCIÓN DE LA OFERTA.

Para proyectar la oferta de material e insumos eléctricos, se utilizó la tasa de crecimiento obtenida en la proyección de la demanda, con este factor de ponderación y asumiendo que las situaciones son similares en el futuro se obtuvo la oferta de cada año, como se demuestra a continuación:

CUADRO N° 13

OFERTA PROYECTADA DE MATERIAL ELÉCTRICO EN DÓLARES

AÑOS	OFERTA PROYECTADA EN DÓLARES
2010	1.049.373,00
2011	1.232.069,00
2012	1.446.572,00
2013	1.698.420,00
2014	1.994.115,00
2015	2.341.291,00

ELABORACIÓN: Alicia Huera

3.6.5. DIVERSOS MATERIALES ELÉCTRICOS QUE SE OFERTAN EN LA CIUDAD DE IBARRA.

En la ciudad de Ibarra, según las investigaciones realizadas al mercado potencial y a las personas que realizan servicio técnico de manera independiente, se puede determinar los principales materiales que se comercializan y se requieren para los trabajos a domicilio.

CUADRO N° 14

OFERTA DE MATERIAL ELÉCTRICO EN IBARRA.

INSUMOS Y MATERIAL ELÉCTRICO	
DESCRIPCIÓN	PRECIOS
AISLADORES	
PIN 55-4	4,05
PIN 56-2	5,17
PIN 55-5	4,05
PIN 56-1	4,20
SUSPENSIÓN 52-1	7,63
RETENIDA 54-2	1,87
ROLLO 53-2	1,15
BALASTRO	
BALASTRO ELT MY 2 X 40	9,20
BALASTRO 1 X 20 ELECTROCONTROL	2,55
BREAKERS	
PRECIOS	
60 AMP. 1/2 USA GE	4,75
40 AMP. 1/2 USA GE	4,20
50 AMP. 1/2 USA GE	4,20
SQUARE D 20 AMP.	4,70
SQUARE D 32 AMP.	4,70
SQUARE D 40 AMP.	5,15
SQUARE D 50AMP.	5,15
SQUARE D 63 AMP.	5,15
AQUARE D ANDINA 2 X32 AMP	10,45
AQUARE D ANDINA 3 X32 AMP	28,10
BASE PARA BREKER	1,69
BASE PARA BREKER DOBLE	5,87
CONDUCTORES	
PRECIOS	
TW-CU #12	3,50
TW-CU #14	1,80
TW-CU #10	3,70
TW-CU #2	4,65
TW-CU #4	3,50
TW-CU #6	2,31
TW-CU #8	5,00
TW-CU #1/0	7,00
TW-CU #2/0	8,10

TW-CU #3/0	7,52
CONCENTRICO 2*6 mm2	1,40
CONCENTRICO 2*8 mm2	1,52
PREENSMBLADO 2*35	6,20
PREENSMBLADO 2*50	4,83
CABLE	PRECIOS
TENSOR 3/8"	1,82
TENSOR 1/2"	2,15
DESNUDO CU #6	0,40
DESNUDO CU #8	0,27
ANTENA INTERIOR	0,22
GEMELO 2*14 INCABLE	0,73
GEMELO 2*16 INCABLE	0,50
GEMELO 2*18 INCABLE	0,35
GEMELO 2*10 INDECO	1,52
GEMELO 2*12 INDECO	1,35
GEMELO 2*14 INDECO	0,90
C. SÓLIDO #10 INDECO	0,88
C. SÓLIDO #12 INDECO	0,55
C. SÓLIDO #14 INDECO	0,40
C. TELEF. INTERIOR	0,25
C. UTP CATE 5	0,55
C. COAXIAL RG 59 NEGRO	0,15
CAJAS TÉRMICAS	PRECIOS
SQUARE D 1 P P/TECHO	11,00
SQUARE D 1 P T C/NEUTRO	14,00
SQUARE D 2 PT	12,00
SQUARE D 2 PT P/TECHO	19,30
SQUARE D 4 PT	17,94
SQUARE D 4 PT P/TECHO	29,45
FUSIBLES NH	PRECIOS
20 A	4,10
50 A	4,65
100 A	3,48
200 A	7,00
GRAPAS TERMINALES	PRECIOS
ACSR No 2 1/0	7,85
ACSR No 2 2/0	10,27
ACSR No 6 PLANA	0,65

FOCOS	PRECIOS
FOCO AHORRADOR OSRAM 20W	3,62
FOCO AHORRADOR SILVANIA 20W	3,25
FOCO AHORRADOR HOME STAR	2,50
FOCO AHORRADOR ESPIRAL PHILIPS 23W	5,40
FOCO AHORRADOR NEWS STAR 26W	1,22
FOCO DICROICO (colores) 110 V	2,90
INTERRUPTORES	PRECIOS
MIXTO BLANCO PLTA	2,50
SIMPLE PLATA	1,40
DOBLE PLATA	2,30
OJO CANGREJO C/CABLE	1,95
P/AMOLADORA	1,24
P/ TALADRO	2,21
SOBREPUESTO SENC. OVAL.	0,50
TRIPLE PLATA	2,55
PLACAS	PRECIOS
P. CIEGA BLANCA N1900-0	1,25
P. CIEGA PLATA X BL PL	0,82
OVALADA BLANCA	0,19
SENSORES	PRECIOS
MOVIMIENTO C/ BOQUILLA	19,10
MOVIMIENTO DE TECHO	14,50
MOVIMIENTO EXTERIOR BLANCO	13,15
TIMBRES	PRECIOS
DIN DON PLAST 110-150V	2,70
DIN DON VERA TRADICIONAL	6,30
ZUMBADOR VERA	2,80
TOMACORRIENTES	PRECIOS
TOMA + INTERRUPT. BL. C/LUZ V. PLATA	2,60
BOBLE BLA. POLARIZADO	1,50
TOMA EAGLE POLARIZADO	0,80
TOMA S/P TIPO EAGLE POL.	0,75
TOMA SOB POL OVAL P38 BTICINIO	2,18
TOMA TELÉFONO SOBRE SIMPLE	0,50
DUCHA INSTALMATIC ELECTRICA	9,85
SWITCH DE 2 X 30	1,15
SWITCH DE 2 X 60	1,90

FUENTE: Trabajo de Campo

ELABORACIÓN: Alicia Huera

Estos son los precios que se manejaron durante el primer trimestre del año 2011, en las distintas casas comerciales. Todos los valores incluyen el correspondiente I.V.A.

3.7. BALANCE OFERTA DEMANDA

CUADRO Nº15

DEMANDA INSATISFECHA DE MATERIAL

AÑOS	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2011	1.232.069	1.361.402	129.333
2012	1.446.572	1.598.422	151.850
2013	1.698.420	1.876.707	178.287
2014	1.994.115	2.203.442	209.327
2015	2.341.291	2.587.061	245.770

ELABORACIÓN: Alicia Huera

CUADRO Nº16

DEMANDA INSATISFECHA SERVICIOS ELÉCTRICOS.

AÑOS	D. POTENCIAL PROYECTADA DE SERVICIO TÉCNICO ELÉCTRICO
2011	18.944
2012	22.242
2013	26.115
2014	30.661
2015	35.999

ELABORACIÓN: Alicia Huera

Una vez determinada la probable demanda potencial proyectada de los materiales y servicios eléctricos se determina que la microempresa estará en la capacidad de comercializar en un 50% los bienes; y en un 8% los servicios cada año.

3.8. ANÁLISIS DE PRECIOS.

Los precios de los bienes están determinados por los proveedores que, en su afán de ventas conceden a empresarios minoristas utilidades que varían de hasta el 40%, de acuerdo al producto y a la casa comercial.

Para la microempresa en mención se cargará precios a los materiales e insumos eléctricos con un margen de utilidad del 30% respecto a su costo.

Al analizar el precio de los servicios, al ser éste, un servicio innovador que se prestará a domicilio con o sin la compra de material eléctrico en la microempresa, los precios estarán dados por las necesidades del trabajo a realizar y la complejidad del caso.

Según las encuestas realizadas los problemas más frecuentes, en los hogares ibarreños (ver Anexo 6, pregunta 2 pág. 158), pueden ser:

- Corto circuito.
- Cables en mal estado
- No existe energía
- Instalaciones nuevas

Para dichos servicios, se ha entrevistado con expertos en el tema quienes afirman que, el precio que actualmente se cobra en el mercado es de \$3 por punto y se analizan en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 17

PRECIOS DEL SERVICIO TÉCNICO ELÉCTRICO EN EL MERCADO

SERVICIOS	PRECIOS (mínimos)
Localizar la falla interna en el domicilio (casa mediana)	20.00
Reemplazar cables eléctrico(6 puntos promedio)	18.00
Revisar el circuito eléctrico (6 puntos promedio)	18.00
Circuitos de iluminación, tomacorriente (1 casa pequeña)	24.00

FUENTE: Expertos en Electricidad ELABORACIÓN: Alicia Huera

Por lo tanto, los precios establecidos para ofertar el servicios se proyectan con la inflación de 5.41%, partiendo con un promedio de \$2.5 por punto

CUADRO N° 18

VENTAS PROYECTADAS POR EL SERVICIO TÉCNICO

DETALLE	2011	2012	2013	2014	2015
Cantidad Proyectada	1.516	1.779	2.089	2.453	2.880
Precio Servicio	15,00	15.81	16.67	17.57	18.52
TOTAL	22.740,00	28.125,99	34.823,63	43.099,21	53.337,60

ELABORACIÓN: Alicia Huera

3.9. ESTRUCTURA Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.

Para efectos del problema planteado se ha segmentado el mercado según la necesidad del mismo, así tenemos que el proyecto irá a satisfacer necesidades latentes que las microempresas no han podido suplir, como es la venta de material eléctrico con la prestación de servicio técnico especializado a domicilio, el mismo que estará a disposición de toda la población Ibarreña que ha sufrido algún problema eléctrico en su domicilio, oficina u edificio, y a futuro de la Provincia. A continuación se presenta criterios de segmentación.

3.9.1. SEGMENTO DEL MERCADO SEGÚN NIVELES DE INGRESO.

CUADRO N° 19

Criterios de Segmentación	Segmentos del Mercado
<u>Geografía</u> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Región ➤ Provincia ➤ Ciudad ➤ Sector 	Sierra Imbabura Ibarra Norte, Centro y Sur
<u>Demográfica</u> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Edad ➤ Género 	Mayores de 25 años de edad. Masculino y Femenino
<u>Conductuales</u> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Preferencia 	Tengan vivienda propia y consuman material eléctrico con servicio técnico personalizado.
<u>Variable Socio-Económico</u> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nivel Económico 	Se encuentren fuera del índice de pobreza, es decir con nivel económico medio-alto.

ELABORACIÓN: Alicia Huera

3.9.2. SEGMENTO DEL MERCADO SEGÚN TENENCIA DE VIVIENDA

CUADRO N° 20

Población total Ibarra	139.721
% hogares con vivienda propia	53,10 %
Total personas con vivienda propia	74.191
Número de personas que habitan en una vivienda	4
FAMILIAS CON VIVIENDA PROPIA	18.547

FUENTE: INEC 2010-INFOPLAN ELABORACIÓN: Alicia Huera

Se analiza la población que posee vivienda propia, para promover la futura compra de material eléctrico, pues su consumo no es individual, sino más bien de tipo familiar.

3.10. MERCADO META.

El mercado meta al que está dirigido el presente proyecto, está comprendido por las familias del Cantón Ibarra, que tienen un hogar propio, por cuanto la microempresa comercializará bienes y servicios que son de preferencia para el hogar y oficina y que se encuentren dentro de la población económicamente activa.

3.11. ESTRATEGIAS DE MERCADEO.

3.11.1. ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN.

El marketing como herramienta de mercadeo que se utiliza hoy en día hace que se tenga que visualizar las estrategias de una buena comercialización basada en: el precio, producto, promoción y plaza.

3.11.1.1. ESTRATEGIA DE PRECIO.

Se tomarán los precios de lista de distribuidor que otorguen los proveedores, a los cuales, aumentando la utilidad del 30% darán el precio final muy accesible para el consumidor. Los precios de los servicios se establecieron en 2,50 para clientes que adquieran el material en la microempresa, contrario a esto se cobrará el mismo precio del mercado, es decir \$3 por punto.

3.11.1.2. ESTRATEGIA DE PRODUCTO.

El producto de la microempresa se caracterizará por el valor agregado que se brindará al cliente, que será el servicio y visita a domicilio para cumplir con las expectativas del consumidor, con calidad y responsabilidad. Lo cual es una ventaja en relación a las demás microempresas que tiene la ciudad de Ibarra. Se utilizará un uniforme distintivo de la microempresa.

3.11.1.3. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN.

Se realizará campañas estratégicas de publicidad y promoción para dar inicio a la microempresa en radio y prensa local. Se potenciará la presentación de la microempresa ante el público, mediante cuñas publicitarias, afiches, hojas volantes, calendarios, y a cada cliente que se presente se le dará, una tarjeta de presentación con el logo de la microempresa y los números telefónicos, a los que puede llamar para ser atendido; ya sea por teléfono o en su domicilio.

GRÁFICO N° 5
TARJETA DE PRESENTACIÓN.



3.11.1.4. ESTRATEGIA DE PLAZA.

La comercialización de los productos se realizará en forma directa hacia los clientes finales, se ubicará en un sector estratégico de la ciudad de Ibarra, donde exista gran cantidad de clientes. Se utilizará colores llamativos para pintar y decorar el local. Si existiera una gran cantidad de pedido y para la realización de los trabajos a domicilio, se utilizará el transporte de un vehículo.

3.11.2. ANÁLISIS DE DISTRIBUCIÓN.

El canal de distribución a utilizar será el directo, sin intermediarios, lo que permitirá manejar los precios más bajos; las personas que necesiten de los bienes y servicios acudirán a la microempresa para adquirir el material eléctrico y solicitar el servicio y con la conformidad del cliente, se dará lugar a realizar el trabajo en el domicilio.

3.12. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO.

3.12.1. Con el presente estudio de mercado se identifica la existencia de un amplio mercado potencial, al cual la microempresa podría acaparar.

3.12.2. Se pudo identificar los actuales empresarios y su forma de comercializar el producto.

3.12.3. Permitió analizar el comportamiento de los productos en el mercado actual y proyectar a futuro su demanda, analizando los factores que influyen en el consumidor como son necesidades y precios.

3.12.4. Existe solamente un local en la ciudad que oferta bienes con servicio técnico, y un amplio mercado consumidor, lo que hace factible la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de material eléctrico con servicio técnico a domicilio.

3.12.5. La rentabilidad en este tipo de negocios es razonable lo que hace atractivo la inversión en la microempresa.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. TAMAÑO DEL PROYECTO.

Entre los factores que determinan el tamaño del proyecto están:

- La demanda
- La disponibilidad de material e insumos eléctricos
- Financiamiento
- La capacidad instalada.

4.1.1. LA DEMANDA.

Un factor determinante en el proyecto será la determinación del tamaño del mismo, por lo que se analiza la demanda potencial que tendrá el proyecto y que dio como resultado el Estudio de mercado, lo cual establece que existe un amplio mercado necesitado de material y servicio eléctrico lo que hace factible la realización de la microempresa.

4.1.2. DISPONIBILIDAD DE MATERIAL E INSUMOS ELÉCTRICOS.

Es importante tener a los proveedores de material eléctrico cerca y bien definidos, para que no se produzca un desabastecimiento en la microempresa y siempre exista producto surtido lo cual permite seguir creciendo favorablemente. Los proveedores serán de la ciudad de Quito.

4.1.3. FINANCIAMIENTO.

Los directivos de la microempresa realizarán la presupuestación del capital necesario para dar inicio a la microempresa y de ser el caso se

realizará un financiamiento con instituciones financieras que permitan solventar las primeras erogaciones de dinero en la realización de las actividades micro empresariales.

4.1.4. CAPACIDAD INSTALADA.

El proyecto pretende cubrir en un 50% los bienes, que vendría a equivaler en \$ 64.666 ofertados en mercadería y 8% en cuánto servicios que equivaldría en 1.516 clientes al año durante primer año; con un aproximado de 126 clientes al mes, y con pedidos de trabajo de 4 al día, los mismos que podrán ser atendidos todos los días del año; por dos personas técnicas expertas en electricidad y ventas; es así como arrancarían el proyecto.

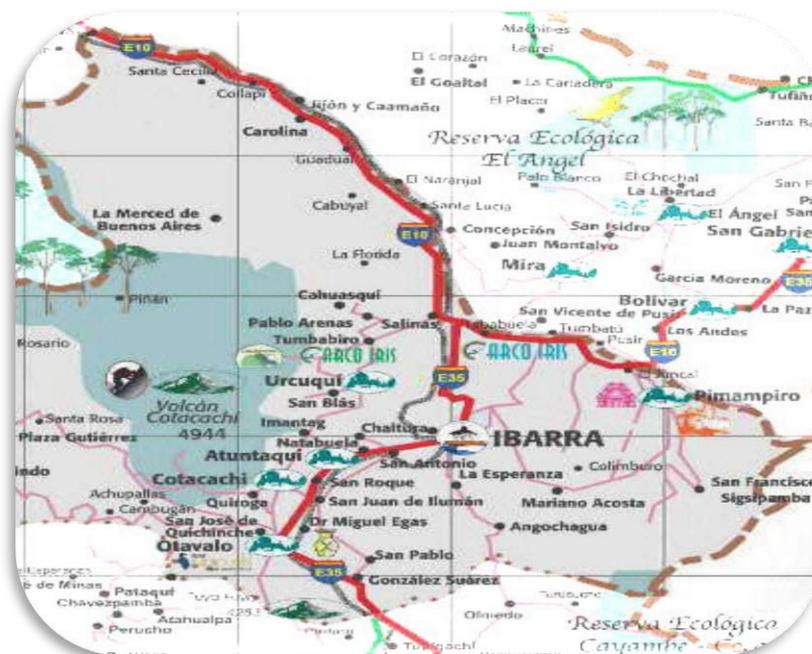
4.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.2.1. MACRO LOCALIZACIÓN.

El presente proyecto estará ubicado en la República del Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Provincia situada al norte de la región interandina.

