



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA CPA

PLAN DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
SUCURSAL DE INTACO ECUADOR EN LA CIUDAD DE
TULCÁN”

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

AUTORA: Emma Patricia Tapia Ch.

DIRECTOR: Eco. Luis Cervantes.

IBARRA, JUNIO, 2014

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo principal del presente proyecto es determinar la factibilidad de la creación de una Sucursal de Intaco Ecuador S.A. en la ciudad de Tulcán, para tal efecto se trabajó los diferentes aspectos con el fin de tener una visión clara de la actividad a ejecutarse. Se realizó en primer lugar un Diagnóstico Situacional, estableciendo los principales aliados, oportunidades, oponentes y riesgos del proyecto. Se establece el Marco Teórico, con el objetivo de sustentar y fortalecer conceptos necesarios para el mejor conocimiento en acabados de la construcción y los pegamentos que se utilizan para los revestimientos de cerámica y minerales.

Para lo cual se realizó un Estudio de Mercado, se determinó especialmente la oferta y la demanda del producto. En este sentido se elaboró el Estudio Técnico, estableciendo tanto la macro y la microlocalización; así como el tamaño y la ingeniería del proyecto, a la vez se realizó un Estudio Financiero que muestra claramente la inversión, el tiempo de recuperación de la misma y la viabilidad del proyecto, se estableció un Estudio Organizacional y se determinó los impactos como resultado de la ejecución del proyecto.

Finalmente se detallan las respectivas conclusiones y recomendaciones.

ABSTRACT

The main objective of this project is determine the feasibility of creating a branch of Intaco Ecuador SA in the Tulcán City, for this purpose we worked different aspects in order to have a clear view of the activity to run it. We performed first a Situational Diagnosis, establishing the main allies, opportunities, opponents, and risks of the project. The theoretical framework is established to sustain and strengthen concepts to learn more of construction finishes and adhesives used for ceramic coatings and minerals.

For which a market study was conducted, especially was determined the supply and demand of the product. In this sense the Technical Study was developed, establishing both the macro and micro localization the size and engineering of the project and a Financial study was made that shows clearly the investment that was made, the recovery time of it and the viability of the project, an Organizational Study was established and was determined the impacts as a result of project implementation.

Finally the respective conclusions and recommendations are detailed

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO **AUTORÍA**

Las opiniones y contenidos presentados en el presente informe de trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de su autora, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.

ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE FIDUCIARIO
ECUADOR EN LA CIUDAD DE TULCÁN

Considero que el presente reúne todos los requisitos y méritos suficientes

para ser sometido a la evaluación y calificación por parte del

tribunal examinador.

Nombre: Emma Patricia Tapia Chachalo.

CI: 100181647-7

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la estudiante Emma Patricia Tapia Chachalo, egresada de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la carrera de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría, previo a la obtención del Título de Ingeniera Contabilidad y Auditoría CPA cuyo tema es: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE INTACO ECUADOR EN LA CIUDAD DE TULCÁN"

Considero que el presente reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.



Eco. Luis Cervantes.

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

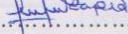


UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Emma Patricia Tapia Chachalo, con cédula de ciudadanía N° 100181647-7, 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 autor (es) del trabajo de grado denominado: "Estudio de factibilidad para la creación de una Sucursal de Intaco Ecuador S.A. en la ciudad de Tulcán.", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor 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.

(Firma): 

Nombre: Emma Patricia Tapia Chachalo.

Cédula: 100181647-7

Ibarra, a los 25 días del mes de Junio del 2014



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100181647-7		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Tapia Chachalo Emma Patricia.		
DIRECCIÓN:	San José de Chorlavi, calle Caicedo		
EMAIL:	patricia.tapia@intaco.com		
TELÉFONO FIJO:	2932-511	TELÉFONO MÓVIL:	0999155394
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	Estudio de factibilidad para la creación de una Sucursal de Intaco Ecuador S.A. en la ciudad de Tulcán.		
AUTOR (ES):	Emma Patricia Tapia Chachalo		
FECHA:	25 de Junio del 2014		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO		
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA.		
ASESOR /DIRECTOR:	Eco. Cervantes		

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Emma Patricia Tapia Chachalo, con cédula de ciudadanía Nro. 100181647-7, en calidad de autor (a) (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El (La) autor (a) (es) manifiesta (n) 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 (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 25 días del mes de Junio del 2014

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: Emma Patricia Tapia Ch.

