



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

**TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL
COMISARIATO MUNICIPAL EN LA CIUDAD DE LA BONITA,
CANTÓN SUCUMBÍOS.**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, C.P.A.

AUTORA: GETIAL, C. LIDIA. N.
DIRECTOR: ECON. RUBÉN SANTACRUZ

IBARRA, DICIEMBRE 2013

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de **“Estudio de Factibilidad para la Creación del Comisariato Municipal en la Ciudad de La Bonita, Cantón Sucumbíos”**, está basado en la creación de una empresa de expendio de productos de primera necesidad y otros, motivo por el cual una vez realizada el estudio de campo en la que se aplicó las diferentes instrumentos de investigación científica, mediante la encuesta y entrevista que se realizó a los comerciantes y al consumidor final, se determinó que existe un amplio mercado potencial que demanda productos cada vez mejores en calidad y a precios accesibles. Mediante el análisis de la oferta y de demanda se comprobó que existe una demanda insatisfecha del 42.29%, lo que garantiza la viabilidad del presente proyecto. La inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto es de 48.650,81 dólares, lo cual se estructura con un capital de accionistas, en donde el 50% aporta el GADMS siendo la cantidad de 24.325,40 dólares y con el otro 50% los demás accionistas cuyo dinero será financiado de por el BNF por un valor de 24.325,40 dólares, de esta manera se constituyó la estructura física y financiera adecuada del proyecto. Mediante la utilización de los diferentes métodos de análisis y evaluación financiero se obtuvo un resultado favorable, ya que la inversión generará una rentabilidad satisfactoria que permite alcanzar los objetivos planteados y esto representa una oportunidad de inversión. El presente proyecto genera un impacto positivo para el entorno, ya que la propuesta beneficiará a la comunidad en el aspecto social, educativo, económico, ambiental, contribuyendo a desarrollo socio-económico del sector. Para finalizar se ha determinado las conclusiones y recomendaciones a las que se han llegado luego de todo el proceso investigativo, valorando el cumplimiento de los objetivos que se planteó para el estudio y reafirmando la viabilidad del presente proyecto.

EXECUTIVE SUMMARY

This work of “**Estudio de Factibilidad para la Creación del Comisariato Municipal en la Ciudad de La Bonita, Cantón Sucumbíos**”, is based on the creation of a company sale of products and other necessities, which is why once on field study in which different instruments applied scientific research by the survey and interview conducted to traders and end consumers, it was determined that there is a large potential market demand better products in quality and affordable. By analyzing the supply and demand is found that there is an unmet demand of 42.29%, which guarantees the feasibility of this project. The investment required for the implementation of the project is \$ 48,650.81 is, which is organized with a capital of shareholders, where 50% brings the GADMS being the amount of \$ 24,325.40 and the other 50 % other shareholders whose money will be funded by the BNF in the amount of \$ 24,325.40, so it was the physical and financial structure of the project proper. By using different methods of analysis and financial evaluation yielded a favorable result, since the investment will generate a satisfactory return that achieves the objectives and this represents an investment opportunity. This project generates a positive impact on the environment, as the proposal will benefit the community in the social, educational, economic, environmental, contributing to socio-economic development of the sector. Finally we determined the conclusions and recommendations that have come after the entire research process, evaluating compliance with the objectives proposed for the study and reaffirming the viability of this project.

AUTORÍA

Yo, LIDIA NOEMÍ GETIAL CABRERA portadora de la cédula de ciudadanía 040151198-5 declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información.



Lidia Noemí Getial Cabrera
040151198-5

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

Yo, LIDIA NOEMÍ GETIAL CABRERA con cédula de ciudadanía Nro. 040151198-5, 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 de la obra o trabajo de grado denominado: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL COMISARIATO MUNICIPAL EN LA CIUDAD DE LA BONITA, CANTÓN SUCUMBÍOS"** que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A, 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.



Lidia Noemí Getial Cabrera
040151198-5

Ibarra a los 04 días del mes de diciembre del 2013

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 Ciudadanía:	040151198-5		
Apellidos y nombres:	Getial Cabrera Lidia Noemí		
Dirección:	Ibarra, Parroquia San Francisco, Conjunto Habitacional CETAS		
Email:	Getial_lili@hotmail.com		
Teléfono fijo:	062 658 075	Teléfono móvil:	0981200982

Datos de La Obra	
Título:	"Estudio De Factibilidad Para La Creación Del Comisariato Municipal En La Ciudad de La Bonita, Cantón Sucumbíos"
Autora:	Getial Cabrera Lidia Noemí
Fecha: aaaammdd	Diciembre 2013
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:	Econ. Rubén Santacruz

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, LIDIA NOEMÍ GETIAL CABRERA con cédula de ciudadanía Nro. 040151198-5, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la 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 144.

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 asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 04 días del mes de diciembre del 2013

LA AUTORA:



Lidia Noemí Getial C.
C.C. 040151198-5

ACEPTACIÓN:



Ing. Betty Chávez
JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada LIDIA NOEMÍ GETIAL CABRERA con cédula de ciudadanía Nro. 040151198-5, para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, C.P.A. cuyo tema es: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL COMISARIATO MUNICIPAL EN LA CIUDAD DE LA BONITA, CANTÓN SUCUMBÍOS", considero el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra a los 04 días del mes de diciembre del 2013

Firma

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Rubén Santacruz", is written over a faint, circular stamp. The signature is fluid and cursive.

ECON. RUBÉN SANTACRUZ
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

DEDICATORIA

A Dios, por ser mi luz, mi guía y mi camino, por llenarme de bendiciones y rodearme de ángeles que cuidan de mí.

A mi padre Sebastián, por enseñarme que para alcanzar las metas se debe luchar con esfuerzo y honestidad, por demostrarme que todo es posible para el que quiere.

A mi madre Flor, por ser mi mejor amiga y mi ejemplo a seguir, por salir adelante en los momentos difíciles y por jamás dejarse derrotar

A mi hermana por estar presente en el desarrollo del trabajo investigativo.

A mi esposo Daniel y toda su familia, por la paciencia y el apoyo incondicional.

A mi hijo Danny, por haber compartido mi vida desde su infancia y por tener atesorado en mi corazón recuerdos inolvidables que solo los dos los vivimos.

AGRADECIMIENTO

A Dios por bendecirme con la familia que tengo, a mis padres Flor C. y Sebastián G. a mi hermana Alexandra, a la familia Cualchi García por su apoyo y ayuda a lo largo de mi carrera universitaria, y de manera especial a mi hijo Danny a mi esposo Daniel por entenderme y estar siempre a mi lado.

Al selecto grupo de profesores que conforman la Universidad Técnica del Norte, por saber impartir sus conocimientos y experiencias, especialmente al Econ. Rubén Santacruz por sus invaluable consejos, paciencia, guía, apoyo y confianza que hizo posible la culminación exitosa de este trabajo

Lidia Getial

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	I
RESUMEN EJECUTIVO	II
EXECUTIVE SUMMARY	III
AUTORÍA	IV
CERTIFICACIÓN	VIII
DEDICATORIA	IX
AGRADECIMIENTO	X
ÍNDICE GENERAL	XI
ÍNDICE DE CUADROS	XIX
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XXII
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	XXIII
PRESENTACIÓN	XXIV
OBJETIVOS DEL PROYECTO	XXVI
JUSTIFICACIÓN	XVII

CAPÍTULO I

DIAGNOSTICO SITUACIONAL	29
Antecedentes	29
Objetivos	30
Objetivo general	30
Objetivos específicos	30
Variables diagnósticas	31
Indicadores de las variables	31
Situación económica – social	61
Actividades producción	31
Gestión GADMS	31
Matriz de relación diagnóstica	32
Desarrollo operativo del diagnóstico	33
Información primaria	33
Información secundaria	33
Análisis de las variables diagnosticas	33
Situación Económica Social	33
Tipo de ingresos	33
Nivel de educación	41
Servicios básicos	47
Luz eléctrica	47
Eliminación de las aguas servidas	49
Recolección de la basura	50
Teléfono convencional	51
Agua potable	52

Costumbres y tradiciones alimenticias	54
Actividades productivas	56
Gestión actual	62
Encuesta realizada a los pobladores de la ciudad la bonita	67
Construcción de la matriz de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos	67
Conclusión del diagnóstico situacional	75
Oportunidad de la inversión	76

CAPÍTULO II

BASES TEÓRICAS O CIENTÍFICAS	79
Objetivo de las bases teóricas y científicas	79
Comisariato	79
Municipio	80
Fines y funciones del municipio	81
Características del comisariato municipal	82
Objetivos del comisariato municipal	83
Ventajas del comisariato	83
Compañías de economía mixta	84
Características de la compañías de economía mixta	84
Servicio	85
Definición	85
Estructura organizacional	86
Gerencia	86
Definición de gerencia	86
Funciones gerenciales	87
Planeamiento	88
Organización	88
Dirección	88
Control	89
Misión	89
Visión	89
Ambiente empresarial	90
Concepto de ambiente empresarial	90
Investigación de mercado	90
Objetivos de la investigación de mercado	91
El mercado	91
Selección del mercado meta	92
Demanda	93
Oferta	93
Demanda insatisfecha	94
Mix de marketing	94

Producto	95
Precio	95
Promoción	96
Plaza	96
Estudio técnico	97
Localización optima del proyecto	97
Macro localización	97
Micro localización	98
Flujo grama de producción	98
Presupuesto técnico	99
Inversiones	99
Inversión fija	99
Inversión diferida	100
Inversión variable o capital de trabajo	100
Estudio financiero	101
Ingresos	102
Egresos	102
Estado de situación inicial	102
Estado de resultados	103
Estado de flujo de caja	103
Evaluación económica – financiera	104
Evaluación económica	104
Evaluación financiera	104
Indicadores para la evaluación	104
Valor actual neto (van)	104
Tasa interna de retorno (TIR)	105
Costo beneficio	106
Tiempo de recuperación de la inversión	106
Punto de equilibrio	107
Sensibilidad	107
Conclusión de la base teórica científica	108

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO	109
Introducción	109
Objetivos del estudio de mercado	109
Objetivo general	109
Objetivos específicos	109
Identificación de la población	110
Cálculo de la muestra	110
Evaluación de la información	112
Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad La Bonita, del	

cantón sucumbíos	112
Resultado de la encuesta aplicada a los comerciantes de la ciudad de La Bonita, cantón y provincia de Sucumbíos	123
Entrevista realizada a las autoridades del cantón Sucumbíos	130
Opinión de expertos	131
Observación directa	131
Identificación del servicio	131
Estudio del mercado meta	132
Mercado cautivo	133
Mercado tradicional	133
Segmento de mercado	133
Identificación de la demanda	133
Proyección de la demanda	134
Identificación de la oferta	136
Proyección de la oferta	136
Balance oferta / demanda	139
Análisis de la competencia	139
Mix de marketing	140
Precio	140
Producto	141
Plaza	141
Promoción	142
Publicidad	143
Promoción de ventas	144
Conclusión del estudio de mercado	145

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO	147
Objetivo del estudio técnico	147
Macro y micro localización	147
Macro localización	147
Posición política	147
Posición geográfica	149
Micro localización	149
Alternativas de selección	149
Matriz locacional	150
Ingeniería del proyecto	151
Capacidad del proyecto	151
Diseño de instalaciones	152
Distribución de la planta	155
Área de servicio	155
Bodega	156

Oficinas	156
Sala de estar	156
Baños	156
Flujograma del proceso	156
Adquisición de mercadería al proveedor	158
Recepción de la mercadería a la bodega	158
Control de calidad	158
Etiquetado de precios	158
Ingreso de los productos al local	159
Colocación de los productos en cada una de las secciones	159
Venta de productos de acuerdo a la conveniencia del cliente	159
Cobranza y salida del producto al consumidor final	159
Presupuesto de inversión	160
Activos fijos	160
Terreno	160
Infraestructura	160
Equipo de oficina	161
Equipo de computación	161
Muebles y enseres	162
Maquinaria y equipo	162
Gastos de constitución	163
Capital de trabajo neto	163
Inversión total	164
Conclusión de estudio técnico	164

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO	165
Presupuesto de operación	165
Objetivos del estudio económico – financiero	165
Presupuesto de ingresos	165
Presupuesto de costos y gastos	166
Costo de ventas	167
Gastos administrativos	168
Gastos de ventas	170
Gasto financieros	171
Depreciación de activos fijos	173
Gastos constitución	174
Estados financieros	175
Estado de situación inicial	175
Estado de resultados integrales	175
Estado de flujo de caja	176
Evaluación económica – financiera	177

Costo de oportunidad	177
Valor actual neto (VAN)	178
Tasa interna de retorno	179
Punto de equilibrio	181
Período de recuperación del capital	183
Costo / beneficio	184
Conclusión del estudio económico – financiero	185

CAPÍTULO VI

LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN	186
Objetivo del capítulo VI la empresa y su organización	186
Análisis interno de la empresa	186
La empresa	186
Nombre o razón social	186
Logotipo	187
Base filosófica de la empresa	187
Misión	187
Visión	187
Estrategia empresarial	188
Objetivos	188
Políticas	188
Valores	190
La organización	191
Organigrama estructural	191
Descripción de funciones	192
Nivel directivo	192
Nivel ejecutivo	192
Nivel operativo	192
Nivel de apoyo	192
Denominación de puestos	193
Gerente general	193
Descripción del cargo	193
Funciones	193
Perfil	193
Requisitos de instrucción	193
Responsabilidades	194
Condiciones de trabajo	194
Contador	194
Descripción de cargo	194
Funciones	194
Perfil	195
Responsabilidades	196

Tesorero	196
Descripción de cargo	196
Funciones	196
Perfil	197
Responsabilidades	197
Condiciones de trabajo	197
Cajero	197
Descripción de cargo	197
Funciones	198
Perfil	198
Requisitos de instrucción	198
Responsabilidades	199
Condiciones de trabajo	199
Bodeguero	199
Descripción de cargo	199
Funciones	199
Perchero	200
Descripción del cargo	200
Funciones	200
Secretaria	200
Descripción de cargo	200
Funciones	200
Actividades	201
Propuesta operativa	201
Compra de mercadería	202
Almacenamiento	202
Comercialización	203
Distribución	203
Ventas	203
Flujograma de proceso de recepción de la mercadería	204
Flujograma de proceso de compras de productos a proveedores	205
Proceso de recepción de mercadería	206
Instructivo para su uso	207
Flujograma de proceso de almacenamiento de la mercadería	208
Proceso de almacenamiento de mercadería	209
Instructivo para su uso	210
Flujograma de proceso de venta o entrega de la mercadería	211
Productos	212
Grupo 1: productos de aseo	212
Grupo 2: productos de limpieza	212
Grupo 3: cereales y lácteos	213

Grupo 4: víveres	213
Grupo 5: golosinas	214
Grupo 6: carnes, embutidos v mariscos	214
Grupo 7: licores y bebidas	214
Grupo 8: varios	215
Análisis externo (marco legal de constitución)	215
Base legal	215
Tipo de compañía	215
Disposiciones legales	218
Del capital	218
De la forma del contrato	219
Trámites y requisitos para la constitución legal de la compañía	219
Otros trámites y requisitos para la constitución legal de la compañía	227
Estatutos de la compañía	230
Conclusiones del capítulo VI la empresa y su organización	243

CAPÍTULO VII

IMPACTOS DEL PROYECTO	244
Objetivos de los impactos del proyecto	244
Ponderaciones	244
Matriz de evaluación de impactos	245
Impacto social	245
Impacto económico	247
Impacto educativo	249
Impacto ambiental	251
Impacto empresarial	252
Impacto general	254
Conclusiones del capítulo VII de los impactos	255
Conclusiones	256
Recomendaciones	257
Glosario de SIGLAS	258
Bibliografía	260
Lincografía	264
Anexos	267

ÍNDICE DE CUADROS

N°	Pág
1: MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	32
2: TABLA DE SALARIOS MÍNIMOS SECTORIALES	34
3: PEA POR GRUPO DE OCUPACIÓN	38
4: POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA E INACTIVA	39
5: POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA E INACTIVA (%)	40
6: CONDICIÓN DE ALFABETISMO GRUPOS ÉTNICOS	42
7: CONDICIÓN DE ALFABETISMO GRUPOS ÉTNICOS (%)	42
8: CONDICIÓN DE ALFABETISMO POR ÁREA	43
9: CONDICIÓN DE ALFABETISMO POR ÁREA (%)	43
10: NIVEL DE EDUCACIÓN	46
11: NIVEL DE EDUCACIÓN (%)	46
12: LUZ ELÉCTRICA	48
13: LUZ ELÉCTRICA (%)	48
14: ELIMINACIÓN DE LA AGUAS SERVIDAS	49
15: ELIMINACIÓN DE LA AGUAS SERVIDAS (%)	49
16: RECOLECCIÓN DE LA BASURA	50
17: RECOLECCIÓN DE LA BASURA (%)	50
18: TELÉFONO CONVENCIONAL	51
19: TELÉFONO CONVENCIONAL (%)	51
20: AGUA POTABLE	52
21: AGUA POTABLE (%)	52
22: NECESIDADES BÁSICAS INSATISFECHAS DE LA BONITA	53
23: NECESIDADES BÁSICAS INSATISFECHAS URBANO	53
24: NECESIDADES BÁSICAS INSATISFECHAS RURAL	54
25: PLATOS TÍPICOS DE LA BONITA	54
26: ALIMENTOS QUE MAS SE CONSUME EN LA BONITA	55
27: COMERCIO DE LA CIUDAD LA BONITA	58
28: COMERCIALIZACIÓN EN LA BONITA	59
29: ACTIVIDADES ECONÓMICAS	61
30: GESTIÓN Y EJECUCIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO	54
31: GESTIÓN Y EJECUCIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO	65
32: PLAN OPERATIVO ANUAL	66
33: NIVEL DE EDUCACIÓN	67
34: TIPO DE TRABAJO	68
35: INGRESOS	69

36: ALIMENTOS QUE MAS SE CONSUME	70
37: SERVICIOS BÁSICOS	71
38: ACTIVIDADES DE LA CIUDAD LA BONITA	72
39: GESTIÓN DEL GADSM	74
40: MATRIZ AOR	75
41: LUGAR DE ADQUISICIÓN DE LOS PRODUCTOS	112
42: FRECUENCIA DE COMPRAS	113
43: TIPOS DE PRODUCTOS	114
44: GASTO MENSUAL	115
45: BUENA ATENCIÓN	116
46: CALIDAD DE LOS PRODUCTOS	117
47: INFRAESTRUCTURA DE LOS NEGOCIOS ACTUALES	118
48: CREACIÓN DE UN COMISARIATO MUNICIPAL	119
49: ASPECTOS DE UN COMISARIATO MUNICIPAL	120
50: ACUDIRÍAN AL COMISARIATO MUNICIPAL	121
51: UBICACIÓN DEL COMISARIATO MUNICIPAL	122
52: PRECIOS DE LOS PRODUCTOS	123
53: CALIDAD DE LOS PRODUCTOS	124
54: LUGAR DE ADQUISICIÓN DE LOS PRODUCTOS	125
55: DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS	126
56: COMPETENCIA	127
57: POSICIÓN ECONÓMICA	128
58: EXISTENCIA DE UN COMISARIATO MUNICIPAL	129
59: PERSONAS ENTREVISTADAS	130
60: DEMANDA	134
61: DISTRIBUCIÓN POR PRODUCTOS	135
62: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA (en personas)	135
63: OFERTA (en personas)	136
64: TIENDAS	137
65: PROYECCIÓN OFERTA (en personas)	138
66: BALANCE OFERTA / DEMANDA (en personas)	139
67: MATRIZ LOCACIONAL	150
68: CAPACIDAD	152
69: ADECUACIONES	161
70: EQUIPO DE OFICINA	161
71: EQUIPO DE COMPUTACIÓN	161
72: MUEBLES Y ENSERES	162
73: MAQUINARIA Y EQUIPO	162
74: GASTOS DE CONSTITUCIÓN	163
75: CAPITAL DE TRABAJO NETO	163
76: INVERSIÓN TOTAL	164

77: INGRESOS PROYECTADOS	166
78: TASA PROMEDIO SUELDOS	167
79: COSTO DE VENTAS	168
80: SUELDOS (Año 1)	168
81: SUELDOS (Año 2)	169
82: PROYECCIÓN DE LOS SUELDOS	169
83: HONORARIOS PROFESIONALES	169
84: GASTOS SERVICIOS BÁSICOS	170
85: GASTOS GENERALES	170
86: SUELDOS DE VENTAS (Año 1)	170
87: SUELDOS DE VENTAS (Año 2)	171
88: PROYECCIÓN DE LOS SUELDOS DE VENTAS	171
89: GASTOS DE VENTAS	171
90: PUBLICIDAD	171
91: TABLA DE AMORTIZACIÓN (Tiempo, Capital y Tasa de Interés)	172
92: TABLA DE AMORTIZACIÓN	172
93: DEPRECIACIÓN	174
94: AMORTIZACIÓN GASTO CONSTITUCIÓN	174
95: ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES	176
96: ESTADO DE FLUJO DE CAJA	177
97: COSTO DE OPORTUNIDAD	178
98: FLUJOS DE EFECTIVO	179
99: FLUJOS DE EFECTIVO	180
100: PUNTO DE EQUILIBRIO	182
101: PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL	183
102: INGRESOS Y EGRESOS ACTUALIZADOS	184
103: CAPITAL SOCIAL	232
104: SUSCRIPCIÓN Y PAGO CAPITAL SOCIAL	242
105: PONDERACIONES	244
106: IMPACTO SOCIAL	246
107: IMPACTO ECONÓMICO	248
108: IMPACTO EDUCATIVO	249
109: IMPACTO AMBIENTAL	251
110: IMPACTO EMPRESARIAL	253
111: IMPACTO GENERAL	254

ÍNDICE DE GRÁFICOS

N°	Pág
1: POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA E INACTIVA	41
2: CONDICIÓN DE ALFABETISMO	45
3: NIVEL DE EDUCACIÓN	47
4: COMERCIO DE LA CIUDAD DE LA BONITA	59
5: COMERCIALIZACIÓN EN LA BONITA	60
6: ACTIVIDADES ECONÓMICAS	62
7: CARGA ECONÓMICA EN FUNCIÓN DE PROCESOS AGREGADORES DE VALOR Y HABILITANTES GM- SUCUMBÍOS	66
8: NIVEL DE EDUCACIÓN	67
9: TIPO DE TRABAJO	68
10: INGRESOS	69
11: ALIMENTOS QUE MAS CONSUMEN	70
12: SERVICIOS BÁSICOS	71
13: ACTIVIDADES DE LA CIUDAD LA BONITA	73
14: GESTIÓN DEL GADMS	74
15: LUGAR DE ADQUISICIÓN DE LOS PRODUCTOS	112
16: FRECUENCIA DE COMPRAS	113
17: TIPOS DE PRODUCTOS	114
18: GASTO MENSUAL	115
19: BUENA ATENCIÓN	116
20: CALIDAD DE LOS PRODUCTOS	117
21: INFRAESTRUCTURA DE LOS NEGOCIOS ACTUALES	118
22: CREACIÓN DE UN COMISARIATO MUNICIPAL	119
23: ASPECTOS DE UN COMISARIATO MUNICIPAL	120
24: ACUDIRÍAN AL COMISARIATO MUNICIPAL	121
25: UBICACIÓN DEL COMISARIATO MUNICIPAL	122
26: PRECIOS DE LOS PRODUCTOS	123
27: CALIDAD DE LOS PRODUCTOS	124
28: LUGAR DE ADQUISICIÓN DE LOS PRODUCTOS	125
29: DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS	126
30: COMPETENCIA	127
31: POSICIÓN ECONÓMICA	128
32: EXISTENCIA DE UN COMISARIATO MUNICIPAL	129

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

N°	Pág
1: COMISARIATO MUNICIPAL	79
2: FUNCIONES GERENCIALES	87
3: CANALES DE DISTRIBUCIÓN DEL COMISARIATO	142
4: DISEÑO DEL TRÍPTICO ANVERSO	143
5: DISEÑO DEL TRÍPTICO REVERSO	144
6: PROMOCIÓN DE VETAS	145
7: DESCUENTOS	145
8: LOCALIZACIÓN DE LA PARROQUIA LA BONITA	148
9: MAPA POLÍTICO DEL CANTÓN SUCUMBÍOS, CIUDAD LA BONITA	148
10: CROQUIS DE UBICACIÓN	151
11: DISEÑO DE LAS INSTALACIONES PLANTA BAJA	153
12: DISEÑO DE LAS INSTALACIONES PLANTA ALTA	154
13: FRENTE DE LAS INSTALACIONES	155
14: FLUJOGRAMA DEL PROCESO	157
15: LOGOTIPO	187
16: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	191
17: DIAGRAMA DE BLOQUE	201
18: OTRO DIAGRAMA DE BLOQUE	202
19: FLUJOGRAMA DE PROCESO DE RECEPCIÓN DE LA MERCADERÍA	204
20: FLUJOGRAMA DE PROCESO DE COMPRAS DE PRODUCTOS A PROVEEDORES	205
21: CARDEX DE RECEPCIÓN DE LA MERCADERÍA	206
22: FLUJOGRAMA DE PROCESO DE ALMACENAMIENTO DE LA MERCADERÍA	208
23: CARDEX DE MOVIMIENTO DE LA MERCADERÍA DE BODEGA	209
24: FLUJOGRAMA DE PROCESO DE VENTA DE LA MERCADERÍA	211

PRESENTACIÓN

Realizada la investigación del tema de trabajo de grado " Estudio de Factibilidad para la Creación del Comisariato Municipal en la ciudad de La Bonita, Cantón Sucumbíos", los hallazgos favorecen a la creación del mismo, sustentado en los siguientes capítulos:

CAPÍTULO I: Consta de un diagnóstico situacional que identifica a los aliados o consumidores, oponentes o intermediarios, oportunidades propias de esta actividad y los riesgos de la misma, para ello se utilizó diferentes técnicas de investigación como: la entrevista, observación, encuesta, etc. que se aplicó a la población de este sector, en donde se determinó que en el sector no existe un comisariato o una entidad que expendan productos de primera necesidad y otros de buena calidad a precios accesibles, por tal motivo la creación de este comisariato es muy indispensable para mejorar la calidad del consumo y por ende la vida.

CAPÍTULO II: Marco Teórico consta el sustento escrito de todos los aspectos que encierra el presente estudio, refleja los conocimientos teóricos y científicos que permitieron obtener un estudio real y sirvió como una herramienta primordial para conocer los conceptos básicos a través de la investigación bibliográfica, utilizando la técnica del fichaje.

CAPÍTULO III: Se compone por el estudio de mercado el cual determina los parámetros de la oferta y demanda que canalizan la distribución y comercialización de los productos y servicios, una vez contrastando la oferta y demanda se determinó una demanda insatisfecha del 42,29% lo que significa que existe suficientes compradores para que la empresa puede ingresar al mercado sin ningún tipo de problemas utilizando estrategias para persuadir a los consumidores.

CAPÍTULO IV: Análisis Técnico se describe la ubicación estratégica del proyecto como también se explica el proceso con el que se piensa iniciar las actividades de la entidad, se determinó el presupuesto de inversión del proyecto, mismo que será de 48.650,81 dólares americanos, de los cuales el 50% (USD 24.325,40) será financiado con el Banco de Fomento como aporte de los accionistas y la diferencia el 50% (USD 24.325,40) mediante aporte del Gobierno Autónomo Descentralizado de Sucumbíos.

CAPÍTULO V: Análisis Financiero en este aspecto se estableció los ingresos que se va a obtener por la venta de los productos y los gastos que produce la entidad, luego se estructuró la evaluación financiera, donde se aplicó ratios clásicos para valorar, dando como resultados términos absolutos como el VAN de 4.308,07 y términos porcentuales como la TIR de 13,98%, de tal forma que el proyecto es factible y la recuperación de la inversión es en 4 años 9 meses y 24 días, tiempo óptimo para cubrir deudas y generar utilidades.

CAPÍTULO VI: La Empresa y su Organización, se determina los aspectos que son necesarios para que la empresa pueda emprender sus actividades, en donde se direcciona la organización de la empresa planteando la razón social, misión, visión y estructura orgánica funcional que garantice la sustentabilidad de todos los procesos inmiscuidos en esta acción comercial, definiendo roles, funciones y responsabilidades de cada una de los integrantes que conformen esta entidad, además se formuló una propuesta estratégica tanto a nivel administrativo como operativo las mismas que están basadas en las nuevas tendencias administrativas.

CAPÍTULO VII: Los Impactos que genera el proyecto en su mayor parte son positivos ya que beneficia tanto a los inversionistas como a la comunidad donde se desarrolla el proyecto, mediante la ejecución de este proyecto se concienciará a la comunidad en la adquisición y consumo de

productos de calidad a precios justos, a través del cumplimiento ético y responsable del comisariato municipal.

Al término del estudio de factibilidad se estableció conclusiones y recomendaciones, que se encontraron durante la investigación.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO

Realizar un estudio de factibilidad para la creación del comisariato municipal en la ciudad La Bonita, cantón Sucumbíos.

OBJETIVOS ESPECÍFICO DEL PROYECTO

- Establecer un diagnóstico situacional con la finalidad de conocer las características de la zona donde se procura desarrollar el proyecto.

- Determinar las bases teóricas y científicas, a través de la investigación bibliográfica para que sustenten el proyecto.

- Elaborar un estudio de mercado para analizar y determinar la oferta y la demanda.

- Desarrollar un estudio técnico para determinar la localización óptima del proyecto y la inversión inicial.

- Analizar los aspectos económicos y financieros para determinar su rentabilidad y estabilidad de servicio, empleando técnicas y herramientas financieras.

- Determinar cuáles son los requerimientos para que la organización desarrolle sus actividades.
- ✓ Determinar los principales impactos que generará el proyecto en el ámbito: legal, social, ambiental, económico.

JUSTIFICACIÓN

Múltiples han sido los factores que han influido para realizar el “Estudio de Factibilidad para la Creación del Comisariato Municipal en la Ciudad de La Bonita, Cantón Sucumbíos”, el mismo que se pone a consideración, buscando proponer una alternativa en la comercialización de productos de primera necesidad y otros, que beneficie a la población mayoritaria de esta zona fronteriza ya que es el primer proyecto y estudio en lo referente a este tema y en este sector.

El desarrollo de este proyecto es de vital importancia para el cantón y más directamente para la ciudad de La Bonita, ya que se convertirá en el primer estudio para crear un centro de distribución y venta de productos de calidad a un precio justo y al alcance de la economía de los habitantes de esta localidad, además generará fuentes de trabajo y activará la economía local, sin afectar consecuentemente al ecosistema ya que conllevará un reto ambiental que se evidenciará en el adecuado manejo de los desechos y en el control de calidad de los productos; mediante un proceso de tratamiento oportuno de los residuos.

Este proyecto beneficiará a las familias que viven en la ciudad de La Bonita y el cantón, porque precisará de un proceso de formación y preparación académica con la finalidad de generar un cambio en la dieta alimenticia y consumo adecuado de productos de calidad nutricional, por medio del cambio de la cultura de compra de cada uno de los habitantes, en este sentido, la actual y posteriores administraciones del gobierno municipal tendrán la oportunidad de brindar un excelente servicio para la

comunidad en cuanto al acopio y distribución de productos de calidad, priorizando la comercialización de productos propios de la zona.

Estos son entre unos de los muchos aspectos que tomarían un verdadero impulso al aplicarse este proyecto, por ello la importancia de realizar un profundo análisis reflexivo, crítico y propositivo del presente estudio de factibilidad que se espera contribuya al desarrollo económico-social de este sector.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

El Cantón Sucumbíos fue creado como Concejo Municipal mediante Registro Oficial No. 169 del 30 de Abril de 1969, por el entonces Presidente de la República el Dr. José María Velasco Ibarra, que establece una reforma en la división territorial de la provincia de Napo, designándole a La ciudad de La Bonita como cabecera cantonal del cantón Sucumbíos, la misma que está situada en la cuenca amazónica tropical lluviosa con horas de sol media al año 900-1400, al Noroeste de la provincia de Sucumbíos línea de frontera Ecuador – Colombia, tiene un clima tropical muy húmedo con una temperatura de 20 a 25⁰ C zona característica de las estribaciones orientales en donde su principal fuente de recursos económicos es la agricultura, la venta de madera y la ganadería, por tal motivo los ingresos de los pobladores es fluctuante cada mes, el mismo que les permita cubrir sus necesidades básicas más elementales como alimentación, educación, salud.

La población al encontrarse en una zona fronteriza es presa fácil para el contrabando de productos; por tal motivo la preocupación por parte de los Gobiernos de turno es eminente, ya que antes no había indicios de ayuda en lo referente a la creación de un centro de distribución de productos que conforman la canasta básica familiar y otros; es más, los proyectos orientados al desarrollo sustentable y el buen vivir solamente quedaban en buenas intenciones. Por ello es necesario e indispensable realizar un estudio de Factibilidad para la Creación del Comisariato Municipal en la ciudad de La Bonita, Cantón Sucumbíos, el cual solucionará significativamente la alimentación básica de la comunidad y evitará el tráfico ilegal de productos a países vecinos.

Al realizar la caracterización en varios puntos de la ciudad se observó que los precios de los productos que se encuentran disponibles en las tiendas de la localidad son elevados, debido a que su abastecimiento se lo se lo hace desde las provincias y ciudades vecinas como Carchi e Imbabura que por la distancia que existe entre estas, el transporte es un factor preponderante en esta actividad y los productos de primera necesidad se encarecen desmedidamente de sus precios originales; por lo que con la creación del Comisariato Municipal se aliviará en gran medida el precio que se paga a los intermediarios, por ejemplo: El comerciante de verduras que es procedente de Julio Andrade, es el único proveedor de este tipo de productos, que sube los precios en forma exagerada, pero como es el único vendedor, la población se ve obligada a comprar y en muchos de los casos hasta en mal estado.

Los alimentos como cárnicos, lácteos, etc., se consiguen en la misma localidad sin ningún tipo de control sanitario, por lo que una vez más se justifica la creación de un comisariato municipal que abastezca las necesidades prioritarias de alimentación y oferte productos de calidad a un precio justo y al alcance de la economía de los ciudadanos de la ciudad y del cantón Sucumbíos.

1.2. OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Conocer la situación real del entorno en el que se creará el Comisariato Municipal

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar las variables socio – económicas más importantes en la zona de influencia del servicio.

- Conocer las principales actividades productivas de la Ciudad La Bonita.

- Analizar la gestión actual de planes y proyectos realizados por Gobierno Autónomo descentralizado Municipal del cantón Sucumbíos (GADMS).

1.2.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Una vez los objetivos del diagnóstico se han logrado identificar las siguientes variables que serán objeto de estudio y análisis.

- Situación económica – social
- Actividades productivas
- Gestión GADMS

1.3. INDICADORES DE LAS VARIABLES

A continuación se mencionan los indicadores más importantes que serán objeto de análisis de las variables antes mencionadas.

1.3.1. Situación económica – social

- Tipo de ingresos
- Nivel de educación
- Costumbres y tradiciones alimenticias
- Servicios básicos

1.3.2. Actividades productivas

- Primarias
- Secundarias
- Terciarias

1.3.3. Gestión GADMS

- Nivel de percepción de la gestión actual
- Planes y proyectos locales aprobados por el GADMS

1.4. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

CUADRO N° 1
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES	TÉCNICAS	PÚBLICO META
Determinar las variables socio – económicas más importantes en la zona de influencia del servicio.	Situación económica -social	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tipo de ingresos ✓ Nivel de educación ✓ Costumbres y tradiciones alimenticias ✓ Servicios básicos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Primaria ✓ Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Observación Directa ✓ Entrevista ✓ Encuesta ✓ Opinión expertos de 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Autoridades ✓ Comunidad ✓ Comerciantes
Conocer las principales actividades productivas de la Ciudad La Bonita...	Actividades productivas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Primarias ✓ Secundarias ✓ Terciarias 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Primaria ✓ Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Observación Directa ✓ Entrevista ✓ Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Autoridades ✓ Comunidad ✓ Comerciantes
Analizar la gestión actual de planes y proyectos realizados por Gobierno Autónomo descentralizado del cantón Sucumbíos	Gestión GADMS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nivel de percepción de la gestión actual ✓ Planes y proyectos locales aprobados por GADMS 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Encuesta ✓ Opinión expertos de 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Autoridades ✓ Comunidad ✓ Comerciantes

Fuente: Investigación Bibliográfica

Elaborado por: La Autora

1.5. DESARROLLO OPERATIVO DEL DIAGNÓSTICO

Para realizar el diagnóstico situacional considero necesario aplicar diferentes técnicas de recolección de información primaria y secundaria que se detallan a continuación.

1.5.1. INFORMACIÓN PRIMARIA

Para el presente estudio se empleó la encuesta como técnica de recolección de la información, misma que se aplicó a la ciudad de La Bonita.

1.5.2. INFORMACIÓN SECUNDARIA

La información secundaria constituye un aspecto muy importante para realizar el diagnóstico, por tanto se la obtuvo revisando documentos oficiales gubernamentales como el plan de desarrollo estratégico del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Sucumbíos, datos publicados por el INEC, censo de población y vivienda 2010, textos especializados y publicaciones.

1.6. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES DIAGNOSTICAS

1.6.1. SITUACIÓN ECONÓMICA SOCIAL (Tipo de ingresos, Nivel de educación, Costumbres y tradiciones alimenticias)

➤ Tipo de ingresos

Los habitantes de La Bonita tienen un nivel económico medio cuyo sueldo oscila entre 318 y 520 dólares lo que indica que sus ingresos les permiten un abastecimiento aceptable de bienes y servicios para sus familias, sin embargo existe un porcentaje considerable de la población que perciben

ingresos menores 318 USD, esto se debe a que en este sector no hay muchas fuentes de trabajo y las personas se dedican a trabajar al diario o a su vez en sus propios terrenos, los ingresos de cada una de las personas también se debe al grupo de ocupación a la cual pertenecen; entre ellos tenemos:

CUADRO N° 2
TABLA DE SALARIOS MÍNIMOS SECTORIALES

CARGO / ACTIVIDAD	COMENTARIOS / DETALLES DEL CARGO O ACTIVIDAD	SALARIO MÍNIMO SECTORIAL 2013
Producción Avícola, Producción De Ganado Y Otras Especies De Animales Otros Relacionados		
Supervisor de producción / mantenimiento	Incluye: Administrador de Granja, Jefe de Granjas	330,72
Técnico de producción / mantenimiento	Producción Pecuaria	325,95
Operador especial	Producción Pecuaria	323,73
Auxiliar de producción / mantenimiento	Incluye el Asistente de Planta	323,41
Galponero de granja		318,00
Clasificador de huevos		318,00
Auxiliar de lácteos	Incluye: Asistente de ordeño, Ordeñador, Operario de leche, Recibidor / Recolector de leche	318,00
Auxiliar/ ayudante / asistente de ganadería	Incluye: Vaquero, Ayudante de establo, Estercolero, Corralero, Establero, Montador	318,00
Operativo de planta	Producción Pecuaria	318,00
Actividades De Alquiler E Inmobiliaria		
Asesor inmobiliario		326,43
Corredor		326,43
Actividades En Materia De Gestión Administrativa		
Gerente / afines		334,86
Administrador de locales / establecimientos		333,17
Administrador de campo	Incluye: Mayordomo, Capataz	333,17

Administrador gerencial		333,17
Subgerente / afines		333,17
Superintendente / afines		333,17
Jefe / afines		331,49
Supervisor / afines	Incluye: Monitoreador	331,49
Director / afines		331,49
Coordinador / afines		329,80
Contador / contador general		328,12
Analista / afines		328,12
Asesor - agente /afines		328,12
Tesorero		328,12
Instructor / capacitador		326,43
Relacionador público		326,43
Liquidador		326,43
Cajero no financiero		324,74
Vendedor / a	Incluye: Empleado de Mostrador, Pre vendedor	324,74
Ejecutivo / afines		324,74
Digitador		323,06
Operador de bodega	Incluye: Almacenista	323,06
Secretaria / oficinista		323,06
Recepcionista / anfitriona		323,06
Asistente / ayudante / auxiliar de contabilidad		323,06
Cobrador / recaudador / facturador / encuestador		323,06
Asistente / ayudante / auxiliar administrativo	Incluye: Archivador	323,06
Asistente de cobranzas que no laboran en instituciones financieras	Incluye: Recaudador	323,06
Bibliotecario		323,06
Inspector / afines	Incluye: Lectores	321,37
Impulsador / a	Incluye: Promotor, Demostrador	321,37
Cocinero que no labora en el sector de turismo y alimentación		321,37
Mensajero / repartidor		320,39
Gestor de documentación		320,39

Conserje / portero		320,39
Asistente / ayudante / auxiliar de bodega	Incluye: Kardista	320,39
Asistente / ayudante / auxiliar de limpieza		320,39
Empacador / cargador	Incluye: Encartonador, Etiquetador, Embalador	318,00
Despachador / perchero	Incluye: Recibidor	318,00
Asistente / ayudante / auxiliar de servicios en general	Incluye: Personal de Servicios, Poli funcional	318,00
Actividades Profesionales		
Profesionales con título de cuarto nivel		372,72
Profesionales con título de tercer nivel		372,72
Director de arte		329,80
Trabajador / a social		328,12
Publicista	Incluye: Creativo	326,43
Servicios De Call / Contact Center, Telemarketing		
Jefe de cartera / producto		333,17
Jefe de nivel de servicios		333,17
Jefe de terreno		333,17
Coordinador control de calidad		329,80
Coordinador de operaciones		329,80
Supervisor de control de calidad		329,80
Supervisor de terreno		329,80
Administrador de demandas		328,12
Analista de soporte de unidades medicas		328,12
Líder de control de calidad		328,12
Asesor / gestor de procesos operacionales		324,74
RAC / citas medicas		324,74
RAC / salud		324,74
Asesor / gestor telefónico call center		324,74
Asesor / gestor telefónico call center bilingüe		324,74

Asistente de call / contact center		321,37
Servicios De Seguridad Privada Y Otros Servicios De Vigilancia		
Investigador		326,43
Guardia	Incluye: Personas que realicen funciones de seguridad	320,39
Servicios Técnicos		
Traductor		328,12
Chofer: camionetas livianas o mixtas hasta 3,5 toneladas.		328,12
Chofer: para camiones pesados hasta 4,5 toneladas.		328,12
Enfermera que no labora en instituciones de salud		326,43
Médico que no labora en instituciones de salud		326,43
Psicólogo industrial		326,43
Chofer: para automóviles y camionetas con acoplados de hasta 1,75 toneladas de carga útil		326,43
Auxiliar de enfermería que no labora en instituciones de salud		323,06
Chofer: para ciclomotores, motocicletas y triciclos motorizados.		323,06
Mecánico en general		321,37
Carpintero en general		321,37
Cerrajero en general		321,37
Electricista en general		321,37
Soldador en general		321,37
Plomero en general		321,37
Tornero en general		321,37
Utilero		321,37
Operador de montacargas de hasta 94 hp		321,37
Asistente / ayudante / auxiliar de servicios técnico		318,00
Jardinero		318,00

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC 2010, IESS

CUADRO N° 3
PEA POR GRUPO DE OCUPACIÓN

GRUPOS DE OCUPACIÓN	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	SBU + BL
Miembros profesionales y técnicos	65	26	91	530,00
Empleado de oficina	48	25	73	397,32
Trabajador de los servicios	25	12	37	530,00
Agricultores	72	45	117	318,00
Operarios y operadores de maquinaria	18	0	18	397,32
Trabajador no calificado	63	67	130	-
Otros	70	94	164	-
TOTAL	361	269	630	

Elaborado por: La Autora

Fuente: POTS

Según datos publicados por el INEC se considera población económicamente activa (PEA) al grupo de personas que, dentro de las edades productivas, se encuentran ocupadas o desocupadas; por lo tanto, este grupo se divide en PEA y PEI, entre las personas activas u ocupadas se ubica a empleadas, subempleadas o desempleadas, así como quienes trabajan por cuenta propia, siendo estos los agricultores, los de mayor porcentaje es decir la mayoría de personas se dedican a esta actividad; entre las inactivas se incluye a quienes realizan actividades de estudio o quehaceres domésticos, a los jubilados o pensionistas y a las personas que están impedidas para trabajar, esta parte de la población es mínima por lo que no aqueja a las actividades económicas del sector, según lo antes mencionado los hombres son quienes trabajan y sustentan a sus familias.

CUADRO N° 4
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA E INACTIVA

CANTÓN	CIUDAD	PARROQUIA	GÉNERO	CONDICIÓN DE ACTIVIDAD			
				PEA	PEI	Total	
SUCUMBIÓS	EL PLAYÓN DE SAN FRANCISCO			PEA	PEI	Total	
		Hombre	406	176	582		
		Mujer	183	360	543		
		Total	589	536	1.125		
	LA BONITA				PEA	PEI	Total
		Hombre	210	116	326		
		Mujer	81	223	304		
		Total	291	339	630		
	LA SOFÍA				PEA	PEI	Total
		Hombre	36	11	47		
		Mujer	10	21	31		
		Total	46	32	78		
	ROSA FLORIDA				PEA	PEI	Total
		Hombre	115	24	139		
		Mujer	31	91	122		
		Total	146	115	261		
	SANTA BÁRBARA				PEA	PEI	Total
		Hombre	210	78	288		
		Mujer	58	186	244		
		Total	268	264	532		
TOTAL				PEA	PEI	Total	
	Hombre	977	405	1.382			
	Mujer	363	881	1.244			
	Total	1.340	1.286	2.626			

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC 2010

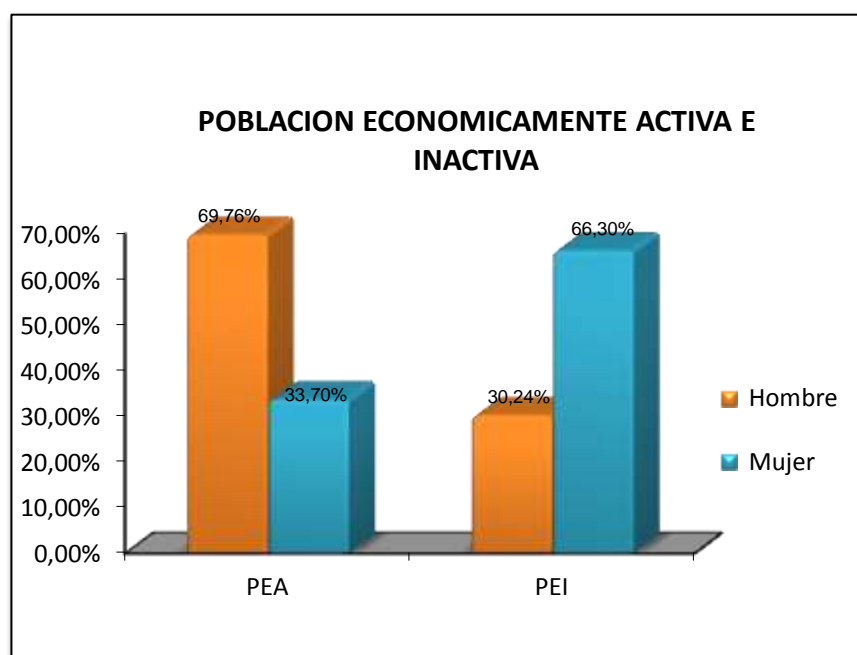
CUADRO N° 5
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA E INACTIVA (%)

CANTÓN	CIUDAD	PARROQUIA	GÉNERO	CONDICIÓN DE ACTIVIDAD			
				PEA	PEI	Total	
SUCUMBÍOS	EL PLAYÓN DE SAN FRANCISCO			PEA	PEI	Total	
		Hombre	69,76 %	30,24 %	100,00 %		
		Mujer	33,70 %	66,30 %	100,00 %		
		Total	52,36 %	47,64 %	100,00 %		
	LA BONITA				PEA	PEI	Total
		Hombre	64,42 %	35,58 %	100,00 %		
		Mujer	26,64 %	73,36 %	100,00 %		
		Total	46,19 %	53,81 %	100,00 %		
	LA SOFÍA				PEA	PEI	Total
		Hombre	76,60 %	23,40 %	100,00 %		
		Mujer	32,26 %	67,74 %	100,00 %		
		Total	58,97 %	41,03 %	100,00 %		
	ROSA FLORIDA				PEA	PEI	Total
		Hombre	82,73 %	17,27 %	100,00 %		
		Mujer	25,41 %	74,59 %	100,00 %		
		Total	55,94 %	44,06 %	100,00 %		
	SANTA BÁRBARA				PEA	PEI	Total
		Hombre	72,92 %	27,08 %	100,00 %		
		Mujer	23,77 %	76,23 %	100,00 %		
		Total	50,38 %	49,62 %	100,00 %		
TOTAL				PEA	PEI	Total	
	Hombre	70,69 %	29,31 %	100,00 %			
	Mujer	29,18 %	70,82 %	100,00 %			
	Total	51,03 %	48,97 %	100,00 %			

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC 2010

GRÁFICO N° 1 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA E INACTIVA



Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC 2010

➤ Nivel de educación

El nivel educativo de la población tiene varios indicadores, uno de ellos es la escolaridad media que refleja el número de años de instrucción formal aprobados, en este caso La Bonita tiene una escolaridad media, similar a la Provincia, sin embargo se encuentra distante de la escolaridad media del país.

En cuanto al analfabetismo la ciudad de La Bonita tienen los siguientes datos: de acuerdo a las etnias la población de La Bonita tiene un mínimo porcentajes de analfabetos; en lo referente al alfabetismo los indígenas, afro ecuatorianos, montubios, blancos y mestizos, si tienen acceso a la educación tanto en el sector urbano como en el sector rural, uno de los factores que influye para que la mayoría de pobladores sean alfabetos es que existe la preocupación de los pobladores por educarse y superarse para mejorar la situación económica y social.