La provincia de Imbabura posee una ubicación estratégica dentro del país, pues se encuentra a solo 100 Km. aproximadamente de la frontera con Colombia. Es un eje comunicador entre la Amazonía y la Costa, así mismo está próxima a la capital de la República de los ecuatorianos, a tan solo 60 Km.

GRÁFICO N° 6 MAPA DE MACRO LOCALIZACIÓN



FUENTE: Internet

ELABORACIÓN: Alicia Huera

Se escogió el cantón de Ibarra para la factibilidad del Proyecto, por ser uno de los más grandes de la Provincia, la diversidad de trabajo que existe, y las condiciones favorables para cualquier negocio.

4.2.2. MICRO LOCALIZACIÓN.

El proyecto estará localizado en la ciudad de Ibarra, parroquia de San Francisco.

GRÁFICO N° 7
 MAPA DE MICROLOCALIZACIÓN



FUENTE: Municipio de Ibarra.

4.2.2.1. UBICACIÓN DE LA MICROEMPRESA.

La microempresa será ubicada en la Parroquia de San Francisco, en la Av. Teodoro Gómez de la Torre 8-43 entre Bartolomé García y Calixto Miranda

GRÁFICO N° 8
 UBICACIÓN DE LA MICROEMPRESA



FUENTE: Mapas de la Ciudad

ELABORACIÓN: Alicia Huera.

Para el funcionamiento de la microempresa se procederá a arrendar un local en la Av. Teodoro Gómez de la Torre 8-43 entre Bartolomé García y Calixto Miranda con un costo de \$300 mensuales, más la garantía adicional que se debe pagar por cualquier imprevisto. El local de la microempresa fue escogido por ser un sector comercial, cuenta con garaje, para el vehículo, y es accesible para los posibles consumidores, pues es la parroquia que posee el mayor número de habitantes y con un alto grado de índice habitacional. La estrategia de la microempresa es situarse cerca de la ciudad, y en un lugar donde no hay un competidor cerca.

Entre los principales factores que incidieron en la ubicación del local fueron:

➤ **SERVICIOS BÁSICOS**

El local cuenta con todos los servicios básicos como: luz, agua y teléfono y además un servicio de alarma como medio de protección.

➤ **TRANSPORTE**

Existen diversas líneas de buses y a costos muy económicos; los proveedores serán de la Provincia de Pichincha y las vías de acceso se encuentran en muy buen estado, además se cuenta con la cercanía al terminal terrestre de la Ciudad de Ibarra.

➤ **COSTOS DE ARRIENDO**

Se encontró apropiado el sector por cuanto los arriendos están por los \$ 300, incluido el estacionamiento para el vehículo.

➤ **MANO DE OBRA**

Se considera optima la disponibilidad de personal, pues es el cantón con mayor índice de población, lo que da la ventaja de poder encontrar personas con capacidad y responsabilidad para las distintas áreas de la microempresa.

➤ MERCADO

Esta cercano al mercado meta, ya sea para clientes locales como para la Provincia, pues se encuentra cerca al terminal terrestre de la Ciudad.

➤ SEGURIDAD

Cerca de la microempresa contamos con el servicio de policía que se encuentra ubicado en la calle Ricardo Sánchez y Atahualpa esquina.

4.3. DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES.

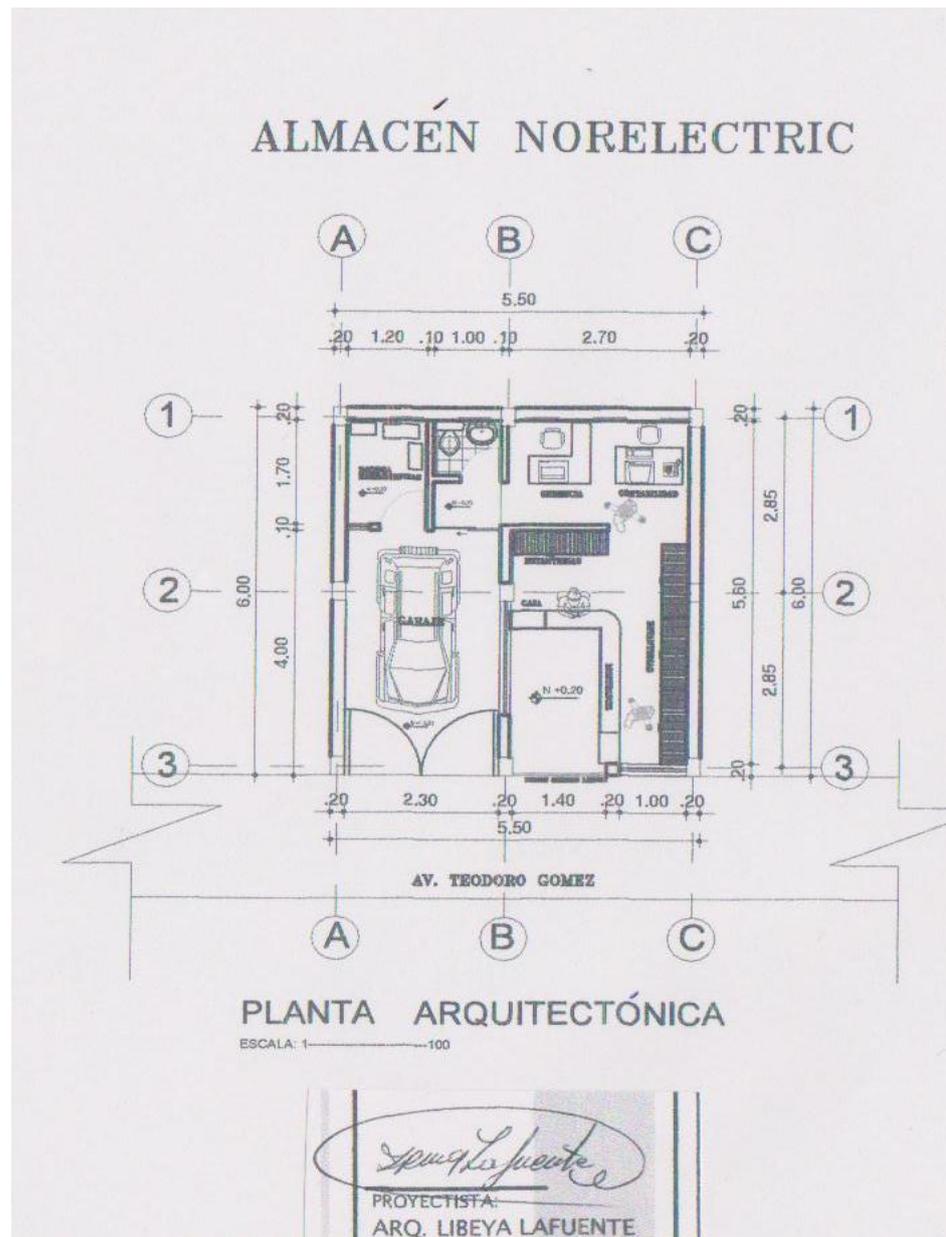
La nueva unidad de comercialización de materiales e insumos eléctricos con servicio técnico a domicilio contará con un área administrativa y de ventas de aproximadamente 18 m² y una camioneta que sirva de medio de transporte para la realización de trabajos a domicilio. El Área administrativa estará conformada por: Área Gerencial, Financiera y Ventas

Para estos se utilizará un área de espacio físico así:

Gerencia.....	3m ²
Contabilidad.....	3m ²
Ventas-caja.....	2m ²
Vitrinas- estanterías.....	8m ²
Baño.....	2m ²
Garaje.....	4m ²

La camioneta llevará impregnado el nombre de la microempresa y con espacio suficiente que permita llevar los instrumentos de trabajo, y los materiales e insumos lleguen en perfectas condiciones al lugar indicado.

4.3.1. DISEÑO DE INSTALACIONES.



4.4. PRESUPUESTO TÉCNICO.

Para poner a funcionar la microempresa se tuvo que incurrir en inversiones tanto fijas como diferidas y además del capital de trabajo necesarios para mantener el negocio en funcionamiento.

4.4.1. INVERSIONES FIJAS

Dentro de las inversiones fijas en las que incurrió la microempresa “NORELECTRIC”, se encuentran:

4.4.1.1. VEHÍCULO

El vehículo, es una camioneta doble cabina Mazda que servirá para realizar los servicios de instalación y mantenimiento a domicilio, consta como una inversión propia, el cual fue valorado en \$ 7.000 por la casa concesionaria Imbauto.

4.4.1.2. EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Dentro de las inversiones en equipo de computación están la adquisición de un computador Intel Celeron y una impresora multifunción, que fueron cotizados en la casa Comercial COMPUTOTAL.

4.4.1.3. MUEBLES Y ENSERES.

Se hace necesaria la compra de 3 sillas, 2 escritorios, 1 archivador; que son de utilidad para la gerencia, contabilidad y ventas, cotizado en Almacén Línea Nueva; así también se cotiza un teléfono Panasonic.

Para dar inicio a la microempresa se necesita de 4 vitrinas normales y una con caja, y de 6 estanterías, para la exhibición y venta del material eléctrico. Esta cotización tuvo lugar en el Palacio de las Vitrinas.

CUADRO N° 21
RESUMEN DE LAS INVERSIONES FIJAS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL.
VEHÍCULO			
Camioneta	1	7.000,00	7.000,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
Computador e impresora	1	550,00	550,00
MUEBLES Y ENSERES			
Teléfono	1	20,00	20,00
Sillas	3	60,00	180,00
Escritorios	2	160,00	320,00
Archivador	1	198,00	198,00
Vitrina normal	4	298,00	1.192,00
Vitrina con caja	1	365,00	365,00
Estanterías 6 peldaños	6	148,00	888,00
TOTAL INVERSIONES FIJAS			10.713,00

FUENTE: Cotizaciones 2011

ELABORACIÓN: Alicia Huera

Con lo que se puede observar en el cuadro el total de las inversiones fijas suman un total de 10.713,00; estos serán los activos fijos del proyecto.

4.4.2. INVERSIONES DIFERIDAS.

En lo que corresponde a inversiones diferidas se encuentran los Documentos de Constitución legal, patentes y permisos; los respectivos estudios de mercado y los gastos de adecuaciones del local, donde fue necesario pintura, brochas y un rótulo con el nombre de la nueva microempresa.

CUADRO N° 22

RESUMEN DE LAS INVERSIONES DIFERIDAS.

DESCRIPCIÓN	VALOR
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
Patentes y permisos.	1.000,00
ADECUACIONES	
Adecuaciones del local	500,00
TOTAL INVERSIONES DIFERIDAS	1.500,00

ELABORACIÓN: Alicia Huera.

4.4.3. CAPITAL DE TRABAJO

La inversión en capital de trabajo, está constituida por la compra de material e insumos eléctricos, necesario para llevar a cabo el presente proyecto. Se requiere para llenar el almacén y poseer una variada gama de productos un Inventario valorado en \$3.772,21 (obtenido del costo anual de mercadería dividido para 12 meses) para su inicio. Además está constituido por los sueldos, arriendo del local y la publicidad, importante para dar a conocer los fines del negocio.

CUADRO N° 23

RESUMEN DEL CAPITAL DE TRABAJO.

CAPITAL DE TRABAJO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL
<u>PERSONAL</u>			
Gerente	1	450,00	450,00
Contador	1	350,00	350,00
Vendedor	1	380,00	380,00
Técnicos	2	320,00	640,00
Décimo tercer sueldo	1	151,67	151,67
Décimo cuarto sueldo	1	121,67	121,67
Aporte patronal	1	221,13	221,13
<u>PUBLICIDAD</u>			
Gasto Publicidad	1	200,00	200,00
<u>INVENTARIO</u>			

Insumos y Material Eléctrico	1	3.772,21	3.772,21
<u>GASTO ARRIENDO</u>			
Arriendo local x 2 meses	2	300,00	600,00
<u>GASTOS GENERALES</u>			
Luz	1	20,00	20,00
Agua	1	7,00	7,00
teléfono	1	15,00	15,00
Combustible	1	40,00	40,00
Mantenimiento Vehículo	1	30,00	30,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO PARA UN MES			6.998,68

ELABORACIÓN: Alicia Huera.

4.4.4. INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO.

La inversión total del proyecto abarca los conceptos de activo fijos, diferidos y capitales de trabajo necesarios para iniciar las operaciones de la microempresa.

CUADRO N° 24

RESUMEN DE LAS INVERSIONES TOTALES.

CONCEPTO	TOTAL
INVERSIONES FIJAS	10.713,00
INVERSIONES DIFERIDAS	1.500,00
CAPITAL DE TRABAJO	6.998,68
INVERSIÓN TOTAL	<u>19.211,68</u>

ELABORACIÓN: Alicia Huera

4.4.5. FINANCIAMIENTO.

La inversión total del proyecto será financiada con fondos de ahorros propios de los dueños, en un 45% y la diferencia (55%), con un crédito en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Antonio Ltda.

CUADRO N° 25

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

DETALLE	MONTO	%
Inversión financiada	10.566,42	55%
Inversión Propia	8.645,25	45%
TOTAL	19.211,68	100%

ELABORACIÓN: Alicia Huera

4.4.6. TALENTO HUMANO.

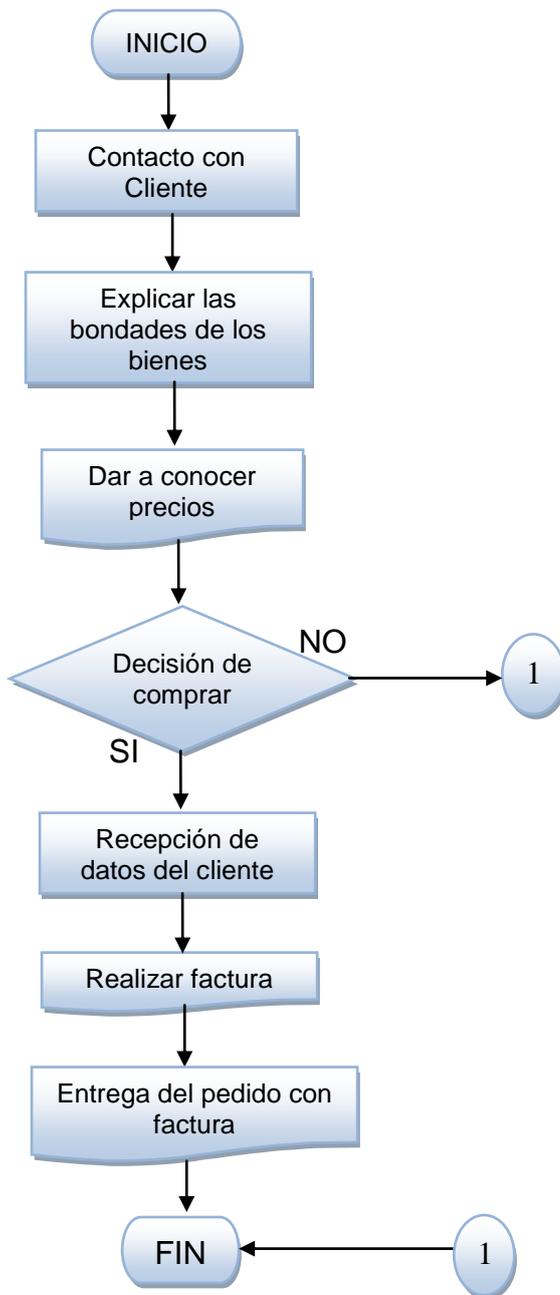
El talento humano como dicen algunos autores es la piedra angular de toda organización, es por ello que en “NORELECTRIC” el talento humano será competente, con responsabilidad y sentido de pertenencia hacia la microempresa, estará regido por valores y espíritu de crecimiento personal e institucional. Pues el talento humano es quien genera las riquezas y debe ser tratado como tal, como una riqueza invaluable, el cual posee habilidades y características que le dan vida, movimiento y acción a toda organización; y deben ser estimulados, para que desarrollen sus potencialidades y se produzca un alto rendimiento en sus labores.

El Talento Humano de la Microempresa “NORELECTRIC, estará conformado por: el Gerente, Contador, Vendedor y Dos Técnicos en Electricidad.

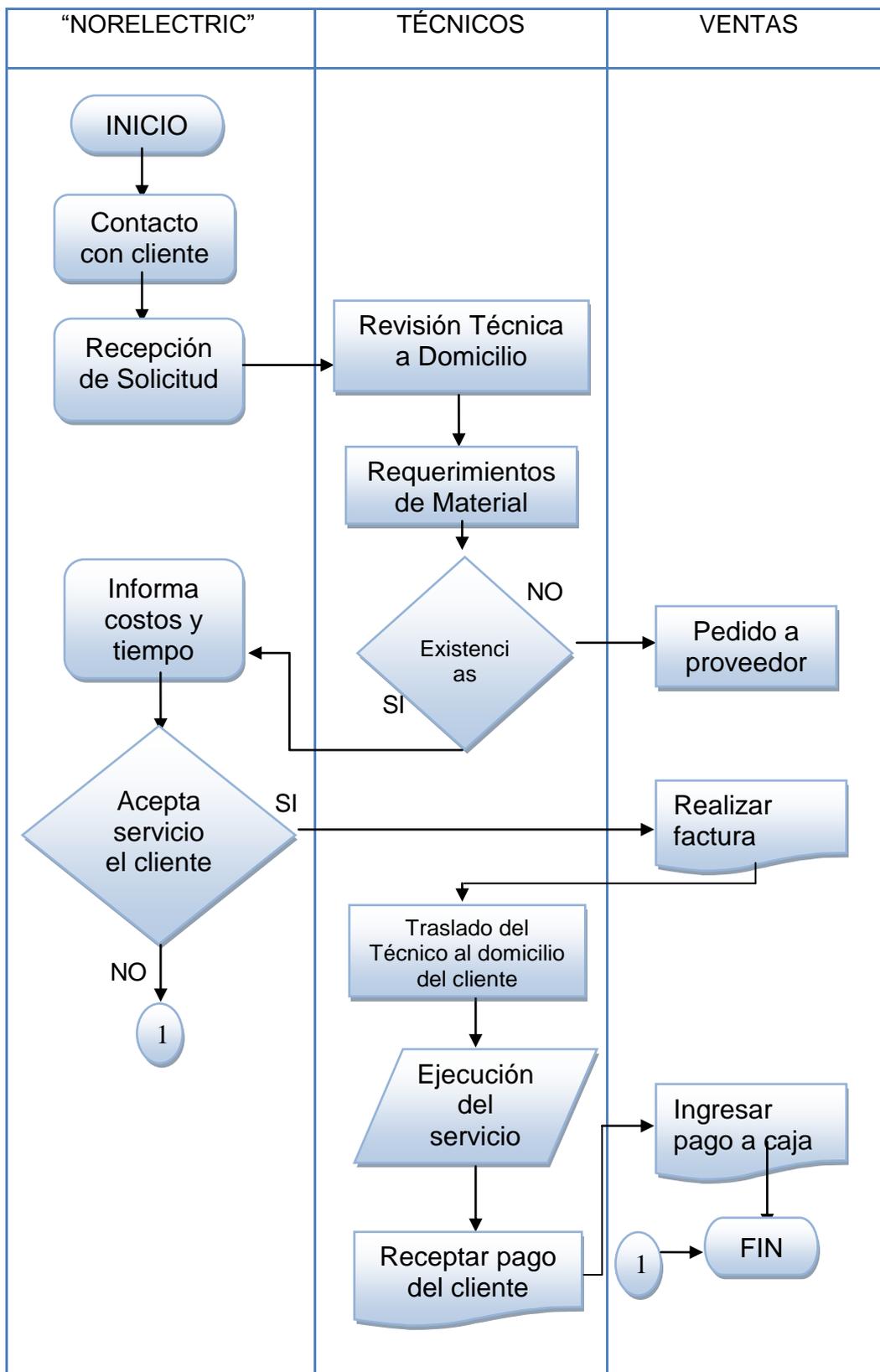
4.5. OPERACIÓN DEL PROYECTO.