C.C.: 100342698-6

Facultado por resolución de Consejo Universitario

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

Nombre: Ing. Bethy Chávez

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

DEDICATORIA

Dedico a Dios quien siempre me ha acompañado día a día en cada paso y decisión que he tomado para cumplir mis sueños, mis metas, a través de su bendición brindándome la vida, la salud y el trabajo, por darme siempre las fuerzas para luchar y seguir adelante, por la sabiduría e inteligencia para poder culminar mis estudios.

A mis padres, Emma y Arturo quienes han sido mi apoyo a lo largo de mi vida, siempre inculcando sus valores cristianos, sus consejos y su amor incondicional para todos sus hijos.

A mi hija Karen quien ha sido la mayor motivación para seguir adelante, y a mí esposo por su comprensión, apoyo incondicional en este tiempo.

PATRICIA TAPIA

AGRADECIMIENTO

Primeramente a Dios por permitirme vivir para alcanzar mis sueños, mis objetivos propuestos, a mis padres por ser el ejemplo a seguir, por ser personas de lucha, tenacidad y sobre todo unos padres temerosos de Dios, quienes siempre estuvieron ahí a lo largo de mi carrera brindándome su amor incondicional.

A mi hija Karen quien desde inicios de mi carrera estuvo a mi lado, compartiendo todos los momentos de desvelo, tiempos de alegría de tristeza, en cada logro, por ser mi impulso a seguir adelante, brindándome su amor, su ternura por ser una buena hija y gracias a mi esposo por su comprensión y apoyo incondicional.

A mis maestros, quienes participaron en mi proceso académico compartiendo sus conocimientos y consejos.

A mi director de tesis, gracias por su entrega, voluntad, apoyo, paciencia y asesoramiento desinteresado que fue una guía para la culminación de esta meta.

A mi Universidad por acogerme en sus aulas y brindarme saberes y vivencias, por verme crecer y darme la mejor experiencia de mi vida.

Por último a todos los colaboradores indirectos quienes de una u otra manera contribuyeron para lograr mi objetivo.

PATRICIA TAPIA

PRESENTACIÓN

El presente proyecto consiste en el Estudio de Factibilidad para la creación de una Sucursal de Intaco Ecuador S.A. en la ciudad de Tulcán, esta investigación contiene los siguientes capítulos:

El Capítulo I, consiste en realizar un Diagnóstico Situacional, utilizando el Método Deductivo, el cual ayudó a recolectar información específica, la misma que permitió investigar la situación actual en que se encuentra la ciudad de Tulcán y la zona del Carchi en relación al crecimiento de la construcción en los últimos años, logrando de esta manera identificar la factibilidad de la creación de una Sucursal de una empresa multinacional como es Intaco Ecuador.

El Capítulo II, es el Marco Teórico enfocado a sustentar el estudio del presente proyecto, se lo realizó mediante la recopilación de información con bases teóricas científicas haciendo uso de fuentes bibliográficas y documentales, se utilizó el Método Analítico para realizar la presente investigación.

El Capítulo III, presenta el Estudio de Mercado, para el cual se utilizó el Método Inductivo para lograr determinar la oferta y la demanda, la demanda insatisfecha la misma que se alcanzará satisfacer mediante la creación del proyecto, de igual manera se realizó la fijación de precios para los próximos cinco años, también se efectuó encuestas a consumidores de ferreterías de la ciudad de Tulcán y a profesiones como Arquitectos e Ingenieros.

El Capítulo IV, muestra el Estudio Técnico el cual detalla de manera acertada determinar la micro y macrolocalización del proyecto, así como también analizar los costos Operativos y Administrativos para la comercialización de los productos estrellas que Intaco Ecuador seguirá ofertando a la zona del Carchi, para este análisis se utilizó el Método Sintético.

El Capítulo V, consiste en el Estudio Económico o Financiero que presenta puntualmente un presupuesto de inversión, proyección de ventas, Estado de Situación Financiera, Estado de Resultado Integral, Flujo de Caja y una Evaluación de la Inversión a través del estudio del VAN-TIR, necesarios para la realización del proyecto, para lo cual se utilizó el Método Analítico.

El Capítulo VI, establece un Estudio Organizacional de la estructura orgánica y funcional de la empresa, nombre de la empresa, la misión, visión, los principios y valores, el Organigrama Estructural, manual de funciones y las evaluaciones de desempeño, basados en el Método Analítico mediante la recopilación de información de datos existentes en la página web de la empresa.

El Capítulo VII, muestra los principales Impactos relacionados con la implementación del proyecto y su influencia en el aspecto Económico, Social, Comercial, Ambiental y Educativo.