CUADRO N° 6
CONDICIÓN DE ALFABETISMO GRUPOS ÉTNICOS

CANTÓN	CIUDAD	GRUPOS ÉTNICOS	CONDICIÓN DE ALFABETISMO		
			ALFABETO	ANALFABETO	Total
SUCUMBÍOS	LA BONITA				
		INDÍGENA	1	-	1
		AFRO ECUATORIANO/A	8	1	9
		MONTUBIO/A	3	-	3
		MESTIZO/A	470	37	507
		BLANCO/A	4	-	4

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC 2010

CUADRO N° 7
CONDICIÓN DE ALFABETISMO GRUPOS ÉTNICOS (%)

CANTÓN	CIUDAD	GRUPOS ÉTNICOS	CONDICIÓN DE ALFABETISMO		
			ALFABETO	ANALFABETO	Total
SUCUMBÍOS	LA BONITA				
		INDÍGENA	0,19 %	-	0,19 %
		AFRO ECUATORIANO/A	1,53 %	0,19 %	1,72 %
		MONTUBIO/A	0,57 %	-	0,57 %
		MESTIZO/A	89,7 %	7,06 %	96,76 %
		BLANCO/A	0,76 %	-	0,76 %

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC 2010

CUADRO N° 8
CONDICIÓN DE ALFABETISMO POR ÁREA

CANTÓN	CIUDAD	PARROQUIA	ÁREA	CONDICIÓN DE ALFABETISMO			
				ALFABETO	ANALFABETO	Total	
SUCUMBÍOS	EL PLAYÓN DE SAN FRANCISCO			ALFABETO	ANALFABETO	Total	
		RURAL	883	71	954		
		Total	883	71	954		
	LA BONITA				ALFABETO	ANALFABETO	Total
		URBANO	345	11	356		
		RURAL	141	27	168		
		Total	486	38	524		
	LA SOFÍA				ALFABETO	ANALFABETO	Total
		RURAL	55	7	62		
		Total	55	7	62		
	ROSA FLORIDA				ALFABETO	ANALFABETO	Total
		RURAL	209	11	220		
		Total	209	11	220		
	SANTA BÁRBARA				ALFABETO	ANALFABETO	Total
		RURAL	423	43	466		
		Total	423	43	466		
	Total				ALFABETO	ANALFABETO	Total
		URBANO	345	11	356		
		RURAL	1.711	159	1.870		

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC 2010

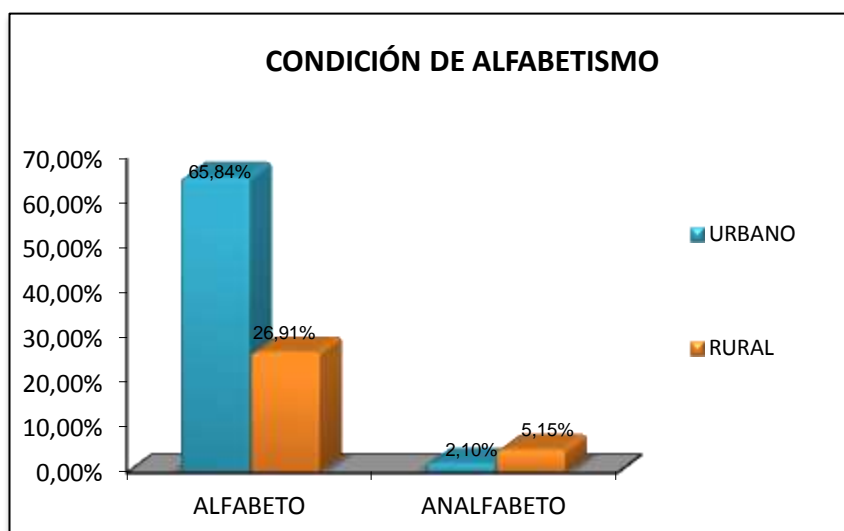
CUADRO N° 9
CONDICIÓN DE ALFABETISMO POR ÁREA (%)

CANTÓN	CIUDAD	PARROQUIA	ÁREA	CONDICIÓN DE ALFABETISMO			
SUCUMBÍOS		EL PLAYÓN		ALFABETO	ANALFABETO	Total	
		DE SAN FRANCISCO	RURAL	92,56 %	7,44 %	100,00 %	
			Total	92,56 %	7,44 %	100,00 %	
	LA BONITA				ALFABETO	ANALFABETO	Total
			URBANO	65,84%	2,10%	67,94 %	
			RURAL	26,91%	5,15%	32,06 %	
			Total	92,75 %	7,25 %	100,00 %	
		LA SOFÍA			ALFABETO	ANALFABETO	Total
			RURAL	88,71 %	11,29 %	100,00 %	
			Total	88,71 %	11,29 %	100,00 %	
		ROSA FLORIDA			ALFABETO	ANALFABETO	Total
			RURAL	95,00 %	5,00 %	100,00 %	
			Total	95,00 %	5,00 %	100,00 %	
		SANTA BÁRBARA			ALFABETO	ANALFABETO	Total
			RURAL	90,77 %	9,23 %	100,00 %	
			Total	90,77 %	9,23 %	100,00 %	
	Total				ALFABETO	ANALFABETO	Total
			URBANO	96,91 %	3,09 %	100,00 %	
RURAL			91,50 %	8,50 %	100,00 %		

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC 2010

GRÁFICO N° 2 CONDICIÓN DE ALFABETISMO



Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC 2010

Analizando los niveles de instrucción alcanzados por la población de cinco años y más, tenemos los siguientes resultados: Según el cuadro 4 y 5, la población de La Bonita si tienen niveles de instrucción educativa, ya que en su mayoría han aprobado algún grado de nivel básico y de instrucción media o bachillerato, esto se debe a que el sistema educación tiene obviamente componentes de oferta en cuanto a coberturas y calidad de la educación; referente al entorno y necesidades de la población de la zona; además se puede mencionar que existen pocas personas que han logrado obtener un título de nivel superior ya que las instituciones educativas de tercer y cuarto nivel se encuentran muy distantes del sector.

CUADRO N° 10
NIVEL DE EDUCACIÓN

NIVEL DE INSTRUCCIÓN MÁS ALTO AL QUE ASISTE O ASISTIÓ	GRUPOS DE EDAD																				Total	
	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y más		
Centro de Alfabetización / (EBA)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1
Preescolar	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6
Primario	4	4	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	11
Secundario	-	3	4	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9
Educación Básica	73	96	10	2	-	1	1	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	185
Bachillerato - Educación Media	-	-	55	8	3	2	2	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	72
Ciclo Postbachillerato	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Superior	-	-	2	2	2	2	4	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15
Postgrado	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Se ignora	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Total	83	103	72	16	6	5	8	3	2	-	-	1	1	-	1	-	-	1	-	-	302	

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC 2010

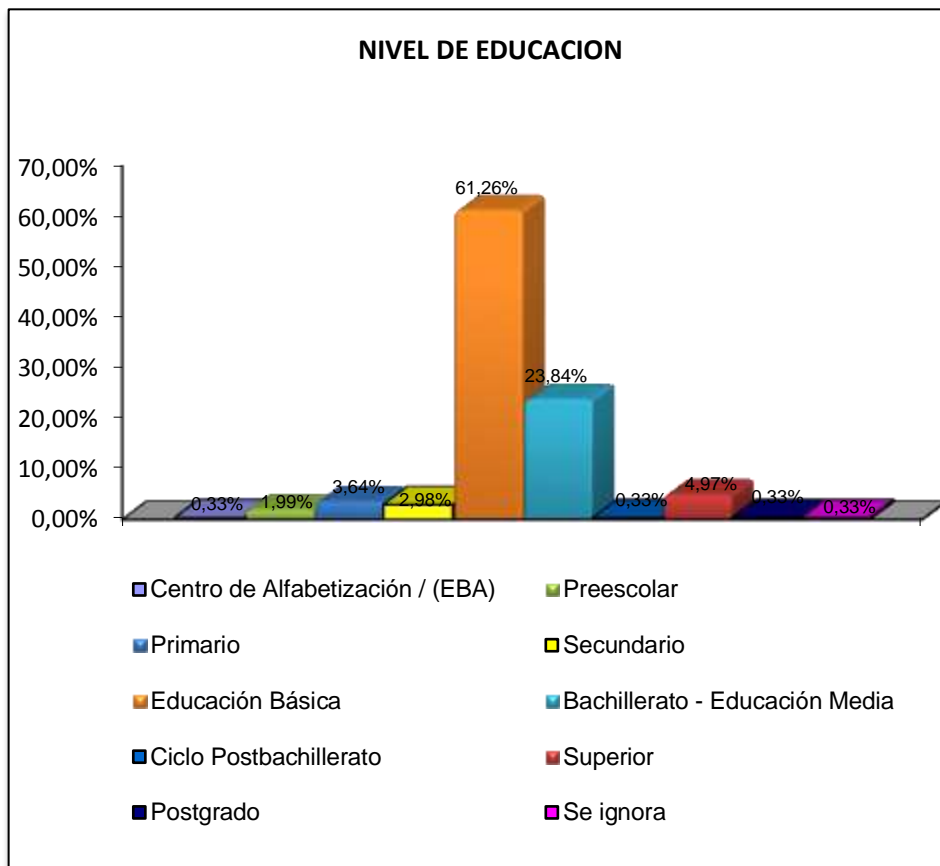
CUADRO N° 11
NIVEL DE EDUCACIÓN (%)

NIVEL DE INSTRUCCIÓN MÁS ALTO AL QUE ASISTE O ASISTIÓ	GRUPOS DE EDAD																				Total	
	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y más		
Centro de Alfabetización/(EBA)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100,00 %	-	-	-	100,00 %
Preescolar	100,00 %	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100,00 %
Primario	36,36 %	36,36 %	9,09 %	9,09 %	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9,09 %	-	-	-	-	-	-	100,00 %
Secundario	-	33,33 %	44,44 %	22,22 %	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100,00 %
Educación Básica	39,46 %	51,89 %	5,41 %	1,08 %	-	0,54 %	0,54 %	0,54 %	-	-	-	0,54 %	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100,00 %
Bachillerato - Educación Media	-	-	76,39 %	11,11 %	4,17 %	2,78 %	2,78 %	-	1,39 %	-	-	-	1,39 %	-	-	-	-	-	-	-	-	100,00 %
Ciclo Postbachillerato	-	-	-	-	-	-	100,00 %	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100,00 %
Superior	-	-	13,33 %	13,33 %	13,33 %	13,33 %	26,67 %	13,33 %	6,67 %	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100,00 %
Postgrado	-	-	-	-	100,00 %	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100,00 %
Se ignora	-	-	-	100,00 %	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100,00 %
Total	27,48 %	34,11 %	23,84 %	5,30 %	1,99 %	1,66 %	2,65 %	0,99 %	0,66 %	-	-	0,33 %	0,33 %	-	0,33 %	-	-	0,33 %	-	-	100,00 %	

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC 2010

**GRÁFICO N° 2
NIVEL DE EDUCACIÓN**



Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC 2010

➤ **Servicios básicos**

También es necesario conocer si los servicios básicos están acorde a las necesidades humanas, por ello a continuación describo los servicios existentes, cuyos datos se obtuvo del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) 2010.

➤ **Luz eléctrica**

El servicio de energía eléctrica para el sector urbano proviene de la red de la empresa pública, y el sector rural no posee luz eléctrica por encontrarse un poco alejado de las poblaciones.

CUADRO N° 12
LUZ ELÉCTRICA

CANTÓN	CIUDAD	PARROQUIA	PROCEDENCIA DE LUZ ELÉCTRICA					Total
			Red de empresa eléctrica de servicio público	Panel Solar	Generador de luz (Planta eléctrica)	Otro	No tiene	
SUCUMBÍOS		EL PLAYÓN DE SAN FRANCISCO	347	-	-	1	16	364
	LA BONITA		192	-	-	-	19	211
		LA SOFÍA	14	2	9	-	3	28
		ROSA FLORIDA	67	1	-	-	24	92
		SANTA BÁRBARA	157	-	-	-	8	165
		Total	777	3	9	1	70	860

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC 2010

CUADRO N° 13
LUZ ELÉCTRICA (%)

CANTÓN	CIUDAD	PARROQUIA	PROCEDENCIA DE LUZ ELÉCTRICA					Total
			Red de empresa eléctrica de servicio público	Panel Solar	Generador de luz (Planta eléctrica)	Otro	No tiene	
SUCUMBÍOS		EL PLAYÓN DE SAN FRANCISCO	95,33 %	-	-	0,27 %	4,40 %	100,00 %
	LA BONITA		91,00 %	-	-	-	9,00 %	100,00 %
		LA SOFÍA	50,00 %	7,14 %	32,14 %	-	10,71 %	100,00 %
		ROSA FLORIDA	72,83 %	1,09 %	-	-	26,09 %	100,00 %
		SANTA BÁRBARA	95,15 %	-	-	-	4,85 %	100,00 %
		Total	90,35 %	0,35 %	1,05 %	0,12 %	8,14 %	100,00 %

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC 2010

➤ **Eliminación de la aguas servidas**

Según los datos del INEC la mayoría de personas que viven en el sector urbano de la ciudad de La Bonita, sus viviendas están conectadas a la red pública de alcantarillado, mientras que una mínima parte de las personas que viven en este sector aún tienen pozos ciegos y pozos sépticos; en cuanto a las personas que tienen sus viviendas en el sector rural no tienen ningún tipo de escusado, por lo que desalojan las aguas servidas a los ríos o letrinas.

**CUADRO N° 14
ELIMINACIÓN DE LA AGUAS SERVIDAS**

CANTÓN	CIUDAD	PARROQUIA	TIPO DE SERVICIO HIGIÉNICO O ESCUSADO						
			Conectado a red pública de alcantarillado	Conectado a pozo séptico	Conectado a pozo ciego	Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	Letrina	No tiene	Total
SUCUMBÍOS		EL PLAYÓN DE SAN FRANCISCO	164	71	67	25	5	32	364
	LA BONITA		149	14	19	4	1	24	211
		LA SOFÍA	15	3	3	4	1	2	28
		ROSA FLORIDA	21	11	6	11	1	42	92
		SANTA BÁRBARA	104	29	13	2	6	11	165
		Total	453	128	108	46	14	111	860

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC 2010

**CUADRO N° 15
ELIMINACIÓN DE LA AGUAS SERVIDAS (%)**

CANTÓN	CIUDAD	PARROQUIA	TIPO DE SERVICIO HIGIÉNICO O ESCUSADO						
			Conectado a red pública de alcantarillado	Conectado a pozo séptico	Conectado a pozo ciego	Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	Letrina	No tiene	Total
SUCUMBÍOS		EL PLAYÓN DE SAN FRANCISCO	45,05 %	19,51 %	18,41 %	6,870 %	1,37 %	8,79 %	100 %
	LA BONITA		70,62 %	6,64 %	9,00 %	1,900 %	0,47 %	11,37 %	100 %
		LA SOFÍA	53,57 %	10,71 %	10,71 %	14,29 %	3,57 %	7,14 %	100 %
		ROSA FLORIDA	22,83 %	11,96 %	6,52 %	11,96 %	1,09 %	45,65 %	100 %
		SANTA BÁRBARA	63,03 %	17,58 %	7,88 %	1,210 %	3,64 %	6,67 %	100 %
		Total	52,67 %	14,88 %	12,56 %	5,350 %	1,63 %	12,91 %	100 %

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC 2010

➤ **Recolección de la basura**

La recolección de la basura se lo realiza mediante el carro recolector de la Municipalidad que pasa por cada uno de los sectores de la ciudad, cubriendo con este servicio a la mayor parte de la población

**CUADRO N° 16
RECOLECCIÓN DE LA BASURA**

CANTÓN	CIUDAD	PARROQUIA	ELIMINACIÓN DE LA BASURA						Total
			Por carro recolector	La arrojan en terreno baldío o quebrada	La queman	La entierran	La arrojan al río, acequia o canal	De otra forma	
SUCUMBÍOS		EL PLAYÓN DE SAN FRANCISCO	294	32	22	12	2	2	364
	LA BONITA		176	15	15	2	-	3	211
		LA SOFÍA	1	-	5	21	-	1	28
		ROSA FLORIDA	52	18	9	8	3	2	92
		SANTA BÁRBARA	124	19	17	4	-	1	165
		Total	647	84	68	47	5	9	860

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC 2010

**CUADRO N° 17
RECOLECCIÓN DE LA BASURA (%)**

CANTÓN	CIUDAD	PARROQUIA	ELIMINACIÓN DE LA BASURA						Total
			Por carro recolector	La arrojan en terreno baldío o quebrada	La queman	La entierran	La arrojan al río, acequia o canal	De otra forma	
SUCUMBÍOS		EL PLAYÓN DE SAN FRANCISCO	80,77 %	8,79 %	6,04 %	3,30 %	0,55 %	0,55 %	100%
	LA BONITA		83,41 %	7,11 %	7,11 %	0,95 %	-	1,42 %	100 %
		LA SOFÍA	3,57 %	-	17,86 %	75,00 %	-	3,57 %	100 %
		ROSA FLORIDA	56,52 %	19,57 %	9,78 %	8,70 %	3,26 %	2,17 %	100 %
		SANTA BÁRBARA	75,15 %	11,52 %	10,30 %	2,42 %	-	0,61 %	100 %
		Total	75,23 %	9,77 %	7,91 %	5,47 %	0,58 %	1,05 %	100 %

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC 2010

➤ **Teléfono convencional**

Del total de la población encuestada en el último censo realizado en el año 2010, menos de la mitad de los pobladores de este sector tienen línea de teléfono convencional.

**CUADRO N° 18
TELÉFONO CONVENCIONAL**

CANTÓN	CIUDAD	PARROQUIA	DISPONIBILIDAD DE TELÉFONO CONVENCIONAL		
			Si	No	Total
SUCUMBÍOS		EL PLAYÓN DE SAN FRANCISCO	76	292	368
	LA BONITA		71	144	215
		LA SOFÍA	-	28	28
		ROSA FLORIDA	1	95	96
		SANTA BÁRBARA	44	124	168
		Total	192	683	875

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC 2010

**CUADRO N° 19
TELÉFONO CONVENCIONAL (%)**

CANTÓN	CIUDAD	PARROQUIA	DISPONIBILIDAD DE TELÉFONO CONVENCIONAL		
			Si	No	Total
SUCUMBÍOS		EL PLAYON DE SAN FRANCISCO	20,65 %	79,35 %	100,00 %
	LA BONITA		33,02 %	66,98 %	100,00 %
		LA SOFÍA	-	100,00 %	100,00 %
		ROSA FLORIDA	1,04 %	98,96 %	100,00 %
		SANTA BÁRBARA	26,19 %	73,81 %	100,00 %
		Total	21,94 %	78,06 %	100,00 %

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC 2010

➤ **Agua potable**

Según los datos del INEC la mayoría de la población cuenta con este servicio básico indispensable para la vida, mientras pocas personas que viven en la Ciudad de la Bonita se abastecen de agua del río y una muy pequeña parte de la población lo hace del agua lluvia, esto debido a que en algunos sectores no hay acceso al líquido vital ya las viviendas están asentadas en sitios muy empinados.

CUADRO N° 20
AGUA POTABLE

CANTÓN	CIUDAD	PARROQUIA	PROCEDENCIA PRINCIPAL DEL AGUA RECIBIDA					Total
			De red pública	De pozo	De río, vertiente, acequia o canal	De carro repartidor	Otro (Agua lluvia/albarrada)	
SUCUMBIOS		EL PLAYÓN DE SAN FRANCISCO	298	12	47	-	7	364
	LA BONITA		152	-	56	-	3	211
		LA SOFÍA	5	-	21	-	2	28
		ROSA FLORIDA	56	-	33	-	3	92
		SANTA BÁRBARA	103	1	61	-	-	165
		Total	614	13	218	-	15	860

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC 2010

CUADRO N° 21
AGUA POTABLE (%)

CANTÓN	CIUDAD	PARROQUIA	PROCEDENCIA PRINCIPAL DEL AGUA RECIBIDA					Total
			De red pública	De pozo	De río, vertiente, acequia o canal	De carro repartidor	Otro (Agua lluvia/albarrada)	
SUCUMBIOS		EL PLAYÓN DE SAN FRANCISCO	81,87 %	3,30 %	12,91 %	-	1,92 %	100%
	LA BONITA		72,04 %	-	26,54 %	-	1,42 %	100%
		LA SOFÍA	17,86 %	-	75,00 %	-	7,14 %	100%
		ROSA FLORIDA	60,87 %	-	35,87 %	-	3,26 %	100%
		SANTA BÁRBARA	62,42 %	0,61 %	36,97 %	-	-	100%
		Total	71,40 %	1,51 %	25,35 %	-	1,74 %	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC 2010

A pesar de estos antecedentes, la insatisfacción de las necesidades básicas según el nivel de pobreza en La Bonita asciende a la cuarta parte de población media y a las tres cuartas partes a la población pobre, distribuidos en dos sectores urbano y rural, esta insatisfacción se debe a factores tales como la distancia del sector, el acceso limitando a la posibilidad de emprender nuevos proyectos que garanticen mejorar la calidad de vida de las personas que habitan en este lugar.

CUADRO N° 22
NECESIDADES BÁSICAS INSATISFECHAS DE LA BONITA

CANTÓN	CIUDAD	PARROQUIA	POBLACIÓN SEGÚN NIVEL DE POBREZA				
			POBLACIÓN NO POBRES	POBLACIÓN POBRES	Total	% POBLACIÓN NO POBRES	% POBLACIÓN POBRES
SUCUMBÍOS	LA BONITA		207	604	811	25,5%	74,5%
		EL PLAYÓN DE SAN FRANCISCO	305	1.105	1.410	21,6%	78,4%
		LA SOFÍA	2	102	104	1,9%	98,1%
		ROSA FLORIDA	56	326	382	14,7%	85,3%
		SANTA BÁRBARA	147	532	679	21,6%	78,4%
		Total	717	2.669	3.386	21,2%	78,8%

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC 2010

CUADRO N° 23
NECESIDADES BÁSICAS INSATISFECHAS URBANO

CANTÓN	CIUDAD	POBLACIÓN SEGÚN NIVEL DE POBREZA		
		POBLACIÓN NO POBRES	POBLACIÓN POBRES	Total
SUCUMBÍOS	LA BONITA	200	349	549
	Total	200	349	549

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC 2010

CUADRO N° 24
NECESIDADES BÁSICAS INSATISFECHAS RURAL

CANTÓN	CIUDAD	POBLACIÓN SEGÚN NIVEL DE POBREZA		
		POBLACIÓN NO POBRES	POBLACIÓN POBRES	Total
SUCUMBÍOS				
	LA BONITA	7	255	262

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC 2010

➤ **Costumbres y tradiciones alimenticias**

En lo referente a costumbres y tradiciones alimenticias, en la ciudad de La Bonita, cantón y provincia de Sucumbíos, la alimentación es tradicional debido a que no hay la manera adecuada de obtener una gama de productos de calidad y a un precio justo, fundamentales para el buen vivir.

Una de las causas que afectan a los habitantes es la distancia del sector y que según la asociación de mujeres “8 de Marzo”, en el informe del proyecto productivo del año 2012, se manifiesta que las familias de La Bonita han realizado diversas actividades para poder salir adelante, es así que de las amas de casa se dedican a tener pequeños huertos y criaderos de aves de corral para el consumo de cada uno de sus hogares, por ello el principal componente en la alimentación diaria es el pollo, en mínima cantidad verduras, hortalizas y como carbohidrato el tacón y yuca, ingrediente que conjugados y de acuerdo a tradiciones culinarias del sector, el plato típico es el cuy asado con tacón acompañado de una ensalada de lechuga con tomate riñón.

CUADRO N° 25
PLATOS TÍPICOS DE LA BONITA

PLATOS TÍPICOS
Cuy asado con tacón y ensalada de lechuga con tomate riñón
Caldo de gallina criolla, sancocho de gallina con tacón o yuca

Pescado frito (trucha, tilapia y cachama) con tacón o yuca
Papas con queso
Empanadas de queso
Miel con cuajada (postre)

Elaborado por: La Autora

Fuente: Revista – Informe abril 2013 GADMS

Los alimentos antes mencionados se encuentran preparados en base a productos cultivados y producidos en el propio sector, lo cual nos permite diversificar la producción y por ende disfrutar de una variada gastronomía.

CUADRO N° 26
ALIMENTOS QUE MAS SE CONSUME EN LA BONITA

COMESTIBLES	
Verduras y hortalizas	Acelga, Cardo Nabo, Achicoria , Cebolla, Pepino, Ajo, Pimiento, Alcachofa, Coliflor Puerro, Apio, Rábano, Berenjena, Remolacha, Berza o repollo, Espinacas, Tomate, Brécol, Hinojo, Zanahoria , Calabaza, Lechuga
Proteínas (lácteos y carnes)	Pollo, pescados, huevos y legumbres
Cereales y carbohidratos	Pan, arroz, harinas, tacón, yuca, legumbres frescas, y granos secos, verde, maduro
Aceites y grasas	Manteca, aceite, mantequilla, margarina y frutos secos
Azúcar, la miel	Panela, miel de caña de azúcar
Frutas	Naranjilla, granadilla, tomate de árbol, quijos, etc.

Elaborado por: La Autora

Fuente: Revista – Informe abril 2013 GADMS

Además para el alcalde del GADMS, en su revista de rendición de cuentas de abril del 2013, expone su preocupación debido a esta situación, realizando varias actividades para poder enfrentar este problema, una de ellas es la organización de centros de compra - venta de productos de consumo masivo, iniciativas que ha durado hasta una semana, pues los productos y los precios no son del agrado de las personas, de esta manera la cadena de valor se ve interrumpida afectándoles principalmente en el nivel de vida de las familias.

Por ello se siente la necesidad de crear un comisariato, para erradicar en parte los monopolios de las tiendas y otros vendedores que abusan del consumidor con precios muy elevados y baja calidad en los productos que ofrecen, y para satisfacer las necesidades básicas generando conciencia en las personas y creando una cultura de compra en los habitantes del sector.

1.6.2. ACTIVIDADES PRODUCTIVAS

Según el libro de ciencias sociales del Ministerio de Educación del Ecuador las actividades productivas se dividen en tres sectores: primario, secundario y terciario.

El **sector primario** está formado por las actividades económicas relacionadas con la transformación de los recursos naturales en productos primarios no elaborados, usualmente, los productos primarios son utilizados como materia prima en otros procesos de producción, como en las producciones industriales, las principales actividades del sector primario son la agricultura, la minería, la ganadería, la silvicultura, la apicultura, la acuicultura, la caza y la pesca.

El **sector secundario** o transformador reúne la actividad artesanal e industrial manufacturera, mediante las cuales los bienes provenientes del

sector primario son transformados en nuevos productos, abarca también la industria de bienes de producción, tales como materias primas artificiales, herramientas, maquinarias, etc., de igual manera comprende la industria de bienes de consumo, así como también la prestación de los servicios a la comunidad.

El **sector terciario** o de servicios, se dedica sobre todo a ofrecer servicios a la sociedad, a las personas y a las empresas, lo cual significa una gama muy amplia de actividades que está en constante aumento, esta heterogeneidad abarca desde el comercio más pequeño, hasta las altas finanzas o el Estado, es un sector que no produce bienes, pero que es fundamental en una sociedad capitalista desarrollada, su labor consiste en proporcionar a la población todos los productos que fabrica la industria, obtiene la agricultura e incluso el propio sector servicios. Gracias a ellos tenemos tiempo para realizar las múltiples tareas que exige la vida en la sociedad capitalista de consumo de masas: producir, consumir y ocupar el tiempo de ocio.

Los tres sectores productivos antes mencionados son de mucha importancia para desarrollo de los pueblos en este caso de la ciudad de la Bonita por tal motivo continuación específico los datos de las actividades productivas de esta ciudad, los cuales se los obtuvo de las publicaciones en el Plan De Ordenamiento Territorial del Cantón Sucumbíos, INEC y SIICA, donde manifiesta que: existen familias que se dedican a la actividad de sembrar, cosechar y comercializar, naranjilla, granadilla, tomate de árbol y mora, estos son distribuidos a los camioneros, quienes se encargan de distribuirlos en las distintas ciudades como Tulcán Quito, Ibarra y Ambato, el recinto El Higuerón: La Organización de Mujeres Frontera Alto Sucumbíos, realizan el cultivo de hortalizas (repollo, lechuga, remolacha entre otros), al momento cuanta con 11 Socios, los mismo que están apoyados por la Organización de mujeres de Sucumbíos, con raciones alimenticias y capacitación, la distribución se

realiza en la Parroquia La Bonita, al Recinto del mismo nombre y es utilizado para el consumo personal, la Organización 11 de Diciembre: Cuenta con 20 Socios entre hombres y mujeres, cuya actividad comercial es la crianza y venta de pollos, los mismos que sirven para consumo de sus socios y la distribución la ejecutan en la Parroquia la Bonita, funciona gracias al apoyo económico de sus miembros y del ECORAE con 9.600 USD, los cuales solicitan la construcción de un centro de acopio.

La actividad Comercial en la Ciudad La Bonita del Cantón Sucumbíos Alto, refleja que menos de la mitad se dedican a las tiendas, otra pequeña parte de la población realiza actividades de preparación de alimentos como son los Restaurantes, una muy pequeña a la venta de bebidas alcohólicas, comedores y en menor escalas varias actividades de comercio, esto se identificó una vez realizada la verificación del listado de patentes de La Bonita cantón Sucumbíos Alto.

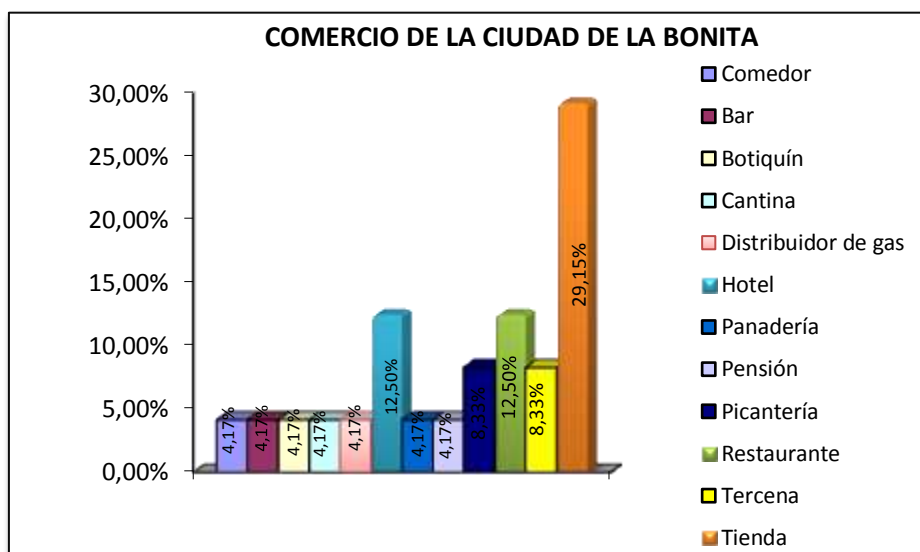
CUADRO N° 27
COMERCIO DE LA CIUDAD LA BONITA

Detalle	Casos	%
Comedor	1	4,17%
Bar	1	4,17%
Botiquín	1	4,17%
Cantina	1	4,17%
Distribuidor de gas	1	4,17%
Hotel	3	12,5%
Panadería	1	4,17%
Pensión	1	4,17%
Picantería	2	8,33%
Restaurante	3	12,5%
Tercena	2	8,33%
Tienda	7	29,15%
TOTAL	24	100,00%

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC 2010

GRÁFICO N° 4 COMERCIO DE LA CIUDAD E LA BONITA



Elaborado por: La Autora

Fuente: PDOTS

En las diferentes organizaciones, comunidades y recintos de La Bonita existe un conglomerado de personas que se dedican a la siembra y cosecha de productos agrícolas, entre otros, y la mayor parte de estos productos son comercializados por terceras personas.

De igual manera observando la estadística, se puede desmembrar que, una tercer parte de la población se dedica a la siembra y cosecha de naranjilla, granadilla, tomate de árbol, mora, y otra se dedica al criadero de pollos, al restante, a la siembra y cosecha de hortalizas.

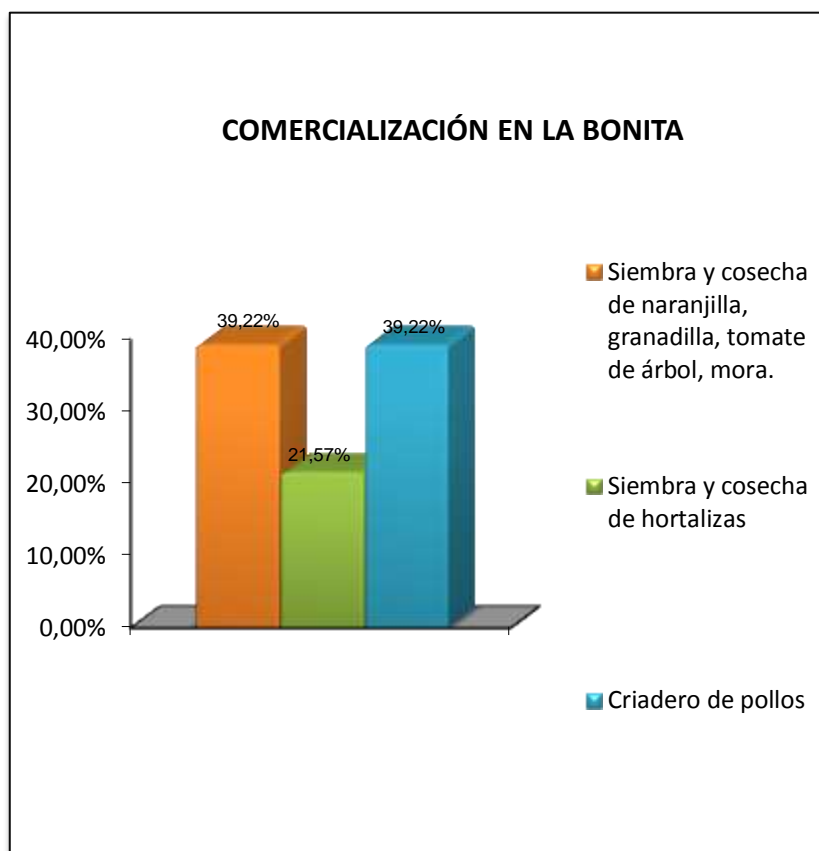
CUADRO N° 28 COMERCIALIZACIÓN EN LA BONITA

ACTIVIDAD	CASOS	%
Siembra y cosecha de naranjilla, granadilla, tomate de árbol, mora.	20	39,22%
Siembra y cosecha de hortalizas	11	21,56%
Criadero de pollos	20	39,22%
TOTAL	51	100,00%

Elaborado por: La Autora

Fuente: PDOTS

GRÁFICO N° 5 COMERCIALIZACIÓN EN LA BONITA



Elaborado por: La Autora

Fuente: PDOTS

Adicional a esto se cultiva fréjol, maíz, entre otros, además existe personas que dedican a realizar artesanías como son: arreglo de raíces, tejido de canastos, cucharas de palo, cerámicas, etc.

También posee algunos lugares turísticos como: Aguas termales, salados de tapir andino, cascada del garrapatal, diversidad de orquídeas.

El encanto del Cantón Sucumbíos está representado por sus bellezas naturales a más de la amabilidad y cordialidad de sus habitantes. Prestas a recibir la visita de los turistas nacionales y extranjeros, con lo antes mencionado y en base al censo realizado en el año 2010 se obtuvo los siguientes datos en relación a las actividades económicas de La Bonita.

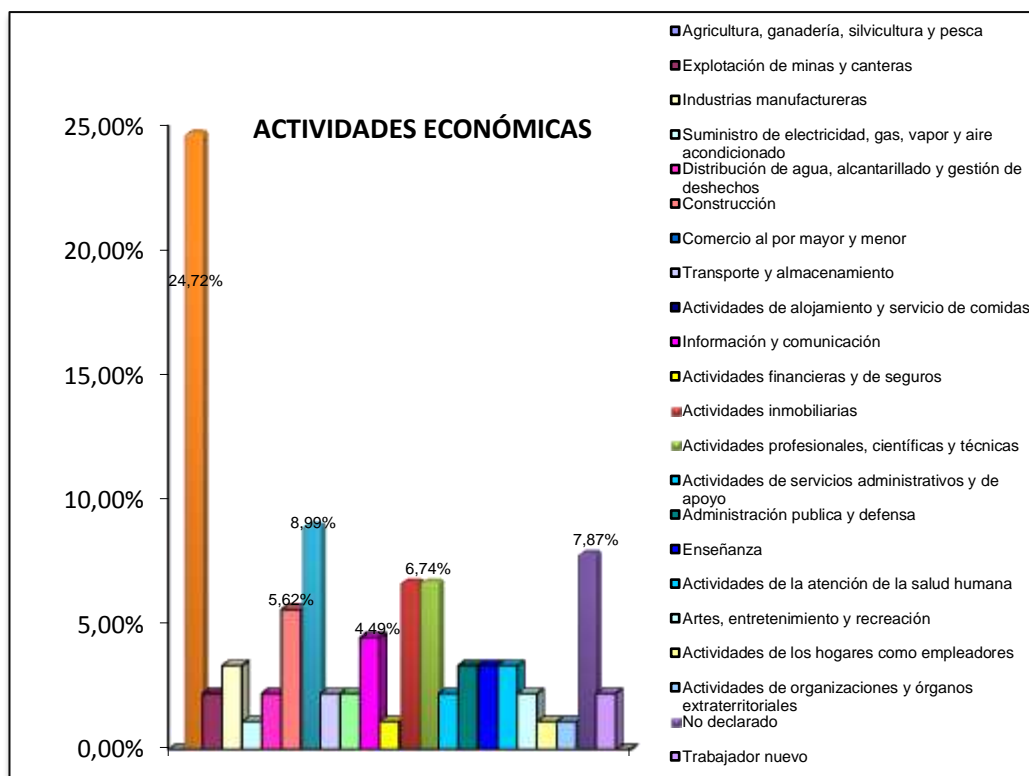
CUADRO N° 29
ACTIVIDADES ECONÓMICAS

RAMA DE ACTIVIDAD	CASOS	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	22	24,72%
Explotación de minas y canteras	2	2,25%
Industrias manufactureras	3	3,37%
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	1	1,12%
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	2	2,25%
Construcción	5	5,62%
Comercio al por mayor y menor	8	8,99%
Transporte y almacenamiento	2	2,25%
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	2	2,25%
Información y comunicación	4	4,49%
Actividades financieras y de seguros	1	1,12%
Actividades inmobiliarias	6	6,74%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	6	6,74%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	2	2,25%
Administración pública y defensa	3	3,37%
Enseñanza	3	3,37%
Actividades de la atención de la salud humana	3	3,37%
Artes, entretenimiento y recreación	2	2,25%
Otras actividades de servicios	1	1,12%
Actividades de los hogares como empleadores	1	1,12%
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	1	1,12%
No declarado	7	7,87%
Trabajador nuevo	2	2,25%
Total	89	100,00%

Elaborado por: La Autora

Fuente: PDOTS, INEC 2010, SIICA 2008

GRÁFICO N° 6 ACTIVIDADES ECONÓMICAS



Elaborado por: La Autora

Fuente: PDOTS, INEC 2010, SIICA 2008

1.6.3. GESTIÓN ACTUAL (Nivel de percepción de la gestión actual, Planes y proyectos locales aprobados por GADMS)

Según el Plan de Desarrollo Estratégico y el Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Sucumbíos, la actual administración presidida por el Sr. Ernesto Buitrón tiene relevancia por las obras realizadas a lo largo de los últimos 4 años ya que se observa cambios en aspectos como mantenimiento de las vías, mejoramiento del mercado, proyecto firmado y puesto en marcha para la protección al medio ambiente, ornamento y embellecimiento de la ciudad, reconstrucción de infraestructuras culturales en beneficio de la colectividad, apoyo a instituciones educativas dotando de servicios básicos y tecnológicos, gestión realizada y aprobada por organismos nacionales y ONG's para la adquisición del equipo caminero.

Así como también se menciona el apoyo al fortalecimiento de la participación ciudadana y al desarrollo integral de la sociedad.

A continuación se da a conocer los planes, proyectos y obras más relevantes que se han realizado:

- Contratación de estudios financieros, requerimientos legales, actualizaciones de estudios, actualizaciones de planos, impresiones de estudios técnicos, impresiones de anexos, firmas de responsabilidad, seguimiento de tramites en las oficinas de SUPERTEL; adjudicado el 17 de agosto del 2012, CDC-GAD-MS-002-2012.
- Contratación de estudios para la creación de la radio municipal en beneficio del Cantón Sucumbíos, en virtud del convenio firmado con el GIZ y FOSIN, adjudicado el 12 de julio del 2012, CDC-GAD-MS-003-2012.
- Contratación del servicio de internet para el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Sucumbíos, adjudicado el 20 de agosto del 2012, SIE-GAD-MS-046-2012.
- Plan de educación sanitaria, en salud integral y mejoramiento de los servicios de salud, realizado el 26 de enero del 2013.
- Plan de capacitación para mejorar la producción agropecuaria, procesamiento y comercialización, realizado el 14 de diciembre del 2012.
- Plan de concienciación y promoción del manejo sustentable del ambiente realizado el 14 de diciembre del 2012, en convenio con el consejo provincial y el ministerio del ambiente.

- Impulso al plan de mejoramiento de la cobertura y calidad de los servicios básicos y de infraestructura, realizado en agosto del 2012, en convenio con diferentes organizaciones locales del cantón
- Se creó y se mantiene mecanismos de cooperación y asistencia técnica entre la Escuela Politécnica Nacional y el GADMS, permitiéndole la ejecución de proyectos de investigación, transferencia de tecnología, capacitación y prestación de servicios dirigidos a los pequeños y medianos productores del cantón.
- Gestión y ejecución del plan de desarrollo y ordenamiento territorial del Cantón Sucumbíos (PDOTS) – Componente Económico Productivo, la clasificación de la valoración de importancia catalogada por los participantes en las asambleas cantonales, para su cumplimiento han determinado que: 1 - Urgente / 2-Muy Importante / 3-Importante

CUADRO N° 30

GESTIÓN Y EJECUCIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN SUCUMBÍOS	EJECUCIÓN					RESPONSABILIDADES			
	1	2	3	4	5	GAD. PARRQ.	GAD. CANT.	GAD. PROV.	ESTADO
ECONÓMICO – PRODUCTIVO									
AGRICULTURA:									
Ampliar y mejorar, los cultivos existentes, mediante capacitación, asistencia técnica y financiamiento	1	1	1	1	1				MAGAP
Generar un mercado, para ferias agropecuarias.	2	2	2	2	2				
Mejorar la producción local de productos de ciclo corto y frutales, para brindar seguridad alimentaria al cantón en general	1	1	1	1	1				MAGAP
Generar fuentes de empleo mediante el desarrollo de actividades productivas tecnificadas para producción y comercialización de la papa, tomate de árbol, granadilla, naranjilla, maíz, fréjol, caña de azúcar, mora, calabazas, cítricos, etc., a nivel cantonal	1	1	1	1	1				MAGAP
Capacitación técnica permanente a la población, sobre la producción, comercialización y procesamiento de productos agropecuarios	3	3	3	3	3				MAGAP
Impulsar la introducción de cultivos para exportación, mediante estudios de factibilidad.		3							MAGAP

Elaborado por: AAPAPROY – Equipo Técnico

Fuente: Datos Base Proforma Presupuestaria 2012 GADMS

CUADRO N° 31
GESTIÓN Y EJECUCIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN SUCUMBÍOS	EJECUCIÓN					RESPONSABILIDADES			
	1	2	3	4	5	GAD. PARRQ.	GAD. CANT.	GAD. PROV.	ESTADO
CONSTRUCCIÓN:									
Determinar usos de mina de cal existente en La Bonita		3							
CRÉDITO:									
Gestión para la apertura en el Cantón y Parroquias de Sucursales u oficinas de entidades financieras públicas y privadas	1								
COMERCIO Y MERCADOS:									
Creación de mercados y ferias libres para la comercialización de productos en general en el Cantón y Parroquias	2	2	3	3					
Construir un recinto ferial para producción de ganado mayor y menor.	1								MAGAP

Elaborado por: AAPAPROY – Equipo Técnico
Fuente: Datos Base Proforma Presupuestaria 2012 GMS

- Programas y proyectos orientados al desarrollo, cronograma de ejecución y presupuestos realizados, que constituyen las líneas de acción estratégicas, cabe aclarar que: La identificación del Presupuesto del año 2012, constituye en su conjunto, la hoja de ruta con la que el GADS, guió su accionar durante el período de vigencia del Plan.

CUADRO N° 32
PLAN OPERATIVO ANUAL

PLAN OPERATIVO ANUAL 2012				
RESUMEN POR DIRECCIONES DE GAD-SUCUMBÍOS				
PROCESO	PRESUPUESTO 2012	CUATRIMESTRES		
		I	II	III
DIRECCION DE OBRAS PUBLICAS	1.953.588,02	954.894	796.217	202.477
DIRECCION DE PLANIFICACION	-	-	-	-
DIRECCION DE DESARROLLO INTEGRAL	80.689,00	51.485	23.154	6.050
DIRECCION ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA Y OTRAS	2.688.014,34	896.005	896.005	896.005
RECURSOS HUMANOS	1.786.070,79	595.357	595.357	595.357
TOTAL	6.508.362,15	2.497.741	2.310.733	1.699.888
TOTAL SIN RECURSOS HUMANOS	4.722.291,36			

Elaborado por: AAPAPROY – Equipo Técnico
Fuente: Datos Base Proforma Presupuestaria 2012 GMS

GRÁFICO N° 7
CARGA ECONÓMICA EN FUNCIÓN DE PROCESOS AGREGADORES DE VALOR Y HABILITANTES - GM SUCUMBÍOS



Elaborado por: AAPAPROY – Equipo Técnico
Fuente: Datos Base Proforma Presupuestaria 2012 GMS

1.6.4. ENCUESTA REALIZADA A LOS POBLADORES DE LA CIUDAD LA BONITA

Pregunta No. 1.- ¿Hasta qué nivel de educación estudió usted?

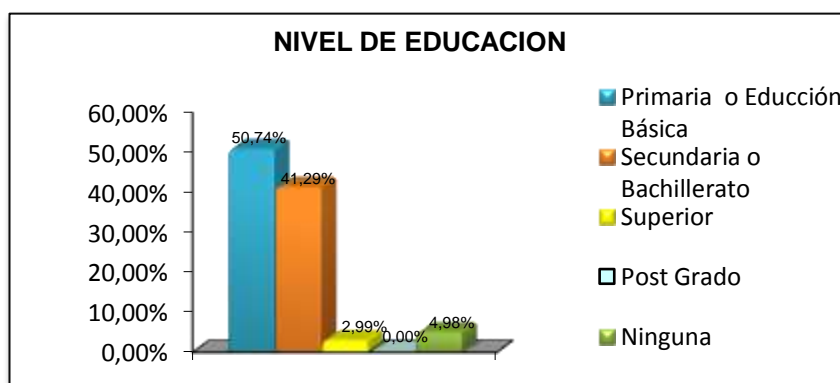
**CUADRO N° 33
NIVEL DE EDUCACIÓN**

ALTERNATIVA	CUANTIFICACIÓN	%
Primaria o Educación Básica	102	50,74%
Secundaria o Bachillerato	83	41,29%
Superior	6	2,99%
Post Grado	0	0,00%
Ninguna	10	4,98%
Total	201	100,00%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

**GRÁFICO N° 8
NIVEL DE EDUCACIÓN**



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

Los pobladores de la ciudad La Bonita en su mayoría han terminado la instrucción primaria, y con un porcentaje considerable manifiestan que son bachilleres, es decir que las personas de este sector si tienen acceso a la educación.

Pregunta No. 2.- ¿Actualmente a que se dedica usted?

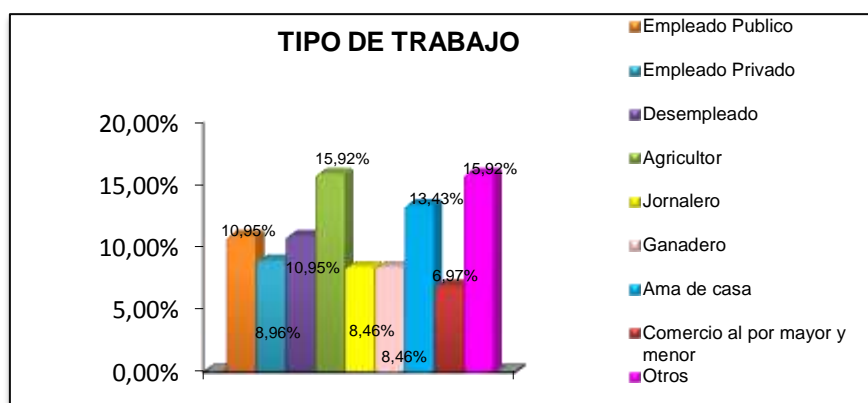
CUADRO N° 34
TIPO DE TRABAJO

ALTERNATIVA	CUANTIFICACIÓN	%
Empleado Publico	22	10,95%
Empleado Privado	18	8,96%
Desempleado	22	10,95%
Agricultor	32	15,92%
Jornalero	17	8,46%
Ganadero	17	8,46%
Ama de casa	27	13,43%
Comercio al por mayor y menor	14	6,97%
Otros	32	15,92%
Total	201	100,00%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

GRÁFICO N° 9
TIPO DE TRABAJO



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

En otros describa cuales: tiendas y artesanías

En el sector de La Bonita las actividades que más sobresalen son las de agricultor y ganadero, mismas que sostienen el dinamismo económico del sector, le se siguen los jornaleros y comerciantes con un número de personas considerable que aportan a la economía de la ciudad, a la par está el sector conformado empleados públicos y mínima cantidad las amas de casa, tiendas y artesanías, que también fortalecen el comercio y la economía.