Con el siguiente diagrama se describe en forma clara el proceso de comercialización de los bienes y servicios que pone a disposición la microempresa para el consumidor final.

4.5.1. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DE INSUMOS Y MATERIAL ELÉCTRICO.



4.5.1.1 FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS.



4.5.2. PROCESOS.

4.5.2.1. PROCESO DE COMPRAS.

Para la comercialización de material eléctrico se debe investigar los proveedores más adecuados, que en adelante suministrarán de la mercadería, y que entre otras características deben ofrecer productos de calidad, buen precio, catálogo con la variedad de productos y con las especificaciones técnicas de productos nuevos, descuentos, formas de pago, promociones para poder ofrecer al cliente, etc. La seriedad y el compromiso de venta y entrega inmediata.

4.5.2.2. PROCESO DE VENTAS.

La comercialización del material e insumo eléctrico se realizará en el local situado para la venta, estableciendo contacto con el cliente, en el momento justo de su visita, en el cual se dará a conocer el producto, los precios que se ofrece y los servicios adicionales a realizar.

4.5.2.3. SERVICIO TÉCNICO A DOMICILIO.

Una vez solicitado el servicio a domicilio se procede a realizar:

- Inspección técnica en el lugar donde el cliente necesita que realicen el trabajo.
- Se toma nota del material que se empleará para solucionar el problema.
- Se procede a revisar existencias de material necesario para solucionar el problema, de no haber en existencias se procede a pedir al proveedor

- Se le informa los costos y el tiempo que demora en llegar el producto que no existe en almacén, al cliente, para saber si éste acepta o rechaza el pedido.
- Si el cliente está de acuerdo con el precio se procede a realizar la factura.
- El personal técnico se traslada al domicilio del cliente a ejecutar el servicio.
- Seguidamente se entrega la factura y se receipta el pago.
- El técnico entrega el dinero y copia de la factura en caja para registrar el pago.

CAPÍTULO V

5. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

5.1. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL.

CUADRO N° 26

NORELECTRIC CÍA LTDA		
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL		
AÑO 0		
ACTIVOS		<u>19.211,68</u>
Inversión Variable		6.998,68
Inversión Diferida		1.500,00
Inversión fija		<u>10.713,00</u>
Vehículo	7.000,00	
Muebles y enseres	3.163,00	
Equipo de computación	<u>550,00</u>	
PASIVOS		10.566,42
Inversión financiada	10.566,42	
PATRIMONIO		<u>8.645,25</u>
Inversión Propia	8.645,25	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		<u>19.211,68</u>

ELABORACIÓN: Alicia Huera

5.2. DETERMINACIÓN DE INGRESOS PROYECTADOS.

Como se estableció en el Estudio de Mercado, la demanda potencial para el proyecto sería cubierta por la microempresa "NORELECTRIC CÍA LTDA" en un 50% cada año dando un total de ventas proyectadas que se detallan en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 27

INGRESOS PROYECTADOS POR BIENES

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA EN DÓLARES	VENTAS PROYECTADAS MICROEMPRESA (50%)
2011	129.333	64.666
2012	151.850	75.925
2013	178.287	89.143
2014	209.327	104.663
2015	245.770	122.885

ELABORACIÓN: Alicia Huera

Los ingresos proyectados por los servicios a domicilio, quedaron determinados de la siguiente forma:

CUADRO N° 28

INGRESOS PROYECTADOS POR SERVICIOS.

DETALLE	2011	2012	2013	2014	2015
Cantidad Proyectada	1.516	1.779	2.089	2.453	2.880
Precio Servicio	15	15,81	16,67	17,57	18,52
TOTAL	22.740,00	28.125,99	34.823,63	43.099,21	53.337,60

ELABORACIÓN: Alicia Huera

CUADRO N° 29

RESUMEN INGRESOS PROYECTADOS PARA "NORELECTRIC"

DETALLE	2011	2012	2013	2014	2015
Ventas por material eléctrico	64.666,00	75.925,00	89.143,00	104.663,00	122.885,00
Ventas por servicio Técnico	22.740,00	28.125,99	34.823,63	43.099,21	53.337,60
TOTAL INGRESOS PROYECTADOS	87.406,00	104.050,99	123.966,63	147.762,21	176.222,60

ELABORACIÓN: Alicia Huera

5.3. DETERMINACIÓN DE EGRESOS PROYECTADOS

Todos los gastos excepto los sueldos; se proyectan con un incremento del 5.41% anual, por inflación (según B.C.E a Diciembre 2011). Para los sueldos se ha proyectado sacando la tasa de incremento salarial de los últimos años.

CUADRO N° 30
PROYECCIÓN DEL SUELDO BÁSICO UNIFICADO

AÑOS	S.B.U	INCREMENTO $i = \frac{Q_n}{Q_0} - 1$
2006	160	0
2007	170	0,0625
2008	200	0,1765
2009	218	0,09
2010	240	0,1009
TOTAL		0,4299

ELABORACIÓN: Alicia Huera

$$\text{TASA PROMEDIO: } \frac{\sum i}{n} = \frac{0,4299}{4} = 0.1075 \text{ ó } 10,75\%$$

Por tanto se realizará el incremento de 10,75% cada año, para los sueldos.

5.3.1. COSTOS.

De la misma manera que para proyectar las ventas se estima costos de compras de material eléctrico que representan un 70% de las ventas

totales para cada año, con un margen de utilidad del 30% entre el costo y las ventas, dicho porcentaje es el que generan los actuales negocios de material eléctrico en la Ciudad.

CUADRO N° 31
COSTO DE MATERIAL ELÉCTRICO

DETALLE	1er mes	2011	2012	2013	2014	2015
Costo de ventas (70% de las ventas)	3.772,21	45.266,54	53.147,45	62.400,42	73.264,33	86.019,66

ELABORACIÓN: Alicia Huera

En cuanto a los servicios técnicos los costos se calculan en función del sueldo de la mano de obra necesaria para realizar los trabajos, incluyendo reservas, décimos sueldos y la respectiva afiliación al IESS.

CUADRO N° 32
COSTO DEL SERVICIO TÉCNICO

MANO DE OBRA TÉCNICA								
DETALLE	CANTIDAD	MENSUAL	ANUAL	IESS	13°	14°	FDO. RES.	TOTAL
TÉCNICO	2	320	7.680,00	933,12	640	528	640	10.477,12
TOTAL		320	7.680,00	933,12	640	528	640	10.477,12

ELABORACIÓN: Alicia Huera

Cabe recalcar que los fondos de reserva solo se pagan a partir del treceavo mes de trabajo consecutivo, es por eso que no constan durante el primer año de operación de la microempresa; y se realiza el incremento del 10,75% al sueldo para cada año proyectado.

CUADRO N° 33
RESUMEN COSTOS PROYECTADOS

COSTOS						
DETALLE	MENSUAL	2011	2012	2013	2014	2015
INSUMOS Y M.E.	3.772,21	45.266,54	53.147,45	62.400,42	73.264,33	86.019,66
MANO DE OBRA	819,76	9.837,12	11.603,12	12.850,13	14.231,16	15.760,61
TOTAL		55.103,66	64.750,57	75.250,55	87.495,49	101.780,26

ELABORACIÓN: Alicia Huera

5.3.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS.

Dentro de los gastos administrativos se considera el pago de sueldos del personal administrativo, material de oficina, servicios básicos, arriendos, entre otros gastos incurridos para la ejecución del proyecto.

CUADRO N° 34

GASTO SUELDOS ADMINISTRATIVOS								
DETALLE	CANTIDAD	MENSUAL	ANUAL	IESS	13°	14°	FDO. RES.	TOTAL
GERENTE	1	450	5.400,00	656,10	450	292	450	7.248,10
CONTADOR	1	350	4.200,00	510,30	350	292	350	5.702,30
TOTAL		800	9.600,00	1.166,40	800	584	800	12.950,40

ELABORACIÓN: Alicia Huera

Durante el primer año no constan los fondos de reserva a partir del segundo se incrementan más la tasa de crecimiento salarial del 10.75%

CUADRO N° 35

PROYECCIÓN SUELDOS ADMINISTRATIVOS						
DETALLE	MENSUAL	2011	2012	2013	2014	2015
GERENTE.	566,51	6.798,10	8.027,07	8.889,75	9.845,15	10.903,23
CONTADOR	446,03	5.352,30	6.315,14	6.993,84	7.745,48	8.577,90
TOTAL	1.012,54	12.150,40	14.342,21	15.883,59	17.590,63	19.481,13

ELABORACIÓN: Alicia Huera

CUADRO N° 36
PROYECCIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS

GASTOS ADMINISTRATIVOS	VALOR MENSUAL	2011	2012	2013	2014	2015
Sueldos	1.012,54	12.150,40	14.342,21	15.883,59	17.590,63	19.481,13
Arriendo del local	300,00	3600,00	3794,76	4000,06	4216,46	4444,57
Servicios básicos	42,00	504,00	531,27	560,01	590,30	622,24
Útiles de oficina	10,00	120,00	126,49	133,34	140,55	148,15
Impuestos y patentes		50,00	52,71	55,56	58,56	61,73
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	1.364,54	16.424,40	18.847,43	20.632,55	22.596,51	24.757,83

ELABORACIÓN: Alicia Huera.

5.3.3. GASTOS DE VENTAS

Dentro de los gastos de venta se encuentra el sueldo del vendedor, el gasto publicidad, combustible y mantenimiento del vehículo.

CUADRO N° 37

GASTOS SUELDOS DE VENTA								
DETALLE	CANTIDAD	MENSUAL	ANUAL	IESS	13°	14°	FDO. RES.	TOTAL
VENDEDOR	1	380	4.560,00	554,04	380	264	380	6.138,04
TOTAL		380	4.560,00	554,04	380	264	380	6.138,04

ELABORACIÓN: Alicia Huera.

CUADRO N° 38

PROYECCIÓN GASTOS DE VENTAS

GASTOS DE VENTAS	VALOR MENSUAL	2011	2012	2013	2014	2015
Vendedor	482,17	5.786,04	6.828,72	7.562,61	8.375,38	9.275,50
Publicidad	200,00	2.400,00	2.529,84	2.666,70	2.810,97	2.963,05
Combustible	40,00	480,00	505,97	533,34	562,19	592,61
Mantenimiento vehículo	30,00	120,00	126,49	133,34	140,55	148,15
TOTAL GASTOS VENTAS	752,17	8.786,04	9.991,02	10.895,99	11.889,10	12.979,31

ELABORACIÓN: Alicia Huera

5.4. TABLA DE AMORTIZACIÓN.

La inversión financiada tuvo lugar en la cooperativa de Ahorro y Crédito San Antonio Ltda. Con una tasa de interés anual del 22% a 5 años plazo.

CUADRO N° 39

DATOS DEL FINANCIAMIENTO EXTERNO

Préstamo	\$10.566,42
Interés	22% anual
Plazo	5 años

FUENTE: C.O.A.C. SAN ANTONIO ELABORACIÓN: Alicia Huera

CUADRO N° 40

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

PERIODO	SALDO INICIAL	PAGO DE INTERESES	PAGO DE PRINCIPAL	AMORTIZADO	SALDO FINAL	INTERES
1	10.566,42	193,72	176,11	369,82	10390,31	
2	10.390,31	190,49	176,11	366,60	10.214,21	
3	10.214,21	187,26	176,11	363,37	10.038,10	

4	10.038,10	184,03	176,11	360,14	9.861,99	
5	9.861,99	180,80	176,11	356,91	9.685,89	
6	9.685,89	177,57	176,11	353,68	9.509,78	
7	9.509,78	174,35	176,11	350,45	9.333,67	
8	9.333,67	171,12	176,11	347,22	9.157,56	
9	9.157,56	167,89	176,11	344,00	8.981,46	
10	8.981,46	164,66	176,11	340,77	8.805,35	
11	8.805,35	161,43	176,11	337,54	8.629,24	
12	8.629,24	158,20	176,11	334,31	8.453,14	2.111,52
13	8.453,14	154,97	176,11	331,08	8.277,03	
14	8.277,03	151,75	176,11	327,85	8.100,92	
15	8.100,92	148,52	176,11	324,62	7.924,82	
16	7.924,82	145,29	176,11	321,40	7.748,71	
17	7.748,71	142,06	176,11	318,17	7.572,60	
18	7.572,60	138,83	176,11	314,94	7.396,49	
19	7.396,49	135,60	176,11	311,71	7.220,39	
20	7.220,39	132,37	176,11	308,48	7.044,28	
21	7.044,28	129,15	176,11	305,25	6.868,17	
22	6.868,17	125,92	176,11	302,02	6.692,07	
23	6.692,07	122,69	176,11	298,79	6.515,96	
24	6.515,96	119,46	176,11	295,57	6.339,85	1.646,60
25	6.339,85	116,23	176,11	292,34	6.163,75	
26	6.163,75	113,00	176,11	289,11	5.987,64	
27	5.987,64	109,77	176,11	285,88	5.811,53	
28	5.811,53	106,54	176,11	282,65	5.635,42	
29	5.635,42	103,32	176,11	279,42	5.459,32	
30	5.459,32	100,09	176,11	276,19	5.283,21	
31	5.283,21	96,86	176,11	272,97	5.107,10	
32	5.107,10	93,63	176,11	269,74	4.931,00	
33	4.931,00	90,40	176,11	266,51	4.754,89	
34	4.754,89	87,17	176,11	263,28	4.578,78	
35	4.578,78	83,94	176,11	260,05	4.402,68	
36	4.402,68	80,72	176,11	256,82	4.226,57	1.181,68
37	4.226,57	77,49	176,11	253,59	4.050,46	
38	4.050,46	74,26	176,11	250,37	3.874,35	
39	3.874,35	71,03	176,11	247,14	3.698,25	
40	3.698,25	67,80	176,11	243,91	3.522,14	
41	3.522,14	64,57	176,11	240,68	3.346,03	
42	3.346,03	61,34	176,11	237,45	3.169,93	
43	3.169,93	58,12	176,11	234,22	2.993,82	
44	2.993,82	54,89	176,11	230,99	2.817,71	
45	2.817,71	51,66	176,11	227,77	2.641,61	
46	2.641,61	48,43	176,11	224,54	2.465,50	

47	2.465,50	45,20	176,11	221,31	2.289,39	
48	2.289,39	41,97	176,11	218,08	2.113,28	716,76
49	2.113,28	38,74	176,11	214,85	1.937,18	
50	1.937,18	35,51	176,11	211,62	1.761,07	
51	1.761,07	32,29	176,11	208,39	1.584,96	
52	1.584,96	29,06	176,11	205,16	1.408,86	
53	1.408,86	25,83	176,11	201,94	1.232,75	
54	1.232,75	22,60	176,11	198,71	1.056,64	
55	1.056,64	19,37	176,11	195,48	880,54	
56	880,54	16,14	176,11	192,25	704,43	
57	704,43	12,91	176,11	189,02	528,32	
58	528,32	9,69	176,11	185,79	352,21	
59	352,21	6,46	176,11	182,56	176,11	
60	176,11	3,23	176,11	179,34	0,00	251,83
		5908,39	10566,42	16.474,81		

FUENTE: C.O.A.C. SAN ANTONIO

ELABORACIÓN: Alicia Huera

5.5. TABLA DE DEPRECIACIONES.

Los Activos Fijos se depreciarán por el método de línea recta; considerando los porcentajes de ley que establece el Régimen tributario Interno, de acuerdo con el siguiente cuadro:

CUADRO N° 41

CÁLCULO DE DEPRECIACIÓN.

ACTIVO FIJO	COSTO	VIDA ÚTIL	% DEPRECIACIÓN
Vehículo	7.000,00	5	20%
Equipo de Computación	550,00	3	33%
Muebles y Enseres	3.163,00	10	10%
Nuevo Equipo de Computo	569,64	3	33%
TOTAL	11.578,64		

ELABORACIÓN: Alicia Huera

CUADRO N° 42

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

ACTIVO FIJO	2011	2012	2013	2014	2015
Vehículo	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00
Equipo de Computación	183,33	183,33	183,33		
Muebles y Enseres	316,30	316,30	316,30	316,30	316,30
Nuevo Equipo de Computo				189,88	189,88
TOTAL	1.899,63	1.899,63	1.899,63	1.906,18	1.906,18

FUENTE: Estudio financiero

ELABORACIÓN: Alicia Huera

El equipo de computación estará totalmente depreciado al término del tercer año de vida del proyecto, es por ello que, se considera la adquisición de un nuevo equipo de computación para los años subsiguientes.

5.6. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.