Finalmente se presentan las conclusiones, recomendaciones y anexos respectivos.

ÍNDICE

Resumen Ejecutivo	II
Abstract.....	III
Autoría	IV
Informe del Director de Trabajo de Grado	
Cesión de Derechos de Autor del Trabajo de Grado a favor de la Universidad Técnica del Norte	
Autorización de uso y publicación a favor de la Universidad Técnica del Norte.	
Dedicatoria.....	IX
Agradecimiento	X
Presentación	XI
Índice	XIII
Índice de Tablas.....	XXI
Índice de Imágenes.....	XXIV
Justificación	XXV
Objetivos	xxvi
Objetivo General.....	xxvi
Objetivos Específicos.....	xxvi
Metodología Utilizada	XXVII
CAPÍTULO I.....	1
Diagnóstico Situacional.....	1
Antecedentes.....	1
Objetivos.....	2
General	2
Específicos.....	3
Variables Diagnósticas.	3
Matriz de la Relación Diagnóstica.....	4
Aspectos Relevantes	5
Historia.....	5

Ubicación.....	5
Clima.....	5
Situación Demográfica.....	6
Población Económicamente Activa.....	6
Agricultura y Ganadería.....	7
Agricultura.....	7
Ganadería.....	7
Industria.....	8
Comercio.....	8
Permisos de Construcciones en el Carchi.....	9
Superficie total de construcción en m ² de los últimos años.....	10
Construcciones del Cantón.....	11
Tipos de Construcciones.....	11
Construcciones nuevas.....	11
Ampliación.....	11
Reconstrucción.....	11
Tipos de Viviendas.....	11
Residenciales.....	11
No residenciales.....	12
Mixtas.....	12
Viviendas construidas en los últimos años.....	12
Financiamiento de la Vivienda.....	13
Tipos de Acabados en la construcción.....	14
Acabados Internos.....	14
Acabados Externos.....	16
Instalación de Revestimientos de Cerámica y Minerales.....	17
Identificación de la Población.....	18
Diseño del Instrumento de la Investigación.....	18
Información Primaria.....	18
Encuesta.....	18
Entrevista.....	18
Información Secundaria.....	19

Evaluación de la Información.....	19
Construcción de la Matriz AOOD	21
Cruces Estratégicos: AR, AO, OR, OO.....	23
Oportunidad de Inversión.....	23
CAPÍTULO II.....	25
Bases Teóricas y Científicas.....	25
Empresa	25
Concepto	25
Objetivos.....	25
Importancia	26
Administración	26
Concepto	26
Importancia	27
Construcción.....	27
Acabados de la Construcción.	28
Clasificación de los Tipos de Acabados.....	28
Revestimiento de Interiores	29
Revestimiento de Exteriores	29
Cubierta	29
Concepto de Cerámica.	30
Aspectos Conceptuales de Mercado	32
Estudio de Mercado.....	33
Mercado	33
Mercado Meta.....	33
Demanda.....	34
Demanda Insatisfecha	34
Oferta.....	35
Comercialización.....	36
Canales de Comercialización.....	36
Mezcla de Marketing.....	37
Producto.	37
Plaza.....	37

Precio.....	38
Promoción.....	38
Aspectos Técnicos.....	39
Estudio Técnico.	39
Tamaño del Proyecto.....	40
Macrolocalización.	40
Microlocalización.....	41
Inversión Inicial.	41
Capital de Trabajo.....	42
Capital Fijo.	42
Capital Variable.....	42
Estudio Económico Financiero.....	43
Ingresos	43
Gasto	44
Costo	44
Elementos del Costo.....	45
Gastos Administrativos	45
Gastos de Ventas	46
Gastos Financieros	46
Estados Financieros.	46
Estado Situación Financiera Proforma.....	46
Estado de Resultados.Integral	47
Flujo de Caja	47
Depreciación Acumulada	48
Punto de Equilibrio.....	48
Valor Actual Neto (VAN)	49
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	49
Relación Costo / Beneficio	50
Período de Recuperación de la Inversión	51
Estudio Organizacional.	51
Organigrama.	51
Impactos.	52