Pregunta No. 3.- Sus ingresos son:

CUADRO N° 35

INGRESOS

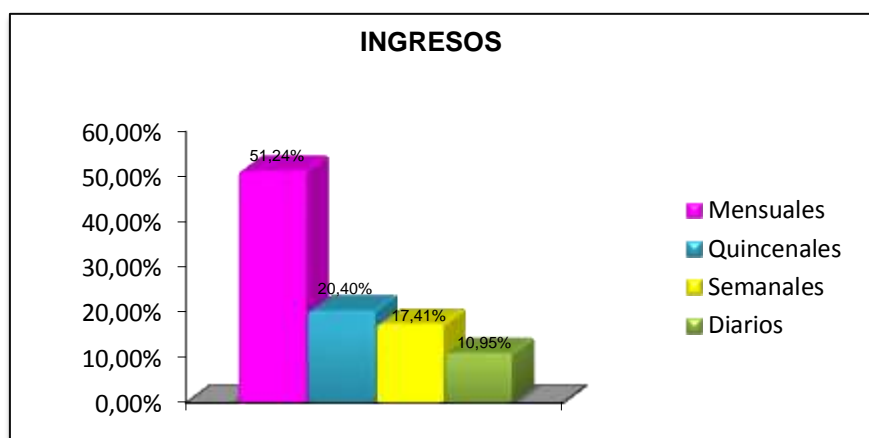
ALTERNATIVA	CUANTIFICACIÓN	%
Mensuales	103	51,24%
Quincenales	41	20,40%
Semanales	35	17,41%
Diarios	22	10,95%
Total	201	100,00%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

GRÁFICO N° 10

INGRESOS



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

De un aproximado: de 318 a 530

De acuerdo a los datos obtenidos la mitad de las persona indican que sus ingresos son mensuales, mientras que una cuarta parte manifiesta que son quincenales y en el resto, expone que sus ingresos son semanales y al diario, considerándose de que si existe una estabilidad económica.

Pregunta No. 4.- De los productos que a continuación se muestra, indique en el orden de importancia los que más consume (1 siempre, 2 casi siempre, 3 rara vez, 4 casi nunca, 5 nunca).

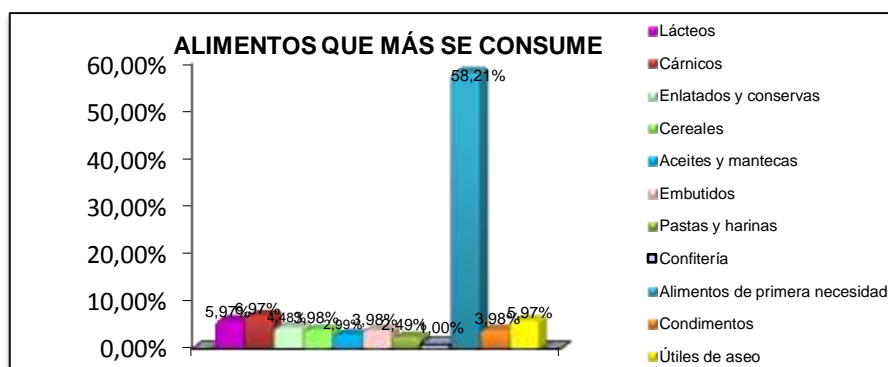
CUADRO N° 36
ALIMENTOS QUE MAS SE CONSUME

ALTERNATIVA	CUANTIFICACIÓN		%
Lácteos	1	12	5,97%
Cárnicos	2	14	6,97%
Enlatados y conservas	2	9	4,48%
Cereales	2	8	3,98%
Aceites y mantecas	2	6	2,99%
Embutidos	3	8	3,98%
Pastas y harinas	3	5	2,49%
Confitería	4	2	1,00%
Alimentos de primera necesidad	1	117	58,21%
Condimentos	2	8	3,98%
Útiles de aseo	1	12	5,97%
Total		201	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

GRÁFICO N° 11
ALIMENTOS QUE MÁS SE CONSUME



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

En el sector de La Bonita los productos que más se consumen son los de primeras necesidades seguidas por los de aseo, cárnica, lácteos, enlatados y conservas y demás productos.

Pregunta No. 5.- ¿Cómo califica usted a los servicios básicos como: agua, luz, teléfono y alcantarillado que existen en este sector?

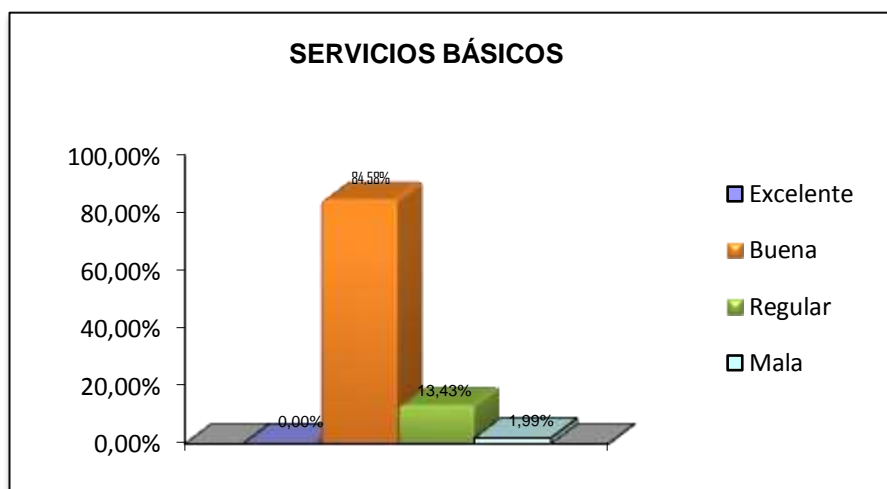
**CUADRO N° 37
SERVICIOS BÁSICOS**

ALTERNATIVA	CUANTIFICACIÓN	%
Excelente	0	0,00%
Buena	170	84,58%
Regular	27	13,43%
Mala	4	1,99%
Total	201	100,00%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

**GRÁFICO N° 12
SERVICIOS BÁSICOS**



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

Los servicios básicos de La Bonita si satisfacen en gran parte las necesidades humanas, ya que más de la mitad manifiestan que si es bueno y aceptable el beneficio que brindan a toda la comunidad, en un porcentaje mínimo dicen que estos servicios son regulares y malos ya que en algunos barrios no se concluye con las obras especialmente las de alcantarillado.

Pregunta No. 6.- ¿En cuál de las actividades que a continuación se detalla se ubicaría usted?

CUADRO N° 38
ACTIVIDADES DE LA CIUDAD LA BONITA

ALTERNATIVA	CUANTIFICACIÓN	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	51	25,37%
Explotación de minas y canteras	2	1,00%
Industrias manufactureras y artesanías	15	7,46%
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	0	0,00%
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	4	1,99%
Construcción	2	1,00%
Comercio al por mayor y menor	22	10,95%
Transporte y almacenamiento	6	2,99%
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	2	1,00%
Información y comunicación	5	2,49%
Actividades financieras y de seguros	2	1,00%
Actividades inmobiliarias	2	1,00%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	9	4,48%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	26	12,94%
Administración pública y defensa	6	2,99%
Enseñanza	23	11,44%
Actividades de la atención de la salud humana	3	1,49%
Artes, entretenimiento y recreación	2	1,00%

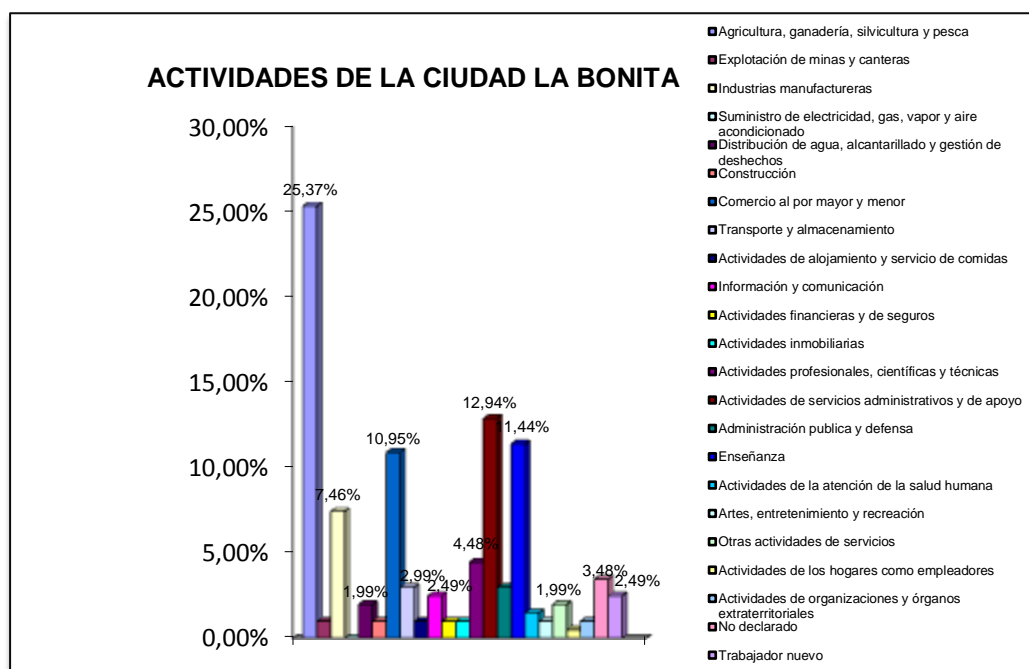
Otras actividades de servicios	4	1,99%
Actividades de los hogares como empleadores	1	0,50%
Actividades de organizaciones	2	1,00%
No declarado	7	3,48%
Trabajador nuevo	5	2,49%
Total	201	100,00%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

GRÁFICO N° 13

ACTIVIDADES DE LA CIUDAD DE LA BONITA



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

Del total de los encuestados la cuarta mayoría de personas manifiestan que se dedican a la agricultura y ganadería, siendo esta la fuente principal de los ingresos en los habitantes de La Bonita, también tenemos a las personas que se dedican a la manufactura y artesanías, realizan actividades de comercio, servicio y enseñanza, además de que existen personas dedicadas a otras actividades productivas pero en menor porcentaje.

Pregunta No. 7.- ¿Cómo califica usted la gestión actual del gobierno autónomo descentralizado Municipal de Sucumbíos?

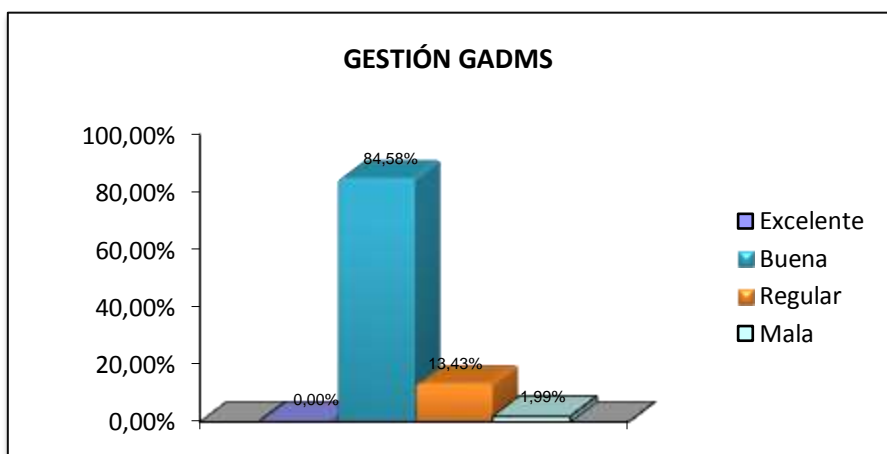
CUADRO N° 39
GESTIÓN DEL GADMS

ALTERNATIVA	CUANTIFICACIÓN	%
Excelente	0	0,00%
Buena	170	84,58%
Regular	27	13,43%
Mala	4	1,99%
Total	201	100,00%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

GRÁFICO N° 14
GESTIÓN GADMS



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

Del total de las personas encuestadas la mayoría manifiestan que la gestión actual del GADMS es buena ya que si ha realizado obras que mejoran el bienestar de la comunidad, mientras que un grupo de personas que no son muchas dice que la gestión es regular ya que si hay descuido por parte de los encargados en ciertos trabajos comunitarios, y en un mínimo porcentaje dicen que las autoridades locales no han logrado cumplir con su plan de trabajo.

1.7. CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.

La matriz Aoor se realiza con la finalidad de determinar cuáles son los aliados, los oponentes, las oportunidades y los riesgos con los que cuenta el proyecto para su aplicación.

CUADRO N° 40
MATRIZ Aoor

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Existe todos los servicios básicos necesarios. ➤ El 32% de la población se dedica a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca. ➤ El nivel de ingresos de la parroquia la Bonita son estables. ➤ Se cuenta con el apoyo de la autoridades de la ciudad la Bonita. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Comercio informal. ➤ Desconocimiento de la población sobre los servicios del comisariato.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ No existe otros comisariatos. ➤ Creación de nuevas fuentes de trabajo. ➤ La población de ubicada en su mayoría en el área urbana con el 67,69% ➤ El Alcalde actual tiene la aceptación de la población por las obras que ha realizado. ➤ En La Bonita, Cantón Sucumbios a penas existe el 8,99% se dedican al comercio. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El proceso de formación y preparación académica con la finalidad de generar un cambio en la dieta alimenticia y consumo adecuado de productos de calidad. ➤ Cambio de la cultura de compra de cada uno de los habitantes del sector . ➤ Las personas no tienen una costumbre de comprar los alimentos en este tipo de locales.

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación Bibliográfica

1.8. CONCLUSIÓN DEL DIAGNOSTICO SITUACIONAL

En base al análisis antes realizado es importante recalcar que el cantón Sucumbíos y la parroquia de La Bonita cuentan con los servicios básicos necesarios para poder implantar una empresa, ya que es de vital importancia contar con estos para poder atender a los clientes como se merecen y cumpliendo con las expectativas esperadas, además se determina que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Sucumbíos no tiene dificultad para cubrir las necesidades básicas de la población y puede hacer gestiones pertinentes para emprender proyectos empresariales con enfoque social; también se concluye que en este sector sus habitantes en su mayoría se dedican a la agricultura aspecto por el cual las actividades de comercio son limitadas.

1.9. OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN

Luego de haber realizado el diagnostico situacional aplicando las técnicas de investigación se tiene como resultado que la ciudad de La Bonita se caracteriza por tener una población que si tiene niveles de instrucción educativa ya que la mayoría han aprobado algún grado de nivel básico, bachillerato y en ciertos casos de nivel superior; esto se debe a que el sistema de educación tiene componentes de oferta en cuanto a coberturas y calidad de educación, referente al entorno y necesidades de la población.

En cuanto a las actividades que desarrolla este sector son la agricultura, ganadería, comercio y otros trabajan en relación de dependencia razón por la cual sus ingresos son estables.

En la actualidad La Bonita por encontrarse en un sitio fronterizo da lugar al contrabando de productos lo cual ha ocasionado que los consumidores finales estén siendo presa fácil de los especuladores y el aumento en los

precios de los productos de primera necesidad y otros, como también la distancia en el que se encuentra el sector ha ocasionado que no existan incentivos y direccionamiento para proyectos que mejoren la calidad de vida de las personas del sector ; impidiéndoles así acceder al consumo adecuado de productos primera necesidad y otros, razón por la cual la Municipalidad impulsa iniciativas de para evitar estos inconvenientes y para ello se es necesario hacer **“El estudio de factibilidad para la creación del Comisariato Municipal en la ciudad de La Bonita, cantón Sucumbíos”**, al crearse esta sociedad vendrá hacer el ente principal para disminuir el problema que tienen los pobladores; donde se podrá ofertar productos de calidad a precios competitivos; además se logrará crear nuevas fuentes de trabajo, permitiendo el desarrollo de la ciudad y mejorando la imagen del sector, este proyecto tratará de dar mayor dinamismo económico ya que existirá un lugar en donde se abastecería a la población de todo tipo de productos.

CAPÍTULO II

2. BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS

Para llevar a cabo el desarrollo del presente trabajo de investigación es necesario tomar en cuenta los principales temas que sustentan de forma objetiva la investigación, por tal motivo se presenta a continuación el marco teórico que facilitará una mejor comprensión del tema planteado.

2.1. OBJETIVO DE LAS BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS

- Conceptualizar los principales temas y subtemas que sustentan de forma objetiva la investigación.

2.2. COMISARIATO

ILUSTRACIÓN N° 1 COMISARIATO



Fuente: Observación directa

Elaborado por: La Autora

Cámara Nacional de Microempresas (2010), define: “Son unidades económicas que están administradas por una entidad pública y otra privada que pueden ser personas naturales, jurídicas o de hecho; formales o informales que asumen el riesgo del negocio”.

Comisariato es un almacén o tienda, de carácter cooperativo o sostenido por algunas empresas, donde determinadas personas pueden adquirir productos a un precio más económico que en el comercio, los comisariatos son sencillamente centros de distribución de productos de primera necesidad y otros, que son vendidos al consumidor final, además

debido a los volúmenes de compra al proveedor obtiene un mejor precio gracias a las economías de escala, y por ende puede entregar precios final cómodos o accesibles para los compradores.

Sus instalaciones son administradas por un comité, que cumplen la función de concentrar o reunir la productos para que puedan competir en cantidad y calidad; este tipo de establecimiento comercial, donde la gente puede adquirir bienes o servicios a cambio de una contraprestación económica, de forma tradicional, además esta forma de comercio está bajo un régimen de libre servicio o auto servicio, donde el consumidor se acerca a los artículos, los elige y los lleva hasta la línea de cajas registradoras para pagar su compra.

2.3. MUNICIPIO

En el Diccionario **Manual de la Lengua Española (2009)**, manifiesta que municipio “es el que está formado por un alcalde y varios concejales, que gobierna y administra un pueblo o ciudad”

Según la **Ley Del Régimen Municipal, Art. 1**, manifiesta que el municipio es la sociedad política, autónoma subordinada al orden jurídico constitucional del estado, cuya finalidad es el bien común local y dentro de este y en forma primordial, la atención de la necesidades de la ciudad, del área metropolitana y de las parroquias rurales de la respectiva jurisdicción”.

Art. 2.- Cada municipio constituye una persona jurídica de derecho público, con patrimonio propio y con capacidad para realizar los actos jurídicos que fueren necesarios para el cumplimiento de sus fines, en la forma y condiciones que determinan la Constitución y la Ley”.

El municipio es una entidad que comprende una o varias localidades dentro de un territorio, el cual atiende las necesidades de la población de

dicho sector, es decir que Municipio es una sociedad autónoma que tiene por objeto procurar el bien común de la jurisdicción que comprende, sus autoridades deben velar por el bienestar de la comunidad en general con la realización de obras y mejoramiento de la calidad de vida de las personas.

2.3.1. FINES Y FUNCIONES DEL MUNICIPIO

A la municipalidad la corresponde, cumpliendo con los fines que te son esenciales, satisfacer las necesidades colectivas del vecindario, especialmente las derivadas de la convivencia urbana cuya atención no compete a otros organismos gubernativos. Los fines esenciales del municipio, da conformidad contesta Ley que competen al presente proyecto son los siguientes:

- Procurar el bienestar material y social de la colectividad y contribuir al fomento y protección de los intereses locales.
- Planificar, coordinar y ejecutar planes y programas de prevención, atención social y desarrollo cantonal
- Ejercer el control sobre las pesas, medidas y calidad de los productos que se expenden en los diversos locales comerciales de la jurisdicción
- Contribuir al fomento de la actividad productiva y su comercialización a través de programas de apoyo a actividades como la artesanía, microempresarias y productoras de la pequeña industria entre otros, en coordinación con organismos nacionales, regionales, provinciales y parroquiales.

- Regular y controlar la calidad, elaboración y manejo de expendio de víveres para el consumo público, así como el funcionamiento y condiciones sanitarias de los establecimientos y locales destinados a procesarlos o expendierlos.

2.4. COMISARIATO MUNICIPAL

De las descripciones antes mencionadas deduzco que comisariato Municipal es una tienda, el cual comercializa todo tipo de productos, tanto de la canasta básica como productos de consumo masivo, con la finalidad de poder llegar a todo tipo de personas, brindando una atención eficiente y los precios de los productos al alcance de la economía de todos.

El objetivo principal del comisariato municipal es brindar un servicio con rentabilidad social, contribuyendo con todas las familias, con un servicio oportuno y de calidad optimizando el talento humano, los recursos y así abaratando los precios de los productos de primera necesidad y otros.

2.4.1. CARACTERÍSTICAS DEL COMISARIATO MUNICIPAL

Existen varias características un Comisariato Municipal, entre ellos tenemos:

- Pueden ser de varios pisos y una sola planta.
- Poseen un orden determinado para disponer los productos
- Son más habituales en las zonas urbanas para evitar la congestión que se produce en los mercados populares.
- Tienen una gran connotación sociológica, es decir, es un espacio de intercambio social y humano.

2.4.2. OBJETIVOS DEL COMISARIATO MUNICIPAL

El objetivo del comisariato municipal es ser creados con la finalidad de prestar un beneficio social a los pobladores de una ciudad, parroquia, cantón, provincia o región.

- Establecer una estrategia comercial de la zona, incrementando así la atracción de la demanda con la finalidad de aumentar la competitividad, el turismo y profesionalización del comercio
- Integrar el desarrollo comercial y de espacios públicos dentro de la ciudad.
- Tienen el objetivo de mejorar la calidad de vida y propender el desarrollo de las personas
- Dotar de productos vitales a precios módicos, con la finalidad de garantizar una buena alimentación.
- Facilitar la adquisición de mercadería a través del crédito otorgado en sus compras.
- Ofrecer diversidad de productos de buena calidad, en un ambiente cómodo y agradable.

2.4.3. VENTAJAS DEL COMISARIATO

- Las modernas y completas instalaciones y su estratégica ubicación, ofrece un servicio de calidad a los consumidores.
- Debido a que posee una significativa afluencia de visitantes, gracias a que es ofrece productos de calidad a precios accesibles, este puede incrementar el número de clientes día a día.

- Visitantes, público en general y números grupo de personas se convertirán diariamente en clientes potenciales para el comisariato Municipal

2.5. COMPAÑÍAS DE ECONOMÍA MIXTA

Según la **Gran Enciclopedia De La Encomia (2008)**, las compañías de economía mixta “Dícese de empresas en las que el capital es en parte de propiedad pública y en parte de propiedad privada. En ellas se aúnan el interés general (público) y el interés particular. Son empresas que generalmente tienen una mayoría de capital público en las que el porcentaje de capital privado es importante, o bien tienen mayoría de capital privado, pero en ellas las administraciones públicas tienen la facultad de nombrar, por mor de alguna ley especial que las faculta para ello, la mayoría de los miembros de su consejo de administración; y tienen, por tanto, la responsabilidad de su dirección y control”.

Exponiendo mi criterio las compañías de economía mixta son aquellas en la que algunos medios de producción son de propiedad privada y otros de propiedad pública. Puede decirse que es una economía en la que la asignación de recursos y el nivel de actividad lo deciden los individuos, las empresas, las cooperativas, las corporaciones públicas y las autoridades que reaccionan, además estas no tienen mayor rentabilidad económica para los inversionistas.

2.5.1. CARACTERÍSTICAS DE LA COMPAÑÍAS DE ECONOMÍA MIXTA

- La mayoría de los precios son determinados por el mercado.
- Hay libre competencia empresarial en los mercados de factores y de bienes y servicios

- Hay propiedad privada sobre los medios de producción.
- El estado se reserva el atributo de intervenir en determinados sectores colocando límites superiores y/o inferiores a los precios, para regularlos.
- El estado se reserva el atributo de intervenir en determinados sectores realizando inversiones públicas totales o parciales con el propósito de garantizar la oferta suficiente de algún bien considerado público, como los servicios domiciliarios, o la producción de energéticos o las telecomunicaciones.
- El estado se reserva el atributo de intervenir en determinados sectores de la economía gravando con impuestos a los más rentables con el propósito de convertirse en un estado de bienestar que garantice con subsidios la seguridad alimentaria, salud, educación, vivienda, y movilización de los ciudadanos. Garantizando niveles mínimos de subsistencia y bienestar social.

2.4. SERVICIO

2.4.1. DEFINICIÓN

STANTON, William (2008), manifiesta: "¿Qué debe clasificarse como un servicio? La respuesta no siempre es evidente porque de manera invariable los servicios se comercializan en conjunción con los bienes. Prácticamente todos los servicios requieren de bienes de apoyo y los bienes requieren servicios de apoyo. Definimos los servicios como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción diseñada para brindar a los clientes satisfacción de los deseos o necesidades".

KERIN, Roger (2008), expresa; "Los servicios son artículos intangibles, como los viajes en avión, la asesoría financiera o la reparación de automóviles, que una organización proporciona a los consumidores. Con el fin de obtener estos servicios, los consumidores intercambian dinero u otra cosa de valor, como su propio tiempo".

A partir de los conceptos expuestos por los autores, he desarrollado una definición de carácter particular, un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder de manera satisfactoria a las necesidades de un cliente a cambio de un valor económico.

2.5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Para **IVANCEVICH, John., KONOPASKE, Robert y MANTTESON, Michael. (2009)**, en su obra Comportamiento Organizacional dice: "el patrón formal de las actividades e interrelaciones entre las diversas subunidades de la organización"

Dentro de la estructura organizacional se expone la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la entidad, así como las relaciones de mando y autoridad que tienen los integrantes de la organización tanto en el área administrativa, comercial y operativa, con la estructura organizacional se da a conocer las funciones respectivas de cada empleado o integrante de la empresa, además permite establecer funciones de acuerdo a la necesidad de sociedad.

2.5.1. GERENCIA

2.5.2. DEFINICIÓN DE GERENCIA

COULTER, Mary (2009), afirma: "la Gerencia es un grupo que ocupa el director de una empresa lo cual tiene dentro de sus múltiples funciones,

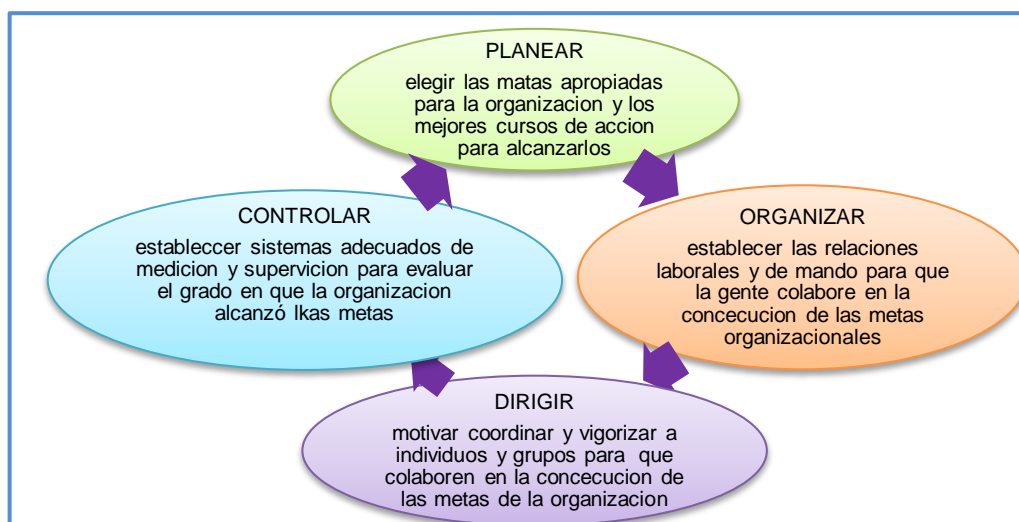
representar a la entidad frente a terceros y coordinador todos los recursos a través del proceso de planeamiento, organización directa y control a fin de lograr objetivos establecidos”

La gerencia es la ciencia, el arte o técnica de dirigir e inspirar a los demás con base en un profundo y claro conocimiento de la naturaleza humana que permite organizar, ordenar, coordinar y controlar a trabajadores entrenados y responsables, con el fin que en conjunto realicen una tarea específica, además la gerencia tiene múltiples funciones, representar a la sociedad frente a terceros y coordinar todos los recursos el fin de lograr objetivos establecidos.

2.5.3. FUNCIONES GERENCIALES

Es necesario considerar a la gerencia como un proceso para ser analizado y descrita en términos de varias funciones fundamentales, por tal motivo la administración implica planear, organizar, integrar personal, dirigir y controlar, ya que persigue la productividad (eficacia y eficiencia) de la entidad para lograr las metas propuestas.

ILUSTRACIÓN N° 2
FUNCIONES GERENCIALES



Fuente: Observación directa

Elaborado por: La Autora

➤ PLANEAMIENTO

Cuando la gerencia es vista como un proceso de planeamiento es la primera función que se ejecuta, una vez que los objetivos han sido determinados los medios necesario para lograr esto objetivos son presentados como planes y los planes de una organización son aquellos que determinan su curso y proveen una base para estimar el grado de éxito en el cumplimiento de los objetivos, los planes se preparan para cada actividad y se la puede hacer para corto, mediano y largo plazo.

➤ ORGANIZACIÓN

Según la American Marketing Association (A.M.A.) (2010), la organización "cuando es utilizada como sustantivo, implica la estructura dentro de la cual, las personas son asignadas a posiciones y su trabajo es coordinado para realizar planes y alcanzar metas"

La organización nos permite llevar a la práctica y ejecutar los planes una vez que estos han sido preparados es necesario crear una organización. Es función de la gerencia determinar el tipo de organización requerida para llevar adelante los planes que se hayan elaborado.

➤ DIRECCIÓN

Joel J. Lerner y H.A. Baker (2009), dice: "Consiste en dirigir las operaciones mediante la cooperación del esfuerzo de los subordinados, para obtener altos niveles de productividad mediante la motivación y la supervisión".

La función gerencial, envuelve los conceptos de motivación, liderazgo, guía, estímulo y actuación, a pesar de que cada uno de estos términos tiene una connotación diferente, todos ellos indican claramente que esta

función gerencial tiene que ver con todos los factores humanos de una organización.

➤ **CONTROL**

La última fase del proceso gerencial es la función de control, su propósito inmediato es medir, cualitativamente y cuantitativamente en relación con los patrones de actuación y como resultado de esta comparación determinar si es necesario tomar una acción correctiva, preventiva o remediar el encause de la ejecución en línea con las normas establecidas.

2.5.3. MISIÓN

Según **WHEELEN, Thomas L.hunder, David J. (2008)**, en su obra Administración Estratégica Y Política De Negocios, manifiesta “la misión de una organización es el propósito o razón de ella, declara lo que la empresa proporciona a la sociedad, el propósito exclusivo y fundamental que distingue a una empresa de otras de su tipo e identifica el alcance de sus operaciones con respecto a los productos que ofrece y a los mercado que sirve”

La misión de una entidad es el punto de partida para formular los objetivos a largo plazo, puesto que en esta se manifiesta la actividad principal de la entidad, las expectativas que quiere cumplir y el mercado meta al que va direccionado, además se plasma el propósito general que orienta las acciones y da sentido y guía en la toma de decisiones, en conclusión a través de la misión la entidad justifica su existencia.

2.5.3. VISIÓN

Para **D' ALESSIO, Ipinza Fernando (2008)**, en su obra El Proceso Estratégico Un Enfoque De Gerencia afirma: “la visión de una

organización es la definición deseada de su futuro responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser?, implica un enfoque de largo plazo”

Representa lo que la entidad quiere llegar a ser en el futuro, son los deseos y anhelos de todos quienes componen la entidad que con unión y esmero esperan llegar a cumplir, siempre considerando las expectativas de los clientes, además recoge las metas y logros planteados por las entidades en forma concreta y clara para que todos quienes tienen acceso ella sepan lo que la organización quiere llegar a ser en el futuro.

2.6. AMBIENTE EMPRESARIAL

2.6.3. CONCEPTO DE AMBIENTE EMPRESARIAL

HITT A. Michael, (2008), manifiesta: “El ambiente empresarial es toda situación de la empresa en el cual desarrolla las actividades diarias con eficiencia y eficacia”

El ambiente empresarial, se crea en la organización en condiciones o circunstancias físicas, sociales, económicas, etc., y de ello depende el buen funcionamiento de la entidad, ya que cada acción o tarea que entraña dificultad y cuya ejecución requiere decisión y esfuerzo necesita de un ambiente adecuado a cada circunstancia.

2.7. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

NASSIR, S. Chaín. (2008), afirma: “El estudio de mercado constituye una fuente de información de primera importancia tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir precios”

KOTLER, Philip. (2009), manifiesta “Es la información que se usa para identificar y definir oportunidades y problemas de mercado, para generar,

afinar y evaluar actos de mercadotecnia, para vigilar la actuación de esta función y para perfeccionar la comprensión del proceso mercadotécnico”

La investigación de mercado es una herramienta utilizada para comunicar, documentar e investigar una situación de mercadotecnia específica que enfrenta una unidad productiva o empresa con el fin de evaluar su funcionamiento o puesta en marcha, además ayuda a las empresas a direccionar su producto con especificaciones técnicas que el consumidor desea, adicionalmente este estudio sirve para proyectar la aceptación rechazo de la empresa que se piensa sacar al mercado, así como también da una pauta para establecer precios con el fin de competir con empresas establecidas y con trayectoria, en conclusión con este estudio la entidad define sus productos o servicios con los que iniciara su actividad cumpliendo con las exigencias y gustos del consumidor final.

2.7.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- Identificar el proceso de toma de decisiones de la gerencia en todos los aspectos de la combinación de las estrategias de mercadotecnia de la empresa; determinando precios, promoción y decisión sobre los productos.
- Ayuda a reducir la incertidumbre de una decisión y disminuir por tanto el riesgo de tomar la decisión equivocada.
- Servir como una ayuda para el criterio de la gerencia y como un sustituto de este.

2.7.4. EL MERCADO

BACA, Gabriel. (2008), expresa “Mercado es el lugar donde se encuentran ofertantes y demandantes de productos o servicios a precios determinados”.

KOTLER, Philip (2009), manifiesta “Es el conjunto de compradores actúales y potenciales de un producto o servicio”

El mercado se refiere a los consumidores, proveedores y también al producto o servicio que se oferta, dependiendo de los gustos y preferencias de los consumidores, además esto no permite establecer precios en función de la competencia; en general el mercado ayuda a establecer las estrategias adecuadas para enfrentar a la competencia.

2.7.5. SELECCIÓN DEL MERCADO META

American Marketing Asociation (A.M.A.) (2010), define “El mercado objetivo (Target Market) o **mercado meta**, como "el segmento particular de una población total en el que el detallista enfoca su pericia de comercialización para satisfacer ese submercado, con la finalidad de lograr una determinada utilidad"

FERNÁNDEZ V., Ricardo (2009), en su obra Manual Para Elaborar Un Plan De Mercado expresa: “es el conjunto de personas hacia quienes van dirigidos los esfuerzos de mercadotecnia, es decir, el que cumple con todas las características de segmento de mercado”

El mercado meta es el segmento de mercado al cual está dirigido el producto o servicio esperando que este satisfaga las necesidades de los consumidores, también es el mercado objetivo el grupo de consumidores al cual se quiere servir o llegar con el fin de satisfacer sus necesidades y a quienes van direccionadas las estrategias de marketing; con la finalidad de obtener una determinada utilidad o beneficio.

Para la entidad el mercado meta es toda la población puesto que los productos o servicios que se ofertarán son parte de la canasta básica familiar y son de consumo masivo.

2.8. DEMANDA

Para **NÚÑEZ, Z. Rafael (2008)**, manifiesta: "La demanda es la cantidad de productos o servicios que se requiere o solicita en el mercado con el fin de satisfacer una necesidad específica a un precio determinado".

Manifiesta **BACA URBINA, Gabriel. (2008)**, en su obra. Evaluación de Proyectos, "Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado".

Es el conjunto de bienes y/o servicios que los consumidores desean adquirir para satisfacer sus necesidades pero que están respaldados por una capacidad de pago y sujetos a un precio determinado y en un lugar establecido. Es decir que la demanda depende del precio que se le asigna al producto, de las preferencias de consumo y del ingreso de los consumidores. Para la nueva microempresa la demanda está constituida por toda la población porque los lácteos y sus derivados son de consumo masivo y sus precios son asequibles.

2.9. OFERTA

BACA, Gabriel. (2008), expresa: "Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de ofertantes está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado".

Manifiesta **JÁCOME, Walter. (2008)**, en su obra. Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión, acerca de la oferta que: "es el conjunto de proveedores que existen en el mercado de un producto o servicio y esté constituye competencia para el proyecto"

Para el presente proyecto se considera a la oferta como la competencia dentro del mercado, y en sentido más específico constituye la cantidad de bienes y/o servicios que los oferentes o productores están dispuestos a vender a un cierto precio y en lugares determinados.

2.10. DEMANDA INSATISFECHA

Para **BACA URBINA, Gabriel. (2008)**, afirma, "Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo".

Se entiende por demanda insatisfecha al público que al adquirir un bien o servicio no ha logrado estar satisfecho porque no el producto no ha cubierto sus expectativas, igualmente se considera demanda insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta y que es producto de la diferencia entre demanda y oferta, siendo esta última menor.

2.11. MIX DE MARKETING

La mezcla de la mercadotecnia según, **BELCH G. y BELCH M. (2009)**, es "se lleva a cabo cuando se elabora un producto que cumpla con las necesidades y deseos del consumidor examinadas con detenimiento y se ofrece a un precio determinado, se pone a disponibilidad en lugares o canales de distribución particulares y se lleva a cabo un plan de promoción o comunicación que genere interés y facilite los procesos de intercambio y el desarrollo de relaciones".

El mix de marketing se refiere al conocimiento que permite que la empresa pueda actuar de forma planificada y coherente para satisfacer las necesidades del consumidor y conseguir un beneficio mutuo.

2.12. PRODUCTO

Según **SANTESMASES, Miguel, (2009)**, en el libro de conceptos y estrategias de Marketing, producto “Es cualquier bien, servicio o idea que se ofrece al mercado, con el fin de alcanzar a satisfacer las necesidades del consumidor”.

De acuerdo a mi criterio producto puede ser cualquier cosa que puede ofrecerse a la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo y que satisfaga un deseo o una necesidad, además el producto posee un conjunto de características y atributos que pueden ser tangibles como la forma, el tamaño, el color; e intangibles como la marca, imagen de empresa, el servicio; que el comprador acepta en busca de satisfacer sus necesidades, lo ideal es que un producto sea acompañado por el servicio.

2.13. PRECIO

ARBOLEDA, Germán, (2008), en su libro Formulación Evaluación y Control de Proyectos, afirma que “El precio es el valor expresado en dinero de un bien o un servicio ofrecido en el mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos”.

El precio es el elemento de la mezcla de marketing que produce ingresos; los otros elementos producen costos, el precio es uno de los elementos más flexibles ya que se puede modificar rápidamente a diferencia de las características de los productos y los compromisos con el canal de distribución, también es la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar por un determinado producto o servicio.

2.14. PROMOCIÓN

De acuerdo a lo que indica **STATON, William, (2008)**, Fundamentos de Marketing, “La promoción es el elemento de la mezcla de marketing de una organización, que sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado la existencia de un producto y/o venta, con la intención de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario”.

La promoción consiste en realizar actividades con el objetivo de informar, persuadir y recordar las características, ventajas y beneficios del producto, por tanto, incluye una serie de elementos que son parte de un proceso que se utiliza para transmitir una idea a un público objetivo.

2.15. PLAZA

STATON, William, (2008), en su libro Fundamentos de Marketing, manifiesta que la plaza “es aquel conjunto de actividades, que se realizan desde que el producto ha sido elaborado por el fabricante hasta que ha sido comprado por el consumidor final, y que tiene por objeto precisamente hacer llegar el producto (bien o servicio) hasta el consumidor. La distribución comercial es responsable de que aumente el valor tiempo y el valor lugar a un bien”.

Con base en lo anterior, las estrategias pueden transformarse en programas de apoyos concretos para que una empresa pueda llegar al mercado con un producto satisfactorio de necesidades y/o deseos, a un precio conveniente, con un mensaje apropiado y un sistema de distribución que coloque el producto en el lugar correcto y en el momento más oportuno.

2.16. ESTUDIO TÉCNICO

Manifiesta **JÁCOME, Walter. (2008)**, en su obra. Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión, "Esta fase del proyecto corresponde al análisis de factibilidad, tomando en cuenta ciertos elementos técnicos que deben analizarse en forma adecuada para lograr que el proyecto a implementar tenga éxito, es decir trabajar con información confiable y adecuada, porque de lo contrario se corre el riesgo de tener dificultades

Tornando en cuenta lo expresado por el autor, el estudio técnico tiene por objetivo proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de manufactura pertinentes a esta área, en lo que respecta a requerimientos de los equipos de fábrica para la producción

2.11.1. LOCALIZACIÓN OPTIMA DEL PROYECTO

BACA URBINA, Gabriel. (2008), Evaluación de Proyectos. "La localizador) Óptima del Proyecto consiste en identificar y analizar las características del entorno que favorezcan en forma positiva a la implantación del proyecto, para lograr la máxima utilidad al mínimo costo".

Considerando lo expresado por el autor la localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la tasa de rentabilidad sobre el capital, el objetivo que persigue la localización de un proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y la rapidez del servicio.

2.11.2. MACRO LOCALIZACIÓN

Para **CÓRDOBA PADILLA, Marcia (2009)**, afirma. "Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de planeación basándose en las

condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto".

Según lo que afirma el autor la Macro localización consiste en establecer con precisión el lugar geográfico donde se va a realizar el proyecto, país, provincia, ciudad para esto es conveniente presentar un plano de localización de la alternativa de ubicación para tener una apreciación visual más amplia.

2.11.3. MICRO LOCALIZACIÓN

Según **CÓRDOBA PADILLA, Marcia (2009)**, En su obra H Formulación y Evaluación de Proyectos. "Abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano de! sitio donde operará".

Ratificando lo enunciado por el autor la microlocalización reside en determinar el terreno conveniente para la ubicación definitiva del proyecto. De igual manera se detalla otros aspectos como: las vías de acceso a la población, las redes de comunicación, transporte y todos aquellos servicios públicos que constituyen una ventaja para el proyecto.

2.12. FLUJO GRAMA DE PRODUCCIÓN

ARBOLEDA VÉLEZ, Germán. (2008), expresa. "Es una representación gráfica de los puntos en que los materiales entran en el proceso y de ja forma como suceden las diferentes acciones. En su elaboración se utilizan cinco símbolos internacionalmente aceptados para representar las acciones efectuadas, a saber operación, transporte, Inspección, espera y almacenaje".

Confirmando lo que dice el autor el flujograma de producción consiste en detallar gráficamente los pasos a seguir para la obtención del producto final, describiendo así en cada punto su aplicación y de manera continua, siguiendo cada uno de los pasos de manera ordenada y adecuada al proceso, asignando tiempos para poder controlar su cumplimiento.

2.13. PRESUPUESTO TÉCNICO

Manifiesta **MIRANDA, Juan, (2008)**, "Es una herramienta de gran ayuda para programar los recursos necesarios para iniciar una actividad económica. Con el presupuesto técnico se puede determinar Inversiones necesarias en: equipos, materias primas e insumos gastos pre operacionales etc."

Considerando el concepto que menciona el autor el presupuesto técnico es un instrumento que sirve para determinar la inversión que se necesita en lo que respecta a equipos, maquinarias, materias primas, herramientas e insumos y demás gastos pre operacionales que sirven para que la empresa se ponga en marcha.

2.14. INVERSIONES

➤ INVERSIÓN FIJA

Según **CÓRDOBA PADILLA, Marcia, (2009)**, "Son los activos tangibles que están referidos al terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículos, herramientas, etc."

JÁCOME, Walter, (2008), manifiesta, "Está constituida por bienes de capital o activos productivos".

Ratificando lo que el autor dice la inversión fija corresponde a todos aquellos activos tangibles, tales como infraestructura, terrenos, maquinaria, equipo y mobiliario necesario para iniciar las operaciones de la empresa.

➤ **INVERSIÓN DIFERIDA**

CÓRDOBA PADILLA, Marcia, (2009), afirma, “los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes propiedad la empresa, necesarios para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de invención, licencias, permisos, marcas, asistencia técnica, gastos pre operativos y de instalación, puesta en marcha, estructura organizativa”.

Corroborando lo ya mencionado la inversión diferida está conformada por los activos intangibles que se dan al comenzar la ejecución del proyecto, algunos de estos costos son: gastos legales y trámites, gastos de constitución, capacitación, publicidad y mercadeo, intereses pre operativos, pagos y depósitos anticipados, regalías marcas y patentes, documentos de licitación, entre otros.

➤ **INVERSIÓN VARIABLE O CAPITAL DE TRABAJO**

Según **GITMAN, Lawrence J. (2008)**, En su libro. Principios de Administración Financiera. "Son los activos corrientes, que representan la parte de la inversión que circula de una forma a otra en la conducción ordinaria del negocio".

Para **BACA URBINA, Gabriel (2008)**, "Desde el punto de vista contable es la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante y en lo práctico está representado por el capital adicional (distinto de la

inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa".

Contrastando los conceptos anteriores el capital de trabajo es la inversión adicional que requiere el proyecto para comenzar su operación, es decir, los medios financieros necesarios para la primera producción mientras se perciben ingresos: materias primas, sueldos y salarios, cuentas por cobrar, almacén de productos terminados y un efectivo mínimo necesario para sufragar los gastos diarios de la empresa, esta valoración se realiza en base a. políticas de venta de la empresa, condiciones de pago a proveedores, nivel de inventario de materias primas, etc.

2.15. ESTUDIO FINANCIERO

Según **CÓRDOBA PADILLA, Marcia, (2009)**, "Tiene como finalidad demostrar que existen recursos suficientes para llevar a cabo el proyecto de inversión, así como de un beneficio, en otras palabras, que el costo del capital invertido será menor que el rendimiento que dicho capital obtendrá en el horizonte económico".

Para **NASSIR, S. Chain, (2008)**, afirma: "Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad".

Contrastando los conceptos anteriores el estudio financiero es la etapa más importante del proyecto, en donde se evalúa su rentabilidad. Para saberlo se tiene tres presupuestos: ventas, inversión, gastos, que salieron de los estudios anteriores; con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios.

2.16. INGRESOS

Manifiesta **WILD, John J., SUBRAMANYAM, K.R. y HALSEY, Robert F (2009)**, en su obra. Análisis de estados financieros. "Es lo que espera ganar la compañía a lo largo de su vida".

Se considera como ingreso a los elementos tanto monetarios como no monetarios que se acumulan y que generan por ventas, reinversión, otros ingresos.

2.17. EGRESOS

SARMIENTO, R. Rubén. (2008), en su obra, Contabilidad General, manifiesta; "Son todos los gastos monetarios, que significa desembolsos para la empresa, los que van a estar en función de su organización en un ejercicio económico".

Ratificando lo que menciona el autor se conoce como egreso a la erogación o salida de recursos financieros, motivada por el compromiso de liquidación de algún bien o servicio recibido o por algún otro concepto. Desembolso de dinero, aun cuando no constituya gastos que afecten las pérdidas o ganancias.

2.18. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ROMERO, Javier (2009), en su Obra Principios de Contabilidad manifiesta; "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 más capital contable), a una fecha determinada".

Considerando lo expresado por el autor el estado de situación inicial es un documento contable que refleja la situación financiera de un ente económico de una organización, a una fecha determinada y que permite efectuar un análisis comparativo de la misma; incluye el activo, pasivo y capital contable.

2.19. ESTADO DE RESULTADOS

Para **GITMAN, Lawrence J. (2008)**, "Proporciona un resumen financiero de los resultados operativos de la empresa durante un periodo específico".

Tomando en cuenta lo expresado por el autor el Estado de resultados es un documento complementario donde se informa detallada y ordenadamente como se obtuvo la utilidad del ejercicio contable, el estado de resultados está compuesto por las cuentas nominales, transitorias o de resultados, o sea las cuentas de ingresos, gastos y costos. Los valores deben corresponder exactamente a los valores que aparecen en el libro mayor y sus auxiliares, o a los valores que aparecen en la sección de ganancias y pérdidas de la hoja de trabajo.

2.20. ESTADO DE FLUJO DE CAJA

GITMAN, Lawrence J. (2008), afirma. "Proporciona un resumen de los flujos de efectivo operativos, de inversión y de financiamiento de la empresa, y los reconcilia con los cambios en el efectivo y los valores negociables de la empresa durante el período".

Atribuyendo lo que dice el autor el estado de flujo de caja muestra el efectivo generado y utilizado en a las actividades de operación, inversión y financiación, además permite determinar el financiamiento interno y externo; analizar los cambios presentados en el efectivo y establecer las diferencias entre la utilidad neta, los recaudados y desembolsos.

2.21. EVALUACIÓN ECONÓMICA – FINANCIERA

2.21.1. EVALUACIÓN ECONÓMICA

JÁCOME, Walter (2008), dice: “Es la asignación óptima de los recursos y la identificación de las variables y efectos sobre situaciones de carácter social, buscando la eficiencia de su distribución”

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

2.21.2. EVALUACIÓN FINANCIERA

Diccionario de la Real Academia (2011), expresa “La evaluación financiera es la acción y el efecto de señalar el valor de un conjunto de activos o pasivos financieros”

Resaltando lo ya mencionado por el autor la evaluación financiera consiste en comparar los costos con los beneficios que estos generan, para así decidir sobre la conveniencia de llevarlos a cabo.