Para la determinación del Impuesto a la Renta según el Código de la Productividad, Comercio e Inversión las nuevas empresas que se creen a partir del 31 de diciembre del 2010 gozarán de una exoneración del Impuesto a la renta durante los primeros 5 años; quedando de la siguiente forma:

AÑO 2010.....25% Impuesto a la renta
 AÑO 2011..... 24% Impuesto a la renta
 AÑO 2012.....23% Impuesto a la renta
 AÑO 2013.....22% Impuesto a la renta
 AÑO 2014.....21% Impuesto a la renta
 AÑO 2015.....20% Impuesto a la renta

CUADRO N° 43
NORELECTRIC CÍA LTDA

ESTADO DE RESULTADOS					
AÑOS	2011	2012	2013	2014	2015
VENTAS	87.406,00	104.050,99	123.966,63	147.762,21	176.222,60
(-)Costo de ventas	55.103,66	64.750,57	75.250,55	87.495,49	101.780,26
(=)UTILIDAD BRUTA	32.302,34	39.300,42	48.716,08	60.266,72	74.442,34
(-) Gastos Administrativos	16.424,40	18.847,43	20.632,55	22.596,51	24.757,83
(-) Gastos de Ventas	8.786,04	9.991,02	10.895,99	11.889,10	12.979,31
(-) Depreciaciones	1.899,63	1.899,63	1.899,63	1.909,55	1.909,55
(-) Amortización Activo Diferido	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
(-) Gastos financieros	2.111,52	1.646,60	1.181,68	716,76	251,83
(=) Beneficio antes de reparto	2.780,74	6.615,74	13.806,23	22.854,81	34.243,82
15% Participación Trabajadores	417,11	992,36	2.070,93	3.428,22	5.136,57
(=) Utilidad antes impuestos	2.363,63	5.623,38	11.735,30	19.426,59	29.107,25
Impuesto a la Renta	567,27	1.293,38	2.581,76	4.079,58	5.821,45
UTILIDAD NETA	1.796,36	4.330,00	9.153,53	15.347,00	23.285,80

FUENTE: Estudio financiero

ELABORACIÓN: Alicia Huera

5.7. FLUJO DE CAJA PROYECTADO.

CUADRO N° 44
NORELECTRIC CÍA LTDA

FLUJOS DE CAJA PROYECTADOS						
AÑOS	0	2011	2012	2013	2014	2015
Inversión Inicial	(19.211,68)					
Utilidad Neta		1.796,36	4.330,00	9.153,53	15.347,00	23.285,80
(+)Depreciaciones		1.899,63	1.899,63	1.899,63	1.909,55	1.909,55
(-)Nueva Adquisición equipo Computación					579,76	
FLUJO DE CAJA		3.695,99	6.229,64	11.053,16	16.676,80	25.195,35
(+)Valor residual de Activos						1.774,75
FLUJO NETO	(19.211,68)	3.695,99	6.229,64	11.053,16	16.676,80	26.970,10

FUENTE: Estudio financiero

ELABORACIÓN: Alicia Huera

5.8. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.8.1. COSTO DE OPORTUNIDAD

CUADRO N° 45

CÁLCULO COSTO DE OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN				
DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE	TASA DE RENDIMIENTO	VALOR PONDERADO
CAPITAL PROPIO	8.645,25	45%	4.58%	206,10%
CAPITAL FINANCIADO	10.566,42	55%	22%	1.210,00%
TOTAL	19.211,68	100%	26.58%	1.416,10%

FUENTE: Estudio financiero, BCE

ELABORACIÓN: Alicia Huera

$$CK = \text{Costo de Oportunidad} = \frac{1.416,10}{100} = 14.16$$

La Tasa de Redescuento, es el valor a aplicarse en la evaluación financiera del proyecto; índice que se calcula con la inflación a Diciembre del 2011 que fue de 5.41%, tomada del Banco Central del Ecuador.

TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

$$\text{TRM} = i = (1 + CK)(1 + \text{Infl.}) - 1$$

$$i = (1 + 0.1416)(1 + 0.0541) - 1$$

$$i = (1.1416)(1.0541) - 1$$

$$i = 0.2034$$

$$i = 20,34\%$$

5.8.2. CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Se calcula en base a los flujos de caja, utilizando la tasa de redescuento del 20.34%, la fórmula es la siguiente:

$$\text{VAN} = (\text{INVERSIÓN INICIAL}) + \sum \frac{F.C}{(1+i)^n}$$

CUADRO N° 46
CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJOS DE CAJA NETOS	TASA REDESCUENTO 20,34%	FLUJOS CAJA ACTUALIZADOS
0	-19.211,68		
2011	3.368,99	1,2034	3.071,36
2012	6.229,64	1,4481	4.301,93
2013	11.053,16	1,7426	6.342,90
2014	16.676,80	2,0970	7.952,70
2015	26.970,10	2,5235	10.687,71
Σ F.N.A			32.356,60

ELABORACIÓN: Alicia Huera

$$VAN = -19.211,68 + 32.356,60$$

$$VAN = 13.144,92 \quad \text{POSITIVO}$$

El Valor Actual Neto es mayor a cero por lo tanto el proyecto si es factible de llevarlo a cabo. Al invertir 19.211,68 USD en 5 años; se está obteniendo 13.144,92 USD más que la inversión realizada.

5.8.3. CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Se procede a calcular la TIR con los flujos actualizados de efectivo a una tasa inferior y superior para poder realizar la interpolación, con la siguiente fórmula:

$$TIR = TR_i + (TR_s - tr_i) \left(\frac{VAN_i}{VAN_i - VAN_s} \right)$$

CUADRO N° 47

CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJOS DE CAJA NETOS	TASA REDESCUENTO INFERIOR (20,34)	FLUJOS CAJA ACTUALIZADOS	TASA DE REDESCUENTO SUPERIOR (40%)	FLUJOS DE CAJA ACTUALIZADOS
0	-19.211,68		-19.211,68		-19.211,68
2011	3.368,99	1,2034	3.071,36	1,40	2.639,99
2012	6.229,64	1,4481	4.301,93	1,9600	3.178,39
2013	11.053,16	1,7426	6.342,90	2,7440	4.028,12
2014	16.676,80	2,0970	7.952,70	3,8416	4.341,11
2015	26.970,10	2,5235	10.687,71	5,3782	5.014,67
ΣF.N.A			13.144,93		-9.40

FUENTE: Estudio financiero.

ELABORACIÓN: Alicia Huera

DATOS DEL CÁLCULO:

Tasa inferior: 20,34%

Tasa Superior: 40%

VAN tasa inferior 13.144,93

VAN tasa superior: -9,40

$$TIR = 0,2034 + (0,40 - 0,2034) \left[\frac{13.144,93}{13.144,93 - (-9,40)} \right]$$

TIR= 39,99%

La tasa Interna de Retorno calculada es de 39,99%, con lo cual se puede concluir que el proyecto es aceptable, ya que muestra una tasa de retorno más alta que la tasa de redescuento (20,34%).

5.8.4. RECUPERACIÓN DE DINERO EN EL TIEMPO.

Para obtener este dato se relaciona los flujos netos acumulados, con la respectiva inversión inicial.

CUADRO N° 48
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

AÑOS	FLUJO NETO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
2011	3.071,36	3.071,36
2012	4.301,93	7.373,30
2013	6.342,90	13.716,20
2014	7.952,70	21.668,89
2015	10.687,71	32.356,60

ELABORACIÓN: Alicia Huera

CÁLCULO

AÑOS	INVERSIÓN - ACUM. AÑO 3	19.211,68 <u>(13.716,20)</u> 5.495,48	3 AÑOS
MESES	<u>ACUM. AÑO 4</u> 12 meses	21.668,89/12= 1.805,74 5.495,48/1.805,74= 3,04	3 MESES
DÍAS	0,04 x 30 días	1,20	1 DÍAS

La inversión inicial que se realizará en la microempresa, será recuperada en un tiempo de tres años, tres meses, es decir que la recuperación de la inversión es rápida y por lo tanto el negocio es rentable.

5.8.5. BENEFICIO COSTO.

Refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los beneficios y costos del mismo, según la siguiente fórmula:

$$B/C = \frac{\Sigma \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\Sigma \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

CUADRO N° 49

AÑOS	TASA	INGRESO	INGRESO ACTUALIZADO	EGRESO	EGRESO ACTUALIZADO
2011	1,2034	87.406,00	72.634,29	84.625,26	70.323,49
2012	1,4481	104.050,99	71.853,36	97.435,25	67.284,80
2013	1,7426	123.966,63	71.138,72	110.160,40	63.215,96
2014	2,0970	147.762,21	70.463,64	124.907,40	59.564,82
2015	2,5235	176.222,60	69.833,49	141.978,78	56.263,35
TOTAL			355.923,49		316.652,43

FUENTE: Estudio financiero.

ELABORACIÓN: Alicia Huera

$$B/C = \frac{355.923,49}{316.652,43} = 1.12$$

El Beneficio Costo es mayor a 1 por lo tanto el proyecto es aceptable y atractivo para los inversionistas. Significa que habrá un rendimiento de 1.12 por cada dólar que se invierta.

5.8.6. PUNTO DE EQUILIBRIO.

CUADRO N° 50
PROYECCIÓN PUNTO DE EQUILIBRIO

DETALLE	2011	2012	2013	2014	2015
INGRESOS					
Ventas	87.406,00	104.050,99	123.966,63	147.762,21	176.222,60
COSTOS FIJOS					
Gasto administrativo	16.424,40	18.847,43	20.632,55	22.596,51	24.757,83
Gasto de Ventas	8.786,04	9.991,02	10.895,99	11.889,10	12.979,31
Depreciaciones	1.899,63	1.899,63	1.899,63	1.909,55	1.909,55
Amortización	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Mano de Obra Técnica	9837,12	11603,12	12850,13	14231,16	15760,61
Gastos financieros	2.111,52	1.646,60	1.181,68	716,76	251,83
TOTAL COSTOS FIJOS	39.358,72	44.287,80	47.759,98	51.643,07	55.959,13
COSTOS VARIABLES					
Inv. Material Eléctrico	45.266,54	53.147,45	62.400,42	73.264,33	86.019,66
TOTAL COSTOS VARIABLES	45.266,54	53.147,45	62.400,42	73.264,33	86.019,66

FUENTE: Estudio financiero.

ELABORACIÓN: Alicia Huera

FÓRMULA DE CÁLCULO:

$$PE = \frac{COSTOSFIJOS}{1 - \frac{COSTOSVARIABLES}{VENTAS}}$$

$$PE = \frac{39.358,72}{1 - \frac{45.266,54}{87.406,00}}$$

$$PE = 81.638,17$$

Para el primer periodo de un año económico es necesario realizar ventas de material eléctrico conjuntamente con los servicios técnicos a domicilio

personalizados por un valor de USD 81.638,17, para poder cubrir todos los costos y gastos que se generen en la microempresa.

5.9. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO.

CUADRO N° 51

RESUMEN EVALUADORES FINANCIEROS	RESULTADOS
Tasa rendimiento medio	20,34%
Valor actual neto	13.144,92
Tasa interna de retorno	39,99%
Retorno de la inversión	3,3 AÑOS
Beneficio costo	1,12
Punto de equilibrio	81.638,17

ELABORACIÓN: Alicia Huera

En base a los resultados obtenidos de la evaluación financiera para un período de vida útil del proyecto de 5 años se llega a establecer lo siguiente:

Los flujos de caja con protección dan un resultado positivo y arrojan un VAN con rentabilidad de \$13.144,93 en 5 años. La TIR calculada es de 39,99% lo cual hace atractiva la inversión por ser una tasa superior a la mínima que requiere la inversión de 20,34%. La recuperación de la inversión es rápida en 3 años, 3 mese. El beneficio que se espera por cada dólar invertido es de 1,12; lo cual hace interesante la ejecución del proyecto. Las ventas de la microempresa en material y servicio técnico deben alcanzar los 81.638,17 durante el primer año, para que se pueda obtener el punto de equilibrio. Con esto se llega a la conclusión de que el proyecto es rentable e interesante para los inversionistas siempre y cuando se mantengan los escenarios del mercado.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.

6.1. LA EMPRESA.

6.1.1. NOMBRE DE LA MICROEMPRESA.

Para fines comerciales y funcionamiento de la microempresa será denominada como:

“NORELECTRIC CÍA LTDA”

GRÁFICO N° 9
LOGOTIPO DE LA MICROEMPRESA



6.1.2. CONFORMACIÓN JURÍDICA.

- a) Nombre o razón social: “NORELECTRIC CÍA LTDA.”
- b) Objeto: la microempresa se dedicará a la comercialización de material e insumos eléctricos con servicio técnico a domicilio.
- c) Socios: Se constituirá con un total de tres socios, todos con capacidad civil para contratar.

- d) Domicilio: La Microempresa será situada en la República del Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia San Francisco, en las calles Av. Teodoro Gómez de la Torre 8-43 entre Bartolomé García y Calixto Miranda.
- e) Apertura de Cuenta: se abrirá una cuenta de integración del capital a favor de la misma.
- f) Escritura pública: El gerente deberá realizar la escritura de constitución ante el superintendente de compañías, en la cual deberá constar los nombres, domicilios, estado civil de los socios; nombre, objeto social, duración y domicilio de la compañía; el capital, las participaciones de cada socio y la parte del capital no pagado incluido el plazo para integrarlo; la forma de administración y fiscalización; la forma de deliberar y los demás pactos lícitos que los socios crean necesarios.
- g) Aprobación: Se solicita ante el Superintendente de Compañías la constitución y éste deberá publicar el extracto de la empresa en un diario de mayor circulación de la ciudad; y dispondrá la inscripción de ella en el registro mercantil.
- h) Oposición: en un plazo de 20 días las personas que se vieren afectadas con la constitución de la empresa deberán oponerse.
- i) Inscripción: con la autorización del superintendente, el gerente debe inscribirla en el respectivo Registro Mercantil; para lo cual es necesario:
- Registro Único de Contribuyentes.
 - Patentes.

6.1.2.3. PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO.

a) REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

Con el fin de no tener problemas con la administración tributaria se procedió a sacar el RUC de la microempresa que en adelante se llamará “NORELECTRIC CÍA LTDA” y que tendrá como objeto social la Venta, Instalación, Mantenimiento de Sistemas Eléctricos y Telefónicos y cuyo RUC válido para la facturación y venta, servirá para dar fiel cumplimiento con las obligaciones tributarias a las que está sujeta por el Servicio de Rentas Internas.

b) PATENTE MUNICIPAL.

La patente municipal será obtenida en el Departamento de Rentas del Ilustre Municipio de Ibarra y servirá para obtener los permisos de funcionamiento de la microempresa. Se pagará durante todos los años que se encuentre en actividad la microempresa y su valor variará año tras año. Es necesario presentar los siguientes papeles: Recibo del último pago del impuesto predial, copia del RUC y documentos personales del representante legal.

6.1.3. MISIÓN DE LA MICROEMPRESA.

La misión por la que se crea la Microempresa NORELECTRIC CÍA LTDA será:

“DAR SOLUCIÓN A LOS PROBLEMAS ELÉCTRICOS, TELEFÓNICOS Y DE REDES EN EL HOGAR, LA INDUSTRIA O SU NEGOCIO CON MATERIALES DE EXCELENTE CALIDAD EN EL MENOR TIEMPO POSIBLE, CON UNA ATENCIÓN AMABLE Y ESMERADA”.

6.1.4. VISIÓN DE LA MICROEMPRESA.

“SER LA EMPRESA LÍDER EN LA COMERCIALIZACIÓN, INSTALACIÓN Y MANTENIMIENTO DE SISTEMAS ELÉCTRICOS, TELEFÓNICOS, DE REDES, INDUSTRIALES EN IMBABURA AL TÉRMINO DE CINCO AÑOS”

6.1.5. POLÍTICAS

6.1.5.1. Tener un trato amable y esmerado con el cliente.

6.1.5.2. Conseguir mercado que la competencia aun no logra abastecer con servicios técnico en instalaciones y reparaciones eléctricas a domicilio eficiente y calificado.

6.1.5.3. Tomar decisiones en consenso y considerando todas las opiniones del personal.

6.1.5.4. Manejar precios competitivos. Estar al día con las nuevas exigencias y variaciones del mercado.

6.1.5.5. Realizar un servicio de calidad, con profesionalismo y responsabilidad, que satisfaga las necesidades del cliente, y proporcionen una buena imagen a la microempresa.

6.1.5.6. Otorgar un plazo de crédito máximo para el cliente de 30 días, luego de entregado el producto o realizado el servicio.

6.1.5.7. Contar con un uniforme distintivo para la microempresa, con el objeto de realizar publicidad y dar a conocer al cliente los fines de la microempresa.

6.1.6. VALORES.

6.1.6.1 HONESTIDAD: El actuar con transparencia, confianza e igualdad entre todos los miembros del equipo, para alcanzar metas comunes.

6.1.6.2. PERTENENCIA: Sentirse en familia al formar parte de la microempresa, estar orgulloso del trabajo y ayudar con el cuidado de los recursos de la misma.

6.1.6.3. RESPETO: Tratar a los integrantes del equipo con respeto e igualdad, atender con cortesía al consumidor, proveedor y a los propios compañeros.

6.1.6.4. RESPONSABILIDAD: Cumplir con las obligaciones encomendadas, asumir las consecuencias de sus actos si las hubiera, y por sobre todo aprender de los errores.

6.1.6.5. EXCELENCIA EN EL SERVICIO: Lo que se hace que se haga bien, para dar el mejor servicio y atención al cliente.

6.1.7. OBJETIVOS

6.1.7.1. Ser líderes en el mercado con servicio técnico eléctrico a domicilio.

6.1.7.2 Obtener posicionamiento en el mercado y a nivel empresarial ofreciendo bienes y servicios de calidad.

6.1.7.3. Definir estrategias de mercado excelentes que permitan a la microempresa hacer frente a la competencia con productos sustitutos.

6.1.7.4 Contar con personal calificado y capacitado para que puedan cumplir con estándares de servicio al cliente y atención esmerada indispensables para un servicio a domicilio de calidad.

6.1.7.5. Establecer políticas de liderazgo en la microempresa que conlleven al mejoramiento continuo, y al crecimiento rentable a través del tiempo.