CAPÍTULO III.....	53
Estudio de Mercado	53
Presentación.....	53
Objetivos del Estudio de Mercado.	53
Objetivo General.....	53
Objetivos Específicos.....	54
Variables Diagnósticas e Indicadores.....	54
Demanda	54
Oferta.....	54
Precios.....	54
Comercialización.....	54
Investigación.....	56
Segmentación de Mercado.....	56
Mercado Meta.....	56
Investigación de Campo	56
Cálculo de la Muestra.....	57
Fuentes de Información Primaria.....	57
Tabulación y Análisis de la Investigación de Campo	58
Entrevista dirigida al Gerente Regional de Intaco Ecuador.....	70
Entrevista dirigida al Presidente del Colegio de Arquitectos de Tulcán ...	72
Entrevista dirigida al Presidente del Colegio de Ingenieros de Tulcán	74
Identificación de los Productos y/o Servicios.....	75
Características.....	76
Análisis de la Demanda	77
Factores que afectan.....	77
Demanda Actual	78
Proyección de la Demanda.....	78
Análisis de la Oferta.....	79
Factores que Afectan.....	79
Oferta Actual.....	80
Proyección de la Oferta.....	80
Demanda Potencial a Satisfacer.....	81

Análisis de Precios.....	82
Proyección del Precio del Producto	82
Comercialización.....	83
Publicidad.	83
Canales de Comercialización.....	83
Análisis.	85
CAPÍTULO IV	87
Estudio Técnico	87
Localización del Proyecto	87
Macrolocalización.	87
Microlocalización.....	88
Ingeniería del Proyecto	89
Diseño de las Instalaciones	89
Flujograma de Proceso.....	90
Diagrama de Flujo.....	91
Insumos Materiales.....	92
Tamaño del Proyecto.....	92
Valoración de Inversiones.....	93
Inversión de Activos Fijos.	93
Propiedad Planta y Equipo	93
Maquinaria.	93
Equipo de Cómputo.	94
Muebles de Oficina.	94
Sistema de Vigilancia.....	94
Inversión en Activos Diferidos.....	95
Gastos Diferidos	95
Gasto Arriendo.....	96
Depreciaciones	96
Gastos Administrativos	96
Capital de Trabajo.....	97
CAPÍTULO V	99
Estudio Económico Financiero.....	99

Presupuesto.....	99
Generación de Ingresos.....	99
Generación de Costos y Gastos.....	100
Mercadería.....	100
Mano de Obra.....	101
Gastos Administrativos.....	105
Sueldo Gerente de Sucursal.....	105
Gastos Financieros.....	106
Cálculo de Amortización.....	106
Gastos Financieros.....	107
Depreciaciones.....	107
Estados Financieros Proyectados.....	108
Estado de Situación Financiera de Arranque.....	108
Estado de Resultados Integral Proyectado.....	109
Flujo de Caja Proyectado.....	110
Evaluación Financiera.....	111
Tasa de Redescuento.....	111
Valor Actual Neto (VAN).....	111
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	113
Costo / Beneficio.....	113
Período de Recuperación de la Inversión.....	114
Punto de Equilibrio.....	115
Conclusión del Estudio.....	116
CAPÍTULO VI	117
Estructura Organizacional.....	117
La Empresa.....	117
Nombre de la Sucursal.....	117
Tipo de Empresa.....	117
Misión y Visión.....	117
Visión.....	117
Misión.....	118
Principios y Valores.....	118

Organigrama Estructural.....	119
Manual de Funciones.....	119
Gerente de Sucursal.....	120
Responsable de Bodega o Logística.....	120
Operador de Montacargas.....	122
Evaluación de Desempeño.....	122
CAPÍTULO VII	123
Impactos.....	123
Impacto Económico.....	123
Impacto Social.....	124
Impacto Comercial.....	125
Impacto Ambiental.....	127
Impacto Educativo.....	128
Impacto General.....	129
Conclusiones y Recomendaciones.....	131
Conclusiones.....	131
Recomendaciones.....	133
Bibliografía.....	135
Lincografía.....	138
ANEXOS	139
Entrevista dirigida al Gerente Regional Intaco.....	141
Entrevista dirigida al Presidente de Arquitectos de Tulcán.....	143
Entrevista dirigida al Presidente de Ingenieros de Tulcán.....	145
Proyección de precios de Bondex.....	147
Tabla de Amortización.....	150