2.22. INDICADORES PARA LA EVALUACIÓN

2.22.1. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

VAN HORNE, James C (2009), señala: “Representa la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no permanente la inversión en el horizonte de la misma”

BRIGHAN, Eugene. HOUSTON Joel. (2008), afirma “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”

Para mayor entendimiento expongo mi criterio el VAN es la técnica que mide la diferencia entre el valor presente de las entradas y la inversión inicial o valor presente de salidas, con el objeto de determinar la deseabilidad de un proyecto, cuando el VAN es menor a cero o igual a este se considera aceptable, si el valor es mayor que cero se debe rechazar el proyecto, es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

Consiste en actualizar mediante una tasa todos los flujos de caja futuros del proyecto, a este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

2.22.2. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

BRIGHAN, Eugene. HOUSTON Joel. (2008), afirma, “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”

JACOME, Walter. (2008), dice “Representa la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma”

Corroborando este concepto la TIR es la tasa de interés con la cual el valor actual neto es igual a cero, también es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en el que el VAN es igual a cero, será

conveniente realizar la inversión, cuando la tasa de interés alternativa es menor que el TIR.

2.22.3. COSTO BENEFICIO

CÓRDOVA PADILLA, Marcia, (2009), señala: “también llamada índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usó como medio de clasificación de los proyectos en orden descendentes de productividad. Si la razón beneficio costo es mayor que 1 entonces es aceptable el proyecto”

Tomando como referencia lo que dice el autor el costo beneficio es un parámetro que sirve para determinar cómo se recupera los ingresos en base a los egresos, para lo cual se considera los ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja.

2.22.4. TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

SAPAG, CH. Nassir y SAPAG, CH. Reinaldo (2008), en su texto preparación y evaluación de proyectos señala: “ayuda a determinar el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de periodos aceptables por la empresa”.

CÓRDOVA, Marcia, (2009), dice, “Se lo define como el número esperado de períodos que se requieren para que se recupere una inversión original”

La importancia de estos conceptos recalca en lo siguiente: es el número esperado de períodos que se requieren para que se recupere una inversión, es el tiempo requerido para que una empresa recupere su inversión inicial en un proyecto y se calcula a partir de los flujos positivos, además el periodo de recuperación de la inversión es aquel que permite

medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión.

2.22.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

BACA URBINA, Gabriel, (2008), manifiesta, “es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y variables”.

Hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos, esto supone que la empresa en su punto de equilibrio tienen un beneficio que es igual a cero (no gana ni pierde), por lo tanto una empresa logra cubrir sus costos al incrementar sus ventas ya que logrará ubicarse por encima del punto de equilibrio y obtendrá beneficio positivo, en cambio una caída de sus ventas generará pérdidas.

2.22.6. SENSIBILIDAD

NASSIR, S. CHain, (2008), dice, “Se puede desarrollar un análisis de sensibilidad que permita medir cuan sensible es la evaluación realizada a variaciones en uno o más parámetros decisivos”.

De la definición antes mencionada podemos decir que la sensibilidad de los proyectos permiten variar los parámetros financieros más importantes: inversiones, costos e ingresos unilateralmente, además el análisis de sensibilidad se lo ejecuta mediante la evaluación del resultado de uno de los escenarios proyectados, el cual es elegido por el analista con un criterio distinto al que tendría el inversionista, porque la aversión al riesgo de ambos y la perspectiva de donde se analizan los problemas es diferente, la sensibilidad se puede aplicar directamente a las mediciones del valor actual neto, la tasa interna de retorno y la utilidad.

2.22.7. CONCLUSIÓN DE LAS BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS

La investigación, se encuentra enmarcada dentro de los parámetros y normas pertinentes, siendo así posible conceptualizarla y definirla de una manera objetiva y precisa.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. INTRODUCCIÓN

Es la parte crítica que sustenta la propuesta y trata de identificar la demanda potencial necesaria para este tipo de proyecto, por lo tanto es preciso realizar una investigación que tenga cobertura de todo el cantón urbano y rural para establecer los niveles de oferta y demanda como también determinar los niveles de aceptación que tendrá el Comisariato Municipal.

Para la obtención de los datos en el estudio de mercado se utilizó herramientas de investigación tales como: encuesta, entrevista, observación, los mismos que fueron aplicadas y se obtuvo información primordial en relación a la oferta existente, la demanda de los posibles consumidores, el precio de los productos de primera necesidad.

3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.2.1. OBJETIVO GENERAL

Hacer un estudio de mercado, mediante el cual nos permita establecer, la demanda, oferta, precios, competencia, y las estrategias de comercialización.

3.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar la demanda existente de los productos de primera necesidad en la Parroquia la Bonita Cantón Sucumbíos.

- Establecer la oferta existente la Parroquia la Bonita.

- Analizar los precios existentes de los productos de primera necesidad en la Parroquia la Bonita.
- Determinar las estrategias de comercialización de los productos.

3.4. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

Para la presente investigación la población que se tomará en cuenta son los habitantes de la Parroquia la Bonita del Cantón Sucumbíos, que según el último censo de población y vivienda realizado en el año 2010 es de 811 habitantes.

3.5. CÁLCULO DE LA MUESTRA

En base a los datos antes indicados se procede a calcular la muestra, para lo cual se aplica la siguiente fórmula:

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

De donde:

N= Tamaño de la población

n= Tamaño de la muestra

δ = Varianza 0.25

Z= Nivel de confianza (1.96)

E= Nivel de error (0.03)

$$n = \frac{811 * 1,96^2 * 0,25^2}{0,03^2 (811-1) + (1,96)^2 (0,25)^2}$$

$$n = \frac{811 * 3,8416 * 0,0625}{0,0009 (810) + (3,8416) (0,0625)}$$

$$n = \frac{194,7211}{0,729 + (0,2401)}$$

$$n = \frac{194,7211}{0,9691}$$

$$n = \frac{194,7211}{0,9691}$$

$$n = \frac{194,7211}{0,9691}$$

$$n = 200,9298318$$

$$n = \mathbf{201}$$
 consumidores

La población a encuestar es de 201 personas, las mismas que proporcionarán la información necesaria para establecer la aceptación o no del presente proyecto.

3.6. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

3.6.1. ENCUESTA APLICADA A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD LA BONITA, DEL CANTÓN SUCUMBÍOS

Pregunta No. 1.- ¿Al momento de adquirir sus productos de primera necesidad donde prefiere comprarlos?

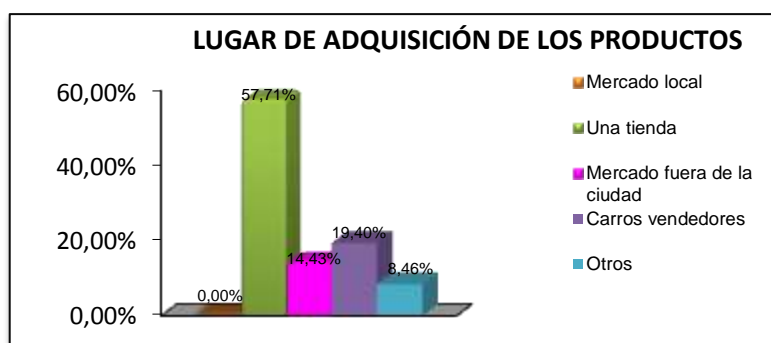
CUADRO N° 41
LUGAR DE ADQUISICIÓN DE LOS PRODUCTOS

ALTERNATIVA	CUANTIFICACIÓN	%
Mercado local	0	00,00%
Una tienda	116	57,71%
Mercado fuera de la ciudad	29	14,43%
Carros vendedores	39	19,40%
Otros	17	08,46%
Total	201	100,00%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

GRÁFICO N° 15
LUGAR DE ADQUISICIÓN DE LOS PRODUCTOS



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

De acuerdo a la investigación realizada, se puede señalar que la mayor parte de la población adquiere los productos en una tienda, en menor proporción lo realiza en carros vendedores, sin embargo los encuestados manifestaron que es necesario incentivar al consumo local para evitar migraciones a otros mercados.

Pregunta No. 2.- ¿Con qué frecuencia realiza sus compras?

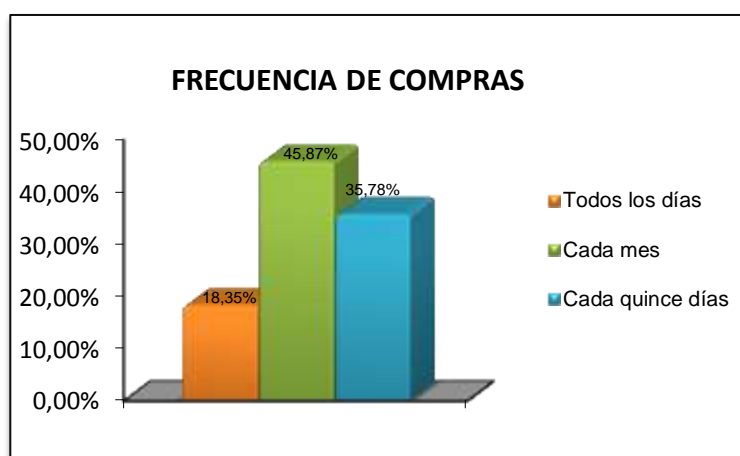
CUADRO N° 42
FRECUENCIA DE COMPRAS

ALTERNATIVA	CUANTIFICACIÓN	%
Todos los días	37	18,35%
Cada mes	92	45,87%
Cada quince días	72	35,78%
Total	201	100,00%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

GRÁFICO N° 16
FRECUENCIA DE COMPRAS



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

De acuerdo a la investigación realizada, se puede señalar que la mitad de la población adquiere los productos mensualmente, y que la otra mitad los hace quincenalmente y todos los días, sea en tiendas o carros vendedores.

Pregunta No. 3.- De los productos que a continuación se muestra, indique en el orden de importancia los que más consume (1 siempre, 2 casi siempre, 3 rara vez, 4 casi nunca, 5 nunca).

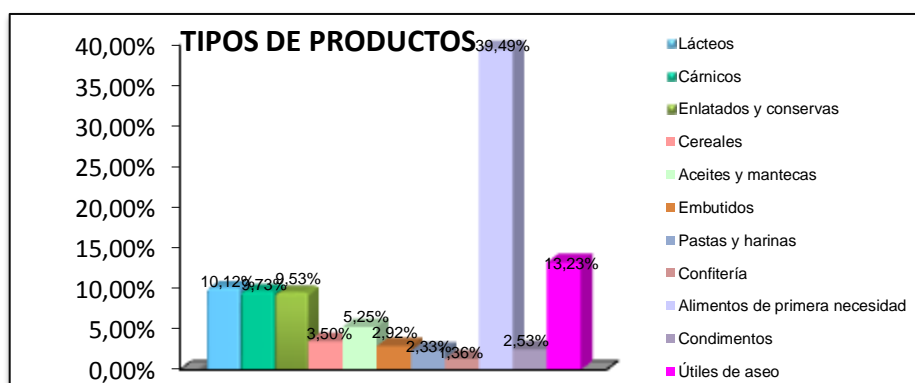
CUADRO N° 43
TIPOS DE PRODUCTOS

ALTERNATIVA	CUANTIFICACIÓN			%
Lácteos	1	20	20,33	10,12%
Cárnicos	2	20	19,55	09,73%
Enlatados y conservas	2	19	19,16	09,53%
Cereales	2	7	7,04	03,50%
Aceites y mantecas	2	11	10,56	05,25%
Embutidos	3	6	5,87	02,92%
Pastas y harinas	3	5	4,69	02,33%
Confitería	4	3	2,74	01,36%
Alimentos de primera necesidad	1	79	79,38	39,49%
Condimentos	2	5	5,08	02,53%
Útiles de aseo	1	27	26,59	13,23%
Total		201		100,00%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

GRÁFICO N° 17
TIPOS DE PRODUCTOS



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

La mayor parte de la población encuestada afirma que los productos que más consumen son los de primera necesidad, tales como: sal, azúcar, arroz, avena, etc., en menor escala están los materiales de aseo, seguido por los lácteos y otros productos consumidos de acuerdo a la necesidad de cada uno de las personas.

Pregunta No. 4.- ¿Aproximadamente cuánto gasta mensualmente en los productos antes mencionados?

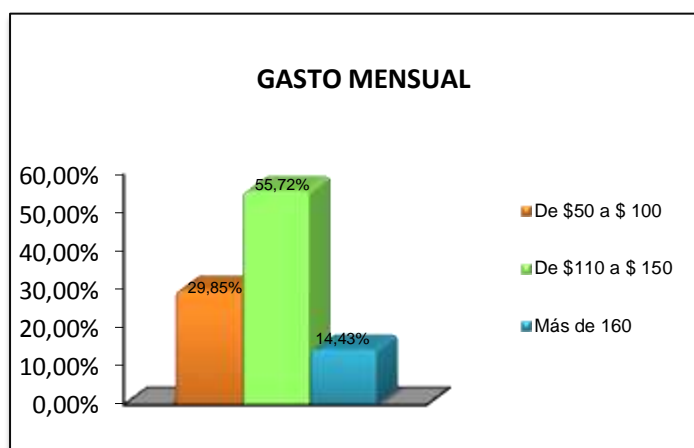
**CUADRO N° 44
GASTO MENSUAL**

ALTERNATIVAS	CUANTIFICACIÓN	%
De \$50 a \$ 100	60	29,85%
De \$110 a \$ 150	112	55,72%
Más de 160	29	14,43%
Total	201	100,00%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

**GRÁFICO N° 18
GASTO MENSUAL**



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

El mayor porcentaje de los encuestados afirman que el gasto aproximado en la adquisición productos oscila de 110 a 150 dólares, lo que significa que las personas de la Parroquia la Bonita si tienen la costumbre de acudir a las tiendas y abarrotes existente en el lugar, por tal motivo se verifica la necesidad y factibilidad del proyecto, pues si hay un consumo elevado de productos, lo que significa que la economía de los lugareños no es tan baja si no de economía media.

Pregunta No. 5.- ¿Cómo califica usted la atención donde compra sus productos?

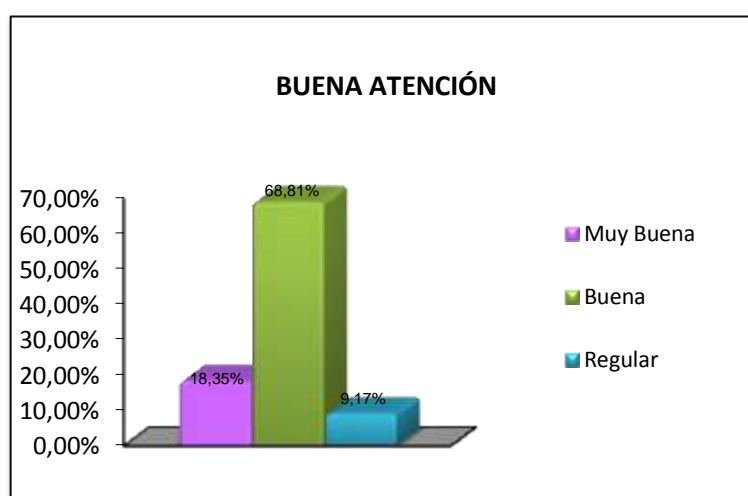
**CUADRO N° 45
BUENA ATENCIÓN**

ALTERNATIVA	CUANTIFICACIÓN	%
Muy Buena	37	18,35%
Buena	138	68,81%
Regular	18	09,17%
Mala	8	03,67%
Total	201	100,00%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

**GRÁFICO N° 19
BUENA ATENCIÓN**



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

De acuerdo a la investigación realizada la mayoría de encuestados manifiestas que la atención donde adquieren los productos es Buena, lo cual demuestra que hay una insuficiente capacitación de servicio y atención al cliente, influyendo negativamente al comercio local.

Pregunta No. 6.- Los productos que le ofrecen al realizar su compra son:

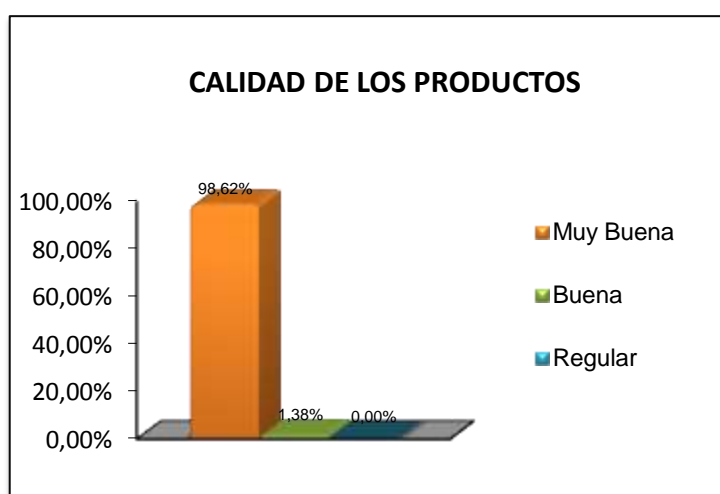
**CUADRO N° 46
CALIDAD DE LOS PRODUCTOS**

ALTERNATIVA	CUANTIFICACIÓN	%
Buena calidad	198	98,62%
Regular calidad	3	01,38%
Mala calidad	0	00,00%
Pésima calidad	0	00,00%
Total	201	100,00%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

**GRÁFICO N° 20
CALIDAD DE PRODUCTOS**



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

En lo referente a la calidad del producto, se determina una contundente afirmación de que los productos que se expenden son de buena calidad, lo que significa la existencia de competencia, aunque baja, pero a la cual habrá que contrarrestar con estrategias de comercialización adecuadas.

Pregunta No. 7.- La infraestructura que ocupan los actuales negocios es

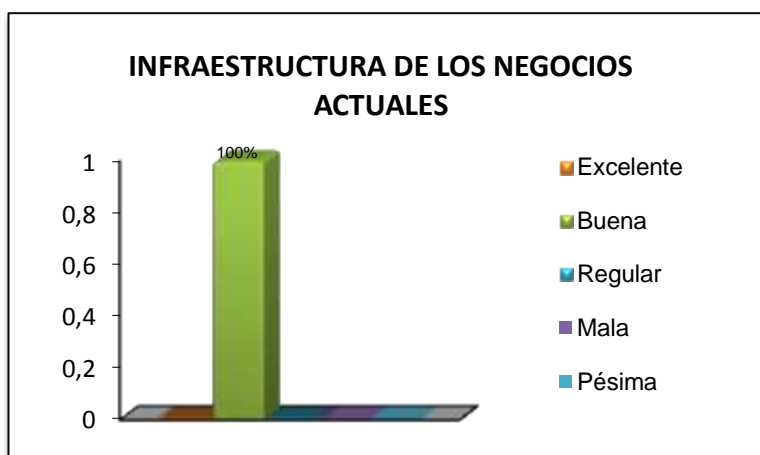
CUADRO N° 47
INFRAESTRUCTURA DE LOS NEGOCIOS ACTUALES

ALTERNATIVA	CUANTIFICACIÓN	%
Excelente	0	00,00
Buena	201	100,00
Regular	0	00,00
Mala	0	00,00
Pésima	0	00,00
Total	201	100,00%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

GRÁFICO N° 21
INFRAESTRUCTURA DE LOS NEGOCIOS ACTUALES



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

De los resultados de la investigación, se determinó que la infraestructura actual de los negocios es buena pero no adecuada, por lo que se hace necesario que sus propietarios inviertan realizando adecuaciones emergentes.

Pregunta No. 8.- ¿Cuál es su opinión respecto a la creación de un comisariato municipal en la ciudad de La Bonita?

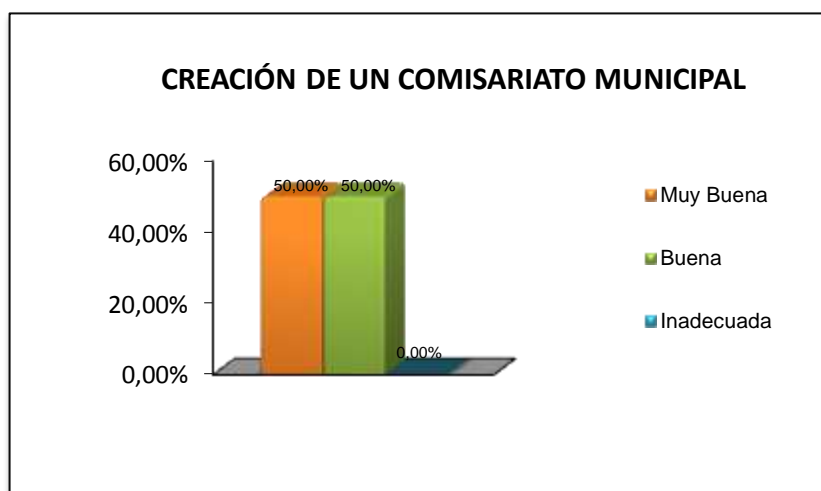
CUADRO N° 48
CREACIÓN DE UN COMISARIATO MUNICIPAL

ALTERNATIVA	CUANTIFICACIÓN	%
Muy Buena	109	50,00%
Buena	109	50,00%
Inadecuada	0	00,00%
Total	218	100,00%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

GRÁFICO N° 22
CREACIÓN DE UN COMISARIATO MUNICIPAL



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

La mayoría de la población encuestada afirma que es muy buena la idea de crear un Comisariato Municipal en la ciudad de La Bonita, este dato es muy importante pues significa que si existe la aceptación por parte de los consumidores, lo que hace factible su aplicación.

Pregunta No. 9.- ¿Qué aspectos cree usted son importantes para que un comisariato cumpla con las expectativas de la población?

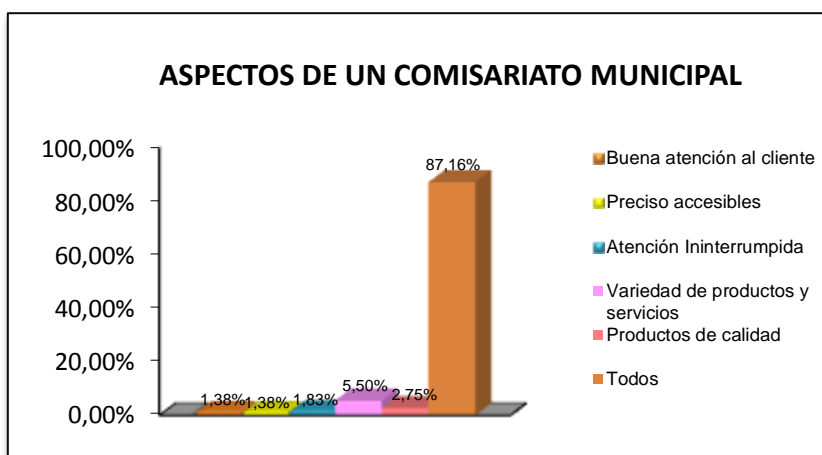
CUADRO N° 49
ASPECTOS DE UN COMISARIATO MUNICIPAL

ALTERNATIVA	CUANTIFICACIÓN	%
Buena atención al cliente	3	01,38%
Preciso accesibles	3	01,38%
Atención Ininterrumpida	4	01,83%
Variedad de productos y servicios	11	05,50%
Productos de calidad	6	02,75%
Todos	174	87,16%
Total	201	100,00%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

GRÁFICO N° 23
ASPECTOS DE UN COMISARIATO MUNICIPAL



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

El presente gráfico hace referencia a los aspectos más importantes que se deben tomar en cuenta en la creación del Comisariato Municipal, aspectos que se enmarcan en el desarrollo económico, social y turístico del Cantón.

Pregunta No. 10.- ¿Conociendo la variedad de productos y servicios que puede llegar a brindar el comisariato municipal, usted acudiría a realizar sus compras?

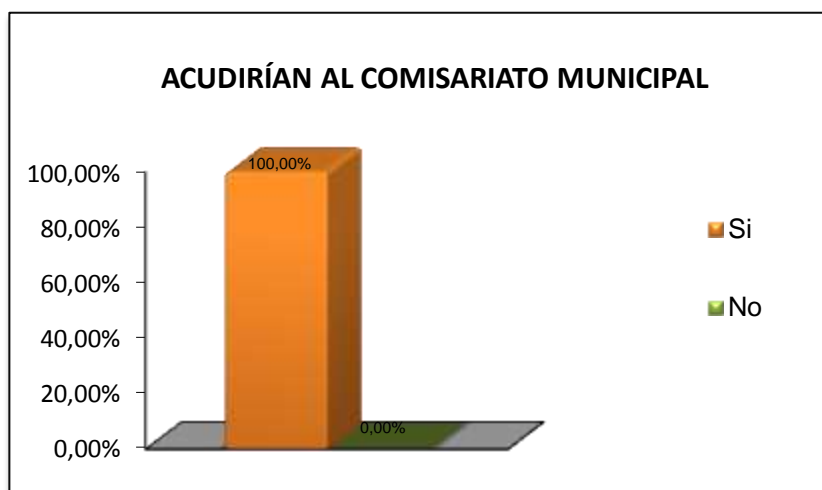
**CUADRO N° 50
ACUDIRÍAN AL COMISARIATO MUNICIPAL**

ALTERNATIVA	CUANTIFICACIÓN	%
Si	201	100,00%
No	0	00,00%
Total	201	100,00%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

**GRÁFICO N° 24
ACUDIRÍAN AL COMISARIATO**



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

En este aspecto la totalidad de la población encuestada manifiesta estar dispuesta a concurrir y realizar sus compras en el Comisariato Municipal, sin embargo dentro de este valor se encuentra el mercado cautivo.

Pregunta No. 11.- ¿En qué lugar cree usted que se debe ubicar el Comisariato Municipal?

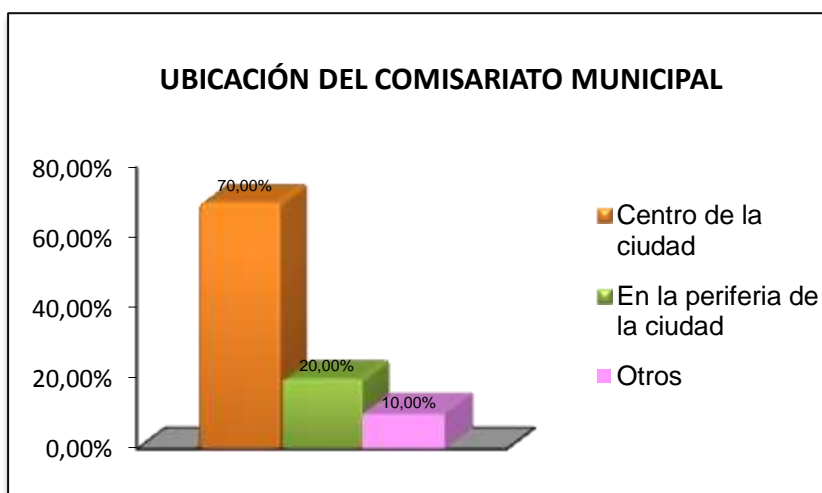
CUADRO N° 51
UBICACIÓN DEL COMISARIATO MUNICIPAL

ALTERNATIVA	CUANTIFICACIÓN	%
Centro de la ciudad	140	70,00%
En la periferia de la ciudad	40	20,00%
Otros	21	10,00%
Total	201	100,00%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

GRÁFICO N° 25
UBICACIÓN DEL COMISARIATO MUNICIPAL



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

Para la mayoría de la población encuestada, y así lo demuestran los resultados, el lugar más adecuado para la construcción y funcionamiento del Comisariato Municipal es el sector centro de la ciudad, ya que los consumidores acudirían con mayor facilidad a realizar sus respectivas compras; además de que es un lugar potencial para la atención de todo tipo de clientes.

3.6.2. RESULTADO DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS COMERCIANTES DE LA CIUDAD DE LA BONITA, CANTÓN Y PROVINCIA DE SUCUMBÍOS.

Pregunta No. 1.- Los precios de los productos que usted vende son:

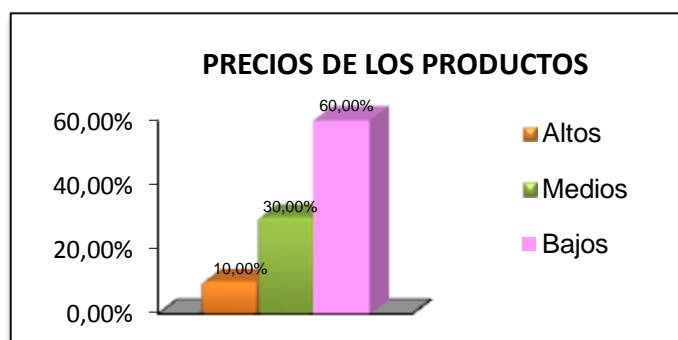
**CUADRO N° 52
PRECIOS DE LOS PRODUCTOS**

ALTERNATIVA	CUANTIFICACIÓN	%
Altos	20	10,00%
Medios	60	30,00%
Bajos	121	60,00%
Total	201	100,00%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

**GRÁFICO N° 26
PRECIOS DE LOS PRODUCTOS**



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

En el Cantón Sucumbíos, sector La Bonita los comerciantes venden sus productos a precios bajos dentro de parámetros donde el consumidor accede a comprarlos, mientras que los precios medios se derivan del tipo de consumidor ya que es él quien elige que producto y por ende el precio que conlleva su decisión, de igual forma en menor porcentaje asumen que venden productos a precios altos debido a la calidad.

Pregunta No. 2.- ¿De qué calidad son los productos que usted vende?

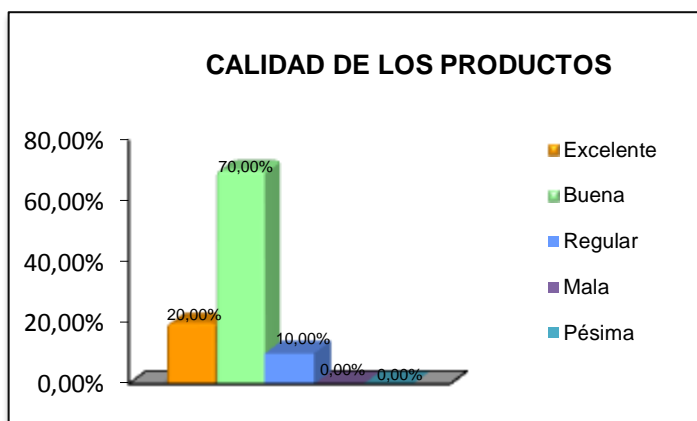
CUADRO N° 53
CALIDAD DE LOS PRODUCTOS

ALTERNATIVA	CUANTIFICACIÓN	%
Excelente	40	20,00%
Buena	141	70,00%
Regular	20	10,00%
Mala	0	00,00%
Pésima	0	00,00%
Total	201	100,00%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

GRÁFICO N° 27
CALIDAD DE LOS PRODUCTOS



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

De acuerdo a los datos obtenidos, una gran mayoría de comerciantes, indica que la calidad de los productos que venden es buena, en menor escala se manifiesta que los productos son de excelente calidad y un mínimo porcentaje de comerciantes afirma que la calidad de los productos es regular, por no decir mala; sin embargo hay quienes afirman que sería excelente la existencia de un lugar donde se pueda competir de forma que los comerciantes de la parte central no sean los únicos que logran maximizar sus ventas.

Pregunta No. 3.- ¿En qué lugar adquiere sus productos para vender?

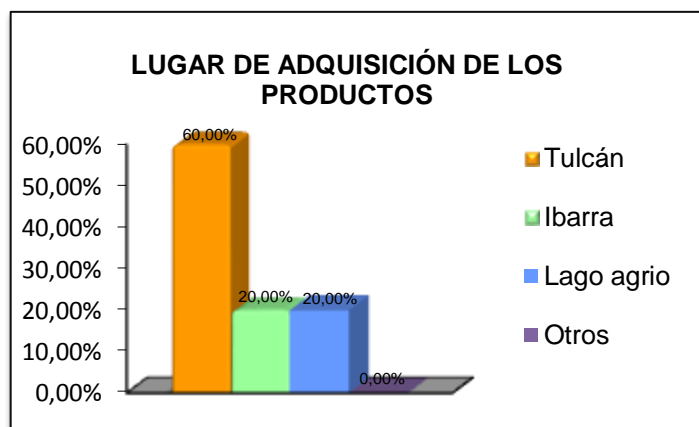
CUADRO N° 54
LUGAR DE ADQUISICIÓN DE LOS PRODUCTOS

ALTERNATIVA	CUANTIFICACIÓN	%
Tulcán	121	60,00%
Ibarra	40	20,00%
Lago agrio	40	20,00%
Otros	0	00,00%
Total	201	100,00%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

GRÁFICO N° 28
LUGAR DE ADQUISICIÓN DE LOS PRODUCTOS



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

La mayor parte de comerciante de La Bonita, adquieren sus productos en la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi, y otro grupo minoritario lo hacen en las ciudades de Ibarra y Lago Agrio, por lo cual no se puede verificar a ciencia cierta la calidad de los productos.

Pregunta No. 4.- ¿Qué canales de distribución utiliza para vender sus productos?

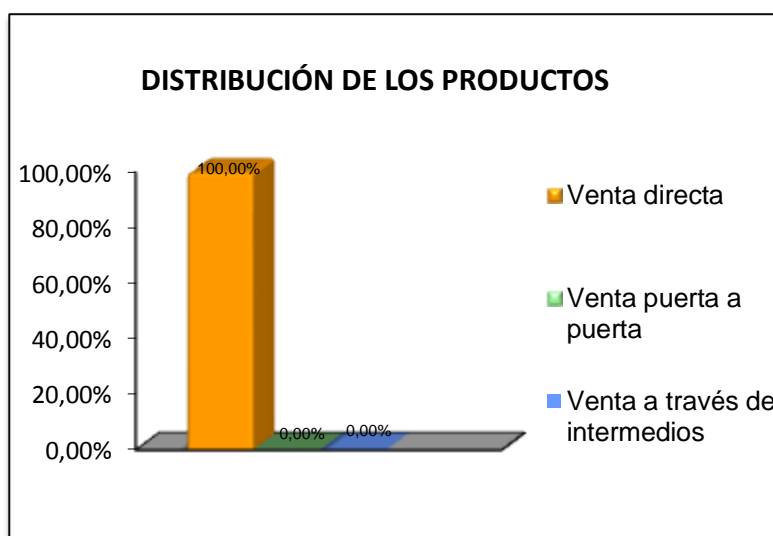
CUADRO N° 55
DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS

ALTERNATIVA	CUANTIFICACIÓN	%
Venta directa	201	100,00%
Venta puerta a puerta	0	00,00%
Venta a través de intermedios	0	00,00%
Total	201	100,00%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

GRÁFICO N° 29
DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

Todos los encuestados manifestaron que el canal de distribución de venta utilizado en este sector es el de venta directa es decir al consumidor final.

Pregunta No. 5.- ¿Cómo considera usted a la competencia?

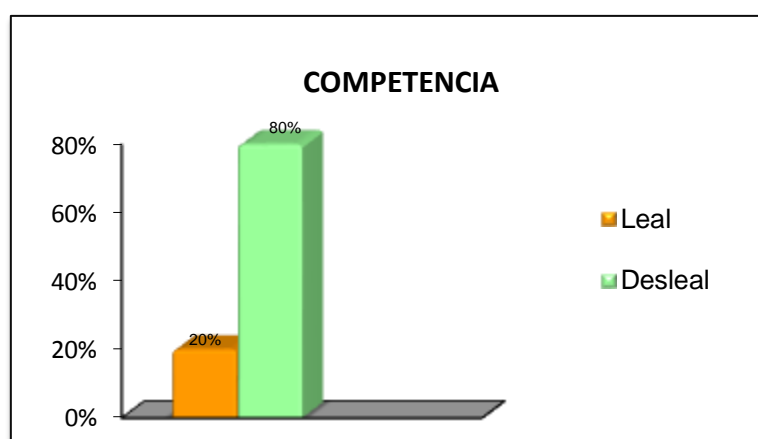
CUADRO N° 56
COMPETENCIA

ALTERNATIVA	CUANTIFICACIÓN	%
Leal	40	20,00%
Desleal	161	80,00%
Total	201	100,00%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

GRÁFICO N° 30
COMPETENCIA



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede decir que la mayor parte de la competencia es desleal, y va en aumento, esto se debe al ingreso de productos en contrabando los cuales llegan a precios muy bajos, lo que perjudica al comerciante que formalmente adquiere sus productos para la venta, además, la rebaja de precios para captar más clientes es otro factor que se debe tomarse en cuenta, en tanto que una parte considerable de encuestados manifiestan que la competencia es leal, pues todos tienen derecho a trabajar, pero hay que reflexionar sobre la existencia de un reglamento que regenta las actividades de todo comerciante, de esta forma la competencia puede llegar a ser equitativa.

Pregunta No. 6.- La posición económica de su cliente es:

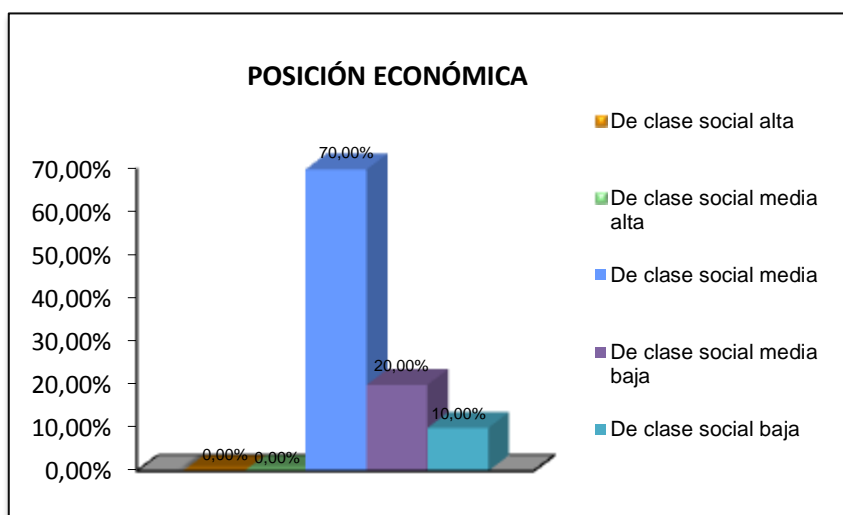
**CUADRO N° 57
POSICIÓN ECONÓMICA**

ALTERNATIVAS	CUANTIFICACIÓN	%
De clase social alta	0	00,00%
De clase social media alta	0	00,00%
De clase social media	141	70,00%
De clase social media baja	40	20,00%
De clase social baja	20	10,00%
Total	201	100,00

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

**GRÁFICO N° 31
POSICIÓN ECONÓMICA**



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

La mayor parte de los comerciantes opinan que la posición económica de los consumidores corresponden a un estatus medio, cabe señalar que de acuerdo a la situación actual del país este porcentaje puede variar en los próximos años; una quinta parte de la clientela pertenece a la clase social media baja y la décima parte le corresponde la clase baja, lo que significa que los precios de los productos se debe establecer tomado en cuenta este factor importante que es la economía de las familias que se ven atraídas por los bajos precios de los productos.

Pregunta No. 7.- Cree usted que la existencia de un Comisariato Municipal ayudaría a:

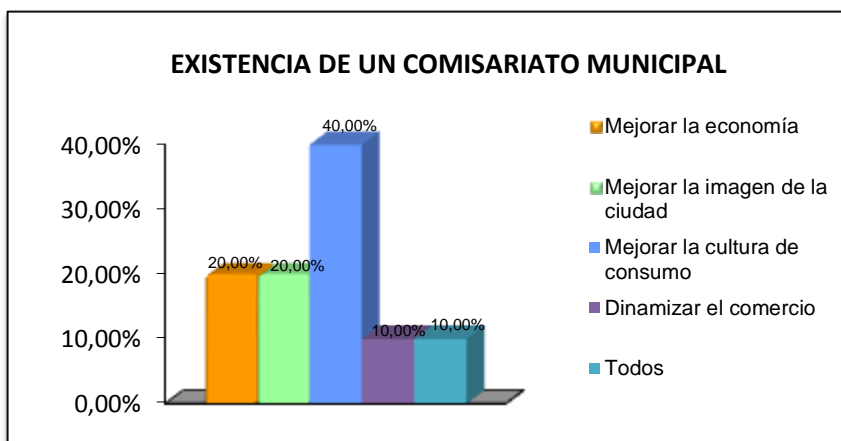
CUADRO N° 58
EXISTENCIA DE UN COMISARIATO MUNICIPAL

ALTERNATIVA	CUANTIFICACIÓN	%
Mejorar la economía	40	20,00%
Mejorar la imagen de la ciudad	40	20,00%
Mejorar la cultura de consumo	81	40,00%
Dinamizar el comercio	20	10,00%
Todos	20	10,00%
Total	201	100,00%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

GRÁFICO N° 32
EXISTENCIA DE UN COMISARIATO MUNICIPAL



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

La mayor parte de los comerciantes encuestados señalan que la existencia del comisariato municipal ayudará en gran medida a generar un cambio positivo, ya que es una zona donde se ha logrado diversificar la producción y comercialización de productos de primera necesidad y otros, tratando de que este pueda llegar a ser el atractivo comercial más importante de la zona.

3.6.3. ENTREVISTA REALIZADA A LAS AUTORIDADES DEL CANTÓN SUCUMBÍOS

**CUADRO N° 59
PERSONAS ENTREVISTADAS**

NOMBRE	CARGO
Sr. Ernesto Buitrón	Alcalde del Cantón Sucumbíos
Sra. Cecilia Ruiz	Comisaria Nacional Del Cantón Sucumbíos
Sr. Joffre Orbe	Vicealcalde del Cantón Sucumbíos
Sr. Hermilo Revelo	Concejal del Cantón Sucumbíos
Sra. Nieves Getial	Presidenta de la organización de Mujeres La Bonita

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

La entrevista se la realizó a las personalidades indicada en el cuadro N° 59, obteniéndose los siguientes resultados: Consideran que la creación del Comisariato Municipal es de suma importante para lograr el desarrollo del cantón, contribuyendo con la generación de nuevas fuentes de trabajo; se mejoraría la imagen, un mayor dinamismo económico, un lugar en donde se abastecería a la población con todo tipo de productos de calidad y a precios competitivos matizados con un buen servicio al cliente. Además se comentó sobre énfasis que se debe dar en cuanto a la seguridad de los clientes, brindando un buen servicio estacionamiento para evitar congestionamientos, así también la infraestructura debe ser moderna y acorde con el servicio que se va prestar.

Otros aspectos importantes que consideran necesario para llevar a cabo este proyecto, es la existencia de una buena administración, con bases legales y financieras perfectamente fundamentadas, para que las

actividades comerciales sean beneficiosas para las partes involucradas y sobre todo para el consumidor.

Existe una excelente aceptación del proyecto mencionado, esto debido a la gran demanda de consumidores de la zona y de la oportunidad que se brindará a las personas para que puedan desarrollarse en el ámbito comercial, puesto que están prestas a brindar y a colaborar de forma administrativa, financiera y económica de quienes demanden de sus servicios.

3.6.4. OPINIÓN DE EXPERTOS

La opinión de expertos se la realizó a las autoridades del Cantón Sucumbíos, mencionadas en el cuadro N° 59, manifestando que el espacio físico en donde se desea levantar la infraestructura del comisariato municipal es muy adecuada, ya que los comerciantes podrán ofertar los productos de la zona y así mejorar el comercio en el sector.

3.6.5. OBSERVACIÓN DIRECTA

Los resultados obtenidos de la observación directa consideran que: la creación del Comisariato Municipal es importante para lograr un mejor desarrollo del cantón, ya que esto implica crear y generar nuevas fuentes de trabajo, se mejoraría la imagen, un mayor dinamismo económico y se crearía un lugar en donde se abastecería a la población de todo tipo de productos con precios competitivos, de calidad y buen servicio al cliente.

3.7. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

El comisariato municipal es una empresa de servicio en donde no solo se compran productos sino también es un lugar en que se satisfacen necesidades, donde se puede encontrar artículos, bienes y productos de

consumo cotidiano para la comodidad y seguridad de lo que se adquiere y del cliente, según esta percepción el servicio que se entrega al mercado tiene las siguientes características:

- Buena atención al cliente
- Precios accesibles
- Atención ininterrumpida
- Variedad de productos y servicios
- Productos de calidad

A continuación se muestran los tipos de productos que se distribuirán en los inicios del Comisariato Municipal, claro que se provee una proyectándose de expansión para los años subsiguientes:

- Lácteos
- Cárnicos
- Enlatados y conservas
- Cereales
- Aceites y mantecas
- Embutidos
- Pastas y harinas
- Confitería
- Alimentos de primera necesidad
- Condimentos
- Útiles de aseo

3.8. ESTUDIO DEL MERCADO META

Para determinar el mercado meta se tomó toda la población Urbana a Ciudad de La Bonita del cantón Sucumbíos, pues no se tiene ningún nivel selectivo con respecto a la oferta de los bienes y servicios, ya que todas las personas están en capacidad de adquirir cualquier tipo de productos

de acuerdo a sus preferencias e ingresos, sin embargo se puede distinguir dos tipos de mercado

3.8.1. MERCADO CAUTIVO

Corresponde al 25 % de la población encuestada, se consideran dentro de este grupo a empleados públicos y privados que perciben un sueldo fijo, por lo que se podría llegar a establecer convenios entre el Comisariato Municipal y la empresa para otorgar facilidades de pago en sus compras.

3.8.2. MERCADO TRADICIONAL

Comprende la población en general.

3.9. SEGMENTO DE MERCADO

El segmento de mercado es la población urbana de la ciudad La Bonita Cantón y Provincia de Sucumbíos, con un nivel socioeconómico medio bajo ya que la cuota mensual no será muy alta sino que está a un nivel asequible a la mayor parte de los consumidores.

3.10. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

La demanda se logró identificar por medio de la recopilación de información de fuentes primarias, mismas que se obtuvieron por medio de contacto directo con el consumidor e intermediarios, para lo cual se aplicaron encuestas a los consumidores.

Para la determinación de la demanda se realizó en base a la encuesta aplicada a los habitantes de la parroquia de La Bonita; en primer lugar se tomó como base la pregunta N° 10 en la cual se obtuvo que el 100% de

los encuestados realizaría sus compras en el comisariato, es decir las 201 personas, cuyo dato nos sirve para determinar la cantidad de personas que comprarían en el comisariato.

En relación a los dos datos antes indicados se presenta la demanda potencial de los productos de manera general:

CUADRO N° 60
DEMANDA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA MENSUAL	MESES DEL AÑO	TOTAL ANUAL
Demanda potencial	201	12	2.412

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

Las 201 personas se multiplican por meses del año determinado el número de personas que acudirán al año al comisariato Municipal.

3.10.1. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para la proyección de la demanda se realizó en base a los datos antes indicados, los mismo que se distribuirán por tipos de productos que las personas consumen en mayor cantidad (pregunta N° 3 encuesta a los consumidores).

Para su proyección a los siguientes años se la hizo en base a la tasa de crecimiento poblacional de Sucumbíos que según el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y censo) en el 2012 es de 2,48%.

CUADRO N° 61
DISTRIBUCIÓN POR PRODUCTOS

DESCRIPCIÓN	%
Lácteos	10,12
Cárnicos	9,73
Enlatados y conservas	9,53
Cereales	3,50
Aceites y mantecas	5,25
Embutidos	2,92
Pastas y harinas	2,33
Confitería	1,36
Alimentos de primera necesidad	39,49
Condimentos	2,53
Útiles de aseo	13,23
Total	100,00

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

Una vez determinado cual es la necesidad de los productos procedemos a distribuir el total de la demanda para cada uno de los productos, como se muestra en el cuadro siguiente:

CUADRO N° 62
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA (en personas)

PRODUCTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Lácteos	244	250	256	263	269
Cárnicos	235	241	247	253	259
Enlatados y conservas	230	236	242	248	254
Cereales	84	86	88	90	93
Aceites y mantecas	127	130	133	137	140
Embutidos	70	72	74	75	77
Pastas y harinas	56	57	59	60	62
Confitería	33	34	35	36	36
Alimentos de primera necesidad	953	977	1.001	1.026	1.051
Condimentos	61	63	64	66	67
Útiles de aseo	319	327	335	343	352
Total	2.412	2.472	2.533	2.596	2.660

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

Para la proyección de la demanda en número de personas se calculó de la siguiente manera: de la frecuencia que es 201 es decir son 201 personas que adquieren los productos pero esto de manera mensual por lo que se le multiplica por 12 dando como resultado 2,412 personas que compran anualmente.

3.11. IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA

Para la determinación de la oferta se realizó en base a la pregunta N° 1 de la encuesta aplicada a los habitantes de la Parroquia la Bonita, en la cual se preguntó dónde adquirirían sus productos de primera necesidad dando como resultado que el 57,71% lo adquirirían en las tiendas, las mismas que son las únicas que expenden este tipo de productos en la Bonita.

Del total de la demanda antes indicado se multiplicó por el 57,71% que compran en las tiendas obteniendo la siguiente oferta existente en la Parroquia la Bonita:

CUADRO N° 63
OFERTA (en personas)

ALTERNATIVA	% DE CONSUMO DE PRODUCTOS	DEMANDA MENSUAL	NÚMERO DE PERSONAS ADQUIEREN EN TIENDAS AL MES	TOTAL ANUAL
Oferta potencial	57,71	201	116	1.392

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

3.11.1. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Como se mencionó en el capítulo 1 en La Bonita existen 7 locales dedicados a la comercialización de productos de primera necesidad (tiendas), no existen antecedentes referentes al tema, probablemente porque la mayoría de establecimientos de la zona no se encuentran registrados, por lo que para el estudio pertinente, se tomarán los datos

encontrados en el Plan Parcial del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Sucumbíos, elaborado por la Administración del año 2011.