6.1.7.6. Competir con precios justos, servicios eficientes y oportunos en toda la población ibarreña.

6.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La Estructura orgánica que se ha escogido para el proyecto será de Organización Lineal, por cuanto es claro y sencillo, no se registra dispersión de autoridad, se manejará en sentido directo sin demasiadas jerarquías por cuánto es una unidad pequeña, y la autoridad baja únicamente de los socios al gerente y empleados. Los niveles jerárquicos que existen en la microempresa “NORELECTRIC CÍA LTDA” son:

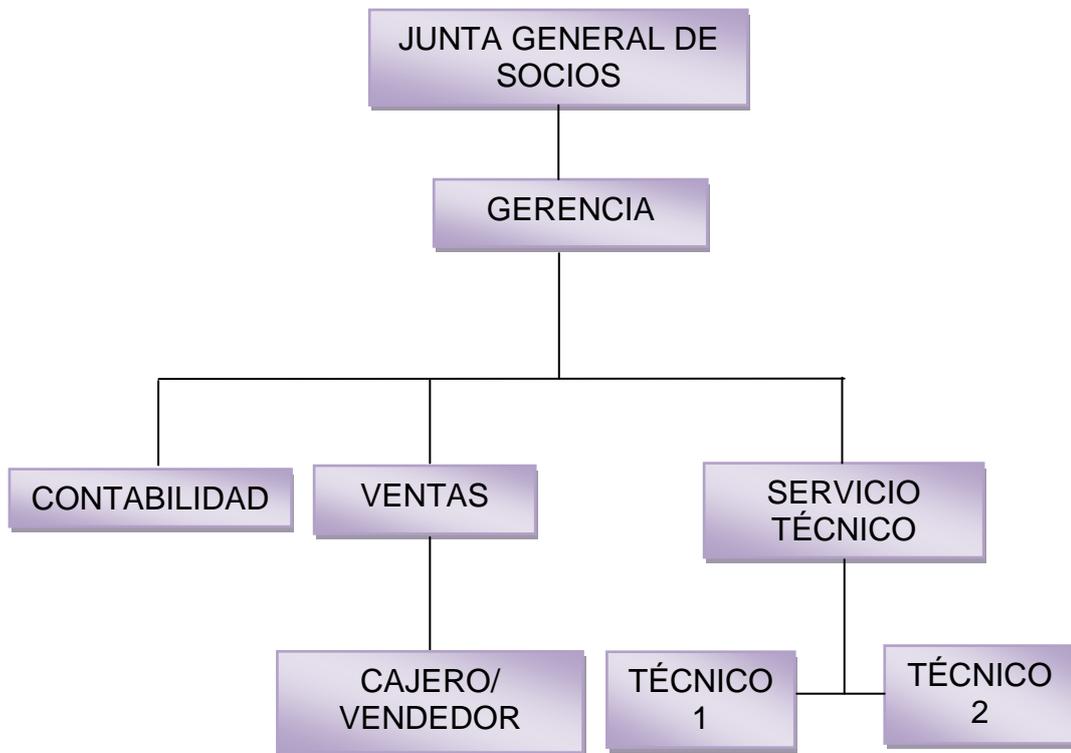
EL LEGISLATIVO SUPERIOR; Socios de la compañía o Junta general de socios encargados de planificar, normar y tomar las decisiones.

EL DIRECTIVO; conformado por: Gerente.

ADMINISTRATIVO; conformado por: Contador y Vendedor

OPERATIVO; conformado por: 2 Técnicos en Electricidad.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL “NORELECTRIC CÍA LTDA”



FUENTE: Bibliografía.

ELABORACIÓN: Alicia Huera

6.3. ORGÁNICO FUNCIONAL

El organigrama funcional describe en forma detallada todas y cada una de las funciones que tienen que desempeñar los empleados de cualquier empresa en general, se lo realiza con el propósito de orientar a todo el personal sobre sus deberes y obligaciones y reducir con ello el tiempo ocioso, la duplicación de funciones y la deficiente atención al cliente. A continuación se presenta las funciones y perfil del puesto de cada área de trabajo existente en “NORELECTRIC CÍA LTDA”.

6.3.1. NIVEL LEGISLATIVO SUPERIOR.

JUNTA GENERAL DE SOCIOS.

Formado por los socios convocados y reunidos es la máxima autoridad de la compañía.

FUNCIONES:

- Nombrar y remover al representante de la empresa (Gerente).
- Aprobar cuentas y balances presentadas por el gerente.
- Resolver acerca del reparto de utilidades.
- Admitir a nuevos socios.
- Cumplir y hacer cumplir los objetivos, políticas de la compañía.
- Resolver sobre la disolución anticipada de la compañía.
- Resolver acerca del aumento o disminución del capital.

6.3.1. NIVEL DIRECTIVO.

GERENTE

FUNCIONES:

- Organizar las actividades en cada una de las áreas de manera que se dé, un eficiente aprovechamiento de los recursos existentes tanto Humano, Material y Financiero.
- Representar judicial y extrajudicialmente a la compañía.
- Presentar los balances anuales.
- Cuidar que se lleve correctamente la contabilidad y la correspondencia de la empresa.
- Cumplir y hacer cumplir la ley y reglamentos emitidos por la junta general de socios.
- Responder por la marcha administrativa, operativa y financiera de la empresa.
- Contratar y sancionar al personal.
- Realizar contratos con clientes y proveedores.
- Realizar los pedidos de mercadería a proveedores.

PERFIL DEL PUESTO.

- Estudios superiores en Administración de Empresas y carreras afines.
- Experiencia laboral mínima de 2 años en cargos similares.
- Ser innovador y capaz de liderar. Tener don de gente.

- Facilidad para negociar.
- Capacidad de afrontar dificultades y adversidades

6.3.2. NIVEL ADMINISTRATIVO

CONTADOR (A)

FUNCIONES:

- Realizar los pagos a los proveedores y al personal.
- Preparar informes, mantener la contabilidad al día.
- Cumplir y hacer cumplir con las obligaciones tributarias
- Atender y asesorar a la gerencia en asuntos financieros.
- Fijar en base a cálculos los precios de venta de los insumos.
- Realizar la toma física de inventarios mensuales.

PERFIL DEL PUESTO

- Tener Título de Contador Público Autorizado.
- Experiencia laboral dos años
- Manejo de paquetes contables
- Trato amable y capacidad de comunicación

VENDEDOR

FUNCIONES:

- Dar a conocer el producto y servicio que ofrece la microempresa.
- Facturar todas las ventas y recibir la mercadería en conjunto con el gerente.
- Realizar cierres de caja.
- Mantener actualizado el inventario.
- Mantener en orden el local.
- Atención esmerada al cliente.

PERFIL DEL PUESTO

- Instrucción secundaria, electricidad.
- No indispensable ser profesional
- Conocimientos en el área de electricidad.
- Ser creativo, innovador y buenas relaciones humanas

6.3.3. NIVEL OPERATIVO.

TÉCNICOS

FUNCIONES:

- Desarrollo de diferentes actividades en cuanto a instalaciones, y adecuaciones a domicilio.
- Prestación de servicios de reparaciones eléctricas a los clientes.
- Dar las mejores soluciones y consejos al cliente.
- Realizar un trabajo de calidad, eficiente y oportuno.

PERFIL DEL PUESTO.

- Bachiller técnico o egresado de la universidad.
- Conocimientos en electricidad, circuitos, instalaciones de redes eléctricas y electrónicas.
- Experiencia técnica mínima de dos años o más.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

7.1. IMPACTOS

Se efectuó un análisis de los impactos más importantes, que el presente proyecto mostraría al entrar en funcionamiento. Para evaluar dichos impactos se elaboró una matriz que permita analizar a cada uno los aspectos más importantes.

La calificación asignada a cada impacto se lo hará mediante la siguiente matriz:

CUADRO N° 52
VALORACIÓN DE IMPACTOS

IMPACTO POSITIVO	Alto	3
	Medio	2
	Bajo	1
NO HAY IMPACTO		0
IMPACTO NEGATIVO	Alto	-1
	Medio	-2
	Bajo	-3

FUENTE: Evaluación de Proyectos Dr. Jácome. W. ELABORACIÓN: Alicia Huera

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

7.1.2. IMPACTO SOCIAL

CUADRO N° 53

N°	INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Generación de empleo						X		2
2	Estabilidad Laboral							X	3
3	Ayuda técnica							X	3
	TOTAL						2	6	8

ELABORACIÓN: Alicia Huera

$$\text{Impacto Social} = \frac{\sum}{n} = \frac{8}{3} = 2.66 = 3. \text{ Impacto Positivo Alto}$$

7.1.2.1. ANÁLISIS

- a) El indicador generación de empleo muestra un impacto positivo medio pues con la implantación de la microempresa se prevé generar puestos de trabajo, tanto en la venta de material como en el servicio técnico para egresados y profesionales capacitados; y con ello mejorar el nivel de vida y potenciar sus capacidades.
- b) La estabilidad laboral tiene un impacto positivo alto, pues la microempresa de venta de material eléctrico con servicios técnico a domicilio asegurará a sus empleados estabilidad laboral, con un salario justo, que permita cubrir sus necesidades básicas.
- c) La ayuda técnica como impacto social recibe un alto puntaje ya que el proyecto impulsa servicios que son requeridos por la población que no tiene conocimiento técnico en instalaciones eléctricas.

7.1.3. IMPACTO ECONÓMICO.

CUADRO N° 54

N°	INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Rentabilidad							X	3
2	Posicionamiento Mercado							X	3
3	Inversión			X					-1
	TOTAL			-1				6	5

ELABORACIÓN: Alicia Huera

$$\text{Impacto Económico} = \frac{\Sigma}{n} = \frac{5}{3} = 1,66 = 2: \text{ Impacto Positivo medio}$$

7.1.3.1. ANÁLISIS

- a) La rentabilidad que genera el proyecto tiende a crecer año tras año, es por ello que recibe un impacto positivo alto, y como tal el negocio se hace atractivo para el inversionista.
- b) La microempresa al ofrecer productos y servicios al mercado, con calidad y responsabilidad, espera acaparar gran parte del mismo, de modo que le permita seguir expandiéndose al resto de la Provincia.
- c) La inversión en el proyecto requiere de una alta cantidad de dinero, pero con el tiempo, éste puede recuperarse y hace que el proyecto sea factible de implementarse.

7.1.4. IMPACTO EMPRESARIAL

CUADRO N° 55

N°	INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Satisfacción necesidades							X	3
2	Estrategias de mercado							X	3
3	Competencia.						X		2
	TOTAL						2	6	8

ELABORACIÓN: Alicia Huera

$$\text{Impacto Empresarial} = \frac{\sum}{n} = \frac{8}{3} = 2.66 = 3: \text{Impacto Positivo Alto}$$

7.1.4.1. ANÁLISIS

- a) La satisfacción de necesidades al cliente se calificó con un puntaje alto, pues el proyecto atenderá a los hogares ibarreños, con bienes y servicios que son de carácter primordial en el hogar y oficina
- b) Las estrategias de mercado son muy buenas, pues en Ibarra hace falta locales de venta que se encarguen de complementar la venta de bienes con la ayuda o asistencia técnica personalizada, tan indispensable para aquellos que desconocen del tema.
- c) La competencia tiene un impacto bajo, debido a que el proyecto tiene una idea novedosa que le da valor agregado al cliente, y es original en el mercado.

7.1.5. IMPACTO EDUCATIVO

CUADRO N° 56

N°	INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Aplicación de conocimientos						X		2
2	Generación de ideas						X		2
3	Crecimiento Intelectual							X	3
	TOTAL						4	3	7

ELABORACIÓN: Alicia Huera

$$\text{Impacto Educativo} = \frac{\Sigma}{n} = \frac{7}{3} = 2.33 = 2: \text{Impacto Positivo Medio}$$

7.1.5.1. ANÁLISIS

- a) La aplicación de los conocimientos adquiridos en las aulas se reflejará en el desempeño de la microempresa, pues su funcionamiento dependerá en gran parte de estudiantes egresados que incursionarán en el mundo laboral con una propuesta innovadora y con bases técnicas.
- b) La generación de nuevas ideas con propuestas mucho más viables y factibles de realizar contribuyen al desarrollo de nuevas oportunidades en negocios similares.
- c) El crecimiento intelectual recibe un impacto alto pues se trata de que el trabajador pueda ganar experiencia en la sociedad, con trabajo y al mismo tiempo pueda seguir adquiriendo conocimientos científicos y de capacitación.

7.1.3 IMPACTO GENERAL

CUADRO N° 57

N°	INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Impacto social							X	3
2	Impacto económico						X		2
3	Impacto empresarial							X	3
4	Impacto educativo						X		2
	TOTAL						4	6	10

ELABORACIÓN: Alicia Huera

$$\text{Impacto General} = \frac{\Sigma}{n} = \frac{10}{4} = 2.50 = 3: \text{Impacto Positivo Alto}$$

Al analizar los impactos del proyecto y valorados con 3 como promedio en la matriz general; se tiene como resultado final un impacto Positivo Alto, razón por la cual, es importante la puesta en marcha del Estudio de Factibilidad para la creación de una Microempresa comercializadora de material e insumos eléctricos con servicio técnico a domicilio en la ciudad de Ibarra. Es decir se esperan resultados favorables en la ejecución de la propuesta.

7.2. CONCLUSIONES

- Existen buenas posibilidades de posicionarse en el mercado, aprovechando la demanda insatisfecha que existe al momento de la investigación, con atención esmerada y trabajo técnico calificado y responsabilidad que se le brinde al cliente, pilar fundamental de toda organización.
- La ciudad de Ibarra es un mercado potencial amplio y cuenta con tan sola una Microempresa que ofrece este tipo de asistencia a domicilio conjuntamente con los materiales eléctricos.
- Al crear la microempresa se generarán nuevas fuentes de empleo y mayores ingresos para los inversionistas.
- Los resultados económicos que se estiman son positivos; con un valor de Inversión inicial de \$ 19.211,68 y un Valor Actual Neto \$13.144,92; TIR del 39,99% superior a la Tasa de Rendimiento Medio de 20,34%, el índice beneficio costo da como resultado 1,12; por lo que se determina que el proyecto es factible de ejecutar.
- El proyecto alcanza un nivel general de impactos alto positivo en el ámbito Social y Empresarial; y un impacto medio positivo en lo económico y educativo.

7.3. RECOMENDACIONES

- Aprovechar el mercado potencial que existe en la ciudad de Ibarra para crear la microempresa con productos que satisfagan las necesidades y que sean primordiales para el usuario.

- Buscar los instrumentos y herramientas necesarias para mantener la imagen del negocio en el mercado, es por ello que se debe potenciar la publicidad para fomentar cultura de consumo en la mente del consumidor.

- Con la ejecución del proyecto se incentiva a la generación de nuevas ideas emprendedoras.

- Se recomienda la ejecución del presente proyecto, pues los resultados financieros muestran un excelente rendimiento y una pronta recuperación de la inversión para los socios inversionistas.

- Los impactos generados por el proyecto son positivos por lo que se recomienda la inversión en la presente propuesta.

BIBLIOGRAFÍA.

BRAVO, Mercedes 2009; "Contabilidad General". Novena Edición. Quito-Ecuador.

BRAVO Mercedes, UBIDIA Carmita, 2009: "Contabilidad de Costos". Segunda Edición. Quito.

BRIGHAN Eugene, HOUSTON Joel 2005; "Fundamentos de Administración Financiera". Décima edición. Thomson Editores. México.

FLEITMAN Jack, 2000; "Negocios Exitosos". Segunda edición. Interamericana. México.

GUTIERREZ C, GARCÍA G, Y MATA R, 2009; "Experimentos De Electricidad Básica". Segunda edición. México.

JÁCOME, Walter 2005; "Bases teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión". Ecuador.

KOTLER Philip, ARMSTRONG G, CÁMARA D, 2004; "Marketing". Décima Edición. México.

LESUR, Luis 2009; "Manual de Iluminación". Primera edición. México.

PABÓN B Hernán, 2010; "Fundamentos de Costos". Edición veinteava. Bogotá.

ROMERO Javier, 2006; "Principios de Contabilidad". Tercera edición. México.

SARMIENTO Rubén, 2010; "Contabilidad de Costos". Segunda Edición. Quito.

STANTON, ETZEL & WALKER, 2004; "Fundamentos de marketing". Treceava edición. México.

TORRES, Luis 2000; "El Crédito Micro empresarial en el Ecuador". Primera Edición. Ecuador.

VÁSQUEZ, Víctor Hugo 2002; "Organización Aplicada". Segunda Edición. Quito-Ecuador.

VILLANUEVA, Giancarlo 2004; "Instalaciones eléctricas en casa". Segunda edición. Perú.

ZAPATA S Pedro, 2008; "Contabilidad General". Sexta Edición. México.

Registro oficial del 28 de septiembre del 2004: Consejo Nacional de la Microempresa.

Agenda 21 Imbabura, 2005; Plan de desarrollo sostenible para la Provincia de Imbabura. Ecuador.

Ley de régimen Tributario Interno y Reglamento 2008.

Ley de Compañías.

LINCONGRAFÍA

Ilustre Municipio de San Miguel de Ibarra, 2009; Historia de Ibarra.
www.ibarra.gov.ec.

GUERRERO G, Manuel 2004; Sistemas de comercialización.
www.eumed.net

SANDOVAL, Paulina 2008; Mercado. www.wordpress.com

MEZA O, Jhonny 2009; Evaluación Financiera de Proyectos.
www.gestiopolis.com

www.inec.gov.ec

www.osram.ec

www.proexport.com

www.bce.fin.ec

ANEXOS

ANEXO Nº 1

REGISTRO CATASTRAL DE LOCALES COMERCIALES DE VENTA DE MATERIAL ELÉCTRICO EN LA CIUDAD DE IBARRA.