ÍNDICE DE TABLAS

Matriz de la Relación Diagnóstica.....	4
Situación Demográfica.....	6
Población Económicamente Activa.....	6
Situación Demográfica del Carchi.....	7
Permisos de Construcción en el Carchi.....	10
Metros Construidos.....	10
Viviendas construidas en los últimos años	12
Financiamiento de la Vivienda	14
Presupuesto de una Vivienda	19
Presupuesto de Revestimiento de Cerámica.....	20
Matriz AOOD.....	22
Matriz de Operacionalización.....	55
Conocimiento del Producto.....	58
Revestimientos de Cerámica	59
Precios de pegamentos de cerámica.....	60
Calidad de pegamentos de cerámica.....	61
Productos más utilizados para instalar cerámica.....	62
Compra mensual de pegamentos	63
Frecuencia de compra	64
Pegamentos de cerámica	65
Características de pegamentos	66
Precios de pegamentos	67
Calidad del producto	68
Obsequios recibidos	69
Identificación de los productos y/o servicios	76
Característica de los productos.....	76
Demanda Actual	78
Proyección de la Demanda.....	78
Oferta Actual.....	80
Proyección de la Oferta	80
Proyección de la Demanda potencial a Satisfacer.....	81

Proyección de la Demanda potencial a satisfacer de Bondex	81
Determinación de precios	82
Proyección de precios.....	83
Clientes de Intaco Ecuador en Tulcán	84
Insumos Materiales.....	92
Maquinaria	93
Equipo de Cómputo	94
Muebles de Oficina	94
Sistema de Vigilancia.....	94
Resumen de la Inversión Fija	95
Gastos Diferidos	95
Gasto Arriendo.....	96
Depreciaciones	96
Gastos Administrativos	97
Determinación del Capital de Trabajo	97
Resumen de la Inversión	98
Resumen de la Inversión Estudio Financiero.....	99
Generación de Ingresos.....	100
Mercadería.....	101
Proyección del SBU	102
Mano de Obra.....	102
Salario mensual Logístico	103
Salario anual Logístico.....	103
Salario mensual Montacarguista.....	103
Salario anual Montacarguista.....	104
Servicios Básicos.....	104
Resumen Costos de Operación	105
Salario mensual Gerente	105
Salario anual Gerente	105
Amortización del Crédito	106
Interéses Anuales	107
Cálculo de Depreciaciones	107

Estado de Situación Financiera	108
Estado de Resultados Integral Proyectado	109
Flujo de Caja Proyectado	110
Cálculo de la Tasa de Redescuento	111
Cálculo del VAN.....	112
Flujos Actualizados	112
Cálculo de la TIR	113
Costo / Beneficio.....	114
Período de Recuperación	114
Principios y Valores	118
Matriz de valoración de Impactos	123
Impacto Económico	124
Impacto Social	125
Impacto Comercial.....	126
Impacto Ambiental	127
Impacto Educativo	128
Impacto General	129

ÍNDICE DE IMÁGENES

Acabados Internos.....	14
Acabados Externos.....	16
Revestimientos de cerámica y minerales.....	17
Macrolocalización	87
Microlocalización.....	88
Instalaciones del Proyecto	89

JUSTIFICACIÓN

Actualmente en la rama de la construcción en especial en acabados existen cambios, de acuerdo a la nueva tecnología y nuevos diseños de cerámica, por esa razón Intaco Ecuador en busca de nuevas alternativas, ha fabricado algunos tipos de Revestimientos de Cerámica y Minerales conocidos como Bondex que sirven para pegar la cerámica de acuerdo a la rugosidad y absorción de agua.

Al preexistir un crecimiento del sector de la construcción en la ciudad de Tulcán y no tener una Sucursal que sirva como una bodega de abastecimiento para toda la zona del Carchi, se está vendiendo desde la Sucursal de Ibarra, encareciendo el producto por el costo de transporte, generando desabastecimiento en la zona y dando lugar al ingreso de la competencia, ya que no se puede brindar un servicio de calidad y efectividad.

Actualmente sin contar con la Sucursal en la zona, se vende alrededor de \$ 55.000,00 mensuales desde la ciudad de Ibarra, tratando de cubrir la zona del Carchi con 30 clientes específicos, una vez creada la Sucursal se alcanzaría incrementar las ventas, se brindaría un mejor servicio y competitividad, de igual manera se fomentaría fuentes de trabajo en la zona que brindaría enfoques de desarrollo y mejoramiento empresarial.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL.