CUADRO N° 64
TIENDAS

AÑO	N° DE TIENDAS
2011	4
2012	7
2013	7

Elaborado por: La Autora

Fuente: GADMS

Con la información recolectada se procede a aplicar la fórmula del interés compuesto, a fin de conocer el porcentaje de crecimiento de la oferta:

$$Cf = Ci (1 + i)^n$$

Despejando:

$$i = \sqrt[n]{\frac{Cf}{Ci}} - 1$$

Dónde:

i = interés

Cf = Capital Final

Ci = Capital Inicial

n = Número de Periodos

Para obtener la tasa de crecimiento de la oferta, a la fórmula de interés compuesto solamente le cambiamos la nomenclatura para efectos del proyecto y procedemos a utilizarla.

$$TC_o = \sqrt[n]{\frac{Nt_f}{Nt_o}} - 1$$

Dónde:

TC_o = Tasa de Crecimiento Oferta

Nt_f = Numero de Tiendas al final

Nt_o = Numero de Tiendas al Inicio

n = Número de Periodos

$$TC_o = \sqrt[3]{\frac{7}{4}} - 1$$

$$TC_o = \sqrt[3]{1,75} - 1$$

$$TC_o = 1,205071132 - 1$$

$$TC_o = 0,205071132$$

$TC_o = 2,05\%$ Tasa de Crecimiento de la Oferta

Una vez obtenida la tasa de crecimiento de la oferta y el promedio de clientes anuales (cuadro N° 63), se realiza la proyección para 5 años.

CUADRO N° 65
PROYECCIÓN OFERTA (en personas)

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Clientes	1.392	1.421	1.450	1.480	1.510

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

3.12. BALANCE OFERTA / DEMANDA

Determinada la oferta y la demanda se realiza el balance oferta/ demanda con el propósito de saber si hay o no demanda insatisfecha; es decir si la oferta existente no logra cubrir toda la demanda de los productos:

CUADRO N° 66
BALANCE OFERTA / DEMANDA (en personas)

AÑOS	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
1	1.392	2.412	(1.020)
2	1.421	2.472	(1.051)
3	1.450	2.533	(1.083)
4	1.480	2.596	(1.116)
5	1.510	2.660	(1.150)

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

Consecuentemente, en la Parroquia de La Bonita del Cantón Sucumbíos no existe muchas tiendas, motivo por el cual no se alcanza a cubrir con la demanda de productos de primera necesidad y otros, ya que existe una demanda insatisfecha de 42,29%, y es la que se pretende cubrir al 100% con la implementación del Comisariato Municipal.

3.13. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En lo referente a la competencia es necesario resaltar que actualmente no existe un supermercado y el único es el mercado tradicional en los cuales se ofertan insumos de primera necesidad y productos frescos de la zona, por lo cual se considera que no es una competencia de mayor importancia; sin embargo hay que tomar en cuenta las tiendas existentes en el lugar, que no generan un alto grado de competencia, pero tampoco

hay que descuidarse de crear estrategias de comercialización adecuadas para apurar ese mercado.

3.14. MIX DE MARKETING

El objetivo de aplicar este análisis es conocer la situación de la empresa y poder desarrollar una estrategia específica de posicionamiento posterior en el mercado.

3.14.1. PRECIO

El precio es valor monetario asignado a un bien o servicio, se ha establecido que los precios cuando son bajos estimulan el consumo, pero a su vez desaniman la producción, en cambio precios altos estimula la producción pero desanima al consumidor, es por esto que para la etapa de introducción al mercado, se utilizará descuentos y promociones que atraigan el interés del consumidor, para asignar el PVP a los artículos que se ofrecerán en el Comisariato, se seguirán varios aspectos importantes como son:

- El precio de venta estará constituido por el costo de comercialización, administración y venta más una ganancia adicional.
- El precio dentro de la empresa formará parte de la estrategia comercial, por esta razón se dará una atención especial a los proveedores y se buscará alianzas estratégicas para conseguir descuentos por cantidad y alternativas en la forma de pago y luego proceder a establecer el margen de utilidad que la entidad generará, siendo del 18 % del costo de compras, considerando que normalmente en los supermercados y tiendas las utilidades son alrededor del 25% al 40% dependiendo de los productos, pues este

comisariato es creado como servicio social mas no como institución con fines de lucro.

- Para conseguir costos más bajos se comprará directamente a productores, eliminado la posibilidad de adquirir bienes a intermediarios.
- La fijación por precio de mercado es la que más se usa en la actualidad y ya que existe competencia en la zona donde se está estudiando la factibilidad del proyecto, el precio se establecerá con relación a ésta.

3.14.2. PRODUCTO

Los productos que se venderá en el supermercado serán principalmente los considerados de primera necesidad, poniendo a disposición de los clientes una amplia gama de marcas y precios, para que así puedan elegir los que lo más les satisfaga o les convenga.

3.14.3. PLAZA

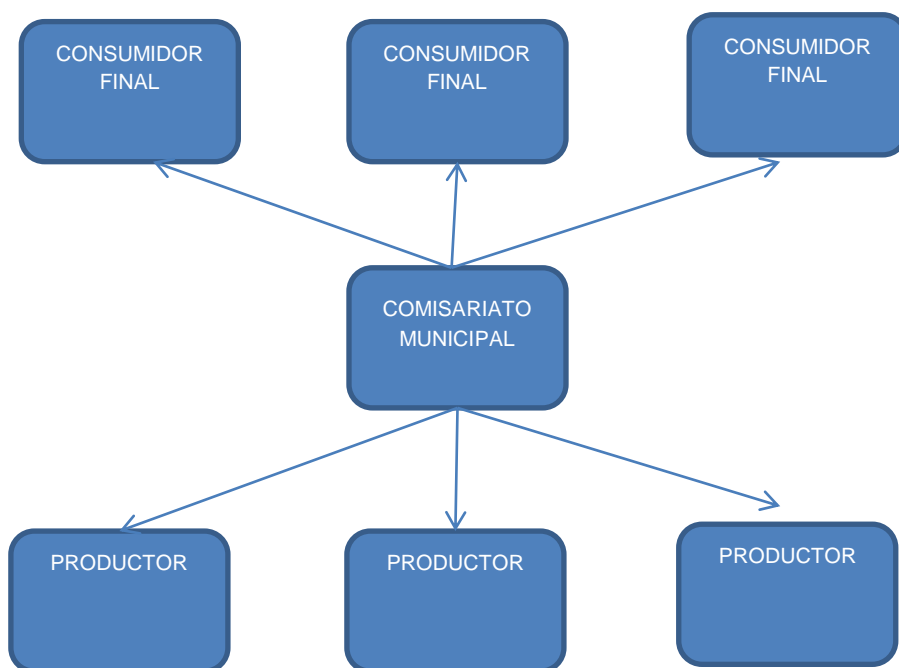
Se la como también como distribución está considerada como la parte vital en el funcionamiento del negocio, debido a que aquí existe una interrelación con el cliente, tratar de satisfacer las necesidades de una demanda que cada día se vuelve más exigente se convierte en una meta dentro de la entidad y para alcanzarla es esencial contar con instalaciones adecuadas para un buen manejo de los productos, a fin de que la mercadería se encuentre organizada y bien distribuida, evitando confusiones y agilizando el despacho de la misma.

Otro punto importante dentro de la plaza es la atención al público, contar un equipo de trabajo que se involucre directamente con los objetivos de la

empresa es indispensable; el entrenamiento, la capacitación constante y los incentivos serán políticas administrativas que se emplearán con la finalidad de brindar al cliente un servicio eficaz.

Considerando la capacidad de compra del Comisariato, éste puede ser clasificado dentro del canal de minoristas, que son aquellos que compran y venden varios productos incluso los competitivos entre sí, con esta información podemos determinar mediante el gráfico adjunto, el canal de distribución que manejará en el establecimiento:

ILUSTRACIÓN N° 3 CANALES DE DISTRIBUCIÓN



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

3.14.4. PROMOCIÓN

La promoción dentro del marketing se compone por cuatro variables que son: Publicidad, Promoción de Ventas, Ventas Personales y Relaciones Públicas, de estas variables se aplicarán dos dentro del Comisariato:

3.14.4.1. Publicidad

Para la introducción de la unidad de servicios al mercado se utilizará la ayuda trípticos que serán repartidas en el sector, en las cuales se detallará el nombre del Comisariato, la dirección y algunos de los productos que se ofrece con su respectivo precio.

ILUSTRACIÓN N° 4 DISEÑO DEL TRÍPTICO ANVERSO



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

ILUSTRACIÓN N° 5

DISEÑO DEL TRÍPTICO REVERSO

Presentación	Objetivos	Estrategias
 <p>MI COMISARIATO MUNICIPAL</p> <p>Está orientada a brindar un servicio de excelencia y calidad en la provisión y expendio de alimentos de primera necesidad y otros, a través de una extensa variedad de productos a su disposición y con el mejor capital humano para ofrecer un excelente servicio.</p>  	<p>Brindar un servicio que dentro de sus capacidades y valores para poder satisfacer al cliente, permitiéndole sentirse en un ambiente de seguridad, respeto y familiaridad.</p> <p>Mantener una estructura de precios que sean competitivos en el mercado en que se desenvuelve.</p> <p>Filosofía:</p> <p>Involucramos con nuestros clientes desde el primer contacto, de manera abierta, proactiva y profunda que nos permita identificar y responder estratégicamente a cualesquiera que sean sus oportunidades de negocio en tiempo y forma.</p> <p>Valores:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Respeto ◆ Ética ◆ Transparencia ◆ Integridad ◆ Calidad ◆ Responsabilidad 	<p>Nuestros servicios están diseñados para generar una alianza estratégica basada en un principio de "Servicio - Cliente", para ello tenemos las siguientes estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Estrategia de bajos costos ◆ Crear una experiencia única para el consumidor ◆ Reinventar nuestro modelo de negocio ◆ Ofrecer calidad máxima en el producto ◆ Centrarse en nichos de mercado ◆ Ser innovador  

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

3.14.4.2. Promoción de Ventas

Para lograr la aceptación del cliente se presentarán paquetes de precios, que son rebajas del PVP por la adquisición de paquetes de productos (dos por el precio de uno, tres con el 10%) o paquetes unidos, que son dos productos relacionados que se empacan juntos (lavavajillas y esponja, jabón de ropa y cepillo, pasta y cepillo de dientes).

ILUSTRACIÓN N° 6 PROMOCIÓN DE VENTAS



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación Documental

También días específicos para descuentos como por ejemplo: todos los viernes reciba el 10% de descuento en carnes, pollos, embutidos, huevos, pescado y mariscos.

ILUSTRACIÓN N° 7 DESCUENTOS



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de documental

3.15. CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO

Se concluye que hay aceptación por parte de la población para llevar a cabo la creación del Comisariato Municipal, así como también existe el apoyo del Ilustre Municipio, Asamblea Cantonal, gremios y asociaciones

que avalan el desarrollo del presente trabajo como parte del mejoramiento económico y social del cantón.

De acuerdo al estudio de mercado realizado en el ámbito comercial se aprecia que el 55% de los comerciantes nunca han recibido o brindado un curso sobre atención al cliente, perjudicando de esta manera el comercio en el sector.

La situación económica actual del cantón no es la mejor debido a factores como: el contrabando de bienes que ha ocasionado que los consumidores finales estén siendo víctimas de los especuladores.

Los comerciantes estarían dispuestos a arrendar un local comercial, tomando en cuenta el tipo de local, tamaño y uso que le den al mismo porque consideran una oportunidad para mejorar su negocio y ser más competitivos.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO

El estudio técnico es fundamental en un proyecto, ya que es en este donde se estudia la localización y tamaño óptimo de las instalaciones; ilustrando así todos los factores influyentes para el mejor desarrollo del proyecto, entre los cuales se cuentan los agentes que influyen en la compra de maquinaria y equipo, así como la calendarización de las adquisiciones de estas, los diferentes métodos para determinar el tamaño de la planta, los métodos para su localización, y los métodos de distribución y, finalmente, también se examinan los procesos de producción que pueden operar para el proyecto.

4.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO TÉCNICO

- Demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de localización óptima de la empresa y la inversión inicial.

4.2. MACRO Y MICRO LOCALIZACIÓN

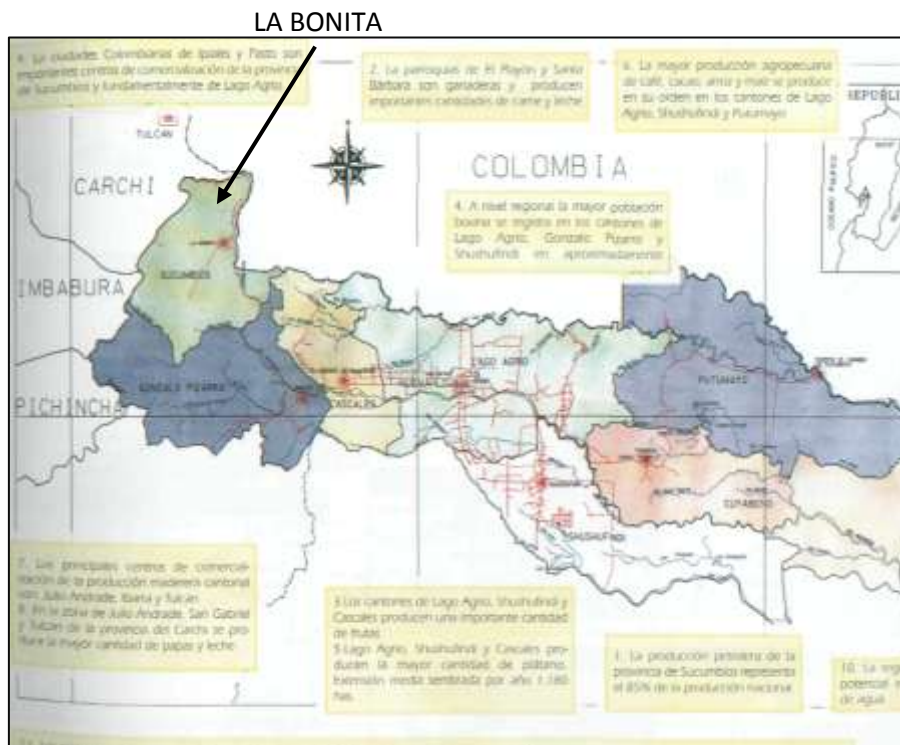
4.2.1. MACRO LOCALIZACIÓN

El presente proyecto se encuentra localizado en el Ecuador, provincia de Sucumbíos Cantón Sucumbíos, parroquia La Bonita.

➤ **POSICIÓN POLÍTICA**

La ciudad de La Bonita situada en la Región Amazónica Cantón y Provincia de Sucumbíos.

ILUSTRACIÓN N° 8 LOCALIZACIÓN DE LA PARROQUIA LA BONITA



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación Documental

ILUSTRACIÓN N° 9 MAPA POLÍTICO DEL CANTÓN SUCUMBÍOS, CIUDAD LA BONITA



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación Documental

➤ POSICIÓN GEOGRÁFICA

La ciudad de La Bonita situada en la cuenca amazónica tropical lluviosa con horas de sol media al año 900-1400 horas, al Nor Oeste de la provincia de Sucumbíos línea de frontera Ecuador – Colombia, tiene un clima tropical muy húmedo con una temperatura de 20 a 25⁰ C zona característica de las estribaciones orientales, en donde su principal fuente de recursos económicos es la agricultura.

4.2.2. MICRO LOCALIZACIÓN

Con el análisis de la micro localización se busca establecer el lugar adecuado para implantar el proyecto, para lo cual se va hacer una matriz locacional en la misma que se tomará en cuenta tres lugares que están ubicados en: el norte, centro y sur de la parroquia la bonita.

4.2.2.1. ALTERNATIVAS DE SELECCIÓN

Para la ubicación del Comisariato Municipal se tomó en cuentas tres alternativas como antes se mencionó en: el Norte en el Barrio Nuevo, en el Centro Barrio Nuevo Amanecer y en el sur Barrio Viejo.

Una vez ubicado las alternativas de selección procedemos a realizar la matriz de ponderación, estableciendo los porcentajes de ponderación según su importancia como se detalla a continuación, los mismos que suman el 100%:

- Disponibilidad del espacio físico 30%
- Servicios básicos 10%
- Costo de arrendamiento 20%

- Vías de acceso de primer orden 10%
- Ubicación estratégica 30%

4.3. MATRIZ LOCACIONAL

Para establecer la matriz locacional se la realiza mediante la aplicación del método de ponderación de puntos, los mismos que ese toman como base del 1 al 10, siendo uno el menos adecuado y 10 el más adecuado, se multiplica por el porcentaje de ponderación indicado anteriormente para cada una de las variables, obteniendo así la calificación más alta.

CUADRO N° 67
MATRIZ LOCACIONAL

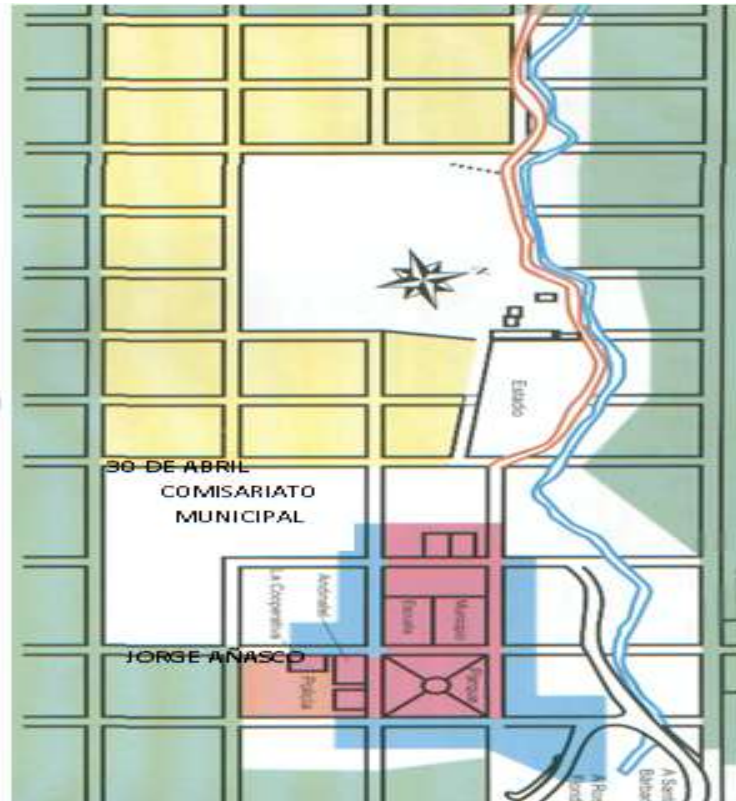
DESCRIPCIÓN	PESO (%)	BARRIO NUEVO (NORTE)		BARRIO NUEVO AMANECEER (CENTRO)		BARRIO VIEJO (SUR)	
		Calif.	Calif. Pond	Calif.	Calif. Pond	Calif.	Calif. Pond
Disponibilidad de espacio físico	0,30	7,00	2,10	9,50	2,85	9,00	2,70
Servicios básicos	0,10	10,00	1,00	10,00	1,00	10,00	1,00
Costos de arrendamiento	0,20	9,00	1,80	8,00	1,60	8,00	1,60
Vías de acceso de primer orden	0,10	7,00	0,70	8,00	0,80	7,00	0,70
Ubicación estratégica	0,30	7,00	2,10	10,00	3,00	9,00	2,70
Totales	1,00		7,70		9,25		8,70

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

Una vez analizado la matriz locacional se establece que el lugar idóneo para construir el Comisariato Municipal es en La Bonita Cantón y Provincia de Sucumbíos, Barrio Nuevo Amanecer ubicado en la periferia del Mercado de la ciudad de La Bonita, en la Av. Jorge Añasco entre la Calle Sucumbíos y Av. 30 de Abril, en el grafico siguiente se presenta un croquis de ubicación del lugar escogido para implantar el proyecto:

ILUSTRACIÓN N° 10 CROQUIS DE UBICACIÓN



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación Documental

4.4. INGENIERÍA DEL PROYECTO

Seguimos con el análisis de la ingeniería del proyecto, el mismo que consta de la capacidad del Comisariato Municipal, el diseño de las instalaciones físicas, así como el flujograma de adquisición de los productos y la comercialización del mismo.

4.4.1. CAPACIDAD DEL PROYECTO

La capacidad del proyecto está dada en base a la demanda de los productos menos la oferta existe, es decir se pretende cubrir el 100% de la demanda insatisfecha, a continuación se muestra la capacidad del Comisariato Municipal tanto por personas como en dólares:

CUADRO N° 68**CAPACIDAD**

PRODUCTOS	% ACEPTACIÓN	CAPACIDAD	
		DÓLARES ANUAL	NÚMERO DE PERSONAS ANUAL
Lácteos	10,12	13.419,58	103
Cárnicos	9,73	12.902,42	99
Enlatados y conservas	9,53	12.637,21	97
Cereales	3,50	4.641,16	36
Aceites y mantecas	5,25	6.961,74	54
Embutidos	2,92	3.872,05	30
Pastas y harinas	2,33	3.089,68	24
Confitería	1,36	1.803,42	14
Alimentos de primera necesidad	39,49	52.365,52	402
Condimentos	2,53	3.354,89	26
Útiles de aseo	13,24	17.556,84	135
Total	100,00	132.604,52	1.021

Elaborado por: La Autora

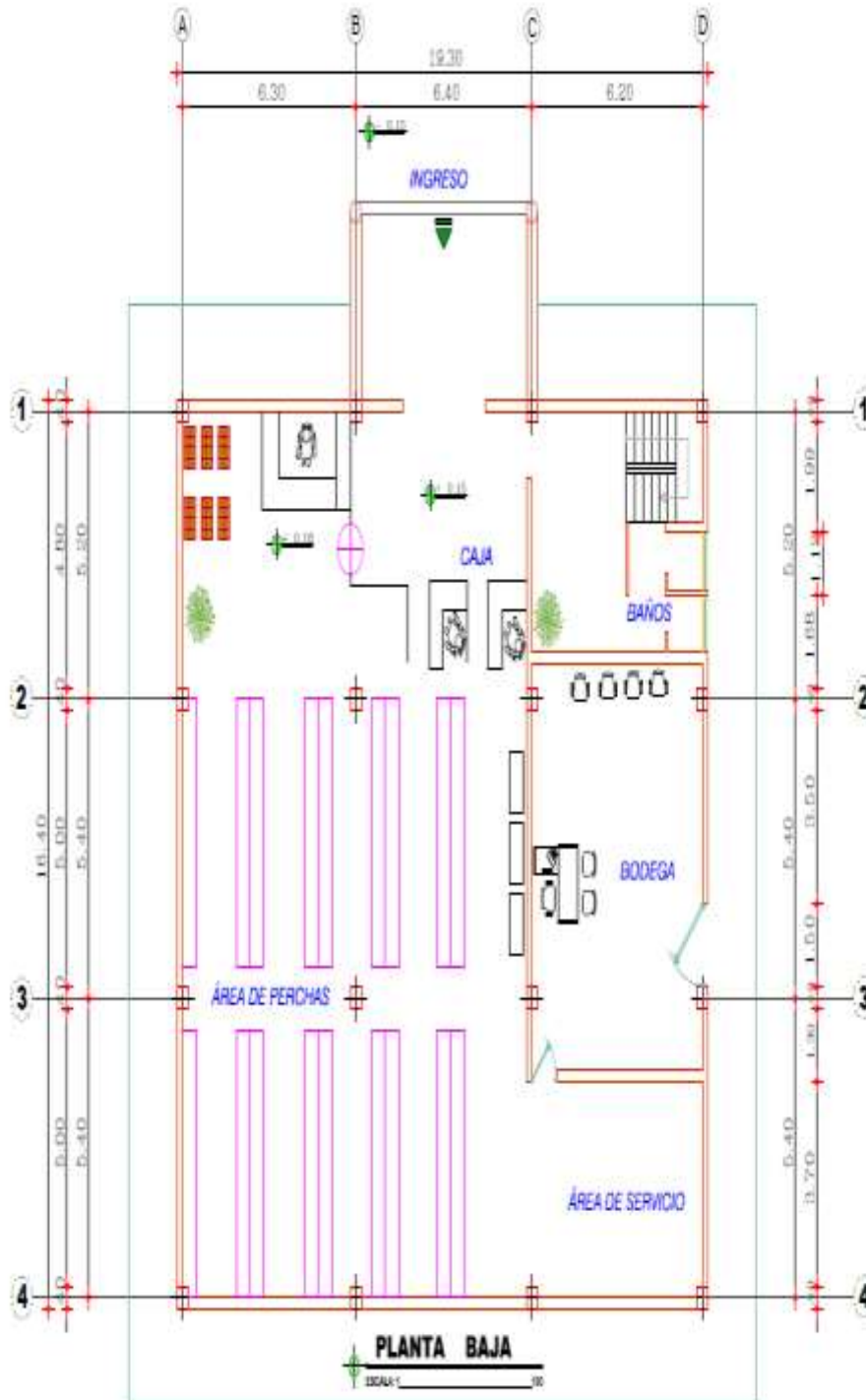
Fuente: Investigación de Campo

El comisariato Municipal va a cubrir el total de la demanda insatisfecha que es el 42,29%, en sus inicios, para los próximos años se pretende cubrir al 100% del total de la demanda ofreciendo productos de calidad, novedosos, etc.

4.4.2. DISEÑO DE INSTALACIONES

El diseño de las instalaciones se realizó con un profesional en la materia como es un arquitecto, el mismo que presento el siguiente diseño:

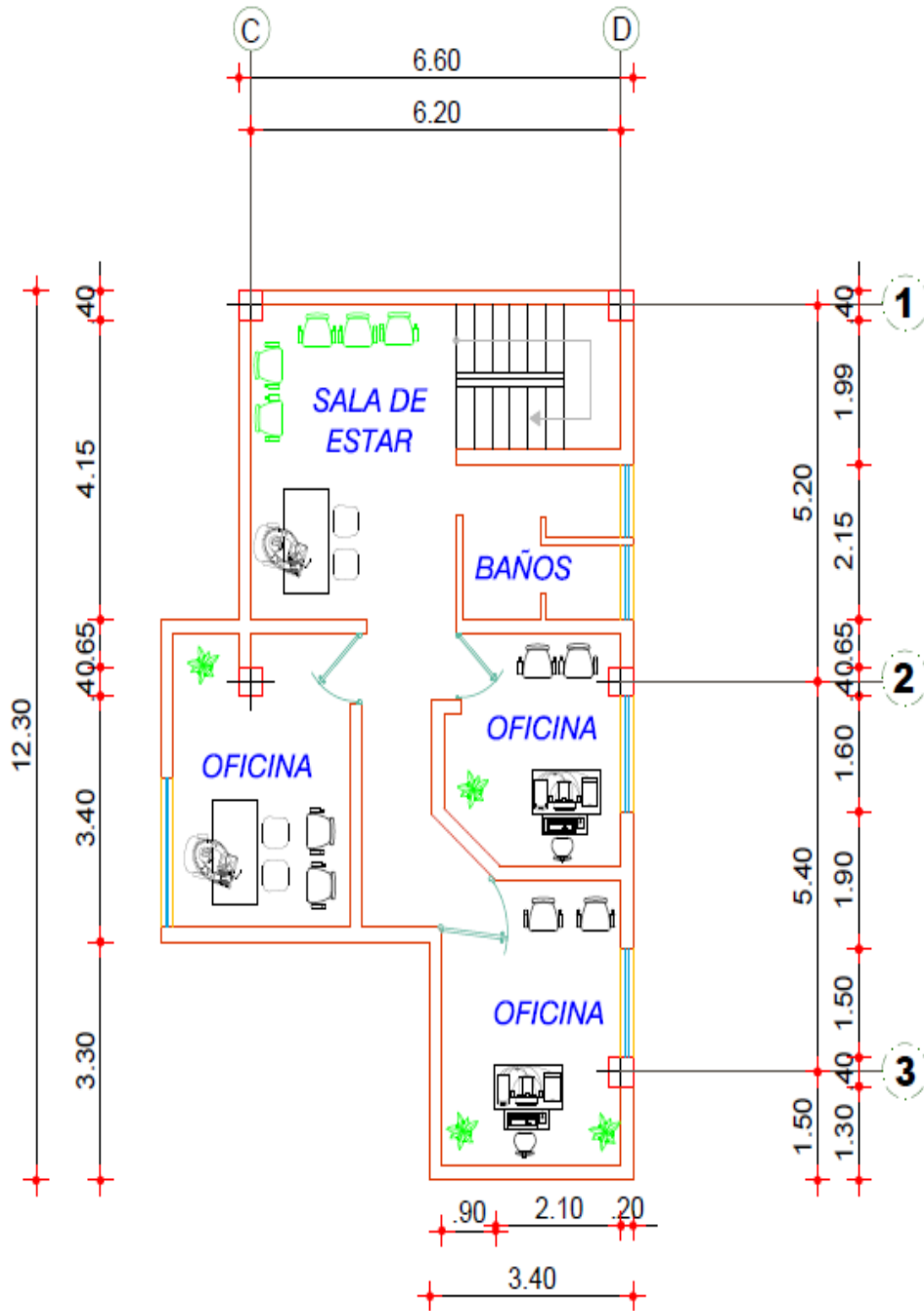
ILUSTRACIÓN N° 11
DISEÑO DE LAS INSTALACIONES PLANTA BAJA



Elaborado por: La Autora

Fuente: Diseño Autocad

ILUSTRACIÓN N° 12
DISEÑO DE LAS INSTALACIONES PLANTA ALTA



PLANTA ALTA
 ESCALA: 1/100

Elaborado por: La Autora

Fuente: Diseño Autocad

ILUSTRACIÓN N° 13 FRENTE DE LAS INSTALACIONES



Elaborado por: La Autora

Fuente: Diseño Autocad

4.4.3. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

El objetivo principal de la distribución es brindar condiciones de trabajo aceptables y seguras para los empleados; y comodidad y orden para los clientes. La planta tendrá una superficie de 420 m² y una construcción de 399 m² distribuida en dos pisos, en el primero (16,40m x 19,30m) funcionarán el área de servicio, la bodega y los baños, mientras que en el segundo (6.70m x 12.30m) las oficinas, la sala de estar y los baños.

4.4.3.1. ÁREA DE SERVICIO

Dentro de esta se situarán perchas, mesas frías y refrigeradores con puerta de vidrio, en los cuales se organizarán los productos y alimentos que el establecimiento ofrecerá a los clientes, así como también las máquinas registradoras, los coches para el transporte de los productos y

el modulo para la recepción de paquetes, dando como resultado un área de 205 m2 aproximadamente (12,60 m de ancho x 16,20m de largo)

4.4.3.2. BODEGA

La bodega contará con 50 m2 aproximadamente y estará a cargo del bodeguero, allí se almacenarán en perchas los artículos en stock y la balanza eléctrica necesaria para pesar los productos adquiridos a granel.

4.4.3.3. OFICINAS

En la segunda planta se ubicarán las oficinas de la Gerencia General, Contabilidad y Marketing.

4.4.3.4. SALA DE ESTAR

La sala de estar es un espacio diseñado para que las personas que necesitan hablar con los jefes de las diferentes áreas puedan esperar, además en este lugar se encontrará la secretaria recepcionista.

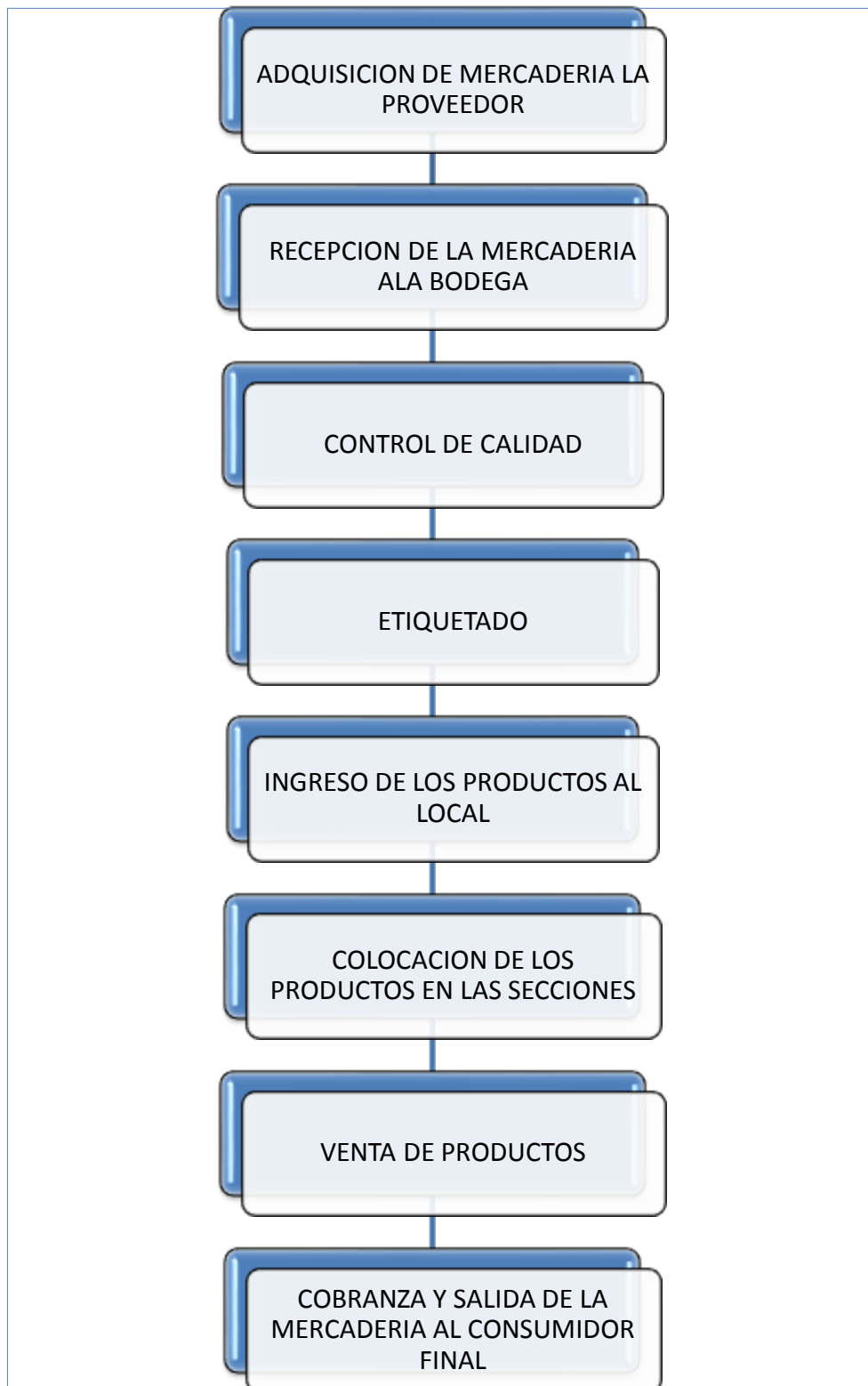
4.4.3.5. BAÑOS

El área de los baños se encontrará en el primer y segundo piso del establecimiento y serán únicamente para el personal que labora en la empresa, cada área contará con servicios higiénicos tanto para hombres como para mujeres.

4.5. FLUJOGRAMA DEL PROCESO

El flujograma de proceso sirve para controlar y monitorear el proceso de comercialización en función de actividades y tiempos de esta manera se logra mantener continuidad al proceso.

ILUSTRACIÓN N° 14
FLUJOGRAMA DEL PROCESO



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación Documental

4.5.1. ADQUISICIÓN DE MERCADERÍA AL PROVEEDOR

La adquisición de la mercadería se encontrará a cargo del departamento administrativo, el mismo que inicialmente deberá realizar negociaciones con los proveedores, para llegar acuerdos en cuanto a políticas de crédito, precios, descuentos, entre otros.

4.5.2. RECEPCIÓN DE LA MERCADERÍA A LA BODEGA

Una vez que la mercadería sea adquirida se la transportará hasta las bodegas del supermercado y se encontrará bajo la supervisión del contador y del bodeguero.

4.5.3. CONTROL DE CALIDAD

Antes de recibir conforme la mercadería, el bodeguero tiene que realizar un control de calidad, en el que debe considerar que la fecha de caducidad del producto sea posterior a ocho meses (enlatados, conservas, abarrotos, harinas, etc.), que el envase o caja que cubre al artículo se encuentre en perfecto estado, que la cantidad y el peso de los productos comprados a granel sea el correcto e informar cualquier otra anomalía que pudiera existir en el pedido.

4.5.4. ETIQUETADO DE PRECIOS

Cuando la mercadería ya se encuentre ordenada en la bodega, el bodeguero, las cajeras, y los auxiliares de servicio bajo la supervisión del jefe de ventas, procederán a etiquetar los productos con el precio que se los ofertará a los clientes y con un sistema interno de códigos, lo que facilitará y agilizará el despacho eliminando posibles errores.

4.5.5. INGRESO DE LOS PRODUCTOS AL LOCAL

Concluido el proceso de etiquetado de precios, se trasladará los productos de la bodega al almacén, la cantidad de los artículos será condicionada por el tamaño de las perchas y por las características de los mismos.

4.5.6. COLOCACIÓN DE LOS PRODUCTOS EN CADA UNA DE LAS SECCIONES

La mercadería se clasificará de acuerdo a su naturaleza, las dimensiones entre las perchas serán suficientemente amplias de tal manera que exista espacio disponible en la parte céntrica para facilitar el transporte de productos y tránsito de personas, el stock que se encuentre con promociones se colocará en sitios visibles y con fácil accesibilidad, junto con artículos afines.

4.5.7. VENTA DE PRODUCTOS DE ACUERDO A LA CONVENIENCIA DEL CLIENTE

Dentro de las instalaciones existirán rótulos en cada una de las secciones detallando los productos que allí se encuentran, por ejemplo el papel higiénico, los jabones y la pasta dental, se ubicarán en la sección aseo personal, los fideos, las harinas y mermeladas, en conservas, caramelos, chocolates, galletas en confites y así todos, de tal manera que las personas puedan identificar fácilmente el lugar en donde se encuentre la artículo que necesitan.

4.5.8. COBRANZA Y SALIDA DEL PRODUCTO AL CONSUMIDOR

Luego de que el cliente haya seleccionado los productos de acuerdo a su conveniencia, los transportará hasta las cajas que se ubicarán en la parte

delantera del establecimiento, en donde personal calificado lo atenderá y procederá con la

4.6. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

El presupuesto de inversión del proyecto está dado en base a la inversión en activos fijos, capital de trabajo, etc., los mismos que se detallan a continuación:

4.6.1. ACTIVOS FIJOS

Los activos fijos se definen como los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones, los cuales según la Ley de Régimen Tributario vigente deben depreciar y tienen una vida útil y un porcentaje de depreciación para cada tipo de activo.

4.6.1.1. TERRENO

Para el desarrollo del proyecto se cuenta con un terreno del Municipio en el que funciona la Asociación 8 de Marzo como centro de acopio de productos de la zona, con 420 m² de terreno y una construcción de 399 m² distribuida en dos pisos, en el primero (16,40m x 19,30m) funcionarán el área de servicio, la bodega y los baños, mientras que en el segundo (6.70m x 12.30m) las oficinas, la sala de estar y los baños.

4.6.1.2. INFRAESTRUCTURA

La infraestructura física con se dispone actualmente será readecuada de acuerdo al espacio necesario para el Comisariato, tomando en cuenta áreas que son de suma importancia para que la entidad funcione correctamente, tales como; administración, bodega, y el área para la venta.

**CUADRO N° 69
ADECUACIONES**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL
1	Adecuaciones local (ver anexo N°1)	7.525,36
Total		7.525,36

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

4.6.1.3. EQUIPO DE OFICINA

**CUADRO N° 70
EQUIPO DE OFICINA**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Telefax	180,00	180,00
4	Teléfonos	85,00	340,00
4	Sumadora	88,50	354,00
4	Grapadora	5,78	23,12
4	Perforadora	4,36	17,44
4	Papelera	6,58	26,32
Total			940,88

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

4.6.1.4. EQUIPO DE COMPUTACIÓN

**CUADRO N° 71
EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
4	Computador Windows vista	625,50	2902,00
1	Lector De Código De Barras Unitech Ms839	119,00	119,00
4	Impresora laser	125,00	500,00
Total			3521,00

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

4.6.1.5. MUEBLES Y ENSERES

CUADRO N° 72
MUEBLES Y ENSERES

CANT.	CONCEPTO	P. UNIT	TOTAL
8	Estanterías horizontales	350,00	2.800,00
8	Estanterías verticales	300,00	2.400,00
1	Muebles de chequeo de ventas	750,00	750,00
4	Silla Giratoria	60,00	240,00
4	Mueble de Computador	120,00	480,00
1	Mostrador	650,00	650,00
1	Mostrador de frutas	500,00	500,00
1	Mostrador para verduras	900,00	900,00
5	Canastas metálicas	70,00	350,00
3	Coches metálicos	90,00	270,00
4	Escritorio	150,00	600,00
4	Archivador	100,00	400,00
10	Sillas	35,00	350,00
Total			10.690,00

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

4.6.1.6. MAQUINARIA Y EQUIPO

CUADRO N° 73
MAQUINARIA Y EQUIPO

CANT.	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Registradora	950,00	950,00
1	Frigorífico congelador 3 bandejas dos puertas	1.800,00	3.100,00
2	Báscula electrónica	100,00	300,00
1	Frigorífico horizontal	1.800,00	2.110,00
1	Congelador	721,14	721,14
2	Frigorífico Vitrina	800,00	1.600,00
1	Registrador mostrador	1.000,00	1.000,00
1	Mostrador de vidrio	600,00	600,00
Total			10,381.14

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

4.3.2 GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Los gastos constitución son aquellos que se realizó para la puesta en marcha del comisariato municipal, los mismos que según la Ley de Régimen Tributario vigente deben ser amortizados.

CUADRO N° 74
GASTOS DE CONSTITUCIÓN

CONCEPTO	VALOR
Minuta de Estatutos	100,00
Escritura pública	300,00
Publicaciones	100,00
Inscripción en el Registro Mercantil	200,00
Patente, RUC, permiso en el MSP, permiso en el cuerpo de bomberos, IEES, permisos en general	200,00
Asesoría Legal	600,00
Total	1.500,00

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

4.6.2. CAPITAL DE TRABAJO NETO

El capital de trabajo neto es aquel gasto que se hace durante el normal desenvolvimiento de la empresa, tales gastos pueden ser: gasto de personal, pago de servicios básicos, la adquisición de la mercadería, etc; es decir, son todos los gastos que ocasiona la empresa y se debe cubrir haya no habido ventas.

CUADRO N° 75
CAPITAL DE TRABAJO NETO

DETALLE	MENSUAL
Inventario de mercadería	11.050,38
Sueldos personal	1.400,79
Honorarios	224,00
Servicios básicos	130,16
Gastos generales	27,00
Gasto de ventas (publicidad)	350,00
Capital De Trabajo	13.182,33

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

El capital de trabajo neto se ha calculado para un mes, el cual se pretende recuperar el 100% al final del proyecto.

4.3.4 INVERSIÓN TOTAL

El proyecto tendrá una inversión total, con la suma de todos los activos fijos, más los gastos de constitución y el capital de trabajo neto dando como resultado la siguiente inversión total.

**CUADRO N° 76
INVERSIÓN TOTAL**

DETALLE	USD
Activos fijos	
Equipo de computación	3.521,00
Muebles y enseres	10.690,00
Maquinaria y equipo	10.381,14
Equipo de oficina	940,88
Obras de ingeniería civil	7.525,36
Total activos fijos	33.177,38
Capital de Trabajo mensual	13.973,43
Inversión diferida	
Gastos constitución	1.500,00
Inversión Total	47.740,71

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

El proyecto tendrá una inversión de USD 47.740,71 de los cuales el 50% (USD 23.870,355) será financiado con el Banco de Fomento como aporte de los accionistas y la diferencia el 50% (USD 23.870,355) mediante aporte del Gobierno Autónomo Descentralizado de Sucumbíos.

4.3.5. CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO TÉCNICO

Una vez analizados los resultados; los aspectos técnicos necesarios son indispensables ya que permiten la apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además permitió la determinación de la localización óptima del lugar donde va a funcionar el comisariato.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO

Este capítulo es importante ya determina el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como también establece cuales son los indicadores y técnicas que servirán de base para la parte final y definitiva del proyecto, en cuanto a recursos económicos.

5.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO

- Analizar los aspectos económicos y financieros para determinar su rentabilidad y estabilidad de empresa, empleando técnicas y herramientas financieras.

5.2. PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

5.3. PRESUPUESTO DE INGRESOS

El presupuesto de ingresos se determinó en base a la demanda insatisfecha que se encontró en el estudio de mercado, la cual corresponde al 42,29%, esto es el mercado al cual vamos abarcar.

Los ingresos serán proyectado para cinco años, en en base a la inflación acumulada a junio 2013, que según el Banco Central del Ecuador es del 2,68% a continuación se muestra los ingresos:

CUADRO N° 77
INGRESOS PROYECTADOS

PRODUCTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Lácteos	13.419,58	13.779,22	14.148,51	14.527,69	14.917,03
Cárnicos	12.902,42	13.248,20	13.603,26	13.967,82	14.342,16
Enlatados y conservas	12.637,21	12.975,89	13.323,64	13.680,71	14.047,36
Cereales	4.641,16	4.765,54	4.893,26	5.024,40	5.159,05
Aceites y mantecas	6.961,74	7.148,31	7.339,89	7.536,60	7.738,58
Embutidos	3.872,05	3.975,82	4.082,37	4.191,78	4.304,12
Pastas y harinas	3.089,68	3.172,48	3.257,51	3.344,81	3.434,45
Confitería	1.803,42	1.851,75	1.901,38	1.952,34	2.004,66
Alimentos de primera necesidad	52.365,52	53.768,92	55.209,92	56.689,55	58.208,83
Condimentos	3.354,89	3.444,80	3.537,12	3.631,92	3.729,25
Útiles de aseo	17.556,84	18.027,36	18.510,50	19.006,58	19.515,95
total	132.604,52	136.158,31	139.807,35	143.554,19	147.401,44

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio de Mercado, 2013

Para el cálculo de los ingresos se lo hizo en base a la N° 4, en la cual se preguntaba cuánto gastan de manera mensual comprando los productos en las tiendas o supermercados existentes, de las cuales en su mayoría respondieron que aproximadamente gastan un promedio de USD 130,00 al mes, por lo dicho antes de las 201 personas se les multiplicó por el costo promedio que gastan las personas en adquirir sus productos de primera necesidad dando un valor mensual el mismo que se le multiplicó por doce para determinar el valor anual de la demanda total, una vez restado la oferta se obtiene la demanda insatisfecha en dólares de USD 132.604,52, siendo este valor del ingreso para el primer año, siendo este el punto de partida para analizar la factibilidad económica financiera del proyecto.

5.4. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

El presupuesto de costos y gastos se determinó en base a la necesidad del Comisariato Municipal, tales como: el costo de la mercadería, los

gastos administrativos, de ventas, generales, financieros, etc. Los mismos que al igual que los ingresos serán proyectados para cinco años, en base a la inflación acumulada a junio 2013, que según el Banco Central del Ecuador es del 2,68%.

En lo que se refiere a la proyección de los sueldos tanto administrativos y de ventas se proyectaron en base a la tasa de crecimiento promedio de los sueldos en los últimos cinco años que es del 8%, como se muestra en el cuadro siguiente:

CUADRO N° 78
TASA PROMEDIO SUELDOS

AÑOS	VALOR	% CRECIMIENTO
2009	218,00	-
2010	240,00	10
2011	264,00	10
2012	292,00	11
2013	318,00	8
TOTAL	1.332,00	39
Promedio		8

Elaborado por: La Autora

Fuente: MRL

Los sueldos antes indicados se tomaron en base a datos que existen en el Ministerio de Relaciones Laborales, los mismos que para el estudio se tomaron en cuenta desde el año 2009 al 2013, obteniendo un promedio del 8% de crecimiento.

5.4.1. Costo de Ventas

Para establecer el costo de ventas, en primer lugar se determinó un inventario inicial, el mismo que corresponde a las primeras compras que se realizó, a esto se le sumó las compras necesarias realizadas en el periodo y finalmente menos el inventario final de mercaderías, para lo cual se creó como política irrevocable que el comisariato Municipal tendrá un 30% de mercaderías disponible de todos los productos.

Con lo antes mencionado se presenta el costo de ventas del comisariato Municipal proyectado para los cinco años en base a la inflación acumulada a junio 2013, que según el Banco Central del Ecuador es del 2,68%.

CUADRO N° 79
COSTO DE VENTAS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inventario inicial	11.050,38	11.346,53	11.650,61	11.962,85	12.283,45
(+) Compras	91.165,61	93.608,85	96.117,56	98.693,51	101.338,50
(-) inventario final	18.233,12	18.721,77	19.223,51	19.738,70	20.267,70
COSTO DE VENTAS	83.982,86	86.233,60	88.544,66	90.917,66	93.354,25

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio de Mercado, 2013

5.4.2. Gastos administrativos

Los gastos administrativos corresponden todos aquellos gastos que se realiza en la empresa, tales como: pago de sueldos administrativos, servicios básicos, gastos generales, entre otros. A continuación se detalla todos los gastos necesarios para el buen funcionamiento del Comisariato Municipal, los mismos que como antes se mencionó se proyectarán en base a inflación acumulada a junio 2013, que según el Banco Central del Ecuador es del 2,68% y lo que se refiere a los sueldos el 8%.