Nombre Del Local	Dirección	Personería	OBSERVACIONES REALIZADAS POR LA AUTORA
ALMACÉN EL FOCO	OLMEDO 07-56	OBLIGADA	Eléctrico
ALMACÉN EL VOLTIO	VELASCO 7-46	NATURAL	Eléctrico
ALMACÉN ELECTRICO AUTOMOTRIZ	SUCRE 08-30	NATURAL	Aparatos de Vehículo
ALMACÉN ELECTRICO EL FLUORESCENTE	CHICA NARVAEZ 05-080	NATURAL	Eléctrico
ALMACÉN ELECTROLUZ	GRIJALVA 6-36	NATURAL	Eléctrico
DISELECTRIC	OLMEDO 03-97	NATURAL	Eléctrico
ELECTROCAR-BE	AV M ACOSTA 10-062	OBLIGADA	Aparatos de Vehículo
MATERIAL ELÉCTRICO	L C BORJA 03-68	NATURAL	Solo Motores de Máquinas
MATERIAL ELÉCTRICO ELECTROLUX	SANCHEZ Y C 05-35	NATURAL	Línea Blanca
MATERIAL ELÉCTRICO AUDIO-CENTER	SANCHEZ Y C 13-008	NATURAL	Eléctrico
MATERIAL ELÉCTRICO CERELECTRIC	OLMEDO 09-033	OBLIGADA	Eléctrico
MUNDO ELECTRÓNICO	VELASCO 8-73	OBLIGADA	Repuestos Electrónicos
REPUESTOS ELÉCTRICOS	AV RIVADENEIRA 6-065	OBLIGADA	Eléctrico
TALLER DE RADIO TV	CHICA NARVAEZ 07-015	NATURAL	Para Radios
VENTA DE MATERIAL ELÉCTRICO	J ATABALIPA 02-016	NATURAL	Eléctrico
VENTA DE MATERIAL ELÉCTRICO	O MOSQUERA 06-066	NATURAL	Eléctrico
VENTA DE REPUESTOS	AV RIVADENEIRA 2-62	NATURAL	Repuestos Electrónicos
VENTA DE REPUESTOS ELECTRÓNICO	AV RIVADENEIRA 3-29	NATURAL	Repuestos Electrónicos
SU ILUMINACIÓN.	O. MOSQUERA 6-52	OBLIGADA	Eléctrico
VETO CABLE ALMACÉN ELÉCTRICO	OLMEDO 10-049	OBLIGADA	Eléctrico

FUENTE: Servicio de Rentas del Ilustre Municipio de Ibarra.

Como se puede notar en el cuadro precedente, en la municipalidad se encuentran inscritos varios locales comerciales; pero, al realizar las investigaciones de campo se encontró que tan solo doce cumplen con los requisitos de empresa comercial de insumos y material eléctricos.

ANEXO Nº 2

PERSONAS REGISTRADAS PARA DAR SERVICIO ELÉCTRICO EN LA CIUDAD DE IBARRA SEGÚN EL I.M.I.

Nombre Del Local	Dirección	Personería	OBSERVACIONES REALIZADAS POR LA AUTORA
ART.CALIF TALLER ELÉCTRICO	ABELARDO GUERRERO 13-50	NATURAL	No se encontró la dirección
SERVICIOS ELÉCTRICOS MANTENIMIENTO CONTROL Y AUTOMATIZACIÓN	RIO TAHUANDO Y ALPARGATE	NATURAL	No se encontró la dirección
TALLER ELÉCTRICO WILVAN	OLMEDO 04-21	NATURAL	Para vehículos
ELECTROMECAÁNICA VULCANO (CS)	AV HELEODORO AYALA ENTRE C TOBAR SUBIA Y AV M ACOSTA (CS)	NATURAL	Para vehículos
MULTISERVICIOS SIST.ELÉCTRICOS	AV LUIS TAFUR 02-037	NATURAL	Eléctrico
TALLER ELECTROMÉCANICO SU BATERIA	JACINTO EGAS 01-031	NATURAL	Para vehículos
LABORATORIO DE REBOBINAJE ELÉCTRICO J.A	AV F VACAS G 05-079	NATURAL	Para vehículos
ELÉCTRO MECÁNICA MARCELO	AV F VACAS G 07-055	NATURAL	Para vehículos
ART.CLF.MECÁNICA ELÉCTRICA	JUAN L MERA 03-102	NATURAL	Para vehículos
PIONEER CAR AUDIO	RIO DAULE 4-42	NATURAL	Reparación de Radios
SERVICIO ELÉCTRICO AUTOMOTRIZ ALFEREZ	FRANCISCO MONCAYO S/N Y AV J TOBAR	NATURAL	Para vehículos
MECÁNICA LA CLÍNICA DEL AUTO	SANCHEZ Y C 18-007	NATURAL	Para vehículos
ART CALIF TALLER ELÉCTRICO ELECTRON	J ATABALIPA 02-016	NATURAL	Eléctrico
TALLER ELÉCTRICO AUTOMOTRIZ LAS GUAYANAS	L C BORJA 03-26	NATURAL	Para vehículos
FORD ELECTRONIC	C GOMEZ JURADO 01-052	NATURAL	Para vehículos
SERVICIO DE REPARACIÓN DE MOTORES	AV ELOY ALFARO 3-080	NATURAL	Para vehículos
REPARACIÓN DE SISTEMAS ELÉCTRICOS	AV C DE TROYA Y MEJIA	NATURAL	Para vehículos
TALLER ELÉCTRICO AUTOMOTRIZ LAS GUAYANAS	LAS GUAYANAS 1-44	NATURAL	Para vehículos
MAESTRO TRABAJOS ELECTRICIDAD	10 DE DICIEMBRE 4-39	NATURAL	Eléctrico
MECÁNICA/SISTEMA ELÉCTRICO	AV .E ESPEJO Y PASAJE S/N 100M DER.ESTADIO	NATURAL	Para vehículos

FUENTE: Servicio de Rentas del Ilustre Municipio de Ibarra.

Todos estas personas están registradas según el I.M.I para realizar y ofertar servicios eléctricos, más sin embargo gracias a las investigaciones realizadas se pudo detectar que prestan servicios eléctricos en ramas específicas como: electricidad de automotores, de aparatos de línea blanca, de aparatos musicales que trabajan con energía eléctrica, y muy pocos (3) se dedican a lo que es la instalación de material eléctrico en casas, oficinas, etc., y el mantenimiento de estas.

De acuerdo con esta investigación, el único local de venta de bienes y servicios en la ciudad de Ibarra, que funciona; está calificado como: venta de material eléctrico “Electrón” y como art. Calificado para prestar los servicios técnicos.

ANEXO Nº 3

ENCUESTA DIRIGIDA A FAMILIAS IBARREÑAS.

**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA**

Encuesta dirigida a Familias del cantón Ibarra con el fin de determinar si existe la probabilidad de implantar una microempresa para la comercialización de insumos y material eléctrico y la prestación de servicios de asistencia técnica a domicilio.

EDAD.....

SEXO: M..... F.....

1.- ¿Ha sufrido algún tipo de problema eléctrico en su domicilio?

Si ()

No ()

2.- ¿Qué problema eléctrico se presenta en su domicilio?

3.- ¿Usted puede solucionar sus problemas eléctricos sin la ayuda de expertos?

Siempre ()

Algunas veces ()

Nunca ()

4.- ¿Tiene Usted algún electricista de confianza?

Si ()

No ()

5. ¿Tiene algún proveedor fijo de material eléctrico?

Si ()

No ()

6.- Donde Usted adquiere el producto ¿le ofrecen servicios como instalación y mantenimiento adicionales a la venta?

Siempre ()

Casi siempre ()

Nunca ()

7.- ¿Le gustaría recibir el servicio técnico especializado a domicilio que solucione sus problemas eléctricos?

Si ()

No ()

8.- ¿Con que frecuencia adquiere insumos y material eléctrico?

Frecuentemente ()

No tan frecuente ()

Nunca ()

9.- Según su preferencia escoja ¿qué tipo de material eléctrico compra con mayor cantidad. 1 menor importancia- 8 mayor importancia.

Bombillos	<input type="text"/>	Cajas térmicas	<input type="text"/>
Cables	<input type="text"/>	Fusibles	<input type="text"/>
Canaletas	<input type="text"/>	Tomacorrientes	<input type="text"/>
Interruptores	<input type="text"/>	Balastros.	<input type="text"/>

10.- ¿Qué condiciones consideraría necesarias para cambiar de proveedor de material eléctrico?

Precio	<input type="text"/>	Servicio técnico	<input type="text"/>
Calidad	<input type="text"/>	Variedad de productos.	<input type="text"/>
Productos nuevos	<input type="text"/>	Atención esmerada	<input type="text"/>

11.- ¿Estaría de acuerdo con la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de material eléctrico y prestación de servicio técnico a domicilio?

Si	()
No	()

12.- ¿En qué parroquia urbana de la ciudad de Ibarra le gustaría la ubicación de la microempresa?

Alpachaca	()
Caranqui	()
El sagrario	()
San Francisco	()
Priorato	()

ANEXO Nº 4

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

ENCUESTA DIRIGIDA A EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE INSUMOS ELÉCTRICOS.

Encuesta dirigida a empresas distribuidoras de material eléctrico de la ciudad de Ibarra con el fin de determinar el mercado existente de dichos productos en el mercado local.

1.- ¿Con que frecuencia la ciudadanía Ibarreña adquiere en su local materiales e insumos eléctricos?

- Alta (Diaria-semanal) ()
- Media (Quincenal-mensual) ()
- Baja (Trimestral-Anual) ()

2.- Usted, a nivel de empresa ¿ofrece los servicios técnicos a domicilio a sus clientes?

- Si ()
- No ()

3- Si su respuesta es No, ¿Porque no lo ha hecho?

- Por costos ()
- Por falta de personal ()
- El cliente no lo desea ()

4.- ¿Cada que tiempo se abastece de insumos?

- Diario ()
- Semanal ()
- Quincenal ()

Mensual ()

5.- ¿Realiza campañas publicitarias de los productos que ofrece? Y en que medios lo realizan.

Si ()

No ()

Medios.....

6.- ¿Lleva un control financiero contable de las actividades empresariales?

Si ()

No ()

7.- ¿Qué tipo de instrucción académica se necesita para trabajar en este tipo de negocios?

Primaria ()

Secundaria ()

Universitaria ()

Ninguna ()

8.- ¿Cuánto paga mensualmente a sus empleados?

Sueldo Básico ()

Más del sueldo básico ()

Menos del sueldo básico ()

9.- ¿A su criterio existe elevada competencia en la Ciudad de Ibarra?

Nada ()

Poco ()

Bastante ()

ANEXO Nº 5

ENTREVISTA REALIZADA A EXPERTOS EN EL TEMA DE SERVICIOS.

1. ¿Las instalaciones de su local son propias?
2. ¿Cuánto tiempo lleva en el mercado?
3. ¿Con cuánto personal trabaja en su negocio?
4. ¿Qué nivel académico tiene su personal?
5. ¿Bajo qué modalidad trabaja su personal?
6. ¿Qué tipo de servicios ofrece a sus clientes?
7. ¿Cuántos trabajos realiza al día?
8. En promedio ¿cuánto cobra a sus clientes?
0-5 5-10 10-15 15-20 20 y más
9. ¿Cuáles son los problemas más frecuentes que encuentra en los hogares ibarreños?

ANEXO N° 6

TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE LAS FAMILIAS DE IBARRA

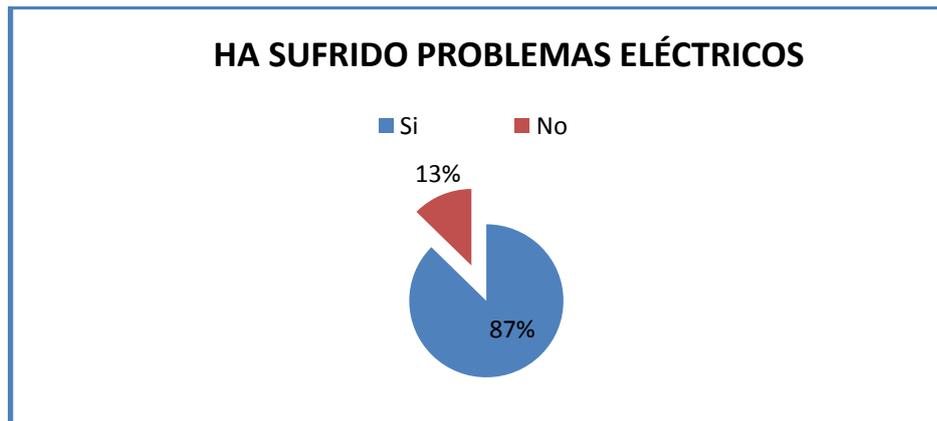
0.

A continuación se transmite los resultados de las 376 encuestas realizadas en la Ciudad de Ibarra, a los jefes de hogar de las distintas parroquias urbanas del Cantón.

Indicador: Necesidad del Servicio.

1. ¿Ha sufrido algún tipo de problema eléctrico en su domicilio?

GRÁFICO N° 10



FUENTE: Encuestas 2010

ELABORACIÓN: Alicia Huera.

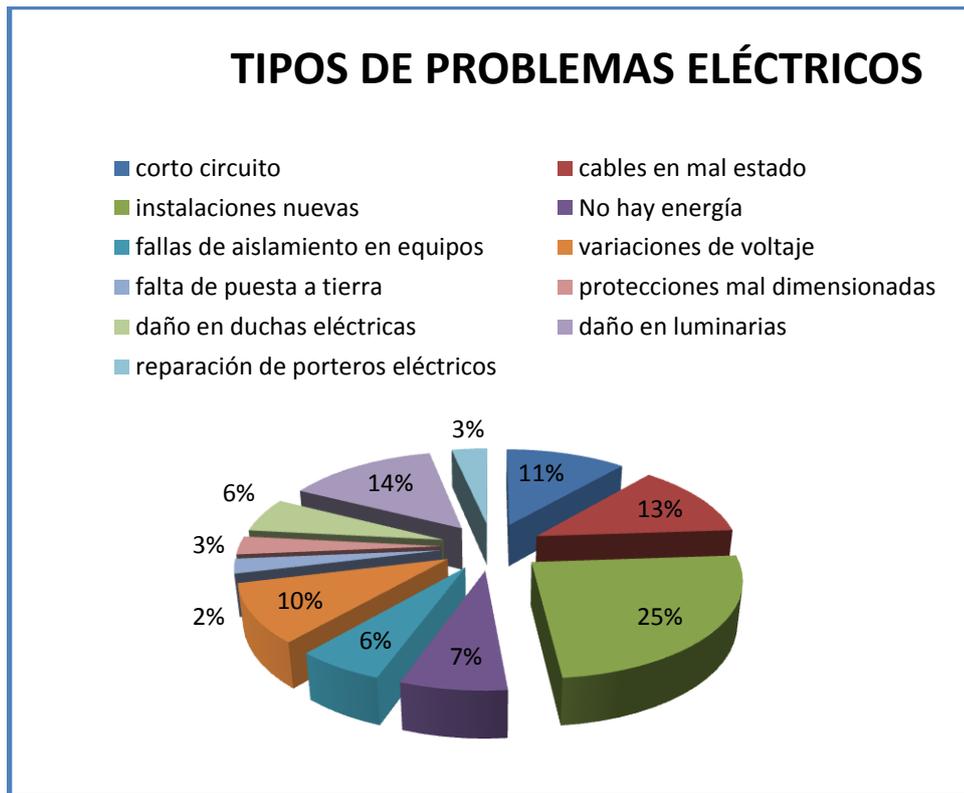
a) INTERPRETACIÓN

Gran parte de la población encuestada manifiesta poseer algún tipo de problema eléctrico en su domicilio, y no tener las condiciones ni el conocimiento para resolverlo de forma inmediata, una minoría asegura no haber sufrido ningún problema hasta el momento pero manifiesta que de ser el caso, les gustaría contar con personas responsables y que conozcan del problema.

Indicador: Necesidad del servicio.

2. ¿Qué problema eléctrico se presenta en su domicilio?

GRÁFICO N° 11



FUENTE: Encuestas 2010

ELABORACIÓN: Alicia Huera

b) INTERPRETACIÓN

Entre los problemas más comunes que se pudo detectar en las encuestas están: cables en mal estado, desgastados, daños en luminarias en porteros y duchas eléctricas esto debido a que; parece que las personas que arreglan hacen mal su trabajo o ellos mismos tratan de arreglar para poder tener energía y hacer sus labores, así mismo la población dice tener instalaciones nuevas sin tener a quien recurrir para que les haga una proforma o presupuesto de todo lo que se gasta.

Indicador: Conocimiento Técnico

3. ¿Usted puede solucionar sus problemas eléctricos sin la ayuda de expertos?

GRÁFICO Nº 12



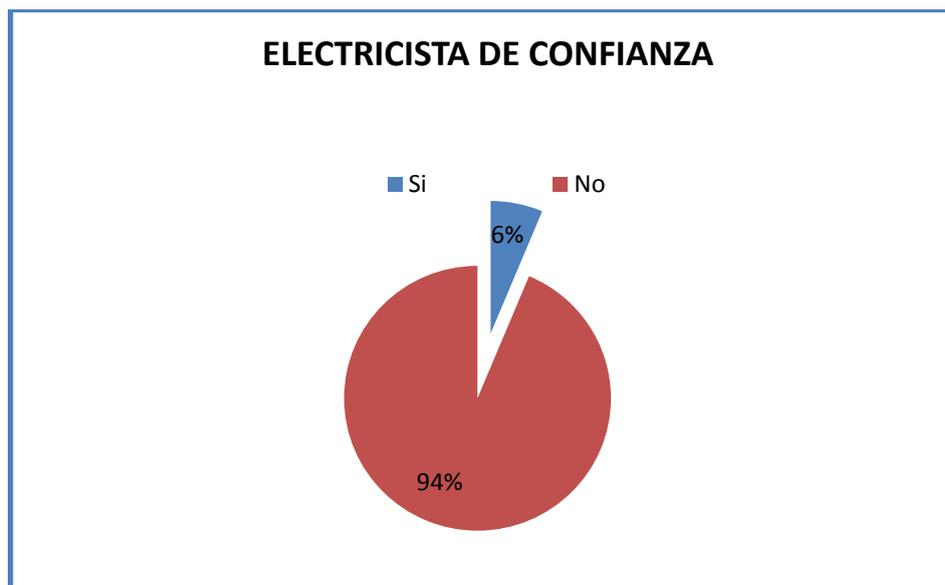
c) INTERPRETACIÓN

El público encuestado expresa que no pueden realizar los trabajos solos, o si lo hacen es por un momento y en seguida deben llamar a un técnico para que les revise porque siempre queda algo mal, y lo que se teme es que algo se queme o la planilla de luz salga muy elevada. Muy pocos manifiestan que saben algo del tema.