CUADRO N° 80
SUELDOS (Año 1)

DETALLE	CANT.	MENSUAL	ANUAL	IESS 12.15%	13°	14°	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL
Gerente	1	400,00	4.800,00	583,20	400,00	318,00		200,00	6.301,20
TOTAL	1	400,00	4.800,00	583,20	400,00	318,00	0,00	200,00	6.301,20

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio de Mercado, 2013

CUADRO N° 81
SUELDOS (Año 2)

DETALLE	CANT.	MENSUAL	ANUAL	IESS 12.15%	13°	14°	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL
Gerente	1	432,00	5.184,00	629,86	432,00	343,44	432,00	216,00	7.237,30
TOTAL	1	432,00	5.184,00	629,86	432,00	343,44	432,00	216,00	7.237,30

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio de Mercado, 2013

CUADRO N° 82
PROYECCIÓN DE LOS SUELDOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos Administrativos	6.301,20	7.237,30	7.816,28	8.441,59	9.116,91
TOTAL	6.301,20	7.237,30	7.816,28	8.441,59	9.116,91

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio de Mercado, 2013

A más de los sueldos administrativos también se pagará honorarios profesionales al Contador, esto se hace ya que al inicio de las operaciones del Comisariato Municipal no necesitaría un contador a tiempo completo, ya que el movimiento no es muy alto.

CUADRO N° 83
HONORARIOS PROFESIONALES

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Honorarios	2.688,00	2.903,04	3.135,28	3.386,11	3.656,99
TOTAL	2.688,00	2.903,04	3.135,28	3.386,11	3.656,99

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio de Mercado, 2013

CUADRO N° 84
GASTOS SERVICIOS BÁSICOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Luz eléctrica	840,00	862,51	885,63	909,36	933,73
Agua potable	180,00	184,82	189,77	194,86	200,08
Teléfono	300,00	308,04	316,30	324,78	333,48
Internet	241,92	248,40	255,06	261,90	268,92
TOTAL	1.561,92	1.603,77	1.646,76	1.690,90	1.736,21

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio de Mercado, 2013

CUADRO N° 85
GASTOS GENERALES

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Suministros de oficina	180,00	184,82	189,78	194,86	200,09
Gastos útiles de aseo	144,00	147,86	151,82	155,89	160,07
TOTAL	324,00	332,68	341,60	350,75	360,15

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio de Mercado, 2013

5.4.3. Gastos de ventas

Los gastos de ventas son todos los ocasionados en la comercialización del producto, estos pueden ser: publicidad, pago de sueldo al vendedor, entre otros, en primer lugar se detalla los gastos de sueldos de ventas, seguido por los gasto de publicidad.

CUADRO N° 86
SUELDOS DE VENTAS (Año 1)

DETALLE	CANT	MENSUAL	ANUAL	IESS 12.15%	13°	14°	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL
Vendedor	1	330,00	3.960,00	481,14	330,00	318,00		165,00	5.254,14
Bodeguero	1	330,00	3.960,00	481,14	330,00	318,00		165,00	5.254,14
TOTAL	2	660,00	7.920,00	962,28	660,00	636,00	0,00	330,00	10.508,28

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio de Mercado, 2013

CUADRO N° 87
SUELDOS DE VENTAS (Año 2)

DETALLE	CANT	MENSUAL	ANUAL	IESS 12.15%	13°	14°	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL
Vendedor	1	356,40	4.276,80	519,63	356,40	343,44	356,40	178,20	6.030,87
Bodeguero	1	356,40	4.276,80	519,63	356,40	343,44	356,40	178,20	6.030,87
TOTAL	2	712,80	8.553,60	1.039,26	712,80	686,88	712,80	356,40	12.061,74

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio de Mercado, 2013

CUADRO N° 88
PROYECCIÓN DE LOS SUELDOS DE VENTAS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos de ventas	10.508,28	12.061,74	13.026,68	14.068,81	15.194,32
TOTAL	10.508,28	12.061,74	13.026,68	14.068,81	15.194,32

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio de Mercado, 2013

CUADRO N° 89
GASTOS DE VENTAS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Fundas de empaque	144,00	147,86	151,82	155,89	160,07
Fundas para llevar	144,00	147,86	151,82	155,89	160,07
TOTAL	288,00	295,72	303,64	311,78	320,14

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio de Mercado, 2013

CUADRO N° 90
PUBLICIDAD

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	4.200,00	4.312,56	4.428,14	4.546,81	4.668,67
TOTAL	4.200,00	4.312,56	4.428,14	4.546,81	4.668,67

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio de Mercado, 2013

5.4.4. Gasto financieros

Para que el Comisariato Municipal inicie sus actividades se requiere de una inversión de \$ 47.740,71 de los cuales el 50% % se financia con el aporte de los socios; lo que corresponde a USD 23.870,35 y el restante 50 % se financiará con crédito bancario otorgado por el Banco Nacional de Fomento, a un plazo de cinco años con una tasa de interés del 12% anual, los pagos se los hará en forma mensual. Las cuotas serán

reajustables trimestralmente, conforme lo dicte el Banco Central del Ecuador.

CUADRO N° 91
TABLA DE AMORTIZACIÓN
(Tiempo, Capital y Tasa de Interés)

Valor del préstamo	23.870,35
Tiempo	5 años
Tasa de interés	12.00

Elaborado por: La Autora

Fuente: BNF

CUADRO N° 92
TABLA DE AMORTIZACIÓN

MESES	VALOR PRESENTE	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	CUOTA	SALDO FINAL
0					23.870,35
1	23.870,35	238,70	292,28	530,98	23.578,07
2	23.578,07	235,78	295,20	530,98	23.282,87
3	23.282,87	232,83	298,15	530,98	22.984,72
4	22.984,72	229,85	301,14	530,98	22.683,58
5	22.683,58	226,84	304,15	530,98	22.379,44
6	22.379,44	223,79	307,19	530,98	22.072,25
7	22.072,25	220,72	310,26	530,98	21.761,99
8	21.761,99	217,62	313,36	530,98	21.448,62
9	21.448,62	214,49	316,50	530,98	21.132,13
10	21.132,13	211,32	319,66	530,98	20.812,47
11	20.812,47	208,12	322,86	530,98	20.489,61
12	20.489,61	204,90	326,09	530,98	20.163,52
13	20.163,52	201,64	329,35	530,98	19.834,17
14	19.834,17	198,34	332,64	530,98	19.501,53
15	19.501,53	195,02	335,97	530,98	19.165,56
16	19.165,56	191,66	339,33	530,98	18.826,24
17	18.826,24	188,26	342,72	530,98	18.483,52
18	18.483,52	184,84	346,15	530,98	18.137,37
19	18.137,37	181,37	349,61	530,98	17.787,76
20	17.787,76	177,88	353,11	530,98	17.434,65
21	17.434,65	174,35	356,64	530,98	17.078,02
22	17.078,02	170,78	360,20	530,98	16.717,82
23	16.717,82	167,18	363,80	530,98	16.354,01
24	16.354,01	163,54	367,44	530,98	15.986,57
25	15.986,57	159,87	371,12	530,98	15.615,45
26	15.615,45	156,15	374,83	530,98	15.240,62
27	15.240,62	152,41	378,58	530,98	14.862,05
28	14.862,05	148,62	382,36	530,98	14.479,68
29	14.479,68	144,80	386,19	530,98	14.093,50
30	14.093,50	140,93	390,05	530,98	13.703,45
31	13.703,45	137,03	393,95	530,98	13.309,50
32	13.309,50	133,10	397,89	530,98	12.911,61

33	12.911,61	129,12	401,87	530,98	12.509,75
34	12.509,75	125,10	405,89	530,98	12.103,86
35	12.103,86	121,04	409,94	530,98	11.693,92
36	11.693,92	116,94	414,04	530,98	11.279,87
37	11.279,87	112,80	418,18	530,98	10.861,69
38	10.861,69	108,62	422,37	530,98	10.439,32
39	10.439,32	104,39	426,59	530,98	10.012,73
40	10.012,73	100,13	430,86	530,98	9.581,88
41	9.581,88	95,82	435,16	530,98	9.146,71
42	9.146,71	91,47	439,52	530,98	8.707,20
43	8.707,20	87,07	443,91	530,98	8.263,29
44	8.263,29	82,63	448,35	530,98	7.814,94
45	7.814,94	78,15	452,83	530,98	7.362,10
46	7.362,10	73,62	457,36	530,98	6.904,74
47	6.904,74	69,05	461,94	530,98	6.442,81
48	6.442,81	64,43	466,55	530,98	5.976,25
49	5.976,25	59,76	471,22	530,98	5.505,03
50	5.505,03	55,05	475,93	530,98	5.029,10
51	5.029,10	50,29	480,69	530,98	4.548,41
52	4.548,41	45,48	485,50	530,98	4.062,91
53	4.062,91	40,63	490,35	530,98	3.572,56
54	3.572,56	35,73	495,26	530,98	3.077,30
55	3.077,30	30,77	500,21	530,98	2.577,09
56	2.577,09	25,77	505,21	530,98	2.071,88
57	2.071,88	20,72	510,26	530,98	1.561,61
58	1.561,61	15,62	515,37	530,98	1.046,25
59	1.046,25	10,46	520,52	530,98	525,73
60	525,73	5,26	525,73	530,98	0,00
		2.251,94			

Elaborado por: La Autora

Fuente: BNF

5.5. Depreciación de activos fijos

El comisariato Municipal tiene activos fijos, por tal razón se debe depreciar, para lo cual se hace en base a métodos de depreciación señalados para cada caso, para presente investigación se realizará en base al método de depreciación de línea recta, por ser el más usado y sobre todo el que le conviene al Comisariato Municipal.

Los porcentajes de depreciación y los años de vida útil, se aplica para cada tipo de activo fijo como por ejemplo: para los muebles y enseres es el 10% a 10 años, el equipo de computación el 3,33% a 3 años, en el siguiente cuadro se muestra los porcentajes, los años y la depreciación,

cuyos datos son de acuerdo a la Ley de Régimen Tributario Interno vigente.

CUADRO N° 93 DEPRECIACIÓN

ACTIVOS FIJOS	%	VALOR NOMINAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VALOR LIBROS
Equipo de Computación	33,33 %	3.521,00	1.173,55	1.173,55	1.173,55	1.205,00	1.205,00	1.205,36
Muebles y enseres	10%	10.690,00	1.069,00	1.069,00	1.069,00	1.069,00	1.069,00	5.345,00
Maquinaria y equipo	10%	10.381,14	1.038,11	1.038,11	1.038,69	120,50	120,50	7.025,22
Equipo de oficina	10%	940,88	94,09	94,09	94,67	106,90	106,90	444,24
Obras de ingeniería civil	5%	7.525,36	376,27	376,27	376,85	376,85	376,85	5.642,28
Total		33.058,38	3.751,02	3.751,02	3.752,76	2.878,25	2.878,25	19.662,1

Elaborado por: La Autora

Fuente: (LRTI)

En lo que se refiere al equipo de computación como se observa en el año cuatro sube su depreciación esto se da porque, éste tiene una vida útil de tres años, por tal razón es necesario que al cuarto año se adquiera nuevos equipos de computación.

5.6. Gastos constitución

Los gastos constitución son todos los gastos ocasionados en la puesta en marcha del Comisariato Municipal, los mismos que la Ley de Régimen Tributario Interno vigente deben ser amortizados a cinco años, por tal razón se van al gasto durante los cinco años apenas el 20% del total de estos gastos.

CUADRO N° 94 AMORTIZACIÓN GASTO CONSTITUCIÓN

DETALLE	%	VALOR NOMINAL	2013	2014	2015	2016	2017
Gastos constitución	20%	1.500,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Total		1.500,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00

Elaborado por: La Autora

Fuente: (LRTI)

5.7. ESTADOS FINANCIEROS

5.7.1. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

El Estado de Situación Inicial es aquel balance con el que se inicia las actividades; es decir de esta manera se determina los activos, pasivos y el capital con el cual el Comisariato Municipal inicia a operar.

COMISARIATO MUNICIPAL
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL
Al 01 enero de 2013

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTE	2.131,95	PASIVO A LARGO PLAZO	
Caja – Bancos	2.131,95	Préstamo bancario	23.870,35
ACTIVOS DISPONIBLE	11.050,38		
Inventario de mercadería	11.050,38	TOTAL PASIVOS	23.870,35
ACTIVOS FIJOS DEPRECIABLES	33.058,38		
Equipo de computación	3.521,00		
Muebles y enseres	10.690,00	PATRIMONIO	
Maquinaria y equipo	10.381,14	Capital	23.870,35
Equipo de oficina	940,88		23.870,35
Obras de ingeniería civil	7.525,36		
ACTIVOS INTANGIBLES	1.500,00		
Gasto constitución	1.500,00		
TOTAL ACTIVOS	47.740,71	TOTAL PASIVO+ PATRIMONIO	47.740,71

5.7.2. ESTADO DE RESULTADOS

El Estado de Resultados Integral, son los resultados obtenidos al final del año de operaciones, aquí se mire si la empresa tuvo utilidad o no, de esto parte para el análisis de los indicadores económicos, a continuación se muestra el estado de resultados proyectado para cinco años:

CUADRO N° 95
ESTADO DE RESULTADOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	132.604,52	136.158,31	139.807,35	143.554,19	147.401,44
VENTAS NETAS	132.604,52	136.158,31	139.807,35	143.554,19	147.401,44
(-) COSTO DE VENTAS					
Inventario inicial mercaderías	11.050,38	11.346,53	11.650,61	11.962,85	12.283,45
(+) Compras	91.165,61	93.608,85	96.117,56	98.693,51	101.338,50
(-) Inventario final de mercadería	18.233,12	18.721,77	19.223,51	19.738,70	20.267,70
COSTOS DE VENTAS	83.982,86	86.233,60	88.544,66	90.917,66	93.354,25
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	48.621,66	49.924,71	51.262,69	52.636,53	54.047,19
GASTOS ADMINISTRACIÓN					
Sueldos Administrativos	6.301,20	7.237,30	7.816,28	8.441,59	9.116,91
Honorarios	2.688,00	2.903,04	3.135,28	3.386,11	3.656,99
Servicios Básicos	1.561,92	1.603,77	1.646,76	1.690,90	1.736,21
Gastos generales	324,00	332,68	341,60	350,75	360,15
Gastos depreciación	3.751,02	3.751,02	3.752,76	2.878,25	2.878,25
Gastos amortizaciones	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	14.926,14	16.127,81	16.992,69	17.047,60	18.048,52
GASTOS VENTAS					
Sueldos Ventas	10.508,28	12.061,74	13.026,68	14.068,81	15.194,32
Gastos de ventas	288,00	295,72	303,64	311,78	320,14
Gastos de Publicidad	4.200,00	4.312,56	4.428,14	4.546,81	4.668,67
TOTAL GASTO DE VENTAS	14.996,28	16.670,02	17.758,46	18.927,41	20.183,12
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses financieros	2.664,96	2.194,84	1.828,64	1.068,17	395,54
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	2.664,96	2.194,84	1.828,64	1.068,17	395,54
TOTAL GASTOS	32.587,38	34.992,67	36.579,78	37.043,17	38.627,18
Utilidad Ant. Particip. Trabajadores	16.034,28	14.932,03	14.682,90	15.593,36	15.420,01
(-) Participación trabajadores	2.405,14	2.239,81	2.202,44	2.339,00	2.313,00
Utilidad antes de impuestos	13.629,14	12.692,23	12.480,47	13.254,35	13.107,01
(-) Impuesto a la renta	3.407,28	3.173,06	3.120,12	3.313,59	3.276,75
UTILIDAD O PERDIDA NETA	10.221,85	9.519,17	9.360,35	9.940,76	9.830,25

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

5.7.3. ESTADO DE FLUJO DE CAJA

El Estado de Flujo de caja, es aquel mediante el cual se determina todas las entradas y salidas de efectivo de la empresa; es decir aquí se mire si el Comisariato Municipal logra cubrir todas y cada una de las obligaciones que tiene.

CUADRO N° 96
ESTADO DE FLUJO DE CAJA

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA		10.221,85	9.519,17	9.360,35	9.940,76	9.830,25
(+) Depreciaciones		3.751,02	3.751,02	3.752,76	2.878,25	2.878,25
(+) Gastos constitución		300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
FLUJO DE CAJA		14.272,87	13.570,19	13.413,11	13.119,01	13.008,50
Inversión	-47.740,71					
Préstamo	23.870,35					
(-) Cuota del Préstamo		3.706,83	4.176,95	4.706,69	5.303,62	5.976,25
(+) Valor residual						19.662,10
(+) Recuperación de trabajo neto						13.182,33
FLUJO NETO	-23.870,35	10.566,04	9.393,24	8.706,42	7.815,39	39.876,67
TOTAL INVERSIÓN	47.740,71	-37.174,67	-27.781,43	-19.075,01	-11.259,62	28.617,05

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

5.8. EVALUACIÓN ECONÓMICA – FINANCIERA

5.8.1. COSTO DE OPORTUNIDAD

El costo de oportunidad es aquel que se calcula con la finalidad de saber cuál es el rendimiento mínimo que tiene el proyecto, para efectuar dicho cálculo es necesario en primer lugar establecer la tasa pasiva, que según el Banco Central del Ecuador para junio de 2013 es de 4,53%, una vez obtenida esta tasa se hace la comparación con la tasa activa que es el 12% el interés que se paga en el préstamo y se obtiene el siguiente resultado.

CUADRO N° 97
COSTO DE OPORTUNIDAD

TIPO DE INVERSIÓN	VALOR	%	TASAS	VALOR PROMEDIO
Inversión propia	23.870,35	50,00	4,53	226,50
Inversión Financiada	23.870,35	50,00	12,00	600,00
TOTAL	47.740,71	1,00		826,50

Elaborado por: La Autora

Fuente: BCE, BNF 2013

$$\text{Costo de oportunidad} = \frac{826,50}{100,00}$$

$$\text{Costo de oportunidad} = 8,27\%$$

$$\begin{aligned} \text{Costo de oportunidad con inflación} &= (1+CK)*(1+I)-1 \\ &= (1+0,0827)*(1+0,0301)-1 \\ &= 11,52\% \end{aligned}$$

El costo de oportunidad es el 11,52%; es decir este es el rendimiento mínimo que se espera del proyecto.

5.8.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor Actual Neto que es más conocido por sus siglas VAN, se calcula con la finalidad de saber, el valor del dinero en el tiempo; es decir cuánto vale hoy los flujos de efectivos futuros, para su cálculo se utiliza el costo de oportunidad del 11,52% y aplicar la siguiente fórmula:

$$VAN = -I.I + \frac{FE_1}{(1+r)^1} + \frac{FE_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{FE_n}{(1+r)^n}$$

De donde:

- I = Inversión inicial
FE= Flujo de efectivo
r = Tasa de redescuento

En el cuadro siguiente se muestran los flujos de efectivos futuros:

CUADRO N° 98
FLUJOS DE EFECTIVO

AÑOS	FLUJOS DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS ACTUALIZADOS
1	10.566,04	0,89955	9.504,70
2	9.393,24	0,80919	7.600,94
3	8.706,42	0,72791	6.337,50
4	7.815,39	0,65479	5.117,47
5	39.876,67	0,58902	23.488,17
TOTAL	76.357,76		52.048,77

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

VAN = Flujos actualizados – Inversión Inicial

$$\text{VAN} = 52.048,77 - 47.740,71$$

$$\text{VAN} = 4.308,07$$

5.8.3. TASA INTERNA DE RETORNO

La Tasa Interna de Retorno (TIR), es aquella tasa que mide la rentabilidad del proyecto, para su cálculo en primer lugar se debe establecer un VAN positivo y otro negativo; es decir se debe interpolar las tasas hasta obtener los deseado y seguidamente aplicar la fórmula siguiente:

$$TIR = TD_i + (TD_s - TD_i) \left[\frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_s} \right]$$

De donde:

TRI = Tasa de redescuento inferior

TRS = Tasa de redescuento superior

VANI = Valor actual neto inferior

VANS= Valor actual neto superior

CUADRO N° 99
FLUJOS DE EFECTIVO

AÑOS	FLUJO DE FONDOS	TASA DE DESCUENTO	
		0,1350	0,1420
0	-47.740,71	-47.740,71	-47.740,71
1	10.566,04	9.309,28	9.252,22
2	9.393,24	7.291,61	7.202,50
3	8.706,42	5.954,59	5.845,76
4	7.815,39	4.709,42	4.595,01
5	39.876,67	21.170,91	20.529,97
TOTAL	76.357,76	48.435,82	47.425,47
VAN		695,11	-315,24
TIR			0,1398

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

VAN = Flujos actualizados – Inversión Inicial

$$\text{VAN} = 48.435,82 - 47.740,71$$

$$\text{VAN} = 695,11$$

VAN = Flujos actualizados – Inversión Inicial

$$\text{VAN} = 47.425,47 - 47.740,71$$

$$\text{VAN} = (315,24)$$

Una vez obtenido el VAN positivo y negativo se aplica la fórmula antes mencionada:

$$TIR = 0,35 + (0,142 - 0,135) \left[\frac{695,11}{695,11 - (315,24)} \right]$$

TIR= 13,98%

En base a los resultados obtenidos se puede concluir que el proyecto es rentable, porque el crecimiento de la inversión de acuerdo a la tasa interna de retorno es del 13,98% siendo este mayor que el costo de oportunidad o tasa mínima esperada que es del 11,52%.

5.8.4. PUNTO DE EQUILIBRIO

Es importante el cálculo del punto de equilibrio, ya que de esta manera se establece en qué punto se logra cubrir todos los costos y gastos que genera el comisariato Municipal, esto significa que a partir de esto se logra ganancias netas para la empresa, cave recalcar que únicamente es válido para el año 1 del proyecto, porque entre más tardío es el pronóstico es menos cierto.

Para su cálculo existen muchas fórmulas; sin embargo para la presente investigación se ha utilizado la siguiente por ser la más conveniente:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

De donde:

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costos Fijos

CV: Costos Variables

V : Ventas

Aplicando fórmula antes descrita se obtiene el siguiente punto de equilibrio en dólares y también el punto de equilibrio proyectado para los cinco años:

$$PE = \frac{25.110,42}{1 - \frac{94.442,57}{132.604,52}}$$

$$PE = 87.253,27$$

CUADRO N° 100 PUNTO DE EQUILIBRIO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS					
Gastos administrativos	6.301,20	7.237,30	7.816,28	8.441,59	9.116,91
Gasto de ventas (sueldos)	10.508,28	12.061,74	13.026,68	14.068,81	15.194,32
Depreciaciones	3.751,02	3.751,02	3.752,76	2.878,25	2.878,25
Amortización	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Honorarios	2.688,00	2.903,04	3.135,28	3.386,11	3.656,99
Gasto servicios básicos	1.561,92	1.603,77	1.646,76	1.690,90	1.736,21
TOTAL COSTOS FIJOS	25.110,42	27.856,87	29.677,77	30.765,65	32.882,69
COSTOS VARIABLES					
Gasto de ventas	288,00	295,72	303,64	311,78	320,14
Gastos generales	324,00	332,68	341,60	350,75	360,15
Gastos financieros	2.664,96	2.194,84	1.828,64	1.068,17	395,54
Compras	91.165,61	93.608,85	96.117,56	98.693,51	101.338,50
TOTAL COSTOS VARIABLES	94.442,57	96.432,09	98.591,45	100.424,22	102.414,33
TOTAL COSTOS	119.552,99	124.288,96	128.269,21	131.189,88	135.297,02
Ventas	132.604,52	136.158,31	139.807,35	143.554,19	147.401,44
PUNTO DE EQUILIBRIO USD	87.253,27	95.477,10	100.669,14	102.400,69	107.740,98

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

El punto de equilibrio para el primer año con un total de ventas de \$132.604,52, la empresa alcanzara con gastos de producción de costos fijos de \$25.110,42 y costos variables de \$94.442,57; alcanzara equilibrio financiero cuando acumule ventas por \$87.253,27.

El punto de equilibrio monetario calculado para el proyecto es de \$87.253,27, que expresa que la empresa generara utilidades a partir de la venta de un total de este monto; momento en que los costos fijos, costos

variables y total de ventas alcanzan un equilibrio, al finalizar el proyecto el punto de equilibrio es equitativo entre los ingresos y costos de producción con un total de \$107. 740,98 unidades monetarias.

5.8.5. PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Para calcular el período de recuperación del capital se lo hace en base a los flujos de efectivos futuros que fueron calculados en base a la tasa de redescuento del 11,52%, como se muestra en el cuadro siguiente:

CUADRO N° 101
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

AÑOS	INVERSIÓN TOTAL	FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJOS ACUMULADOS ACTUALIZADOS
0	47.740,71		
1		9.504,70	9.504,70
2		7.600,94	17.105,64
3		6.337,50	23.443,13
4		5.117,47	28.560,60
5		23.488,17	52.048,77

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

Su cálculo se realiza de la siguiente manera: en primer lugar se debe establecer en que año casi se logra recuperar la inversión al 100%, en este caso es en el cuarto años, este flujo de efectivo acumulado del cuarto año es de USD 28.560,60 del cual se le resta de la inversión total que es de USD 47.740,71, obteniendo USD 19.180,11, este valor se le divide para el siguiente flujo actualizado que es USD 23.488,17 dando como resultado 0,85 y este multiplicado por 12 da el tiempo en meses que es 9,80 y los decimales se multiplica por 30, alcanzo la recuperación en días que en este caso es 24.

Por lo antes mencionado la inversión se logra recuperar en 4 años 9 meses y 24 días.

5.8.6. COSTO / BENEFICIO

El costo / beneficio es la relación entre los ingresos y los gastos, pero estos deben ser actualizados, para lo cual se debe utilizar el costo de oportunidad que es del 11,52%.

CUADRO N° 102
INGRESOS Y EGRESOS ACTUALIZADOS

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	132.604,52	116.570,24	119.284,60	104.860,94
2	136.158,31	121.226,28	110.178,35	98.095,45
3	139.807,35	125.124,45	101.767,29	91.079,44
4	143.554,19	127.960,83	93.998,32	83.787,90
5	147.401,44	131.981,44	86.822,45	77.739,75
TOTAL	699.525,82	622.863,24	512.051,02	455.563,49

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

Una vez obtenidos tanto los ingresos como los egresos actualizados se aplica la fórmula siguiente:

$$\text{Costo / Beneficio} = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Gastos actualizados}}$$

$$\text{Costo / Beneficio} = \frac{512.051,02}{455.563,49}$$

$$\text{Relación Costo/ Beneficio} = 1,12$$

El costo / beneficio es 1,12; es decir que de cada dólar de inversión se logra recuperar el 0,12 centavos, por tan razón el proyecto es atractivo

5.8.7. CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO

Una vez analizados los resultados se dice que el estudio económico – financiero es aquel que permite ver de dónde provienen los fondos, a dónde van, y cómo son recuperados. Se estudia también los costos y beneficios derivados de todas las fases del proyecto (especialmente en la construcción y operación), asociado al origen, destino de los recursos y los riesgos involucrados; en donde no sólo hay que concentrarse en los esquemas que provengan de los "inversionistas" sino de todos los participantes.

CAPÍTULO VI

6. LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

El capítulo de la empresa y su organización detalla el análisis interno y externo de la entidad, así como también determina si existe una estructura funcional y/o divisional de tipo formal o informal que apoyen y faciliten las relaciones entre personal, sean empleados o gerentes, de tal manera que provoquen un mejor aprovechamiento de los recursos especializados y una mayor eficiencia y coordinación entre los que diseñan, procesan, producen y comercializan los productos o servicios, además ayuda a que el desarrollo del proyecto no infrinja alguna norma o ley establecida a nivel local, municipal o estatal.

6.1. OBJETIVO DEL CAPÍTULO VI LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

- Determinar cuáles son los requerimientos para que la organización desarrolle sus actividades.

6.2. ANÁLISIS INTERNO DE LA EMPRESA

6.2.1. LA EMPRESA

Es una entidad que tiene como objetivo integrar el comercio local como parte del desarrollo de la actividad comercial, garantizando una oferta de servicios y productos variados a precios accesibles.

6.2.2. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

El nombre de la empresa es: **“COMISARIATO MUNICIPAL DE SUCUMBÍOS”**.

6.2.3. LOGOTIPO



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación Documental

6.2.4. BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA

Involucrarnos con nuestros clientes desde el primer contacto, de manera abierta, proactiva y profunda que nos permita identificar y responder estratégicamente a cualesquiera que sean sus oportunidades de negocio en tiempo y forma

6.2.5. MISIÓN

Satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes, mediante la comercialización de productos de consumo masivo bajo estándares de calidad, generando desarrollo y rentabilidad, con un equipo profesional de trabajo calificado y experimentado, para asumir este reto con responsabilidad frente a la sociedad, al país y al asedio ambiente.

6.2.6. VISIÓN

Ser una empresa líder en el mercado en un año que cumpla las expectativas y las necesidades del cliente, además ser una empresa eficiente y competitiva, que garantice a todos los consumidores calidad en nuestro servicio con un mejoramiento continuo de todas las actividades que desempeñaremos para el crecimiento y solvencia de la empresa dentro del Cantón y Provincia de Sucumbíos.

6.2.7. ESTRATEGIA EMPRESARIAL

Las estrategias que se van a utilizar para la empresa son las siguientes:

- Estrategia de bajos costes
- Crear una experiencia única para el consumidor
- Reinventar nuestro modelo de negocio
- Ofrecer calidad máxima en el producto
- Centrarse en nichos de mercado
- Ser innovador

6.2.8. OBJETIVOS

- Comercializar productos de consumo masivo dentro del sector, con una atención oportuna y a la vez crear una catea de consumo brindándoles facilidad, comodidad en la adquisición de los mismos.
- Mantener un mercado que tenga confianza y preferencia por nuestros productos a comercializar.
- Establecer que el área administrativa cuente con un manual específico de procedimientos.
- Determinar que el área de Recursos Humanos realice reclutamiento y seguimiento continuo del comportamiento y necesidades de los empleados.
- Realizar planes estratégicos para que cada mes las ventas superen las expectativas de los socios.
- Definir un manual específico de funciones para un buen manejo administrativo, financiero.

6.2.9. POLÍTICAS

Las Políticas Empresariales son decisiones corporativas, mediante las cuales se definen criterios y marcos de actuación que orientan la gestión en todos los niveles de la organización en aspectos específicos.

Una vez adoptadas, se convierten en pautas de comportamiento de obligatorio cumplimiento cuyo propósito es reducir la incertidumbre y canalizar los esfuerzos hacia la realización del objeto social de la empresa.

Como políticas del Comisariato Municipal propuesto se menciona las siguientes:

- **Política de servicio:** el cliente representa para el comisariato municipal su razón de ser, alrededor de la satisfacción de sus necesidades y la superación de sus expectativas, se construye el camino a la excelencia.
- **Política de calidad:** el encargado de recibir los productos en el comisariato tendrá que revisar que todos cumplan con las normas de calidad pertinentes, sin maltratar el producto y manteniéndolo en buen estado.
- **Política ambiental:** hace explícita la creencia en la gestión ambiental y crea un compromiso hacia el entorno nacional e internacional, enmarcando la gestión ambiental en los parámetros económicos, políticos y sociales del desarrollo sostenible.
- **Política de regulación de precios del mercado:** permite que los locales comerciales manejen un nivel de precios acorde a la realidad económica del cantón, favoreciendo la competencia en igualdad de condiciones.
- **Política social:** establece el compromiso de la entidad con la comunidad, para permitir un fácil acceso de la población a los productos necesarios para mejorar su calidad de vida.
- **Política de comunicación:** establece que la comunicación deberá fluir en un ambiente de flexibilidad y participación que permita crear, diseñar y utilizar contenidos y medios, de acuerdo con los propósitos de la organización, sobre todo la comunicación con el personal, además nuestra empresa siempre estará dispuesta a

recibir sugerencias y a realizar cambios, si con esto hay mejoramiento en el rendimiento de la Empresa.

- **Política de gestión humana:** establece el compromiso recíproco entre el comisariato y sus trabajadores de crear un ambiente favorable al desarrollo personal, laboral y social, sobre la base de construir identidad con la visión y objetivos de la entidad, también tener reuniones periódicas para evaluar el desarrollo de las actividades.
- **Política de créditos:** conceder créditos a 30 días a las instituciones aplicando respectivos descuentos por pronto pago.
- **Política para inventarios:** mantener un stock mínimo de inventarios, para satisfacer a los clientes, y rotar continuamente el inventario

6.2.10. VALORES

Entre los valores corporativos se ha considerado aquellos que son importantes tanto para el cliente como para los trabajadores y la sociedad en general, entre ellos tenemos:

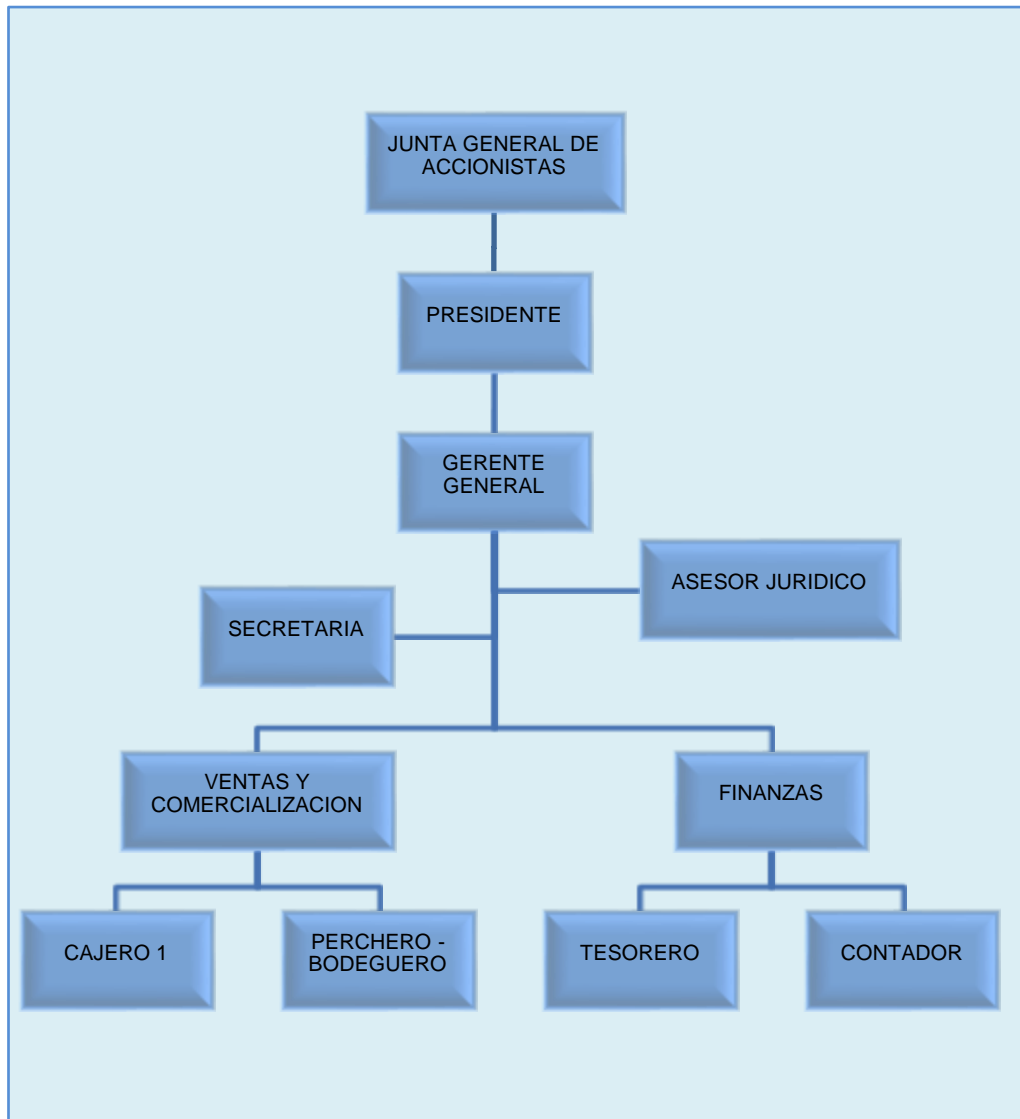
- **Responsabilidad:** Cumplir con la misión de la organización, aportando conocimientos que permitan satisfacer de manera óptima las necesidades del cliente, asumiendo nuevos retos y logrando mejorar continuamente.
- **Ayuda social:** Brindar una mejor calidad de vida a los sectores menos favorecidos del cantón, provisionándolos de productos a precios accesibles.
- **Excelencia en el servicio:** Demostrar en todo tiempo y lugar una actitud positiva, emprendedora y optimista que agrade al cliente y lo motive a regresar
- **Honestidad:** Realizar un trabajo íntegro y transparente basado en normas claras que permitan obtener credibilidad por parte de la población.

6.2.11. LA ORGANIZACIÓN

➤ ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

El organigrama representa en forma gráfica los niveles jerárquicos y las posiciones en la empresa, con lo cual los socios, directivos, personal de trabajo y tercero pueden tener una apreciación rápida de la forma en que el centro comercial se encuentra organizado, el organigrama es de crecimiento plano.

ILUSTRACIÓN N° 16
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación Documental

6.2.12. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

La empresa costará con los siguientes niveles jerárquicos;

➤ NIVEL DIRECTIVO

Junta General de Accionistas y Presidente

➤ NIVEL EJECUTIVO

Gerente General

➤ NIVEL OPERATIVO

Ventas y Comercialización, conformada por el siguiente grupo de trabajo

- Bodeguero

- Perchero

Finanzas, Conformada por el siguiente grupo de trabajo

- Contador

- Tesorero

- Cajero

➤ NIVEL DE APOYO

Secretaría, conformada por la secretaria o secretario

Asesor jurídico, conformada por el abogado de la entidad

6.2.13. DENOMINACIÓN DE PUESTOS

6.2.14. GERENTE GENERAL

➤ DESCRIPCIÓN DEL CARGO

Organizar, dirigir, tomar decisiones y dar soluciones a problemas además de estar a cargo del manejo de la entidad.

➤ Funciones

- Aprobar los estados financieros
- Controlar el manejo de cuentas bancarias
- Fijar responsabilidades a subordinados
- Establecer bases para un buen control interno
- Aprobar políticas de comercializados y publicidad
- Establecer metas y estándares de calidad y servicio
- Estudiar la posibilidad sobre nuevos proyectos de Inversión
- Hacer recorridos diarios de sus instalaciones para mantener una comunicación constante coa los empleados.

➤ Perfil

- Inteligencia para comprender
- Facilidad verbal para dialogar
- Juicio para tomar decisiones
- Tener don de mando para dirigir

➤ Requisitos de Instrucción

- Poseer tirulo superior de administrador o afines
- Conocimiento de relaciones humanas

- Experiencia en comercialización de productos de primera necesidad

➤ **Responsabilidades**

- Responsabilidad sobre el personal
- Responsable del correcto manejo de los bienes de la empresa
- Responsabilidad sobre toda la documentación

➤ **Condiciones de Trabajo**

- Ambiente físico agradable
- Trabajo bajo alta presión
- Trabajo basado en objetivos

6.2.15. CONTADOR

➤ **DESCRIPCIÓN DE CARGO**

La función principal del contador es registrar y controlar todo movimiento financiero procesando la información necesaria para emitir los estados financieros correspondientes.

➤ **Funciones**

- Elaborar el plan de cuentas a utilizarse en la contabilidad
- Elaborar registros diarios de las transacciones financieras de la empresa
- Conciliar mensualmente las cuentas de gastos y de ingresos
- Realizar conciliaciones bancarias mensuales
- Realizar balances y estados financieros, según requerimiento de la entidad

- Realizar los formularios para pagar las obligaciones tributarias de la entidad al servicio de rentas internas
- Revisar la conciliación mensual de las cuentas de gastos y de ingresos para analizar la liquidez de la empresa
- Revisar los respaldos de los gastos de cada departamento
- Aprobar desembolsos de dinero de cualquier departamento, previo análisis de necesidades y autorización de los jefes inmediatos superior
- Revisar junio con el personal de su área balances y estados financieros
- Hacer cumplir todas las obligaciones tributarias que son obligación de la empresa presentar al servicio de rentas internas
- Verificar los pagos al personal de la entidad
- Hacer cumplir todas las obligaciones financieras de la entidad
- Realizar inventarios físicos en todas las áreas conjuntamente con todo el personal que forma el área financiera
- Supervisar el correcto funcionamiento del sistema contable para garantizar los resultados a presentarse
- Estudio de la planeación financiera: efectivo y crédito.
- Manejo de presupuestos
- Fijar políticas de crédito y cobranza.

➤ **Perfil**

- Razonamiento para poder interpretar los resultados de los estados financieros
- Destreza mental
- Rapidez numérica para realizar el trabajo
- Honradez para brindar confianza
- Responsabilidad para responder por su dirección
- Requisitos de instrucción
- Poseer título superior de contador público

- Manejo correcto de programas contables
- Conocimiento de tributación
- Experiencia de por lo menos 3 años en el área financiera

➤ **Responsabilidades**

- Responsabilidad profesional por el cumplimiento de las labores presupuestarias
- Sacar informes y presupuestos a tiempo
- Responsabilidad financiera
- Presentación de estados financieros
- Condiciones de trabajo
- Ambiente físico agradable
- Trabajo bajo o presión
- Trabajo a realizarse debe ser perfecto sin errores

6.2.16. TESORERO

➤ **DESCRIPCIÓN DE CARGO**

Manejar correctamente el dinero de la entidad, realizar pagos, desembolsos de dinero.

➤ **Funciones**

- Elaborar cheques para gastos o adquisiciones de la entidad, previa autorización del Financiero
- Realizar pagos de nómina según disposiciones de la entidad
- Realizar los pagos de los formularios para pagar las obligaciones Tributarias de la entidad
- Girar cheques para realizar pagos de las obligaciones financieras de la entidad según requiera

➤ **Perfil**

- Responsabilidad para responder por sus actos
- Destreza mental
- Rapidez numérica para realizar el trabajo
- Profesionalismo y ética
- Honradez para brindar confianza
- Requisitos de instrucción
- Poseer título superior en administración o afines
- Tener conocimiento contable
- Experiencia en manejo de dinero

➤ **Responsabilidades**

- Responsabilidad profesional por el cumplimiento de los manejos de dinero
- Responsabilidad de la fiabilidad de las labores realizadas
- Responsabilidad de la fiabilidad de las labores de trabajo

➤ **Condiciones de trabajo**

- Ambiente físico agradable
- Trabajo de alta responsabilidad económica
- Trabajo a realizarse debe ser perfecto sin equivocaciones.

6.2.17. CAJERO

➤ **DESCRIPCIÓN DE CARGO**

Manejar correctamente las ventas en el autoservicio y cada uno de los puntos de venta, cumpliendo con todos los requisitos de Ley.

➤ **Funciones**

- Responsabilidad de cumplir con todos los requisitos de facturación
- Control de emisión de facturas
- Crear, modificar y mantener la base de datos de los clientes
- Gestionar información a los usuarios, sobre cualquier novedad en lo concerniente a las cuentas y al servicio prestado por la empresa
- Entrega de facturas a clientes por cada compra realizada
- Verificación de productos entregados con los facturados
- Recepción de dinero exacto por cancelación de factura
- Estar presto a cualquier arqueo en cualquier momento
- Responsabilidad de hacerse responsable de diferencias de caja, sea a favor o en contra
- Excelente atención a los clientes
- Responsabilidad por el dinero que permanece en caja en el lapso de tiempo a cargo

➤ **Perfil**

- Responsabilidad para responder por sus actos
- Destreza mental
- Rapidez numérica para realizar el trabajo
- Profesionalismo y ética

➤ **Requisitos de Instrucción**

- Título profesional
- Cursos realizados de manejo de billetes y experiencia
- Experiencia en trabajos similares
- Certificación de honradez

➤ **Responsabilidades**

- Responsabilidad profesional por el cumplimiento de los manejos de dinero
- Manejar directamente dinero ajeno
- Responsabilidad de la fiabilidad de las labores realizadas.

➤ **Condiciones de Trabajo**

- Ambiente físico agradable
- Trabajo de alta responsabilidad económica
- Trabajo a realizarse debe ser perfecto sin equivocaciones

6.2.18. BODEGUERO

➤ **DESCRIPCIÓN DE CARGO**

Controlar la llegada de mercadería, su estado o condición, cantidad y calidad. De la misma manera su salida

➤ **Funciones**

- Recibir la mercadería del almacén debidamente contada, e ingresar al sistema contable
- Realizar informes sobre cualquier novedad tanto en la recepción como en el despacho de la mercadería
- Llevar un cárdex por productos el mismo que debe coincidir con las unidades físicas o de existencia
- Tener un informe semanal de los productos que lleguen su calidad, fecha de vencimiento, y toda información que permita presentar un producto fresco y de buena calidad al consumidor

- Ester dispuesto a que se haga el momento inesperado una constatación física de la bodega
- Realizar todo despacho de acuerdo a los comprobantes y autorizaciones

6.2.19. PERCHERO

➤ DESCRIPCIÓN DEL CARGO

Distribuye la mercadería de masera adecuada en cada usa de las perchas, góndolas y vitrinas.

➤ Funciones

- Recibir la mercadería que el bodeguero le entrega, debidamente contada
- Realizar informes soto cualquier novedad si el producto tiene algún defecto
- Tener un informe semanal de los productos que tiene stock mínimo y que requieren de un nuevo pedido
- Dar información y una buena atención al cliente en el caso de que el mismo requiera ayuda

6.2.20. SECRETARIA

➤ DESCRIPCIÓN DE CARGO

Ejecución de labores de apoyo administrativo en las oficinas de la compañía.

➤ Funciones

- Atender al público, personal y telefónicamente para proporcionar infamación

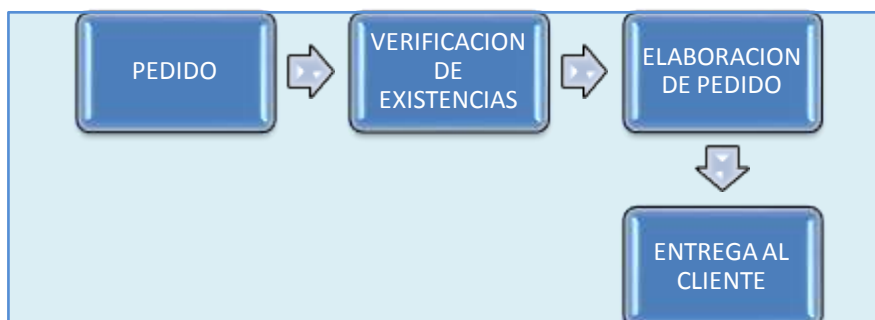
- Concretar entrevistas y organizar la agenda del gerente general
- Efectuar el seguimiento de los trámites de la gerencia
- Atender y brindar información y entrega de documentos a clientes y proveedores
- Mantener bajo su custodia y responsabilidad la documentación reservada, confidencial y el archivo de la documentación reservada, confidencial y el archivo de la documentación originada en gerencia.

➤ **ACTIVIDADES**

- Ingreso y egreso de documentos para conocimiento y decisión del gerente general
- Preparar la correspondencia de la empresa
- Administrar el fondo de caja chica
- Operar máquinas, computadoras, fax. Copiadoras etc.
- Operar el sistema financiero administrativo de la compañía, de acuerdo al perfil del usuario
- Realizar otras actividades dispuestas por la gerencia general u organismos directivos, dentro del ámbito de su competencia

6.2.21. PROPUESTA OPERATIVA

ILUSTRACIÓN N° 17
DIAGRAMA DE BLOQUE

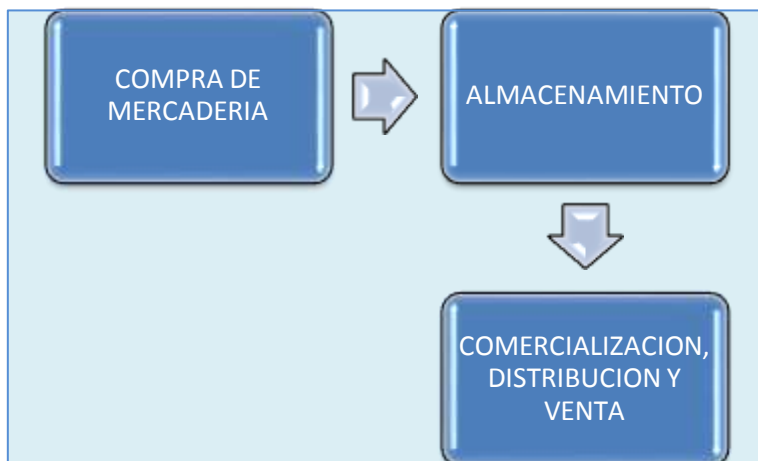


Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación Documental

Otro tipo de diagrama de bloque tenemos el siguiente:

ILUSTRACIÓN N° 18
DIAGRAMA DE BLOQUE



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación Documental

➤ **COMPRA DE MERCADERÍA.**

Una de las actividades más importantes de nuestra relación con los proveedores es la negociación. Debemos definir claramente con ello los productos que hacen parte de nuestro pedido, sus cantidades, el costo que tiene para nosotros y la utilidad que nos proporcionarán.

➤ **ALMACENAMIENTO**

El centro de almacenamiento será sencillo y se detalla a continuación:

- El producto se captará tanto en la provincia como fuera de la misma
- La política de pago a los proveedores se lo realizará mediante cheque con el correspondiente comprobante de egreso respaldado en la factura

- Se verificará que se cumpla con los parámetros de calidad en el servicio y atención al cliente establecido por el manual de funciones y procedimientos.