Indicador: Confiabilidad en Servicio Técnico

4. ¿Tiene Usted algún electricista de confianza?

GRÁFICO N° 13



FUENTE: Encuestas 2010

ELABORACIÓN: Alicia Huera

d) INTERPRETACIÓN

La gran mayoría de la población no posee una persona de su confianza que realice los trabajos eléctricos en su trabajo casa u oficina, debido a la falta de seriedad de quienes han hecho estos trabajos con anterioridad y por lo que hoy en día no se puede confiar en nadie afirman. Quienes si lo tiene manifiestan que son amigos o familiares que saben lo básico de electricidad.

Indicador: Gustos y Preferencias.

5. ¿Tiene algún proveedor de material eléctrico de confianza?

GRÁFICO N° 14



FUENTE: Encuestas 2010

ELABORACIÓN: Alicia Huera

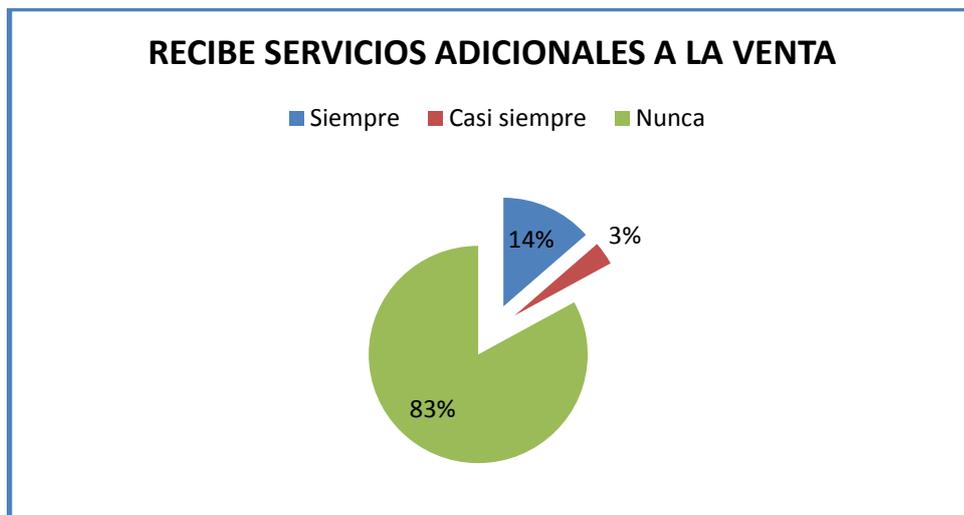
e) INTERPRETACIÓN

La mayor parte de la población manifiesta no tener un proveedor fijo para realizar sus compras de material eléctrico, pues, dicen que para realizar la adquisición de material eléctrico, van viendo los precios de cada local para ver cual es el mejor o también cuando necesitan de urgencia recurren al que está más cerca. Un porcentaje menor si tiene proveedor fijo, gracias a que son clientes de años.

Indicador: Servicios de Calidad

6. Donde Usted adquiere el producto ¿le ofrecen servicios como instalación y mantenimiento adicionales a la venta?

GRÁFICO Nº 15



FUENTE: Encuestas 2010 ELABORACIÓN: Alicia Huera

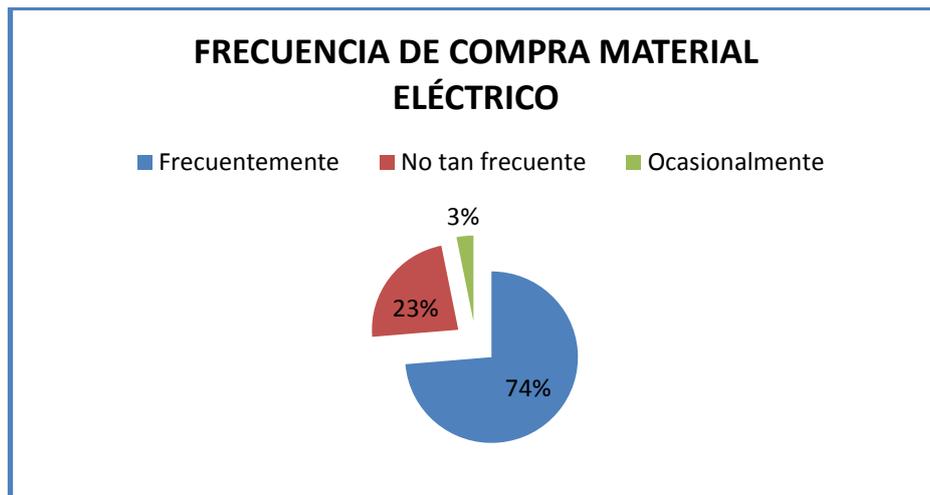
f) INTERPRETACIÓN

La mayoría de la población objeto de estudio, dice no contar con ayuda por parte de quien les vende los insumos para dar solución a sus problemas. Las empresas que venden material eléctrico, necesariamente deben contar con personal técnico capacitado para realizar trabajos de instalación y mantenimiento de los productos que venden, puesto que constituye un ingreso adicional para la empresa y un servicio que el cliente siempre lo requiere. Un pequeño porcentaje manifiesta que si reciben ayudan por tratarse de clientes fijos.

Indicador: Adquisición

7. ¿Con qué frecuencia adquiere insumos y material eléctrico?

GRÁFICO N° 16



FUENTE: Encuestas 2010

ELABORACIÓN: Alicia Huera

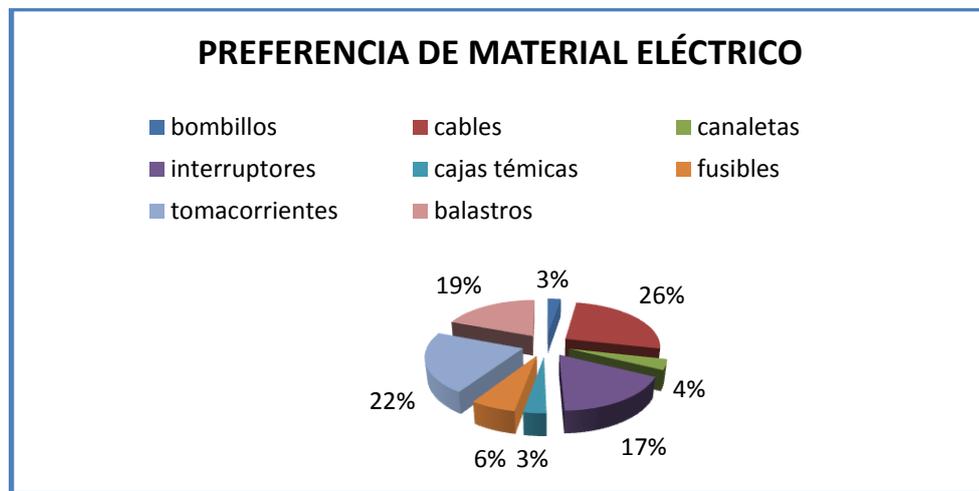
g) INTERPRETACIÓN

La mayoría de la población adquiere insumos eléctricos frecuentemente, y manifiestan que les gustaría encontrar todo en un solo lugar, bueno, bonito, barato y que mejor con alguien que los guíe en conocimientos eléctricos. En un menor porcentaje manifiestan que no realizan compras tan frecuentemente, pero si lo hacen cada vez que se les daña algo.

Indicador: Gustos y Preferencias.

8. Según su preferencia escoja ¿qué tipo de material eléctrico pediría con volumen mayoritario? 1 menor importancia- 8 mayor importancia.

GRÁFICO N° 17



FUENTE: Encuestas 2010

ELABORACIÓN: Alicia Huera

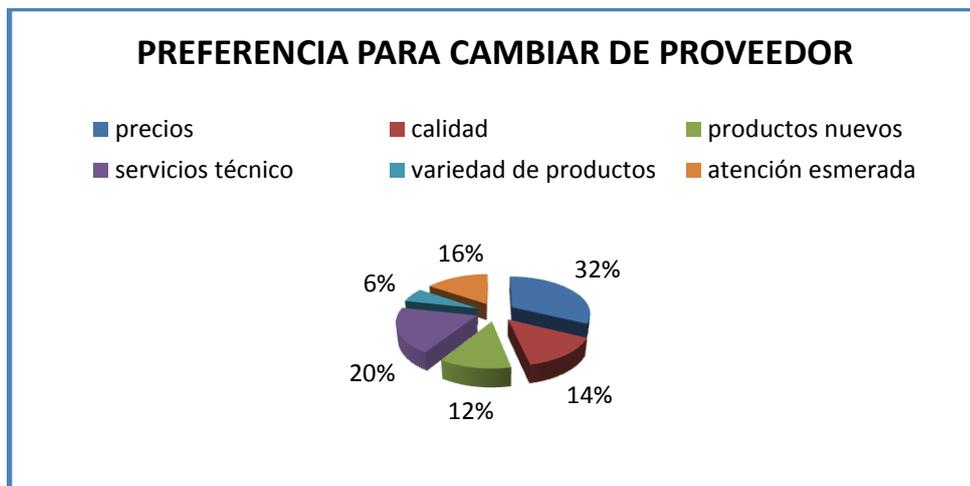
h) INTERPRETACIÓN

Según el análisis que se estableció por medio de las encuestas el producto con más preferencia en el ámbito de Material Eléctrico, son los Cables, seguida por los Interruptores y los Tomacorrientes con un alto porcentaje de importancia por parte de los consumidores; los balastos también ocupan un lugar importante en el mercado ibarreño.

Indicador: Condiciones de mercado

9. ¿Qué condiciones consideraría necesarias para cambiar de proveedor de material eléctrico?

GRÁFICO Nº 18



FUENTE: Encuestas 2010

ELABORACIÓN: Alicia Huera

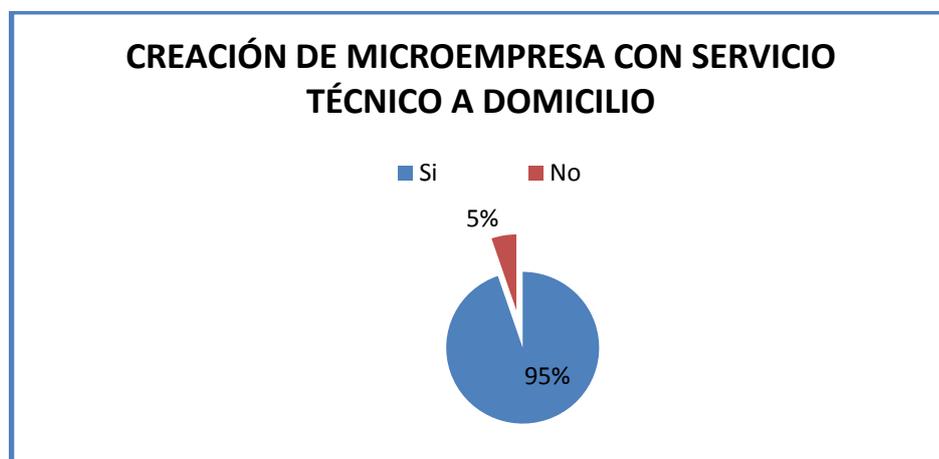
i) INTERPRETACIÓN

Las opiniones encontradas en la población afirman que los consumidores se cambiarían de proveedor si las situaciones de compra mejoran para su beneficio, es decir el cliente busca menores precios, que le ayudan a optimizar sus recursos pero a la vez también desean ayuda técnica que les facilite las actividades. Así mismo se puede notar que la calidad y atención esmerada que se le dé al cliente, es un factor primordial para su inclinación hacia un determinado local.

Indicador: Gustos y Preferencias

10. ¿Estaría de acuerdo con la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de insumos eléctricos y prestación de servicio técnico a domicilio?

GRÁFICO N° 19



FUENTE: Encuestas 2010

ELABORACIÓN: Alicia Huera

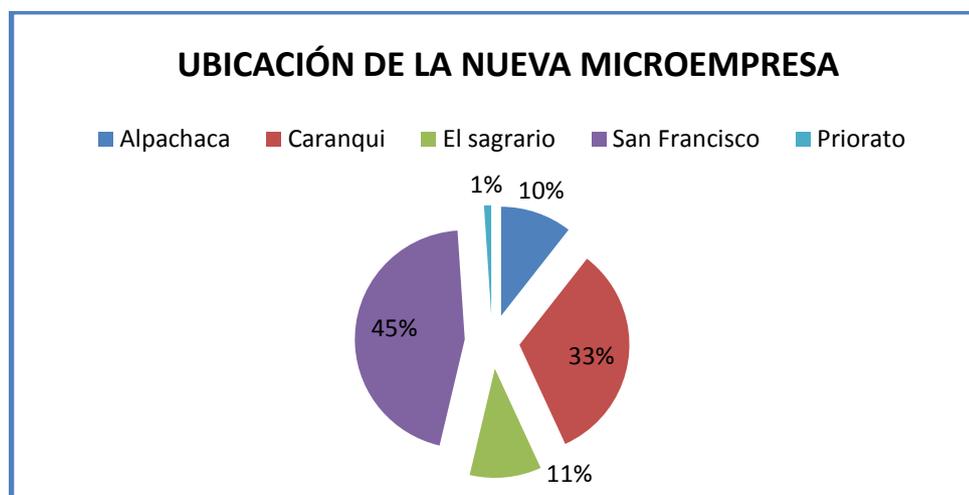
j) INTERPRETACIÓN

Casi la totalidad de los encuestados dicen que sería lo mejor que un microempresario de insumos eléctricos puede hacer, implementar no solo la distribución de insumos eléctricos, sino también la prestación de servicio técnico a domicilio, manifiestan además que se lo otorgue aún sin ninguna compra, pues con esto ganaría prestigio, promoción y publicidad para la Microempresa.

Indicador: Ubicación.

11. ¿En qué parroquia urbana de la ciudad de Ibarra le gustaría la ubicación de la microempresa?

GRÁFICO N° 20



FUENTE: Encuestas 2010

ELABORACIÓN: Alicia Huera

k) INTERPRETACIÓN

Un porcentaje menor a la mitad desearía que la microempresa se ubique en zonas céntricas, los demás encuestados no tienen preferencia del lugar donde debe estar ubicada, dicen que donde esté, si tiene estas características el cliente llega, manifiestan que por ser una microempresa que va a cubrir por primera vez una gran necesidad poblacional su ubicación no sería un obstáculo para llegar.

ANEXO Nº 7

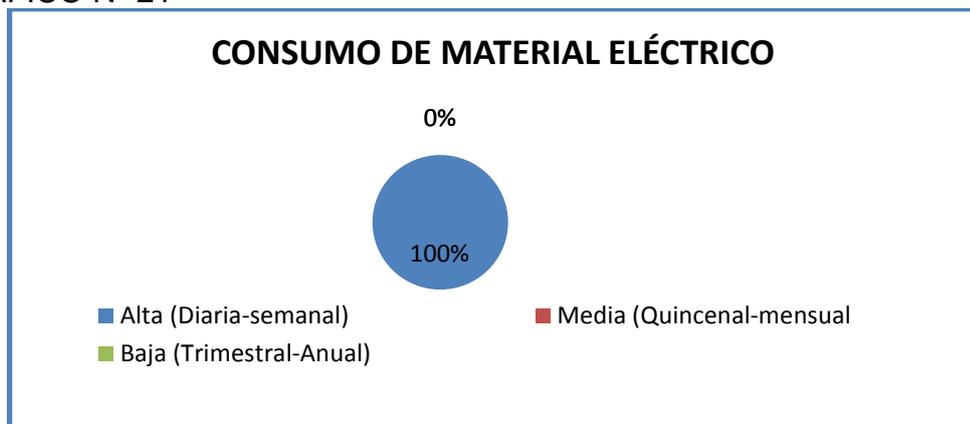
TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN COMERCIALIZADORES DE MATERIAL ELÉCTRICO.

Se transmite la información recogida de 12 locales de venta de material eléctrico de la Ciudad de Ibarra.

Indicador: Adquisición

1. ¿Con qué frecuencia la ciudadanía Ibarreña adquiere en su local materiales e insumos eléctricos?

GRÁFICO Nº 21



FUENTE: Encuestas 2010

ELABORACIÓN: Alicia Huera

I) INTERPRETACIÓN

Los encuestados manifiestan que en cantidades grandes es algo relativo, pues todo negocio tiene sus temporadas altas y bajas, pero para cantidades pequeñas venden casi siempre a diario durante toda la semana desde que empezaron sus negocios. Todos coinciden en que las ventas son a diario.

Indicador: Producto.

2. Usted, a nivel de empresa ¿ofrece los servicios técnicos a domicilio a sus clientes?

GRÁFICO Nº 22



FUENTE: Encuestas 2010

ELABORACIÓN: Alicia Huera

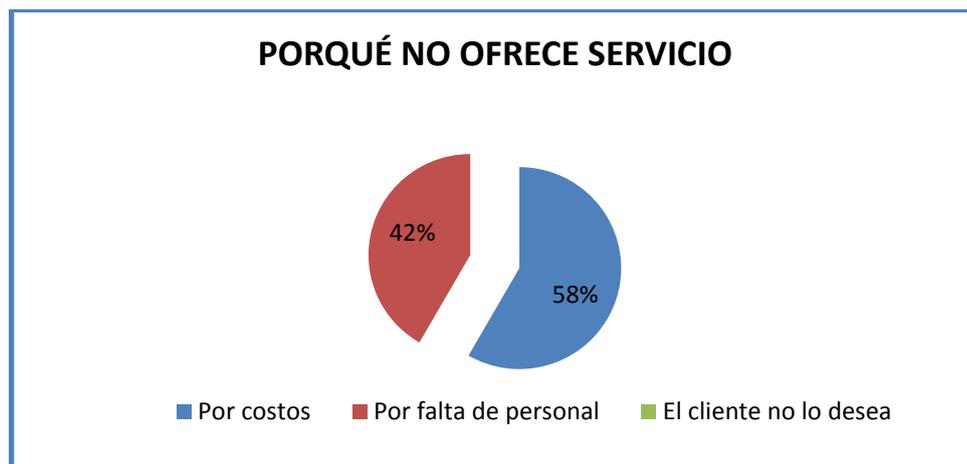
m) INTERPRETACIÓN

Tan solo uno de los encuestados manifiesta ofrecer este tipo de servicio y realizarlo en la ciudad, pero la demanda es alta afirma. Los demás distribuidores encuestados dicen no realizar este tipo de servicio y por lo tanto, no lo ofrecen al cliente, pues cada persona ve cómo resolver sus problemas eléctricos; y es un campo que si conocen los propietarios de negocios pero no lo practican fuera, por el tiempo y porque su negocio es vender insumos nada más, comentan.

Indicador: Producto

3. Si su respuesta es NO, ¿Por qué no lo ha hecho?

GRÁFICO N° 23



FUENTE: Encuestas 2010

ELABORACIÓN: Alicia Huera

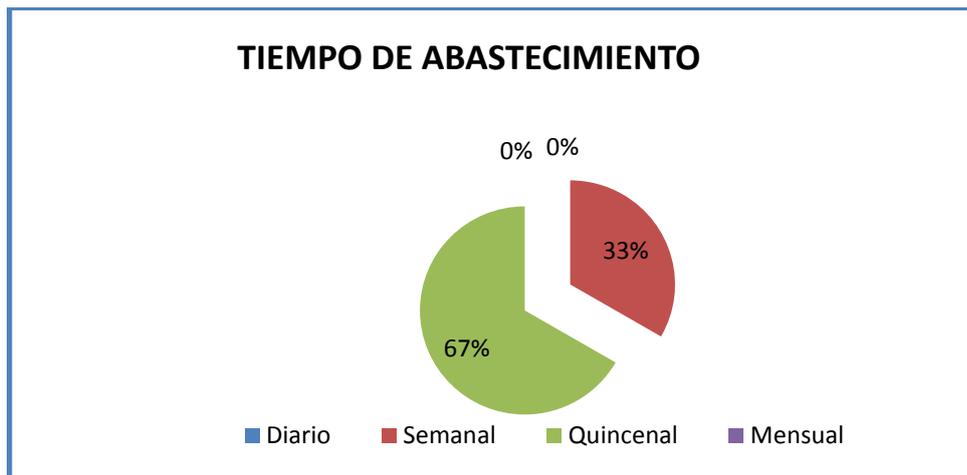
n) INTERPRETACIÓN

Poco más de la mitad de los encuestados expresan que no ofrecen el servicio porque su obligación es vender material eléctrico, y que para realizar este tipo de servicios tendrían que incurrir en costos y contratar personal capacitado, lo cual, no les conviene. Pero así mismo afirman que la clientela si pide esta clase de servicios, o que les aconsejen sobre quién puede ayudarles, al menos cuando son clientes nuevos, lo piden constantemente.

Indicador: Abastecimiento

4. ¿Cada cuánto tiempo se abastece de insumos?

GRÁFICO N° 24



FUENTE: Encuestas 2010

ELABORACIÓN: Alicia Huera

o) INTERPRETACIÓN

La mayoría de los propietarios dice suministrarse de insumos cada quince días por cuanto los vendedores de sus proveedores son de Quito y vienen cada quince días a visitarles, o en su defecto expresan que cuando se les termina algún producto, llaman a pedir anticipadamente y los proveedores se encargan de tenerlos en stock y con lo que el público necesita. Otra opción que dicen tener es recurrir a almacenes Kiwy debido a que también se le puede comprar y pueden proveer localmente.

Indicador: Publicidad.

5. ¿Realiza campañas publicitarias de los productos que ofrece?
En que medios lo realiza.

GRÁFICO Nº 25



FUENTE: Encuestas 2010

ELABORACIÓN: Alicia Huera

p) INTERPRETACIÓN

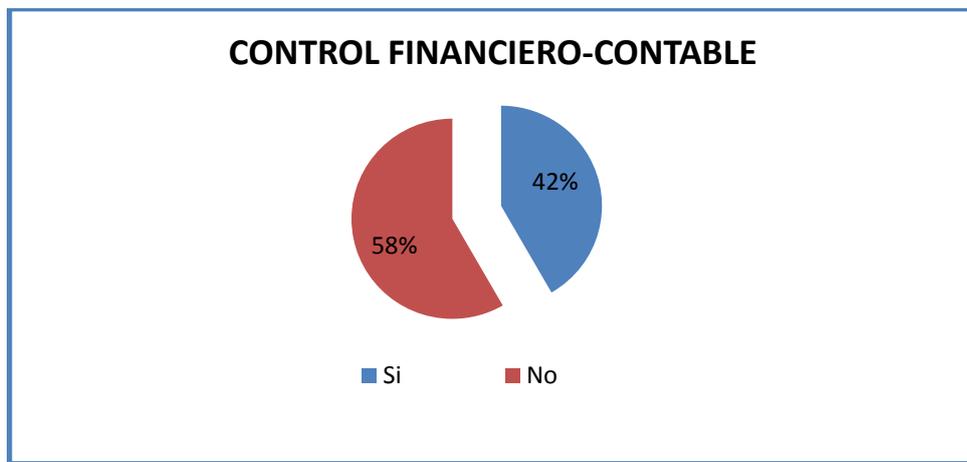
Casi la totalidad de los comercializadores de insumos eléctricos opinan que no se requiere hacer campañas publicitarias de los productos, justifican esto con su promoción interna, en el momento de la venta de otro producto similar, ya que el cliente es el mejor publicista de nuevos productos y las ventajas que éste ofrezca en su uso.

La minoría que manifiesta si realizar publicidad, dice que lo hace a través de la comunicación radial, pues es la mejor manera de llegar al cliente, expresan y creen necesario darse a conocer, pues si bien muchos saben dónde llegar a comprar, pero los nuevos clientes necesitan información acerca de lo que se ofrece, y con esto se ganaría más clientela.

Indicador: Registros Contables.

6. ¿Lleva un control financiero contable de las actividades empresariales?

GRÁFICO N° 26



FUENTE: Encuestas 2010

ELABORACIÓN: Alicia Huera

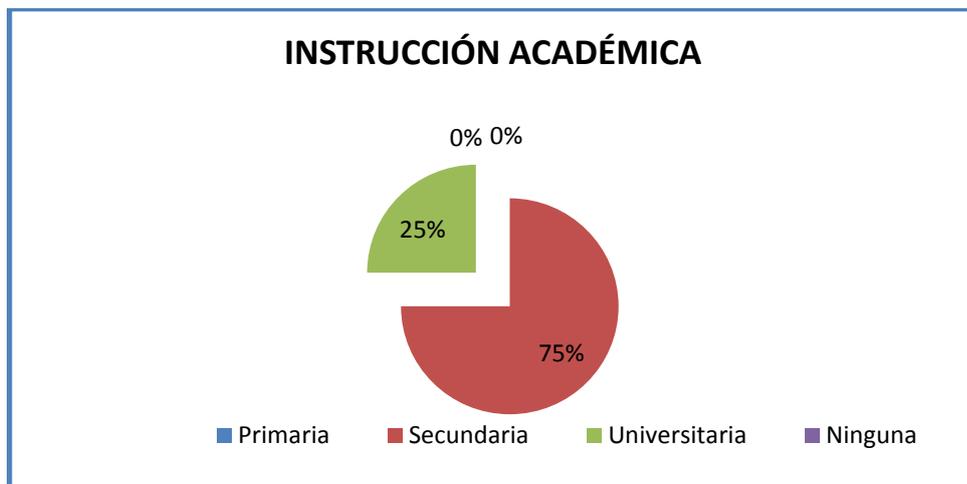
q) INTERPRETACIÓN

La mayor parte de los encuestados dicen no tener un manejo contable exactamente, pero si realizan un registro de ingresos y egresos para cada fin de mes saber si quedó perdida o ganancia, por lo general por ser negocios pequeños no son obligados a llevar contabilidad y lo que hacen es cumplir con las obligaciones con el fisco mensualmente, para ello dicen que proceden a pagar a un contador o un familiar que les realice sus declaraciones. Un porcentaje menor manifiesta llevar un estricto control de sus negocios por cuánto son obligados a llevar contabilidad, hacer retenciones, etc., y con ello estar al día con obligaciones tributarias.

Indicador: Nivel Académico

7. ¿Qué tipo de instrucción académica se necesita para trabajar en este tipo de negocios?

GRÁFICO Nº 27



FUENTE: Encuestas 2010

ELABORACIÓN: Alicia Huera

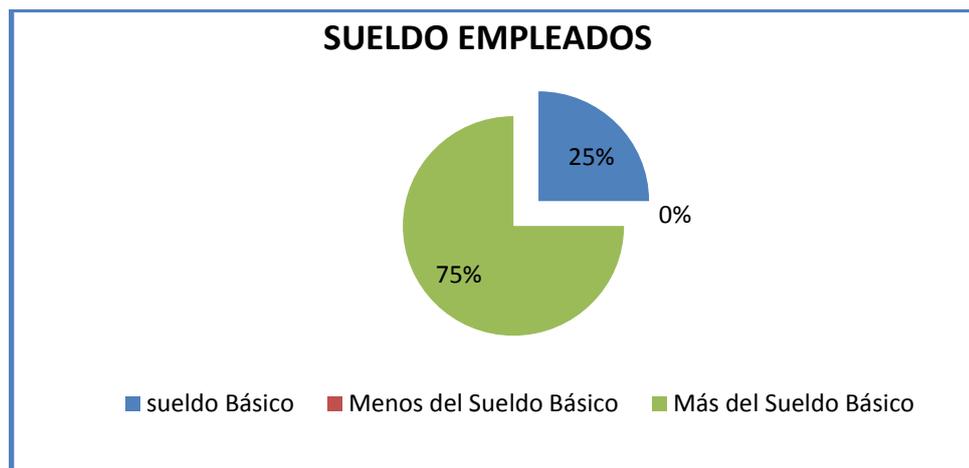
r) INTERPRETACIÓN

Los encuestados expresan que se necesita personal capacitado e idóneo, por lo general emplean a técnicos bachilleres, pues para vender deben saber a fondo de que se trata el producto, y en este negocio dicen se necesita más vendedores. Lo demás dicen que con el trato a diario y la enseñanza que ellos les brindan en seguida aprenden de todo lo que realmente se necesita en este tipo de actividad. Dicen también que si contratan personal más tecnificado, la mano de obra adquiere un valor más elevado, es por eso que, muy pocos trabajan con titulados, y solo pagan a contadores para sus declaraciones.

Indicador: Sueldos y salarios.

8. ¿Cuánto paga mensualmente a sus empleados?

GRÁFICO N° 28



FUENTE: Encuestas 2010

ELABORACIÓN: Alicia Huera

s) INTERPRETACIÓN

La mayor parte de los propietarios encuestados dicen pagar un poco más del sueldo básico a sus empleados, pues es hasta donde les alcanza, y por lo general son solo dos a tres personas que trabajan en estos locales y lo hacen en horarios hasta los sábados y por muchas horas entonces se les paga un poco más. Un porcentaje menor dice trabajar con personas que estudian y pues claro, no cumplen a veces con las ocho horas de trabajo diarias entonces ahí les pagan solamente el sueldo básico. Los beneficios de ley no supieron manifestar.

Indicador: Mercado

9. ¿A su criterio existe elevada competencia en la Ciudad de Ibarra?

GRÁFICO N° 29



FUENTE: Encuestas 2010

ELABORACIÓN: Alicia Huera

t) INTERPRETACIÓN

Casi la totalidad de comercializadores de insumos eléctricos encuestados opinan que existe una elevada demanda de insumos eléctricos, en relación a los pocos almacenes existentes en la ciudad que no abastecen ni satisfacen la necesidad de la población consumidora. Y por ello creen que la competencia es poca, casi lo normal dicen algunos y que cada uno se maneja con su línea de productos, pero no hay que dejar de darles su importancia pues en el mundo de los negocios, no hay competidor pequeño manifiestan.

ANEXO N° 8

CONCLUSIONES GENERALES DE LA ENTREVISTA REALIZADA A EXPERTOS EN EL TEMA DE SERVICIOS ELÉCTRICOS

1. ¿Las instalaciones de su local son propias?
Arrendadas

2. ¿Cuánto tiempo lleva en el mercado?
De 2 a 6 años

3. ¿Con cuánto personal trabaja en su negocio?
De 2 a 3 personas

4. ¿Qué nivel académico tiene su personal?
Bachiller, y tecnología.

5. ¿Bajo qué modalidad trabaja su personal?
Bajo relación de dependencia, se les afilia por el sueldo básico.

6. ¿Qué tipo de servicios ofrece a sus clientes?
Todo lo que tiene que ver con daños eléctricos.

7. ¿Cuántos trabajos realiza al día?
Más o menos cinco a siete

8. ¿Cuáles son los problemas más frecuentes que encuentra en los hogares ibarreños?

Desconocimiento
Duchas quemadas
Cables que necesitan ser cambiados

Instalaciones nuevas

Adecuaciones como alarmas contra robos.

Problemas en luminarias y focos.

9. En promedio ¿cuánto cobra a sus clientes?

0-5 5-10 10-15 15-20 20 y más

El precio está fijado en \$ 3 por cada punto y mínimo en una casa pequeña se encuentran 6 a 8 puntos. Para los demás trabajos se cobra dependiendo del trabajo que se realice más o menos \$8 a 10\$ por trabajos pequeños, para grandes \$20.

ANEXO N° 9

PROFORMA EQUIPO DE COMPUTACIÓN

COMPUTOTAL

Todo para su computador.

COMPUTADORES Y SUMINISTROS DE COMPUTACIÓN
RUC:0400734109001

CLIENTE: ALICIA MARINA HUERA
FECHA: 13 de Abril 2011
DIR. Av Teodoro Gómezz 843-3 y Benolomé Garcia

RUC 070435867-0
TELF.: 2957-685

PROFORMA



CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR U	V. TOTAL
1	COMPUTADOR INTEL CELERON 1.6GHZ Combo Case de manigueta Mainboard Blostar G31 Procesador Intel Celeron 2.5 ghz Memoria de 1GB Disco Duro Samsung 160 GB DVD Rwriter 22X LG o Samsung Lector de Tarjetas Teclado, parlantes, Mouse Monitor LCD 18.5" LG o Samsung Impresora Multifunción Canon MP 250 (impresora, copiadora, scanner,) Regulador de voltaje, cobertores, micrófono Pad Mouse Mesa Importada, Silla Hidráulica Flash Memory 4GB	491.07	491.07
1	Teléfono Panasonic KX TS520LX	17.86	17.86
		SUBTOTAL	508.93
		12% IVA	61.07
		TOTAL	570.00



Quantum

Canon

Nota: Esta Proforma es válida por 15 días

Nota: Estimado cliente, las transferencias bancarias se realizarán a nombre de COMPUTOTAL CUENTA DE AHORROS DEL BANCO DEL PICHINCHA # 4027993300. Las retenciones se recibirán, máximo 5 día después de emitida la factura. Gracias por su comprensión.

COMPUTOTAL
VENTAS

COMPAQ

Local 1: Av. Atahualpa 14-125 y Teodoro Gómez de la Torre-frente al ITSI Telf: (06) 2603 687-Telefax: (06) 2953 470
Local 2: Bolívar 12-115 entre Rafael Larrea y Obispo Mosquera Telf: (06) 2605 086-Telefax: (6) 2957 626
E-mail: computotal@andinanet.net fhuera • Ecuador

ANEXO Nº 12
VALORACIÓN VEHÍCULO

IMBAUTO SIEMPRE CONTIGO 

PROFORMA DE VENTA

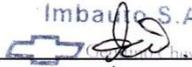
Fecha: 13 de Abril del 2011 Nombre Cliente: Norelectric

Teléfono: 2957-685 Oficina: _____ E-mail: _____

Dirección: Av. Teodoro Gomez 8-43 y Bartolome Garcia

Actividad Económica: _____

USTED VIENE POR: Cliente anterior Publicidad TV. Publicidad Prensa Referido E-mail / web

<p>INFORMACION DEL VEHICULO</p> <p>Vehículo Chevrolet <u>Semi nuevo</u></p> <p>Año: <u>2000</u></p> <p>Valor con I.V.A. US\$ _____</p> <p>Valor seguro US\$ _____</p> <p>Dispositivo de seguridad US\$ _____</p> <p>Accesorios: _____</p> <p>PRECIO TOTAL: <u>7.000=</u></p> <p>EJECUTIVO DE VENTAS:  Imbauto S.A.</p> <p>TELÉFONO: <u>2608-100 ext. 137</u></p> <p><small>NOTA: Los precios están sujetos a variación sin previo aviso.</small></p>	<p>FINANCIAMIENTO</p> <p>Cuota inicial: _____</p> <p>Saldo: _____</p> <p align="center">CUOTA MENSUAL</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th>PLAZO</th> <th>PLAN 1</th> <th>PLAN 2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>6 Meses</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>12 Meses</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>18 Meses</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>24 Meses</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>36 Meses</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>48 Meses</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>60 Meses</td><td>_____</td><td>_____</td></tr> </tbody> </table> <p>SEGURO POR AÑO <input type="checkbox"/> Plazo Contrato <input type="checkbox"/></p>	PLAZO	PLAN 1	PLAN 2	6 Meses	_____	_____	12 Meses	_____	_____	18 Meses	_____	_____	24 Meses	_____	_____	36 Meses	_____	_____	48 Meses	_____	_____	60 Meses	_____	_____
PLAZO	PLAN 1	PLAN 2																							
6 Meses	_____	_____																							
12 Meses	_____	_____																							
18 Meses	_____	_____																							
24 Meses	_____	_____																							
36 Meses	_____	_____																							
48 Meses	_____	_____																							
60 Meses	_____	_____																							

ANEXO Nº 13
VALOR DE SALVAMENTO DEL ACTIVO FIJO

ACTIVO FIJO	COSTO	VIDA ÚTIL	% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR SALVAMENTO
Vehículo	7.000,00	5	20%	7.000,00	0,00
Equipo de Computación	550,00	3	33%	550,00	0,00
Muebles y Enseres	3.163,00	10	10%	1.581,50	1.581,50
Nuevo Equipo de Computo	569,64	3	33%	379,76	189,88
TOTAL	11.282,64			9.511,26	1.771,38