➤ **COMERCIALIZACIÓN**

Para la comercialización utilizaremos los siguientes mecanismos:

- A través de dos cajeros evitaremos las aglomeraciones de público, y se dará buena y oportuna atención al cliente
- Al tener adecuada instalación, esto proporcionará a los consumidores un producto de mayor calidad

➤ **DISTRIBUCIÓN**

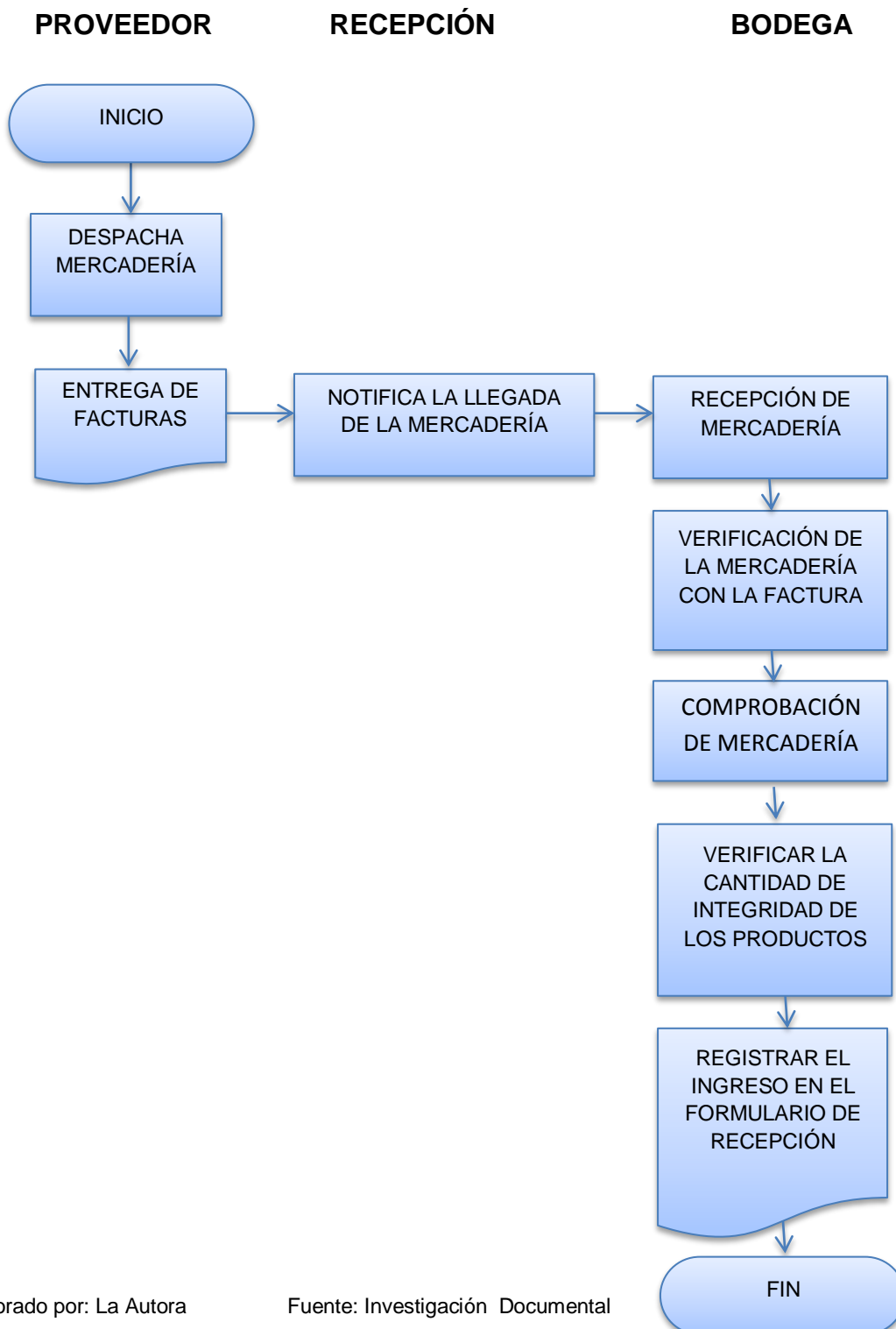
La distribución de la mercadería se basará en que el producto será despachado en el tiempo justo para que los consumidores puedan aprovechar sus bondades, y sobre todo con una atención personalizada, para lograr una mayor aceptación de nuestros productos

➤ **VENTAS**

Las ventas se realizarán al público de la ciudad La Bonita Cantón Sucumbíos

6.2.22. FLUJOGRAMA DE PROCESO DE RECEPCIÓN DE LA MERCADERÍA

ILUSTRACIÓN N° 19
PROCESO DE RECEPCIÓN DE LA MERCADERÍA

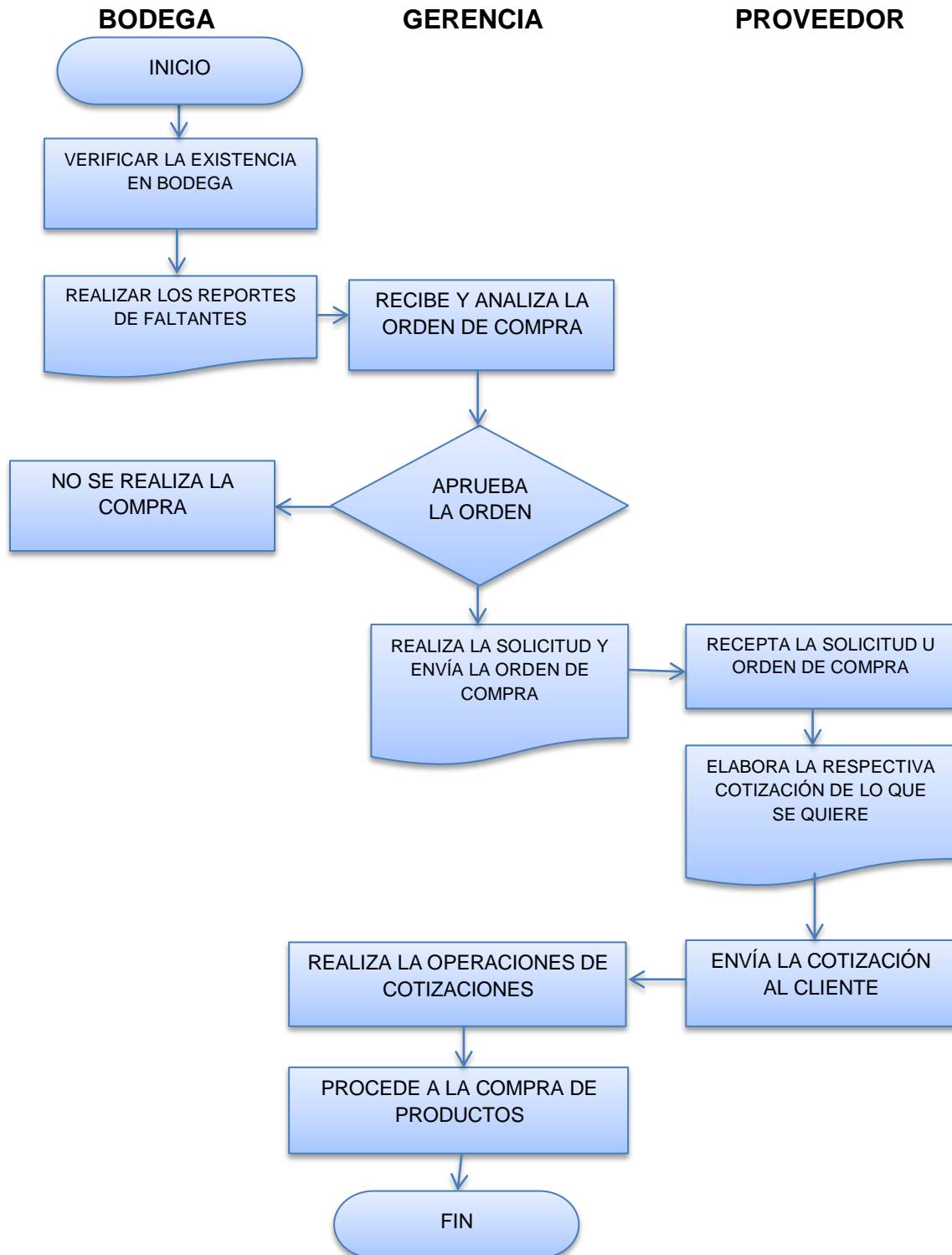


Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación Documental

6.2.23. FLUJOGRAMA DE PROCESO DE COMPRAS DE PRODUCTOS A PROVEEDORES

**ILUSTRACIÓN N° 20
PROCESO DE COMPRAS**



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación Documental

6.2.24. PROCESO DE RECEPCIÓN DE MERCADERÍA

Para el ingreso de los productos, la persona encargada de bodega será la responsable de recibirlos tomando en cuenta los siguientes aspectos:

- La recepción de productos se llevará a cabo en la bodega del Comisariato
- Se verificará los productos contra factura constatando que sea los mismos del detalle
- Luego se comprobará que los productos se encuentren en perfecto estado, sí es el caso, que los sellos de seguridad estén intactos
- Se tomará muy en cuenta la fecha de entrega, cantidad, integridad, caducidad de los productos

Cabe mencionar que en este caso siempre se considerará la condición de cambio o devolución si el producto no está acorde a los requerimientos establecidos en el contrato.

ILUSTRACIÓN N° 21 CARDEX DE RECEPCIÓN DE LA MERCADERÍA

RECEPCIÓN DE MERCADERÍA					
FECHA.....N°					
CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	FACT. N°	OBSERVACIONES
RESPONSABLE					
Nombre.....f.....					
C.I.....					

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

➤ INSTRUCTIVO PARA SU USO

Fecha: se registrará el año, mes y día en que se realizará la recepción

N°: en este espacio irá el número correspondiente a la página del formulario que se está receptando

Código: se detallará cada uno de los ítems identificados por su correspondiente código

Descripción: en esta columna se escribirá el nombre de cada ítem

Factura N°: corresponderá el número de la factura según la cual se realizó la recepción

Observaciones: contendrá algún dato o comentario adicional que se quiera hacer notar del o los productos recibidos

Responsable: en este espacio pondrá el nombre, el número de cedula y, firmará la persona que se halla encargada de bodega y que realizó la recepción de los productos

6.2.25. FLUJOGRAMA DE PROCESO DE ALMACENAMIENTO DE LA MERCADERÍA

ILUSTRACIÓN N° 22 PROCESO DE ALMACENAMIENTO DE LA MERCADERÍA BODEGA



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación Documental

6.2.26. PROCESO DE ALMACENAMIENTO DE MERCADERÍA

Una vez realizada la recepción de la mercadería se procede a la colocación de los productos en sus respectivos stands

- Se agrupará los productos en el stand de acuerdo a su género, por ejemplo productos de limpieza como; escobas, desinfectantes, detergentes, entre otros
- Dentro de este grupo se ordenará por código de producto
- Con la investigación de mercado realizada, se determinará los productos de mayor rotación, los mismos que se colocarán en la parte más accesible de la bodega que permita un mejor control
- Conjuntamente con el almacenamiento, se realizará el registro de la mercadería que ingrese a bodega.

Para registrar el almacenamiento de la mercadería en la bodega se propone el siguiente kardex:

ILUSTRACIÓN N° 23 CARDEX DE MOVIMIENTO DE MERCADERÍA DE BODEGA

MOVIMIENTO DE MERCADERÍA DE BODEGA										
PRODUCTO.....MÉTODO DE VALORACIÓN.....										
CANT. MÁXIMA.....CÓDIGO.....										
UNIDAD DE MEDIDA.....CANT. MÍNIMA.....N°.....										
FECHA	DESCRIPCIÓN	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS		
		Q.	p,r	P.T	Q.	p,r	P.T	Q,	P.V	P.T
RESPONSABLE										
Nombre.....f..... C.I.....										

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

➤ INSTRUCTIVO PARA SU USO

Producto: en este espacio se colocará el nombre del producto que se registre.

Código: se detallará el número con el cual se identifica el producto

Método de valoración: se utiliza el método Promedio

Unidad de medida: se define la magnitud de referencia en la que se mide la mercadería

Cantidad máxima: se detalla la cantidad máxima que se puede admitir en stock

Cantidad mínima: se detalla la cantidad mínima que debe haber en stock

Fecha: se registrará el año, mes y día en que se realizará la actividad

N°: en este espacio irá el número correspondiente a la página del kardex que se está utilizando

Entradas: en esta columna se registrará las actividades de ingreso del producto para su mejor detalle se subdivide en tres subcolumnas que contienen: la cantidad que ingresa de productos, su precio unitario y el acumulado que se registrar en el precio total

Salidas: en esta columna se registrará las actividades de egreso del producto para su mejor detalle se subdivide en tres subcolumnas que contienen: la cantidad que egresa de productos, su precio unitario y el acumulado que se registrar en el precio total

Existencias: en esta columna se coloca la diferencia entre el ingreso y el egreso, lo que permite determinar al momento la cantidad exacta del producto existente en bodega, su precio unitario y el precio final

Responsable: en este espacio pondrá el nombre, el número de cedula y, firmará la persona que se halla encargada de bodega y que realizó la recepción de los productos

6.2.27. FLUJOGRAMA DE PROCESO DE VENTA O ENTREGA DE LA MERCADERÍA

ILUSTRACIÓN N° 24
PROCESO DE VENTA O ENTREGA DE LA MERCADERÍA



Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación Documental

6.2.28. PRODUCTOS

Las preferencias del mercado demandan productos que se clasifican en:

➤ GRUPO 1: PRODUCTOS DE ASEO

- Toallas sanitarias
- Protectores diarios
- Protectores Jactancia
- Tampones
- Papel higiénico
- Pañuelos faciales
- Paños húmedos
- Pañales
- Pañales maternos
- Pañales adulto
- Toallas húmedas
- Shampoo
- Shampoo bebe
- Acondicionadores
- Cremas de peinar
- Jabón de tocador
- Cremas
- Pastas dentales
- Cepillos dentales
- Crema dental
- Enjuague bucal
- Desodorantes
- Aceite
- Cotonetes
- Colonia
- Talco bebe
- Talco adulto
- Talco pies
- Vaselina
- Protector solar
- Gel
- Afeitadoras

➤ GRUPO 2: PRODUCTOS DE LIMPIEZA

- Desinfectantes

- Ambientales
- Cloro
- Suavizantes de ropa
- Cuidado de sanitarios
- Detergentes
- Jabón para ropa
- Lava vajillas
- Esponjas – bombriles
- Paños de limpieza
- Escobas
- Trapeadores
- Recogedores de basura
- Cepillos de aseo
- Guantes
- Cuidado de artículos de cuero
- Cera pisos
- Insecticidas
- Limpiadores y lustra muebles
- Servilletas
- Toallas de cocina

➤ **GRUPO 3: CEREALES Y LÁCTEOS**

- Cereales
- Chocolate en polvo
- Endulzantes
- Aguas aromáticas
- Café
- Leches
- Yogurt

➤ **GRUPO 4: VÍVERES**

- Aceites
- Mantecas
- Margarinas
- Fideos y tallarines
- Culinarios
- Salsas
- Atunes y sardinas
- Levadura
- Polvo de hornear

- Extractos y esencias
- Gelatinas y flan
- Harinas
- Pastelería
- Maicenas y coladas
- Arroz
- Azúcar
- Granos
- Panela
- Sal

➤ **GRUPO 5: GOLOSINAS**

- Galletas
- Caramelos
- Dules
- Chupetes
- Chocolates
- Papas fritas
- Pan
- Repostería
- Bocaditos

➤ **GRUPO 6: CARNES, EMBUTIDOS Y MARISCOS**

- Pollo
- Carnes
- Jamón
- Mortadela
- Salchichas
- Chorizo
- Chuleta
- Costilla
- Mariscos

➤ **GRUPO 7: LICORES Y BEBIDAS**

- Whisky
- Tequila
- Vodka
- Ron
- Vinos

- Cerveza
- Gaseosas
- Aguas
- Jugos
- Néctar
- Avena
- Te

➤ **GRUPO 8: VARIOS**

- Focos
- Comida de mascota (can)
- Fósforos
- Papel aluminio
- Fundas plásticas
- Portacomida desechable
- Cubiertos plásticos
- Vasos desechables
- Pilas
- Medicamentos varios
- Otros

6.3. ANÁLISIS EXTERNO (marco legal de constitución)

6.3.1. BASE LEGAL

El análisis del marco legal o base legal del proyecto es importante y muy necesario ya que permite conocer las reglas, códigos y normas vigentes que hay que cumplirlas para tener la seguridad de que se está actuando conforme a la ley.

6.3.2. TIPO DE COMPAÑÍA

El Comisariato Municipal será una compañía de economía mixta ya que el capital será parte del sector público y del sector privado por accionistas, para este proceso se hace referencia a la sección VIII de la Ley de Compañías que en sus artículos manifiesta lo siguiente:

Art. 308.- El Estado, las municipalidades, los consejos provinciales y las entidades u organismos del sector público, podrán participar, conjuntamente con el capital privado, en el capital y en la gestión social de esta compañía.

Art. 309.- La facultad a la que se refiere el artículo anterior corresponde a las empresas dedicadas al desarrollo y fomento de la agricultura y de las industrias convenientes a la economía nacional y a la satisfacción de necesidades de orden colectivo; a la prestación de nuevos servicios públicos o al mejoramiento de los ya establecidos.

Art. 310.- Las entidades enumeradas en el Art. 308 podrán participar en el capital de esta compañía suscribiendo su aporte en dinero o entregando equipos, instrumentos agrícolas o industriales, bienes muebles e inmuebles, efectos públicos y negociables, así como también mediante la concesión de prestación de un servicio público por un período de tiempo determinado.

Art. 311.- Son aplicables a esta compañía las disposiciones relativas a la compañía anónima en cuanto no fueren contrarias a las contenidas en esta Sección.

Art. 312.- Los estatutos establecerán la forma de integrar el directorio, en el que deberán estar representados necesariamente tanto los accionistas del sector público como los del sector privado, en proporción al capital aportado por uno y otro.

Cuando la aportación del sector público exceda del cincuenta por ciento del capital de la compañía, uno de los directores de este sector será presidente del directorio.

Asimismo, en los estatutos, si el Estado o las entidades u organismos del sector público, que participen en la compañía, así lo plantearan, se determinarán los requisitos y condiciones especiales que resultaren adecuados, respecto a la transferencia de las acciones y a la participación en el aumento de capital de la compañía.

Art. 313.- Las funciones del directorio y del gerente serán las determinadas por esta Ley para los directorios y gerentes de las compañías anónimas.

Art. 314.- Al formarse la compañía se expresará claramente la forma de distribución de utilidades entre el capital privado y el capital público.

Art. 315.- Las escrituras de constitución de las compañías de economía mixta, las de transformación, de reforma y modificaciones de estatutos, así como los correspondientes registros, se hallan exoneradas de toda clase de impuestos y derechos fiscales, municipales o especiales.

También se exonera de toda clase de impuestos municipales y adicionales a los actos y contratos y sus correspondientes registros, que efectúen las compañías de economía mixta, en la parte que les correspondería pagar a éstas.

El Ministerio de Finanzas podrá exonerar temporalmente de impuestos y contribuciones a las compañías de economía mixta, para propiciar su establecimiento y desarrollo, con excepción de los establecidos en la Ley de Régimen Tributario Interno.

Art. 316.- En esta clase de compañías el capital privado podrá adquirir el aporte del Estado pagando su valor en efectivo, previa la valorización respectiva y procediendo como en los casos de fusión de compañías, y el Estado accederá a la cesión de dicho aporte.

Transferido el aporte del Estado a los accionistas privados, la compañía seguirá funcionando como si se tratase de una compañía anónima, sin derecho a las exoneraciones y beneficios que esta Ley concede a las compañías de economía mixta. En la organización de los directorios cesará la participación del Estado.

El Estado, por razones de utilidad pública, podrá en cualquier momento expropiar el monto del capital privado de una compañía de economía mixta, pagando íntegramente su valor en dinero y al contado, valor que se determinará previo balance, como para el caso de fusión.

Art. 317.- Si la compañía de economía mixta se formare para la prestación de nuevos servicios públicos o de servicios ya establecidos, vencido el término de su duración, el Estado podrá tomar a su cargo todas las acciones en poder de los particulares, transformando la compañía de economía mixta en una entidad administrativa para el servicio de utilidad pública para el que fue constituida.

6.3.3. DISPOSICIONES LEGALES

La compañía de economía mixta puede conformarse por capital privado y capital de estado (Gobiernos municipales).

6.3.4. DEL CAPITAL

El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los accionistas y por el de la empresa pública en este caso con el aporte del Gobierno Autónomo Descentralizado de Sucumbíos y capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía, los aportes en numerario se depositarán en una cuenta especial de "integración de capital", que será abierta en un banco a nombre de la compañía en formación.

6.3.5. DE LA FORMA DEL CONTRATO

La escritura pública de la formación de una compañía de economía mixta será aprobada por el Superintendente de Compañías, mismo que ordenará la publicación por una sola vez, de un extracto de la escritura conferido por la Superintendencia de Compañías, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá de la inscripción de ella en el registro mercantil.

La aprobación de la escritura de constitución de la compañía será pedida al Superintendente de Compañías por los Administradores o Gerentes o por la persona en ella designada.

6.3.6. TRAMITES Y REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA COMPAÑÍA

Para la constitución de este tipo de compañía, se deben cumplir una serie de formalidades generales, las mismas que se recomienda sean asesoradas por un abogado que tenga su matrícula al día en el Colegio respectivo. A continuación se detallan los pasos necesarios para constituir legalmente una compañía de economía mixta

- Aprobación de la denominación de la compañía, para lo cual el Abogado presenta varias alternativas a la Superintendencia de Compañías, para la aprobación de una de ellas, una vez que este organismo compruebe que no existe otra denominación semejante, para nuestro proyecto se llamará “Comisariato Municipal de Sucumbíos”.

- Elaboración del proyecto de minuta que contiene los Estatutos que han de regir los destinos de la compañía, siendo necesario el asesoramiento y la firma de un Abogado.

- Aprobación de los Estatutos por parte del Departamento de Compañías de Economía Mixta de la Superintendencia de Compañías.

- Apertura de la cuenta de integración de capital en un banco de la localidad en donde se ubicará la compañía.

- Los estatutos aprobados por la Superintendencia de Compañías se elevan a escritura pública ante un notario de la localidad en donde la compañía realizará sus actos de comercio, con las firmas de los socios fundadores.

- Un ejemplar de la escritura pública de constitución de la compañía ingresa a la Superintendencia de Compañías para la obtención de la resolución de aprobación de la constitución.

- Publicación de un extracto de la escritura conferida por la Superintendencia de Compañías, por una sola vez, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía.

- Obtención de la Patente Municipal en el Cantón Sucumbíos, a fin de que pueda ejercer sus actos de comercio en la ciudad de La Bonita, o en cualquier oficina municipal de la ciudad en donde se vaya a instalar el negocio.
 - Requisitos para la patente municipal

 - Se la debe obtener a partir del dos de enero de cada año. Existen varias clases de personerías:

 - Patente personas naturales: En caso de no haber pagado el año anterior se debe presentar una copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC) y adjuntar la cédula de ciudadanía.

- Patentes jurídica nueva: Es el requisito previo a construir una empresa (Comisariato Municipal) en cuyo caso los requisitos son:
- Copia de la escritura de constitución
- Copia de la resolución de la Superintendencia de Compañías
- Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal.

Para declarar el impuesto del 1.5 por 1000 son necesarios:

- Los balances en original y copia presentados en la Superintendencia de Compañías.
- Las declaraciones en el Ministerio de Finanzas.
- La declaración del impuesto del 1.5 por mil, sobre activos totales presentados en el Municipio
- El Registro Único de Contribuyentes, RUC.
- La cédula de identidad del representante legal.
- El carnet de contador.
- El comprobante del último pago del 1.5 por mil

Permisos De Funcionamiento De Locales Comerciales Uso De Suelo

- Pago de tasa de trámite.
- Presentación de formulario en Departamento de Uso de Suelo.

- Tasa de habilitación de locales comerciales, industriales y de servicios

Documento que autoriza el funcionamiento del local comercial, previa inspección por parte del Municipio de Sucumbíos.

- Pago de tasa de trámite por Tasa de Habilidadación
- Llenar formulario de Tasa de Habilidadación.
- Copia de predios urbanos (si no tuviere copia de los predios, procederá a entregar la tasa de trámite de legalización de terrenos o la hoja original del censo).
- Original y copia de la patente de comerciante del año a tramitar
- Copia del RUC actualizado.
- Copia cédula y certificado de votación del dueño del local y de quien realiza el trámite.
- Autorización a favor de quien realiza el trámite.
- Croquis del lugar donde está ubicado el negocio
- Nombramiento del representante Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

El tiempo de demora de este trámite es inmediato.

- Afiliación a la cámara de la producción que corresponda al giro del negocio, así por ejemplo: Cámara de la Pequeña Industria, Cámara de industriales, Cámara de Comercio, Cámara de Turismo, etc.

➤ Inscripción de la escritura de constitución de la compañía en el registro Mercantil.

➤ La escritura pública de una compañía de una compañía de economía mixta será aprobada por el Superintendente de Compañías, el que ordenará la publicación, por una sola vez, de un extracto de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil.

➤ Obtención del Registro Único de Contribuyentes en el Servicio de Rentas Internas del Ministerio de Finanzas

Para obtener el RUC es necesario llenar el formulario RUC-01, dentro de los treinta días posteriores a la iniciación de actividades, caso contrario sería sancionado.

- Para personas jurídicas: (Será utilizada para el proyecto)
- Formulario 01-RUC
- Copias de la Escritura de Constitución de la Compañía inscrita en el Registro Mercantil, o con la aprobación del Juez de lo Civil.
- Fotocopias de la resolución de la Superintendencia de Compañías con la razón de la inscripción en el Registro mercantil.
- Copia del Nombramiento del Representante Legal, inscrito en el registro Mercantil.
- Fotocopia de la cédula de ciudadanía o pasaporte del Representante Legal.

Los contribuyentes llenaran los respectivos formularios con datos que deberán ser consignados en forma clara, precisa y completa, adjuntando los requisitos correspondientes. La tarjeta del RUC tiene una vigencia de dos años, concluidos dicho plazo, el contribuyente deberá actualizar datos y solicitar la renovación correspondiente.

Si solicitada la presentación del RUC, el contribuyente no se inscribiera será sancionado con el 25% de sus activos sociales y la clausura del establecimiento que se mantendrá hasta que se presente el documento exigido.

➤ Elección de Presidente y Gerente de la compañía mediante convocatoria a Asamblea General de Socios.

➤ Elaboración e inscripción de estos nombramientos en el registro mercantil.

➤ Adjuntar a la tercera copia certificada de constitución inscrita en el registro mercantil los nombramientos debidamente inscritos e ingresar a la Superintendencia de Compañías para el registro en el Departamento de Sociedades.

➤ Obtención del oficio que otorga la Superintendencia, dirigido al banco donde se ha abierto la cuenta de integración de capital, para que se puedan movilizar los fondos, es decir, apertura de una cuenta corriente a nombre de la compañía. El tiempo aproximado que demora la obtención de la constitución de una compañía de economía mixta es de sesenta días calendario. Se ha determinado que la Compañía de economía mixta, es la adecuada para este proyecto, porque se trata de una compañía mediana que va a estar conformada por 2 socios cuya función es la de realizar actos de comercio y también porque ésta brinda facilidades para las formadas por círculos sociales basados en fuertes lazos de amistad, compañerismo u otros factores que inclinan a las personas a depositar su confianza. Este detalle proporciona seguridad a quienes sólo desean

estar asociados a determinadas personas y no a otras, con lo cual se fortalece el elemento confianza, vital en la actividad empresarial.

➤ Afiliaciones a las cámaras (previas a la obtención de la resolución aprobatoria por parte de la Superintendencia de Compañías). A la cámara de comercio.- En caso de que la compañía vaya a dedicarse a cualquier género de comercio es indispensable obtener la afiliación a la respectiva Cámara de comercio, según prescribe el art. 13 de la Ley de Cámaras de Comercio, art. 13: (matrícula para el ejercicio del comercio y cédula de afiliación).- Para ejercer el comercio será indispensable poseer la Matrícula de Comercio y la Cédula de Afiliación a la respectiva cámara.

➤ De la obligatoriedad de afiliarse a las cámaras (según el código de comercio) art. 8.- (comerciantes).- Para efectos de la organización de las cámaras de comercio y de su afiliación a ellas, se considerarán comerciantes a las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeras, domiciliadas en el Ecuador, que intervengan en el comercio de muebles e inmuebles, que realicen servicios relacionados con actividades Superintendencia de Compañías, septiembre del 2000. Pág. 915 comerciales, y que, teniendo capacidad para contratar, hagan del comercio su profesión habitual y actúen con un capital en giro mínimo de \$1.20 ctvos.

Las afiliaciones se harán de acuerdo con la siguiente especificación: se ha extraído solamente el literal (u), del código de comercio, por ser el adecuado para el proyecto, en general, todas aquellas personas naturales y jurídicas que ejerzan habitualmente alguno de los actos de comercio que constan en el Código de la materia, y en las demás leyes mercantiles.

art. 14.- (obligaciones de los afiliados).- Todo afiliado, persona natural o jurídica, está obligado a pagar a la Cámara de Comercio las cuotas ordinarias o extraordinarias, que fijen las respectivas Cámaras.

Los afiliados que aumenten su capital pagarán a la respectiva Cámara las correspondientes cuotas en razón del nuevo capital. Además una cuota adicional a la de ingreso, y por una sola vez, por el valor de cada aumento de capital.

- Requisitos para afiliarse a la Cámara de Comercio son:
- Llenar la solicitud de afiliación
- Fotocopia simple de la escritura de constitución de la empresa
- Fotocopia de la resolución de la Superintendencia de Compañías. En caso de bancos o instituciones financieras, la resolución de la Superintendencia de Bancos y, en caso de sociedades civiles o colectivas, la sentencia del juez.
- Fotocopia de la cédula o pasaporte del representante legal.

En todos los casos, adicionalmente a la presentación de estos documentos, el solicitante deberá realizar el pago de la cuota de inscripción a la Cámara de Comercio, para las personas jurídicas, el valor a cancelar depende del capital suscrito en las escrituras de constitución de la empresa.

Este pago inicial por afiliación debe realizarse en efectivo o con cheque certificado a nombre de la Cámara de Comercio a la que pertenece en este proyecto será a la cámara de comercio de Nueva Loja.

Luego de ser revisada en Afiliaciones, la documentación es ingresada al sistema. Cuando el solicitante realiza el pago, queda inscrito como socio activo.

Las personas jurídicas reciben un certificado de afiliación que les permite inscribirse en el Registro Mercantil”.

6.3.7. OTROS TRAMITES Y REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA COMPAÑÍA

- Obtención del permiso sanitario de funcionamiento

Para conseguir el permiso sanitario de funcionamiento se debe presentar en la Administración Zonal lo siguiente:

- Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario
 - Comprobante de pago de patente del año.
 - Certificado (s) de salud.
 - Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
 - Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada, o certificado de exención del propietario y representante legal de la compañía.
 - Presentar documentación original y copias.
-
- Permiso del cuerpo de bomberos

Todo establecimiento está en la obligación de obtener el referido certificado, para lo cual deberá adquirir un extintor o realizar la recarga anual.

El tamaño y Número de extintores dependerá de las dimensiones del local. Requisitos:

- Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente.
 - Fotocopia nítida del RUC actualizado.
 - Carta de autorización a favor de quien realiza trámite.
 - Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite.
 - Nombramiento del representante legal si es compañía.
 - Original y copia de la calificación Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.
 - Señalar dimensiones del local.
- Obtención del número patronal del IESS

Se debe presentar el formulario que entrega el IESS para la obtención del número patronal, adjuntando los documentos respectivos para cada tipo de empresa, en este caso de economía mixta:

- Copia simple de la escritura de constitución.
- Copias de los nombramientos de Presidente y Gerente debidamente inscritos en el Registro Mercantil.
- Copia del RUC.
- Copia de la cédula de identidad del representante legal.

- Copia de los contratos de trabajo debidamente legalizados en el Ministerio de Trabajo.
- Copia del último pago de agua, luz o teléfono.
- Copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías”.

Para la emisión de un número patronal se requiere utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal que se realiza a través de la página web del IESS en línea en la opción Empleadores podrá:

- Actualización de Datos del Registro Patronal,
- Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público, Mixto o Doméstico),
- Digitar el número del RUC y
- Seleccionar el tipo de empleador.

Además deberá acercarse a las oficinas de Historia Laboral la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos:

- Solicitud de Entrega de Clave (Registro)
- Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.

- Copia de pago de teléfono, o luz

- Por otra parte este tipo de establecimientos (Comisariato), expendios de alimentos y otros está regida por el Ministerio de Turismo (“CETUR”, llámese anteriormente), el cual entrega una solicitud de registro del comisariato (ver anexo 1). Luego de cumplir con todos los requisitos, una persona autorizada inspecciona el lugar, y califica como Comisarito Municipal de Sucumbíos, ya que no existen las dos cosas a la vez, según el Ministerio de Turismo, y por último le da una categoría al establecimiento.

- También este tipo de establecimientos necesita registrarse en el CAPTUR (cámara provincial de turismo) de Sucumbíos, siempre y cuando se haya registrado previamente al Ministerio de Turismo. De igual forma cumpliendo con todos los requisitos dependiendo si es persona natural o jurídica. Y el cual le asigna una categoría al establecimiento para luego fijar una cuota mensual que tiene que pagar.

- **ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA**

**ESCRITURA DE LA COMPAÑÍA DE ECONOMÍA MIXTA
“COMISARIATO MUNICIPAL DE SUCUMBÍOS”
CUANTÍA USD. \$ 48.650,81 dólares**

Señor Notario.- En el registro de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de compañía de economía mixta, al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA.-COMPARECIENTES.- Al otorgamiento de esta escritura comparecen la Sra.: LIDIA NOEMÍ GETIAL CABRERA de estado civil casada, con C.I. 0401511985, mayor de edad, de nacionalidad

ecuatoriana; y los delegados del GADS Sr. Alcalde ERNESTO BUITRÓN con C.I. 1002686291 de estado civil casado y nacionalidad ecuatoriana, y el Procurador Sindico del GADS el Sr DANNY JARENTH CUALCHI con C.I. 1004548451 de estado civil soltero y nacionalidad ecuatoriana, todos domiciliadas en esta ciudad de La Bonita.

SEGUNDA: La compañía de Economía Mixta que, mediante este instrumento, se constituye, se regirá por las siguientes cláusulas:

**CAPITULO PRIMERO: DENOMINACIÓN, DOMICILIO, DURACIÓN,
OBJETO SOCIAL Y CONSTITUCIÓN.-**

ARTICULO PRIMERO : DENOMINACIÓN.- La denominación de la compañía será “COMISARIATO MUNICIPAL DE SUCUMBÍOS” por tanto, en todas las operaciones girará con ese nombre y se regirá por las disposiciones mercantiles, Ley de Compañías, Código Civil, Ley de Régimen Municipal exclusivamente en lo que tiene que ver con las normas para la constitución de una empresa de economía mixta, el Código de Comercio y demás normas pertinentes relacionadas con las actividades que realizare la compañía y las normas que contemplan los presentes estatutos.

ARTÍCULO SEGUNDO.- DOMICILIO.- El domicilio principal de la compañía será en la provincia de Sucumbíos, Cantón Sucumbíos, ciudad La Bonita. Pudiendo en cualquier tiempo establecer sucursales, en cualquier lugar dentro de la República. Si así lo dispusiere la Junta General de Socios.

ARTÍCULO TERCERO.- DURACIÓN.- La compañía tendrá una duración de 10 años a partir de la fecha de inscripción del contrato social en el registro mercantil del Cantón Sucumbíos, sin perjuicio de que a su vencimiento se prorrogue tal plazo por el acuerdo de la Junta General de

Accionista o de que produzca la disolución y liquidación anticipada por causas voluntarias o legales.

ARTÍCULO CUARTO.- OBJETO SOCIAL.- La compañía tendrá como objeto social la venta de productos de primera necesidad y otros, etc.

ARTICULO QUINTO: CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍAS.- Los accionistas LIDIA NOEMÍ GETIAL CABRERA Y EL GADS por medio de sus representantes Sr. Alcalde ERNESTO BUITRÓN y Procurador Sindico el Sr DANNY JARENTH CUALCHI, en forma libre y voluntaria por ser tal su conveniencia han resuelto constituir y mediante este acto constituyen una compañía de economía mixta.

La misma que se denomina COMISARIATO MUNICIPAL DE SUCUMBÍOS y se regirá por las leyes ecuatorianas y por los estatutos sociales que se detallan a continuación y que han sido acordados libremente por los fundadores.

CAPITULO SEGUNDO: DEL CAPITAL SOCIAL Y LAS ACCIONES

ARTÍCULO SEXTO.- CAPITAL SOCIAL.- El capital social de la compañía es de 47.740,71 dólares aportados por sus accionistas en partes iguales de 23.870,35 dólares cada uno; divididos en 100 acciones ordinarias, normativas e invisibles de 954,814 dólares de participaciones sociales cada uno. El capital de esta entidad se halla integrado por el aporte de sus accionistas, en la forma que se detalla a continuación:

CUADRO N° 103 CAPITAL SOCIAL

Nombre del socio	Aporte Capital
GADMS	23.870,35
LIDIA GETIAL	23.870,35

Elaborado por: La Auto

Fuente: Investigación de Campo

ARTICULO SÉPTIMO: REFERENCIAS LEGALES .- Lo relativo a la transmisión de dominio de las acciones, sus requisitos y efectos dentro de la compañía y de terceros, la entrega de las acciones en sustitución de las pérdidas o deterioradas, requisitos para la emisión de acciones, contenido de los títulos, derechos que la acción confiere a su titular, votación y mayoría en las resoluciones de la Junta General de Accionistas, aumento de capital, liquidación anticipada de la compañía, emisión de obligaciones, reforma de estatutos, etc., se regirá por las disposiciones de la Ley pertinente.

CAPITULO TERCERO: GOBIERNO, ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTANTES

ARTICULO OCTAVO : DE LOS ÓRGANOS DE LA ENTIDAD.- La compañía será gobernada por la Junta General de Accionistas y el Directorio y administrada por el Presidente y el Gerente General, quienes tendrán las atribuciones que les competen según las leyes y las que les señala este estatuto.

CAPITULO CUARTO: DE LA JUNTA GENERAL

ARTÍCULO NOVENO: JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.- La Junta General de Accionistas constituye el máximo órgano de la compañía.

ARTICULO DECIMO: JUNTAS GENERALES ORDINARIAS Y EXTRAORDINARIAS.- Las Juntas Generales serán ordinarias y extraordinarias y se regirán de acuerdo a lo que la Ley de Compañías establece.

Habrá Junta General Ordinaria dentro de los tres primeros meses de cada año y Junta General Extraordinaria cada que vez que la convoque el Gerente General, el Comisario o la soliciten los accionistas que representen, por lo menos, el veinticinco (25%) por ciento del capital

social, debiendo indicarse el objeto para el cual se solicita la reunión de la Junta General, debiendo efectuarse la convocatoria con, al menos, ocho días de anticipación. Tanto en las Juntas Generales Ordinarias como Extraordinarias sólo se podrá tratar los asuntos para los que hubieren sido convocados y todo asunto tratado sobre un punto no expresado en la convocatoria, será nulo.

Solamente podrán tratarse en “puntos varios” exclusivamente asuntos de carácter informativo, tales como lectura de comunicaciones, excusas, etc., y, en ningún caso temas relacionados a: aumentos de capital, remoción de administradores, directores, representantes legales, o asuntos de trascendencia para el funcionamiento de la compañía.-

ARTICULO DECIMO PRIMERO: PRESIDENTE Y SECRETARIO.- Las Juntas serán dirigidas por el Presidente, o quien lo subrogue, y, a falta de ambos, por la persona que designe la Junta como Presidente ocasional.- Actuará como Secretario el Gerente, o quien lo reemplace, pudiendo en casos especiales, si la Junta lo creyere necesario, designar un Secretario Ad-Hoc.

ARTICULO DECIMO SEGUNDO: ATRIBUCIONES Y DERECHOS.- Son atribuciones y derechos de la Junta General:

a.- Ejercer las facultades que la Ley pertinente señala como de su competencia privativa.

b.- Acordar cambios substanciales en el giro de los negocios sociales dentro del ámbito de sus objetivos.

c.- Reformar este contrato social, previo el cumplimiento de los requisitos legales.

d.- Resolver, de acuerdo a la Ley, sobre aumentos, o disminuciones, de capital.

e.- Nombrar Presidente, Gerente General y Comisario.

f.- Interpretar en forma obligatoria para los socios los presentes estatutos.

g.- Señalar las remuneraciones del Gerente General, Presidente y Comisario.

h.- Disponer y resolver sobre el destino de utilidades, las que se destinarán en forma permanente y exclusiva a reinversión, con el propósito de facilitar el mejor cumplimiento del objeto social de la compañía;

i.- Nombrar Miembros del Directorio; pero no a su Presidente, el mismo que será nombrado por los Alcaldes de las municipalidades que integran la compañía, en forma rotativa y con duración de un año en el ejercicio de tal dignidad; y,

j.- En definitiva, corresponde a la Junta General ejercer y cumplir con los derechos y atribuciones que la Ley determina, así como realizar todas las funciones que no estuvieren atribuidas a ninguna otra autoridad dentro de la compañía, funciones orientadas a solucionar problemas de carácter social, financiero y administrativo de la misma.

ARTICULO DECIMO TERCERO : RESOLUCIONES .- Las resoluciones de la Junta General, tomadas conforme a la Ley y a este contrato social, obligarán a todos los accionistas, presentes o ausente, estuvieren de acuerdo, o no, con las mismas, salvo el derecho de oposición en los términos que determina la Ley.

ARTICULO DECIMO CUARTO: PROCEDIMIENTO.- En todo lo que respecta al modo de efectuar las convocatorias y resoluciones adoptadas, concurrencia de los accionistas y Comisarios a la Junta General, depósito y registro de acciones, se estará a lo dispuesto en la Ley de Compañías.

ARTICULO DECIMO QUINTO: JUNTAS SIN NECESIDAD DE CONVOCATORIA.- De acuerdo a lo previsto en la Ley de Compañías, cuando se encuentre presente la totalidad del capital pagado de la compañía, sea por presencia de los accionistas, o de sus representantes, se entenderá que la Junta General está legalmente convocada e instalada y podrán, por lo tanto, tomar acuerdos válidos en todos los asuntos que unánimemente hubieren sido aceptados tratar.

ARTICULO DECIMO SEXTO: LIBRO DE ACTAS.- Las resoluciones de las Juntas Generales, así como una sintética relación de las sesiones se hará constar, por medio de las actas que se extenderán de acuerdo a la Ley en hojas móviles escritas a máquina en el anverso y reverso de cada hoja, las mismas que serán foliadas con numeración continua y sucesiva y rubricadas una por una por el Secretario de cada Junta y por el Presidente, sea este el titular, o el designado para el efecto.

CAPITULO QUINTO: DEL DIRECTORIO

ARTICULO DECIMO SÉPTIMO.- El Directorio está integrado por cuatro vocales, elegidos por la Junta General de Accionistas y uno elegido por el Alcalde comparecientes a la celebración de esta escritura. La Junta General también elegirá al suplente de cada vocal principal y por igual periodo que los principales, quienes serán convocados a sesión en todos los casos de ausencia del titular. Tanto los vocales principales, como los suplentes, accionistas o no, de la compañía serán nombrados por un año, pudiendo ser indefinidamente reelegidos, con excepción del Presidente del Directorio, elegido por la municipalidad, quien durará un año y ocupará

su función en forma rotativa, correspondiendo la presidencia del directorio un año a cada uno de los participantes en la empresa. Actuará de Secretario el Gerente General, con voz pero sin voto.

ARTICULO DECIMO OCTAVO: FRECUENCIA DE LAS REUNIONES.- El Directorio se reunirá cuando los negocios de la compañía lo requieran, por lo menos una vez trimestralmente, por convocatoria de su Presidente, o del Gerente General, con, por lo menos, dos días de anticipación al día fijado para la sesión, salvo que los Directores se encuentren todos presentes y renuncien al derecho a ser convocados.

ARTICULO DECIMO NOVENO: DELIBERACIONES, VOTO Y RESOLUCIONES EN LAS REUNIONES.- Cada Director tendrá derecho a un voto en las deliberaciones de las sesiones de Directorio; y, este podrá sesionar válidamente con la presencia mínima de tres de sus miembros, pero cualquiera que sea el número de concurrentes a una sesión de Directorio, no podrá tomar resolución alguna sino con un mínimo de votos.

ARTÍCULO VIGÉSIMO: ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL DIRECTORIO.- Son atribuciones y deberes del Directorio:

b.- Actuar como organismo de control;

c.- Autorizar la enajenación y gravamen de los bienes raíces de la compañía;

d.- Dictar los reglamentos que estimare conveniente para la buena marcha de la compañía y reformarlos, en caso necesario.

e.- Conocer los asuntos que sometan a su consideración cualquiera de sus miembros, el Presidente, el Gerente General o los Comisarios y ejercer todas las demás funciones señaladas en este Estatuto y otras que fueren necesarias o convenientes para el cumplimiento de los objetivos y

operaciones de la compañía y que no fueren privativas de otros órganos de la misma.

El Directorio no podrá inmiscuirse en la administración ordinaria de la compañía y sólo podrá ejercer las atribuciones expresamente detalladas en este estatuto.

ARTÍCULO VIGÉSIMO PRIMERO: IMPEDIMENTOS PARA SER VOCAL DEL DIRECTORIO.- No podrán ser vocales del Directorio de la compañía:

a.- Menores de edad;

b.- Directores, Comisarios, Auditores y más funcionarios o empleados de otras compañías dedicadas al mismo objeto que esta;

c.- Los que estuvieren en mora de sus obligaciones por más de sesenta días con la propia compañía;

d.- Los que hubieren sido llamados a juicio plenario por delito, de acuerdo al Código Penal; y,

e.- Los que tuvieren cualquier otra inhabilidad legal o estatutaria.

Lo dispuesto en este artículo es aplicable al Presidente, al Gerente General, a los Gerentes, al Auditor y a los Comisarios.

CAPITULO SEXTO: DEL PRESIDENTE Y DEL GERENTE GENERAL

ARTICULO VIGÉSIMO SEGUNDO: ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL PRESIDENTE.- Son atribuciones y deberes del Presidente:

a.- Convocar, presidir y dirigir las sesiones de Junta General;

b.- Suscribir, conjuntamente con el Gerente General, los títulos de acciones o los certificados provisionales;

c.- Suscribir el nombramiento de Gerente General;

d.- Subrogar al Gerente General, en caso de ausencia, o falta de este, aun cuando fuere temporal, con todas las atribuciones del subrogado.

ARTÍCULO VIGÉSIMO TERCERO: REQUISITOS Y PERIODO.- El Presidente será elegido por la Junta General para el periodo de cuatro años, pudiendo ser reelegido en indefinidas oportunidades.

ARTÍCULO VIGÉSIMO CUARTO: DEL GERENTE GENERAL Y LA REPRESENTACIÓN LEGAL.- El Gerente General será elegido por la Junta General para un periodo de cuatro años, tendrá la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía. Podrá ser reelegido indefinidamente. Para ser Gerente General no se requiere ser accionista de la compañía. El Gerente General no podrá ejercer ningún otro cargo que, a juicio de la Junta General, sea incompatible con las actividades de la compañía.

Para ser Gerente General se requiere tener conocimiento y experiencia en administración de negocios, con especial énfasis en la gestión y administración de comisariatos.

ARTICULO VIGÉSIMO QUINTO: ATRIBUCIONES GENERALES .- En cuanto a los derechos, atribuciones, obligaciones y responsabilidades del Gerente General, se estará a las pertinentes disposiciones de la Ley de Compañías, en todo lo que de ella fuere aplicable, así como a lo previsto en este contrato social.

ARTÍCULO VIGÉSIMO SEXTO: ATRIBUCIONES ESPECIALES.- Son atribuciones y deberes del Gerente General:

a.- Administrar la empresa, instalaciones y negocios de la compañía, ejecutando, a su nombre, toda clase de actos, contratos y obligaciones con bancos, entidades financieras, personas naturales o jurídicas, suscribiendo toda clase de obligaciones.

b.- Previa la autorización de la Junta, nombrar mandatarios generales de la compañía.

c.- Llevar a cabo todos los actos jurídicos que a él conciernen.

d.- Dirigir las labores del personal.

e.- Cumplir con las resoluciones de la Junta General.

f.- Presentar, a la Junta General Ordinaria, un informe anual de las actividades realizadas conjuntamente con el Balance General y demás documentos que la Ley exige.

g.- Cumplir, y hacer cumplir, con las normas legales pertinentes al manejo contable, archivos y correspondencia de la compañía.

h.- Presentar, a consideración de la Junta General, el Proyecto de presupuesto anual para gastos generales y pago de sueldos.

i.- Ejecutar las decisiones que, en materia de control, dicte el Directorio.

CAPITULO SÉPTIMO: DE LA FISCALIZACIÓN DE LA COMPAÑÍA

ARTÍCULO VIGÉSIMO SÉPTIMO: DE LOS COMISARIOS: REQUISITOS, PERIODO Y OBLIGACIONES.- La Junta General nombrará un Comisario Principal y un Suplente. Al Comisario le corresponde el examen de la contabilidad y sus justificaciones, así como el estudio del estado económico y financiero de la compañía, para lo cual ejercerá las atribuciones señaladas en la Ley y presentará, a la Junta General Ordinaria, un informe sobre el cual la Junta deberá pronunciarse. Para ser Comisario no se requiere ser accionista de la compañía y durará en su cargo un año, pudiendo ser reelegido indefinidamente. Los Comisarios tendrán todos los derechos y obligaciones establecidas en la Ley.

CAPITULO OCTAVO: DE LOS BALANCES, DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES Y LAS RESERVAS

ARTICULO VIGÉSIMO OCTAVO: BALANCES.- Los balances se practicarán al fenecer el ejercicio económico, al 31 de diciembre de cada año, y los presentará el Gerente General a consideración de la Junta General Ordinaria de Accionistas. El Balance contendrá no sólo la manifestación numérica de la situación patrimonial de la empresa, sino también las explicaciones necesarias que deberá tener como antecedentes la contabilidad de la compañía, que ha de ser llevada de conformidad a lo dispuesto en las pertinentes leyes y normas, por el contador o auditor calificado.

ARTICULO VIGÉSIMO NOVENO: DESTINO DE LAS UTILIDADES.- Dada la naturaleza de la compañía que, mediante este acto, se constituye, las utilidades que se obtengan del comisario, estas se reinvertirán en forma obligatoria en la compañía, con el propósito de facilitar el cumplimiento de su objeto social.-

CAPITULO NOVENO: DISPOSICIONES GENERALES.-

ARTÍCULO TRIGÉSIMO: DISPOSICIONES GENERALES.- Los accionistas que conforman esta compañía de economía mixta, mediante éste contrato se constituye la facultad de gestionar y administrar el comisariato municipal de Sucumbíos, para ello presentarán, a la Junta General de Accionistas, cada año el plan de ventas.

ARTÍCULO TRIGÉSIMO PRIMERO: SUSCRIPCIÓN Y PAGO DEL CAPITAL SOCIAL.- El capital social ha sido íntegramente suscrito y los accionistas pagan el 100 % del capital, como se desprende del cuadro de integración que, a continuación, se detalla:

CUADRO N° 104
SUSCRIPCIÓN Y PAGO DE CAPITAL SOCIAL

NOMBRE DEL SOCIO	CAPITAL SUSCRITO	CAPITAL PAGADO PARTICIPACIONES	PARTICIPACIONES
GADMS	23.870,35	477,407	50
LIDIA GETIAL	23.870,35	477,407	50

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

DECLARACIONES.- Los firmantes de la presente escritura pública, son los accionistas fundadores de la compañía, quienes declaran expresamente que ninguno de ellos se reserva, en su provecho personal, beneficios tomados del capital de la compañía, en acciones u obligaciones.-

a.- En virtud de las particulares constantes en la declaración que antecede, los accionistas facultan al doctor Luis Vásquez para que obtenga las aprobaciones y más requisitos de Ley, previo el establecimiento de la compañía, quedando así mismo facultado para que, una vez que se haya cumplido los requisitos legales pertinente, convoque a los accionistas a Junta General para elegir administradores de la compañía.-

b.- Por el capital pagado en efectivo, de acuerdo al detalle que consta en el Artículo trigésimo primero, se adjunta el certificado de depósito bancario, en la “Cuenta de Integración de Capital”, para que se agregue como parte integrante de esta escritura.

CAPITULO DECIMO: TERMINACIÓN ANTICIPADA

ARTICULO TRIGÉSIMO SEGUNDO.- En caso de disolución anticipada de la compañía, su liquidación se efectuará por medio de un liquidador principal y uno suplente, nombrados por la Junta General de Accionistas, rigiéndose a lo dispuesto en la Ley de Compañías.

Tanto la liquidación de la compañía, hecha al vencimiento del plazo previsto, como la que pudiere hacerse en fecha anticipada a la terminación de tal plazo, se hará en la forma, términos y cumpliendo con los requisitos determinados en la Ley de la materia y estos Estatutos.

Usted, señor Notario, se servirá agregar las demás cláusulas de estilo necesarias para la completa validez de esta escritura.

DR. LUIS VÁSQUEZ GARCÍA.

Abogado Mat. No. 2428

6.3.8. CONCLUSIÓN DEL CAPÍTULO VI LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

Des pues de haber hecho un análisis exhaustivo del capítulo VI se concluye que toda entidad pública o privada debe regirse a normas establecidas en el país que resida, también que dicha empresa debe tener un nombre y estar bien estructurada para que desarrolle sus actividades con normalidad y no tenga inconvenientes.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

En el presente capítulo se realiza un análisis prospectivo de los impactos que el presente proyecto generará en diferentes áreas o ámbitos, es decir se pretende determinar las huellas y aspectos positivos o negativos que el trabajo de investigación genera, una vez aplicado, tanto en lo cultural, social, económico y ambiental.

7.1. OBJETIVO DE LOS IMPACTOS DEL PROYECTO

- Determinar los principales impactos que generará el proyecto en el ámbito: legal, social, ambiental, económico

7.2. PONDERACIONES

De las diferentes metodologías existentes para realizar análisis de impactos se ha escogido la que a continuación se detalla:

- Se determina las áreas o ámbitos a desarrollarse.
- Se relaciona numéricamente los niveles de impactos de acuerdo a la siguiente tabla

CUADRO N° 105
PONDERACIÓN

PONDERACIÓN	NIVEL DE IMPACTO
-3	Alto Negativo
-2	Medio Negativo
-1	Bajo Negativo
0	No hay impactos
1	Bajo Positivo
2	Medio Positivo
3	Alto Positivo

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

7.3. MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS

En cada área o ámbito determinamos una serie de indicadores que de alguna manera representan o evidencian el ámbito o área investigada.

- A cada uno de los indicadores planteados en el paso anterior asignamos numéricamente una ponderación positiva o negativa, dependiendo del nivel de incidencia o impacto que tenga ese indicador.
- Realizamos la sumatoria de los niveles de impacto por cada área y dicho valor lo dividimos para el número de indicadores, obteniéndose de esta manera el nivel de impacto del área o ámbito.

Es importante señalar que bajo cada matriz se realiza una breve análisis o argumentación del por qué se le asigna el valor a cada indicador, finalmente una vez analizadas todas las áreas se construye una matriz de impactos general o global en la que en vez de los indicadores se colocan las áreas analizadas con su valor o nivel de impacto, para de esta manera determinar el impacto general del proyecto.

7.4. IMPACTO SOCIAL

El proyecto tiene un impacto social positivo de dos, lo cual significa que sociedad debe entender la necesidad de cambios y desarrollo comercial y a la vez los beneficios que brindará la creación del Comisariato Municipal, se sostiene que la población sabe que es necesario adquirir productos de consumo masivo.

CUADRO N° 106
NIVEL DE IMPACTO SOCIAL

NIVEL DE IMPACTO INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Desarrollo del sector						X		
Bienestar para las familias de la comunidad						X		
Mejoramiento de calidad y nivel de vida						X		
Cambio del hábito de compra						X		
Total						8		Σ = 8

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

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

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{8}{4}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{8}{4}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 2$$

ANÁLISIS

- Respecto al indicador "Desarrollo del sector", el comisariato no tendrá mayor influencia, puesto que su calificación es cero, lo que

significa que no existirá impacto y que el crecimiento del sector se mantendrá como en la actualidad.

- Con lo relacionado al indicador "Bienestar De La Comunidad", se le asignó un valor de dos, que significa que es medio positivo, ya que si se genera fuentes de trabajo en la zona, las personas no se verán obligados a migrar del campo a la ciudad en busca de fuentes de trabajo; por tanto las familias de la comunidad permanecerá unidas fortaleciendo así sus lazos familiares cada vez manteniendo la base fundamental de la sociedad y generando bienestar de todos los pobladores del sector.
- El indicador "mejoramiento de calidad y nivel de vida", muestra una calificación de medio positivo dos, porque los productos que el Comisariato ofrecerá estarán cumpliendo las normas de calidad e higiene, lo que significa que con su consumo mejorará la alimentación y por ende la salud las personas. Asimismo si los productos presentan calidad será más fácil posicionarse en el mercado y empezará a incrementar la demanda contribuyendo a mejorar el nivel de vida de los involucrados de este proyecto.
- El indicador "Cambio del Habito de Compra", como indicador, se le ha asignado un impacto medio positivo (2), porque a través del incentivo a consumir productos procesados dentro del sector, se logra la concienciación de los consumidores en la adquisición de productos sanos y de calidad.

7.5. IMPACTO ECONÓMICO

El impacto económico tiene una calificación positiva dos y medio lo que significa que el proyecto en mención conllevará un incremento en el poder adquisitivo de las personas involucradas en él, debido a la generación de empleo que se promoverá; simultáneamente contribuirá al crecimiento

productivo de la ciudad al ser una actividad comercial dedicada al acopio y distribución de producto de primera necesidad y otros. La economía local tendrá una fuente sustentable de crecimiento en la cual los agentes empresa, proveedores y consumidores integrarán su capital para el mejor aprovechamiento de los recursos.

CUADRO N° 107
NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO

NIVEL DE IMPACTO INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generación de fuentes de trabajo							X	
Nivel de Ingresos						X		
Total						2	3	Σ=5

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

SUMATORIA TOTAL

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

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{2+3}{2}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{5}{2}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 2,5$$

ANÁLISIS

- El indicador "Generación de fuentes de trabajo", tiene una asignación de positivo tres, ya que el Comisariato tendrá requerimientos de

personal con experiencia, calificado y profesional para que colaboren tanto en el proceso productivo como en el área administrativa de la entidad; con el fin de llevar los movimientos de las ventas, en forma cronológica y ordenada.

- El indicador "Nivel de Ingresos", se lo califica como medio positivo dos, debido a que al inicio de las actividades no se va a reflejar considerablemente el incremento de los ingresos, sin embargo a medida que los productos se vayan posicionando en el mercado demostrando la calidad, los ingresos de quienes participarán en el comisariato van a tender a incrementar y de esta manera mejorará su economía

7.6. IMPACTO EDUCATIVO

El impacto educativo tiene una calificación media de dos con sesenta y seis lo que representa que el proyecto precisará de un proceso de capacitación e investigación de nuevas alternativas para contribuir a la alimentación diaria y saludable de las personas, así como también aporta nuevos conocimientos para los involucrados en este plan productivo.

CUADRO N° 108
NIVEL DE IMPACTO EDUCATIVO

NIVEL DE IMPACTO INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Investigación							X	
Fortalecimiento de conocimientos							X	
Capacitación						X		
Total						2	6	Σ=8

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

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

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{2+3+3}{3}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{8}{3}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 2,666$$

ANÁLISIS

- El indicador "Investigación", presenta una calificación alta positiva (3), debido a que los involucrados en el proyecto emprenderán un estudio de cantidad y calidad para consumir alimentos sanos que contribuyan a la buena salud.
- El indicador "Fortalecimiento de conocimientos", tiene una calificación de alta positiva (3), puesto que los trabajadores y socios contarán con la orientación de profesionales, contribuyendo de esta manera al fortalecimiento y creación de nuevos conocimientos.
- El indicador "capacitación", precisará de un proceso de formación y preparación académica con la finalidad de generar un cambio en la dieta alimenticia y consumo adecuado de productos de calidad nutricional, por medio de la adquisición de productos de primera

necesidad y cambiando la cultura de compra de cada uno de los habitantes.

7.7. IMPACTO AMBIENTAL

El impacto Ambiental que genera el proyecto tiene una calificación nula, "No existe mayor impacto", el proyecto conllevará un reto ambiental que se evidenciará en el adecuado manejo de los desechos y en el control de calidad de los productos; mediante un proceso de tratamiento oportuno de los residuos.

**CUADRO N° 109
NIVEL DE IMPACTO AMBIENTAL**

NIVEL DE IMPACTO INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Contaminación del agua			X					
Contaminación del aire			X					
Contaminación con ruido				X				
Total			-2	0				Σ=0

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

SUMATORIA TOTAL

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

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{-2+0}{3}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{-2}{3}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = -0,6666$$

ANÁLISIS

- El indicador "Contaminación del agua" tiene una calificación de bajo negativo (-1), porque los residuos líquidos generados en los procesos de lavado y limpieza de la maquinaria y equipos son mínimos y evacuados a través de tuberías directamente a la red de alcantarillado.

- El indicador "Contaminación del aire" tiene una calificación de bajo negativo (-1), porque la planta al adquirir maquinaria y equipos nuevos, estos no emanan dióxido de carbono, también al hacer productos considerando las necesidades del mercado el almacenamiento de los mismos será casi nulo pues se despacharán el rápido evitando de esta manera el almacenamiento a largo tiempo que produce malos olores dentro y fuera de la planta.

- El indicador "Contaminación por ruido" tiene una calificación de nulo (0), porque la maquinaria y equipo al ser nuevos no generarán ruidos que afecten a las construcciones que se encuentran ubicados en los alrededores en donde funcionará el Comisariato.

7.8. IMPACTO EMPRESARIAL

El Impacto Empresarial que genera el proyecto tiene una calificación de media positiva dos; lo que representa que el nuevo emprendimiento figura como un ejemplo a seguir por otras organizaciones para conseguir ingresos adicionales y seguros para sus familias, así también contribuir en el sector cumpliendo con los principios constitucionales sobre la soberanía alimentaria.

CUADRO N° 110
NIVEL DE IMPACTO EMPRESARIAL

NIVEL DE IMPACTO INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Creación de nuevas entidades							X	
Nivel de cobertura					X			
Portafolio de productos						X		
Total					1	2	3	Σ=6

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

SUMATORIA TOTAL

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

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{1+2+3}{3}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{6}{3}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 2$$

ANÁLISIS

- El indicador "Creación de nuevas entidades", tiene una calificación de alta positiva (3), ya que la idea de cerrar la cadena productiva en el sector mediante la creación de un Comisariato se convierte en un ejemplo a seguir para las demás organizaciones dedicadas al acopio con el fin de crecer económicamente y empresarialmente.

- "Nivel de cobertura" como indicador presenta una calificación baja positiva (1) debido a que en el inicio el Comisariato está enfocado en el área local, aunque se piensa en un futuro ampliar la cobertura en el mercado regional.
- En lo que se refiere al indicador "Portafolio de productos", este tiene una asignación media positiva (2) porque se emprende el negocio con pocos productos, lo que significa que no se trabaja al 100% de la capacidad que posee la entidad, sin embargo en el futuro se ampliará la gama de productos considerando el posicionamiento en el mercado que consiga el Comisariato.

7.9. IMPACTO GENERAL

**CUADRO N° 111
NIVEL DE IMPACTO GENERAL**

NIVEL DE IMPACTO INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto social						X		
Impacto económico						X		
Impacto educativo							X	
Impacto ambiental				X				
Impacto empresarial						X		
Total				0		6	3	Σ=9

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación de Campo

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

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{0+6+3}{5}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{9}{5}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 1,8$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 2$$

ANÁLISIS

El Impacto General que tiene el proyecto es de Medio Positivo dos, lo que significa que brinda beneficios, no solo para quienes están involucrados directamente en este plan productivo, sino también para las personas que viven en el sector.

7.10. CONCLUSIÓN DEL CAPÍTULO VII DE LOS IMPACTOS

En conclusión los impactos del proyecto son favorables para la sociedad y para el medioambiente.

CONCLUSIONES

Una vez concluido el presente trabajo de investigación sobre el estudio de factibilidad para creación del Comisariato Municipal en la Ciudad de La Bonita Cantón y Provincia de Sucumbíos, se puede concluir lo siguiente:

- No existe un Comisariato en la Ciudad de La Bonita, Cantón Sucumbíos donde la gente pueda concurrir a adquirir productos de primera necesidad a bajos costos
- No existe una cultura de compra por parte de la Población la Ciudad de La Bonita
- La falta de diversidad y calidad de productos que la población de la Ciudad de La Bonita requiere para sus necesidades se vea en la obligación de recurrir a otras ciudades como Ibarra, Tulcán e Ipiales, afectando su economía ya que al salir pierden su tiempo y dinero
- Se ha podido conocer que los resultados del presente proyecto son favorables, debido a la rentabilidad económica y social que genera, permite recuperar la inversión en corto plazo.
- El proyecto es innovador, viable y sobretodo social ya que para la adquisición de los productos agrícolas, es necesario generar un contacto con los pequeños productores, quienes cuentan con sembríos de este tipo de productos, esto permitiría integrar a dichos agricultores al proyecto y generar un beneficio adicional en la zona al ya que genera fuentes de empleo.

RECOMENDACIONES

Para la aplicación de este proyecto se recomienda lo siguiente;

- Implantar un Comisariato en la Ciudad de La Bonita, Cantón Sucumbíos que se acoja a las necesidades de los consumidores y satisfaga sus expectativas de compra
- Crear una cultura de compra a los habitantes de la ciudad y del cantón con la implementación del Comisariato Municipal
- Ofrecer a los consumidores productos de gran variedad y con mejores precios, con el fin de evitar que los pobladores recurran a otras ciudades y con ello se mejoraría la economía y el desarrollo de la Ciudad de La Bonita y por ende del Cantón Sucumbíos
- Debido a que si hay rentabilidad económica y social, es viable continuar ampliando las instalaciones e incluso crear sucursales, con el fin de beneficiar a un mayor número de personas.
- Se recomienda a las entidades y organismos de apoyo a la microempresa existentes en la provincia, que brinden ayuda y soporte a las personas que generan ideas innovadoras, debido a que son estas actividades las que permiten generar fuentes de empleo y de crecimiento para las familias y la sociedad en general.

GLOSARIO DE SIGLAS

A.M.A :	AMERICAN MARKETING ASSOCIATION
AOR :	ALIADOS OPORTUNIDADES Y RIESGOS
CDC:	CENTRO DE DESARROLLO COMUNITARIO
CF:	COSTOS FIJOS
CV:	COSTOS VARIABLES
ECORAE:	INSTITUTO PARA EL ECODESARROLLO REGIONAL AMAZÓNICO DEL ECUADOR
FOSIN:	FOMENTO DE SEGURIDAD INTEGRAL EN LA FRONTERA NORTE
GADMS:	GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE SUCUMBÍOS
GIZ:	GESELLSCHAFT FÜR INTERNATIONALE ZUSAMMENARBEIT (CAPACITACIÓN Y DESARROLLO INTERNACIONAL)
INEC:	INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS
LRTI:	LEY DEL REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO
MAGAP:	MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUICULTURA Y PESCA
MRL:	MINISTERIO D RELACIONE LABORALES
ONG's:	ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES
PDE:	PLAN DE DESARROLLO ESTRATÉGICO
PDOTS:	PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTÓN SUCUMBÍOS
PE:	PUNTO DE EQUILIBRIO
PEA:	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

PEI:	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE INACTIVA
PPGSDMS:	PLAN PARCIAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE SUCUMBÍOS
PVP:	PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO
SIE:	SUBASTA INVERSA ELECTRÓNICA
SIICA:	SOLUCIONES DE INGENIERÍA Y CALIDAD AMBIENTAL
SRI:	SERVICIO DE RENTAS INTERNAS
SUPERTEL:	SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES
TIR:	TASA INTERNA DE RETORNO
TRI:	TASA DE REDESCUENTO INFERIOR
TRS:	TASA DE REDESCUENTO SUPERIOR
V:	VENTAS
VAN:	VALOR ACTUAL NETO
VANI:	VALOR ACTUAL NETO INFERIOR
VANS:	VALOR ACTUAL NETO SUPERIOR

BIBLIOGRAFÍA

ARBOLEDA VELEZ, German (2008); Proyectos, Formulación, Evaluación y Control, Quinta Edición, Editorial Cargraphics S.A. Cali Colombia.

BACA URBINA, Gabriel, (2008); Evaluacion de proyectos, Quinta Edición, Editorial Mcgraw-Hill, México.

BELCH, G. E., BELCH, M. A. (2009); Publicidad y Promoción, Perspectiva de la comunicación de Marketing Integral, Sexta Edición, Editorial Mcgraw-Hill, México.

BRIGHAN, Eugene. HOUSTON Joel. (2008), Fundamentos de administración Financiera, Décima Edición, Editorial Thomson Distrito Federal, México.

BRIGHAN, Eugene. Y HOUSTON Joel. (2008); Fundamentos de Administración Financiera, Décima Edición, Editorial Thomson, México.

CORDOBA, Marcial. (2009); Formulación y Evaluación de Proyectos. Primera Edición, Ecoe Ediciones, Colombia.

COULTER, Mary (2009); ADMINISTRACIÓN. Editorial Prentice Hall, Sexta Edición, México.

D' ALISSIO I., Fernando, (2008); El Proceso Estratégico un Enfoque de Gerencia, Primera Edición, Editorial Pearson Educación, México.

Diccionario de la Real Academia de la lengua española (2011), Quinta Edición, Editorial Hernando, Madrid.

FERNÁNDEZ, V Ricardo, (2009); Manual para la Elaborar un pla de Mercadotecnia, Segunda Edición, Editorial Thomson Learning, México, D.F.

GITMAN, Laurence J. (2008); Principios de Administración financiera. Décimo Primera Edición, Pearson Educación, México.

Gran Enciclopedia De La Encomia y Empresa (2008), Primera Edición, Editorial McGraw Hill, México.

HITT A. Michael, (2008); administración, Séptima Edición, Editorial Cengage Learning, España.

IVANCEVICH, John M., KONOPASKE, Robert., MATTESON, Michael T., (2009); Comportamiento Organizacional, Septima Edicion, Editorial Mcgraw-Hill, México.

JACOME, Walter (2008); Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión, Editorial Universitaria, Ibarra.

JOEL J. LERNER y H. A. BAKER (2009); Fundamentos de Administración, Novena Reimpresión, Editorial Trillas, México.

KERIN, Roger (2008), Marketing, Novena Edición, Editorial McGraw-Hill Education, México.

KOTLER, Philip. (2009); Principios de Marketing. Doceava Edición, Prentice Hall, México.

LEY ORGANICA DE REGIMEN MUNICIPAL, información legal Codificación 16, Registro Oficial Suplemento 159.

MINISTERIO DE EDUCACION, (2011), Ciencias Sociales, Octavo Año de Educacion Básica, Primera Edición, Editorial SM Ecuadeciones, Quito - Ecuador.

MIRANDA MIRANDA, Juan José (2008), Los proyectos, Cuarta Edición, Décima segunda reimpresión, Editorial MM, Bogotá, Colombia.

NASSIR S. Chaín. (2008); Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación Sexta Edición, Pearson Prentice Hall México.

RAFAEL, Z. Nuñez , (2008); Manual para la Evaluación de Proyectos de Inversión, Primera Edición, Editorial Trillas, México.

ROMERO, Javier, (2009); Principios de Contabilidad, Cuarta Edición, Editorial Mc Graw Hill, Mexico.

SAPAG, CH. Nassir y SAPAG, CH. Reinaldo (2008), Preparación y Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, Editorial Mc Graw Hill, Mexico.

SARMIENTO, Rubén; (2008); Contabilidad General, Décima Edición, Editorial Voluntad, Ecuador.

SIGAGRO, (2008): "Geodatabase sobre: Destinos Turísticos, servicios turísticos".

STATON, William, (2008) Fundamentos de Marketing, McGraw-Hill, Undécima Edición, México

VAN Home James G (2009); "ADMINISTRACIÓN FINANCIERA Editorial Pirámide, Cuarta Edición, España.

WHEELEN, Thomas L., HUNDER David J (2008); Administración Estratégica Y política de Negocios, Décima Edición, Editorial Pearson Educación, México.

WILD, John J., SUBRAMANYAM, R.R. y HALSEY, Ronert F. (2009); Análisis de Estados Financieros, Novena Edición, Editorial Mcgraw-Hill, México.

REVISTAS, FOLLETOS DE INFORMACION LOCAL, REGIONAL Y NACIONAL

BUITRON, Hernesto, Rendición de cuentas, En Revista Rendición de Cuentas, La Bonita - Sucumbios (abril 2013).

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PROVINCIA DE SUCUMBIOS Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial De La Provincia De Sucumbíos 2011 – 2020, Primera Edición, Octubre 2011.

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTON SUCUMBIOS, Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial Informe Final Aapaproy / 2011-12-10

GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN SUCUMBÍOS, (2010): “Patentes y Catastros de la planta turística del cantón Sucumbíos

GOBIERNO PROVINCIAL DE SUCUMBÍOS, (2005-2015): “Plan Participativo de Desarrollo Estratégico de la Provincia de Sucumbíos”, Capítulo V Desarrollo Económico y Ambiental.

MINISTERIO DE TURISMO DE SUCUMBÍOS, (2009): “Patentes y Catastros de la Planta turística de la Provincia”

MUNICIPIO DEL CANTÓN SUCUMBÍOS, (2010): “Principales atractivos turístico del cantón Sucumbíos”.

LINCOGRAFÍA

http://en.wikipedia.org/wiki/American_Marketing_Association

<http://www.rae.es/>,

<http://www.turismo.gob.ec/mintur-socializa-en-sucumbios-proyectos-de-incentivos-para-el-sector-turistico/>

<http://www.ccifec.org/es/acercarse-al-ecuador/ecuador>

http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/LEY_DE_CAMARAS_DE_CO_MERCIO.pdf

<http://www.google.com.ec/search?hl=es&biw=1024&bih=559&q=ejemplo+estrategia+empresarial&revid=1351373383&sa=X&ei=bEMQToJY9LHQAaKywMQO&ved=0CJEBENUCKAI>

<http://www.google.com.ec/search?hl=es&biw=1024&bih=559&q=ejemplo+estrategia+empresarial&revid=1351373383&sa=X&ei=bEMQToJY9LHQAaKywMQO&ved=0CJEBENUCKAI>

www.crecenegocios.com/las-estrategias-de-una-empresa/

www.estrategia-empresarial.com/

www.admindeempresas.blogspot.com/2007/06/estrategia.html

www.gerentes.com/estrateg.htm

<http://es.scribd.com/doc/3336015/Elaboracion-de-estudios-de-mercado>
[http://www.la-gerencia.com/articles/8/1/-QUE-ES-LA-GERENCIA-
/Page1.html](http://www.la-gerencia.com/articles/8/1/-QUE-ES-LA-GERENCIA-
/Page1.html)

<http://www.monografias.com/trabajos21/empresa-ecuador/empresa-ecuador.shtml>

http://www.google.com.ec/#hl=es&q=funciones+gerenciales&oq=funciones+gerenciales&aq=f&aqi=g10&aql=undefined&gs_sm=e&gs_upl=493589|497792|2|21|1|2|0|11|0|906|2267|3-1.1.1.1|4&fp=9090e4bc6ecfe8b3&biw=1024&bih=521

<http://www.fao.org/DOCREP/006/Y4470S/y4470s0d.htm>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Precio>

[http://es.wikipedia.org/wiki/Producto_\(objeto\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Producto_(objeto))

http://es.wikipedia.org/wiki/Mezcla_de_promoci%C3%B3n

<http://pixel-creativo.blogspot.com/2011/10/marketing-mix-las-4-p-del-marketing.html>

<http://signe360.com/blog/marketing-mix-las-4-ps-y-las-4-cs/>

[http://es.wikipedia.org/wiki/Distribuci%C3%B3n_\(negocios\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Distribuci%C3%B3n_(negocios))

<http://es.thefreedictionary.com/municipio>

<http://www.economia48.com/spa/d/empresas-de-economia-mixta/empresas-de-economia-mixta.htm>

<http://www.economia48.com/>

<http://www.ecuadorencifras.com/cifras-inec/main.html>

<http://www.inec.gob.ec/home/>

<http://www.inec.gob.ec/cpv/>

http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=92&Itemid=57&TB_iframe=true&height=512&width=1242

http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=article&id=569%3Aconoce-el-ecuador-con-el-inec&catid=68%3Aboletines&Itemid=51&lang=es

http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com_content&view=article&id=232&Itemid=128&lang=es

<http://www.iess.gob.ec/>

ANEXOS

ANEXO 1

ADECUACIONES DE LA PLANTA (Presupuesto de remodelación del local)

Resumen de Presupuesto		Fechas
Afiliado	C.I.	Solid
Obra	Dirección	
SECTOR		
Fecha de Aprobación		
N°	Descripción	Total
1	Honorarios Profesionales	
2	Trabajos preliminares	
3	Estructura	
4	Instalación Sanitaria	
5	Instalación Eléctrica	
6	Albañilería	
7	Obras de Concreto	
8	Impermeabilización	680,00
9	Acabados	1620,00
10	Revestimientos	520,00
11	Pisos	610,00
12	Herrería	133,11
13	Carpintería	260,00
14	Piezas Sanitarias	865,25
15	Pintura	959,00
16	Vidrios	766,00
17	Cerradura	86,00
18	Gramas y Jardín	
19	Varios	846,00
20	Limpieza	180,00
Total		Bs: 7525,36
Aceptado	Elaborado	Conforme

ANEXO 2

ENCUESTA REALIZADA A LOS POBLADORES DE LA CIUDAD LA BONITA

Soy egresada en Contabilidad y auditoría, me encuentro realizando una investigación relacionada con el Estudio de Factibilidad para la Creación del Comisariato Municipal en la ciudad de la Bonita, cantón Sucumbíos, previo a la obtención del Título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría C.P.A.

Objetivo:

Recopilar información válida y confiable que permita emitir juicios de valor en torno al problema.

Instrucciones:

Sr(a, ta) sírvase contestar con sinceridad las siguientes preguntas que se adjuntan marcando con una x en uno de los literales que como opción se propone en cada pregunta, los datos que proporcione serán la base de resultados para establecer conclusiones y recomendaciones entorno al estudio.

DATOS TÉCNICOS

EDAD _____

SEXO

Masculino ())

Femenino ())

PREGUNTAS

1. ¿Hasta qué nivel de educación estudió usted?

- a. Primaria o Educación Básica ()
- b. Secundaria o Bachillerato ()
- c. Superior ()
- d. Post Grado ()
- e. Ninguna ()

2. ¿Actualmente a que se dedica usted?

- a. Empleado público ()
- b. Empleado privado ()
- c. Desempleado ()
- d. Agricultor ()
- e. Jornalero ()
- f. Ganadero ()
- g. Ama de casa ()
- h. Comercio al por mayor y menor ()
- i. Otros ()

3. Sus ingresos son:

- a. Mensuales ()
- b. Quincenales ()
- c. Semanales ()
- d. Diarios ()

De un aproximado _____

4. De los productos que a continuación se muestra, indique en el orden de importancia los que más consume (1 siempre, 2 casi siempre, 3 rara vez, 4 casi nunca, 5 nunca).

- a. Lácteos ()
- b. Cárnicos ()
- c. Enlatados y conservas ()

- d. Cereales ()
- e. Aceites y mantecas ()
- f. Embutidos ()
- g. Pastas y harinas ()
- h. Confitería ()
- i. Alimentos de primera necesidad ()
- j. Condimentos ()
- k. Útiles de aseo ()

5. ¿Cómo califica usted a los servicios básicos como: agua, luz, teléfono y alcantarillado que existen en este sector?

- a. Excelente ()
- b. Buena ()
- c. Regular ()
- d. Mala ()

6. ¿En cuál de las actividades que a continuación se detalla se ubicaría usted?

- a. Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca ()
- b. Explotación de minas y canteras ()
- c. Industrias manufactureras y artesanías ()
- d. Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado ()
- e. Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos ()
- f. Construcción ()
- g. Comercio al por mayor y menor ()
- h. Transporte y almacenamiento ()
- i. Actividades de alojamiento y servicio de comidas ()
- j. Información y comunicación ()
- k. Actividades financieras y de seguros ()

- l. Actividades inmobiliarias ()
- m. Actividades profesionales, científicas y técnicas ()
- n. Actividades de servicios administrativos y de apoyo ()
- o. Administración pública y defensa ()
- p. Enseñanza ()
- q. Actividades de la atención de la salud humana ()
- r. Artes, entretenimiento y recreación ()
- s. Otras actividades de servicios ()
- t. Actividades de los hogares como empleadores ()
- u. Actividades de organizaciones ()
- v. No declarado ()
- w. Trabajador nuevo ()

7. ¿Cómo califica usted la gestión actual del gobierno autónomo descentralizado de Sucumbíos?

- a. Excelente ()
- b. Buena ()
- c. Regular ()
- d. Mala ()

ANEXO 3

ENCUESTA APLICADA A LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA LA BONITA DEL CANTÓN SUCUMBÍOS

Soy egresada en Contabilidad y auditoría, me encuentro realizando una investigación relacionada con el Estudio de Factibilidad para la Creación del Comisariato Municipal en la ciudad de la Bonita, cantón Sucumbíos, previo a la obtención del Título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría C.P.A.

Objetivo:

Recopilar información válida y confiable que permita emitir juicios de valor en torno al problema.

Instrucciones:

Sr(a, ta) sírvase contestar con sinceridad las siguientes preguntas que se adjuntan marcando con una x en uno de los literales que como opción se propone en cada pregunta, los datos que proporcione serán la base de resultados para establecer conclusiones y recomendaciones entorno al estudio.

DATOS TÉCNICOS

EDAD _____

SEXO

Masculino ()

Femenino ()

INSTRUCCIÓN

Primaria ()

Secundaria ()

Superior ()

Ninguna ()

OCUPACIÓN

- Estudiante ()
Ama de casa ()
Comerciante ()
Empleado público ()
Empleado privado ()
Otros _____

PREGUNTAS

1. ¿Al momento de adquirir sus productos de primera necesidad donde prefiere comprarlos?

- a. Mercado local ()
b. Una tienda ()
c. Mercado fuera de la ciudad ()
d. Carros vendedores ()
e. Otros ()

2. ¿Con qué frecuencia realiza sus compras?

- a. Todos los días ()
b. Cada mes ()
c. Cada quince días ()

3. De los productos que a continuación se muestra, indique en el orden de importancia los que más consume.

- a. Lácteos ()
b. Cárnicos ()
c. Enlatados y conservas ()
d. Cereales ()

- e. Aceites y mantecas ()
- f. Embutidos ()
- g. Pastas y harinas ()
- h. Confitería ()
- i. Alimentos de primera necesidad ()
- j. Condimentos ()
- k. Útiles de aseo ()

4. ¿Aproximadamente cuánto gasta mensualmente en los productos antes mencionados?

- a. De \$50 a \$ 100 ()
- b. De \$110 a \$ 150 ()
- c. Más de 160 ()

5. ¿Cómo califica usted la atención donde compra sus productos?

- a. Muy Buena ()
- b. Buena ()
- c. Regular ()
- d. Mala ()

6. Los productos que le ofrecen al realizar su compra son:

- a. Buena calidad ()
- b. Regular calidad ()
- c. Mala calidad ()
- d. Pésima calidad ()

7. La infraestructura que ocupan los actuales negocios es

- a. Excelente ()

- b. Buena ()
- c. Regular ()
- d. Mala ()
- e. Pésima ()

8. ¿Cuál es su opinión respecto a la creación de un comisariato municipal en la ciudad de La Bonita?

- a. Muy Buena ()
- b. Buena ()
- c. Inadecuada ()

9. ¿Qué aspectos cree usted son importantes para que un comisariato cumpla con las expectativas de la población?

- a. Buena atención al cliente ()
- b. Preciso accesibles ()
- c. Atención Ininterrumpida ()
- d. Variedad de productos y servicios ()
- e. Productos de calidad ()
- f. Todos ()

10. ¿Conociendo la variedad de productos y servicios que puede llegar a brindar el comisariato municipal, usted acudiría a realizar sus compras?

- a. Si ()
- b. No ()

11. ¿En qué lugar cree usted que se debe ubicar el Comisariato Municipal?

- a. Centro de la ciudad ()

- b. En la periferia de la ciudad ()
- c. Otros ()

ANEXO 4

RESULTADO DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS COMERCIANTES DE LA CIUDAD DE LA BONITA, CANTÓN Y PROVINCIA DE SUCUMBÍOS.

1. Los precios de los productos que usted vende son:

- a. Altos ()
- b. Medios ()
- c. Bajos ()

2. ¿De qué calidad son los productos que usted vende?

- a. Excelente ()
- b. Buena ()
- c. Regular ()
- d. Mala ()
- e. Pésima ()

3. ¿En qué lugar adquiere sus productos para vender?

- a. Tulcán ()
- b. Ibarra ()
- c. Lago agrio ()
- d. Otros ()

4. ¿Qué canales de distribución utiliza para vender sus productos?

- a. Venta directa ()
- b. Venta puerta a puerta ()
- c. Venta a través de intermedios ()

5. ¿Cómo considera usted a la competencia?

a. Leal ()

b. Desleal ()

6. La posición económica de su cliente es:

a. De clase social alta ()

b. De clase social media alta ()

c. De clase social media ()

d. De clase social media baja ()

e. De clase social baja ()

7. Cree usted que la existencia de un Comisariato Municipal ayudaría a:

a. Mejorar la economía ()

b. Mejorar la imagen de la ciudad ()

c. Mejorar la cultura de consumo ()

d. Dinamizar el comercio ()

e. Todos ()

ANEXO 5

ENTREVISTA REALIZADA A LAS AUTORIDADES DEL CANTÓN SUCUMBÍOS

Soy egresada en Contabilidad y auditoría, me encuentro realizando una investigación relacionada con el Estudio de Factibilidad para la Creación del Comisariato Municipal en la ciudad de la Bonita, cantón Sucumbíos, previo a la obtención del Título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría C.P.A.

Objetivo:

Recopilar información válida y confiable que permita emitir juicios de valor en torno al problema.

PREGUNTAS:

1. Considera importante la creación de un Comisariato Municipal en la ciudad de La Bonita?
2. Está usted de acuerdo que el Gobierno Municipal sea el promotor de la creación de un comisariato?
3. Qué lugar cree sea el más conveniente para la ubicación del comisariato municipal?
4. Cree usted que con la situación política administrativa actual del país se puede llevar a cabo el proyecto de la creación del comisariato municipal?
5. Qué aspectos consideraría importantes debe tener el comisariato municipal para satisfacer las necesidades de los pobladores?

6. De qué forma ayudaría la existencia de un Comisariato Municipal en este sector?

Mejoraría la economía

Mejoraría la imagen del cantón

Mejoraría la cultura de consumo

Dinamizaría el comercio

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 6

OPINIÓN DE EXPERTOS A LAS AUTORIDADES DEL CANTÓN SUCUMBÍOS

(FICHA DE COMENTARIO)

Ficha No 04
<p>Sr. Ernesto Buitrón ALCALDE DEL CANTÓN SUCUMBÍOS</p>
<p>(Opinión)</p> <p>El espacio físico en donde se desea levantar la infraestructura del comisariato municipal es adecuado ya que los comerciantes podrán ofertar los productos de la zona y así mejorar el comercio en el sector.</p>
<p>Nota: Buscar otras fuentes.</p>

ANEXO 7

OBSERVACIÓN DIRECTA POR PARTE DE LA AUTORA DEL PROYECTO

(FICHA DE OBSERVACIÓN)

FICHA DE OBSERVACION	
1. LUGAR	
2. TIPO DE OBSERVACIÓN.	
3. FECHA.	TIEMPO:
4. ALUMNO.	GRADO:
5. ENCABEZADO (TITULO).	
6. TEXTO DE LA OBSERVACION	
<p>La creación del Comisariato Municipal es importante para lograr un mejor desarrollo del cantón, debido a que se crearían nuevas fuentes de trabajo, se mejoraría la imagen, un mayor dinamismo económico y se crearía un lugar en donde se abastecería a la población de todo tipo de productos con precios competitivos, calidad y buen servicio al cliente.</p>	
7. NOMBRE DEL INVESTIGADOR	

ANEXO 8

AMADOR DAVILA CIA. LTDA.		
Bolivar - 674 y Ovledo	Tel 593 6 952545	Fax 593 6 958524
PROFORMA No. 2006-228		
PARA: COMISARIATO MUNICIPAL FECHA : VALIDEZ: 30 Días MONEDA: Dólares de USA		
CONTRIBUYENTE ESPECIAL RESOLUCION 588 NO RETENER IVA		
DESCRIPCION	V.UNITARIO	V.PARCIAL
1 Teléfono Fax Marca: Panasonic Modelo: KX-FHD351 - identificador de llamadas - altavoz - papel film		144,64
1 Ventilador Marca: Sanyo Modelo: EF-56CLI - 3 velocidades		50,00
1 Horno Microondas Marca: Panasonic Modelo: NN-T995 - 1250 watts potencia - 2.2 pies cúbicos de capacidad		187,50
1 Cafetera Eléctrica Marca: West Bend Modelo: 58002 - capacidad 42 tazas		52,68
1 Aspiradora de Polvo Marca: Electrolux Modelo: MON-CM - potencia de 1400 watts - regulador de potencia		187,50


1	Camara Digital	339,29
	Marca: Samsung	
	Modelo: Digimax A-4	
	- 4 megapixel	
	- zoom 3x	
	- 32MB memoria interna	

Sub total	Usd.	961,68
12% Iva	Usd.	115,39
Total	Usd.	1.077,00

NOTAS:

- Garantía de un año sobre defectos de fabricación
- Servicio técnico permanente.
- Disponibilidad para entrega inmediata

AMADOR DAVILA CIA. LTDA.
RUC. 1090090603001
IBARRA - ECUADOR



Amador Davila Cia. Ltda.
RUC 1090090603001

ANEXO 9

CLIENTE:		PROFORMA	
INFORMACION:		CIUDAD: IBARRA	
R.U.C. / C.I.:		TELEFONO:	
FECHA:			


CANT.	DESCRIPCION	UNITARIO	VALOR TOTAL
1	CALCULADORA	12.00	12.00
1	GRAPADORA	7.00	7.00
1	PERFORADORA	7.00	7.00
1	PORTACLIPS	0.80	0.80
1	ARCHIVADOR DE	2.00	2.00
1	DISPENSADOR CINTA SCOSH	4.70	4.70
1	TIJERAS	1.50	1.50
1	CINTA DE EMPALAJE X 100cm.	1.20	1.20
1	ESTILETE	1.20	1.20
1	ESFERO BIC	0.25	0.25
1	MARCADOR PERMANENTE	0.50	0.50
1	MARCADOR TIZA LIQUIDA	0.50	0.50
1	APOYAMANOS	2.50	2.50
1	PAPELERA	12.00	12.00
1	CAJA DE CLIPS	0.20	0.20
1	CAJA DE GRAPAS 26/6	0.25	0.25
1	ROLLO DE SUMADORA	0.35	0.35
1	PINCHO	2.00	2.00
1	SACA GRAPAS	0.40	0.40
1	CORRECTOR LIQUIDO	1.40	1.40
1	CREMA DE BILLETES	1.50	1.50
1	RESMA 75 GRMS A-4	3.80	3.80
		TOTAL USE	63.05

[Signature]

Proforma

Note: Subject to the terms and conditions of the invoice.

ANEXO 10



PROFORMA
Nº 000241
RUC: 1001227824001



Cristina Noemí Rosero López
Dirección: H10 entre Cacho y Pinar, Guayaquil, Tel: 200-310

Ref. No.: 500327 Constante de RUC: PVE

Señor (es): GENERAL RUC: _____

Domicilio: LA VIVIENDA Tel: _____

Fecha: _____

Cant.	DETALLE	U.	V. UNITARIO	VALOR TOTAL	
1.00	8142010 CESTO STEP DN C/T	UN	4.3750	4.3750 *	
1.00	8142370 CESTO MICE GL.	UN	4.4643	4.4643 *	
1.00	920004 SILLA MÓVIL	UN	7.9018	7.9018 *	
1.00	0920291 MESA RED. VIZCAYA J. 20cm. D.	UN	29.4643	29.4643 *	
1.00	1019113 DISPENSADOR WIPLEX 1040	UN	17.8571	17.8571 *	
1.00	0020040 DISPENSA/VALGA LIQUIDO 95297	UN	1.7657	1.7657 *	
SALIDA LA MERCADERÍA NO EXISTE DEVOLUCIONES				SUB TOTAL	65.85
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="text-align: center;">  Recibido por _____ </div> <div style="text-align: center;">  Entregado por _____ </div> </div>				IVA 0%	
				IVA 12 %	7.70
				TOTAL \$	73.55

LINEA NUEVA mobiliario

Estimado Cliente:

Reciba un cordial y afectuosa saludo de quienes conformamos la empresa "Línea Nueva Mobiliario", es para nosotros motivo de placer dirigirnos a usted para hacerle conocer la calidad y acabados con los que trabajamos en nuestra línea de oficina, mismos que nos han caracterizado siempre por tratar de cuidar su imagen empresarial, y sobre todo para que la inversión efectuada por nuestros clientes alcance las expectativas esperadas.

Somos una empresa serio con mas de entorce años en el mercado cuya política es cuidar y garantizar que nuestros productos sean meticulosamente trabajados con materiales de primera calidad que se ven reflejados básicamente por su presentación y larga duración.

A continuación le presentamos una síntesis general de nuestros productos, los cuales son fabricados en nuestra planta ubicada en la ciudad de Ibarra.

- **Estaciones de Trabajo y Escritorios.** - Superficies fabricadas en madera melamínica y fórmica de 25mm o en madera tratada con acabados de primera, borde con cinta PVC; accesorios metálicos; teclados corredizos importados; tonos y acabados a elección.
- **Sillonería.** - Sillones y Sillas Giratorias modelos para Presidente o Gerente, Ejecutivos, Secretaria, fabricados en esponja de alta densidad, bases en poliuretano o cromado con mecanismo neumática y reclinable, tapiz en tela o cuero resistente. Butacas y Asientos de Espera tripersonal, doble o individual.
- **Silletería.** - Fabricadas con estructura reforzada, acabado con pintura electrostática, asiento y espalda rellenos sobre esponja de alta densidad, tapiz, tela o cuero.
- **Archivadores.** - Metálicos, acabado con pintura electrostática, lisa o texturizada para un mayor resistencia; dos, tres, y cuatro servicios, con chapa de seguridad CESA; niveladores para mantener la estabilidad del mueble.
- **Divisiones Modulares.** - El tipo de paneles que disponemos es el mejor del mercado tanto por su presentación como por las ventajas funcionales que ofrece. Su periferia es 100% aluminio importado; posibilidad de cableado interno; el acabado de los paneles puede ser melamínico o textil.
- **Pizarras de Tiza Líquida.** - Fabricadas en madera laminada de 9mm, placa frontal en fórmica cuadrículada; marco en aluminio, portaborrador; disponibles en diversas tallas.

También contamos con nuestra línea importada de sillonería y silletería, butacas y asientos de espera tripersonales, dobles e individuales. Muebles con una alta calidad y durabilidad.

En todos nuestros productos ofrecemos una garantía de tres años por defectos de fabricación.

Esperando servirles en el momento que usted lo requiera, anticipamos nuestros sinceros agradecimientos por la confianza depositada en nuestra empresa.

Atentamente,

Dis. Pablo Vaca M.
GERENTE - PROPIETARIO

ANEXO 12

CREDICOMPU	
Venta de Computadoras a Crédito, Accesorios y Suministros, Servicio Técnico y Mantenimiento, Sistemas de Seguridad y Alarmas, Asesoramiento Contable Colón s/n y Diagonal al Banco del Austro TEL: 2954-951/2002-831	
PROFORMA	
FECHA:	11 de Agosto de 2005
CLIENTE:	
DIRECCION:	
EQUIPO:	PC PENTIUM 43.0 GHZ
CANT	CARACTERISTICAS
1	MBO BIOSTAR P4 FSB800 SKT-478 DDR-400
1	PROCESADOR P4 3,0 GHZ BUS 533MHZ 512 CACHE LGA 775 HYPER-TH
1	MEMORIA DIMM DDR 256 MB PC400 MARKVISION
1	DISCO DURO SAMSUNG 80GB 7200 RPM
1	MONITOR LG 15" NEGRO/BLANCOS05G
1	FLOPPY 3" 1/2 HD
1	COMBO CASE P4 TECLADO/PARLANTES /MOUSE NEGRO HALADERA
1	CD-REW LG 52X NEGRO/BLANCO
1	TARJETA FAX Modem 56K CNET/MOTOROLA/INTEL
1	SWITCH 8 PUERTOS 10/100 C-NET
1	IMPRESORA EPSON LX-300+ 337 CPS 240x216 8KB 80C
1	SCANNER GENIUS VIVID 120DEX SIN BOTONES
1	IMPRESORA LEXMARK Z605
1	LECTOR CODIGO BARRAS MESA
SIN COSTO	
1	COBERTORES, PAD MOUSE, MICROFONO, FILTRO,PARLANTES, REGULADOR
1.350,00	
FINANCIAMIENTO	
134,00	
Tarjeta de Crédito DINNERS 12 CUOTAS DE	
	OFERTA 4 PAGOS 7 PAGOS
ENTRADA DE	675,00 372,36 473,53
PAGO ADICIONAL	
NRO DE PAGOS	2 3 6
CÓN CUOTAS DE	337,50 372,36 184,15
TOTAL	1.350,00 1.489,44 1.578,42
* Proforma valida hasta el 19 de Agosto de 2005 La Proforma está sujeta a cambios por variación de precios.	
CREDICOMPU	

ANEXO 13

EXTRACTO LEY ORGÁNICA DE RÉGIMEN MUNICIPAL

LEY ORGÁNICA DE RÉGIMEN MUNICIPAL, CODIFICACIÓN H. CONGRESO NACIONAL LA COMISIÓN DE LEGISLACIÓN Y CODIFICACIÓN

TITULO I ENUNCIADOS GENERALES Capítulo I Del Municipio

Sección 1 a.

Del Municipio en General

Art. 1.- El municipio es la sociedad política autónoma subordinada al orden jurídico constitucional del Estado, cuya finalidad es el bien común local y, dentro de éste y en forma primordial, la atención de las necesidades de la ciudad, del área metropolitana y de las parroquias rurales de la respectiva jurisdicción.

El territorio de cada cantón comprende parroquias urbanas cuyo conjunto constituye una ciudad, y parroquias rurales.

Art. 2.- Cada municipio constituye una persona jurídica de derecho público, con patrimonio propio y con capacidad para realizar los actos jurídicos que fueren necesarios para el cumplimiento de sus fines, en la forma y condiciones que determinan la Constitución y la ley.

Art. 3.- Son vecinos o moradores de un municipio los ecuatorianos y extranjeros que tengan su domicilio civil en la jurisdicción cantonal, o los que mantengan en ésta el asiento principal de sus negocios.
Los ecuatorianos y extranjeros como vecinos de un municipio tienen iguales deberes y derechos, con las excepciones determinadas por la ley.