“Realizar el Estudio de Factibilidad para la creación de una Sucursal de Intaco Ecuador en la ciudad de Tulcán. “

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Realizar un Diagnóstico Situacional del crecimiento del sector de la construcción para determinar la posición actual en la ciudad de Tulcán.
- Elaborar las bases teóricas científicas, mediante una investigación bibliográfica para sustentar la realización del Marco Teórico.
- Ejecutar el Estudio de Mercado con el fin de valorar la necesidad de crear la Sucursal.
- Determinar los requerimientos Técnicos y Organizacionales de la Sucursal para el desarrollo de sus actividades.
- Realizar la evaluación Económica – Financiera que se va a invertir para el funcionamiento del proyecto.
- Establecer la Estructura Organizacional y Funcional para la creación del presente proyecto.
- Determinar los principales Impactos que generará la distribución directa de los productos Intaco a los consumidores de la ciudad de Tulcán.

METODOLOGÍA UTILIZADA.

Métodos

Entre los principales métodos que se utilizó en la presente investigación tenemos los siguientes:

Método Deductivo.

CEGARRA, José.(2012:82.) Afirma: “Es el camino lógico para buscar la solución a los problemas que nos planteamos. Consiste en emitir hipótesis acerca de las posibles soluciones al problema planteado y en comprobar con los datos disponibles si estos están de acuerdo con aquéllas.”

Este método será utilizado en el Diagnóstico Situacional, cuya investigación comienza de lo general; para luego concurrir a lo particular que en este caso es el problema de la investigación.

Método Inductivo.

CEGARRA, José.(2012: 83.) Afirma: “es utilizado en la ciencia experimental. Consiste en basarse en enunciados singulares, tales como descripciones de los resultados de observaciones o experiencias para plantear enunciados universales, tales como hipótesis o teorías”.

Este método será aplicado esencialmente en la investigación de campo, es decir en el Estudio de Mercado, una vez captada la información particular de acuerdo a la muestra tomada de la población económicamente activa de la ciudad de Tulcán, se llegará a conclusiones de carácter general, es decir esta información servirá para todo el universo investigado, además se utilizó la técnica de la encuesta.

Método Analítico.

BERNAL, César.(2006: 55.) Afirma: “Este método es un proceso cognoscitivo, que consiste en descomponer un objeto de estudio separando cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual “.

El Método Analítico se aplicó en las diversas etapas del proyecto, como es en el Marco Teórico, se analizó toda la información científica y bibliográfica existente de los textos e internet, de igual manera se utilizó en el Estudio de Mercado mediante encuestas y entrevistas realizadas a los expertos en la construcción y al Gerente de Intaco Ecuador, en el Estudio Financiero y Económico para analizar la viabilidad del proyecto.

Método Sintético.

BERNAL, César.(2006: 56.) Afirma: “El método consiste en integrar los componentes dispersos de un objeto de estudio para estudiarlos en su totalidad”.

Se utilizó el Método Sintético en el Estudio Técnico, mediante este juntamos todas las partes que necesitamos, como la Localización del Proyecto, el tamaño, las Inversiones, los gastos, con la finalidad de llegar a la meta del estudio, que es la apertura de una Sucursal de Intaco Ecuador en la ciudad de Tulcán.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.

1.1 ANTECEDENTES.

La ciudad de Tulcán es el sitio de interés para la creación de una Sucursal de Intaco Ecuador, pertenece a la provincia del Carchi, situada en la línea de frontera con Colombia, esta ubicación hace que se puedan desarrollar emprendimientos innovadores e intercambio comercial entre los dos países, logros alcanzados en los gabinetes binacionales firmados como acuerdo mutuo.

El comportamiento comercial entre los dos países depende mucho del tipo de cambio de la moneda que tiene Colombia respecto del dólar Ecuatoriano, esta dinámica monetaria y comercial favorece tanto a los dueños de negocios de la ciudad de Ipiales Colombia, como de Tulcán Ecuador.

La población total del Carchi según el censo de población del 2010 es de 164.524 habitantes distribuidos en 81.155 hombres y 83.369 mujeres, pero la población económicamente activa PEA es de 68.506, es decir el 42% del total de habitantes, es un porcentaje considerable que se encuentra potencialmente apto para adquirir bienes y/o servicios.

Su económica está basada en la agricultura, ganadería y el comercio, las dos primeras actividades provienen y se concentran en las parroquias rurales y el comercio es la actividad principal de la ciudad de Tulcán por encontrarse cerca de la frontera con Colombia y el intercambio de bienes y servicios es mutuo.

Intaco Ecuador es una Empresa Multinacional que inicia sus actividades en la ciudad de Guayaquil en el año de 1951, el crear esta empresa en Ecuador fue con la expectativa de lograr una compañía sólida y pionera; en la fabricación de productos para acabados de la construcción.

Desde 1982 hasta la fecha se dedica únicamente a la fabricación y elaboración de Morteros Cementicios conocidos como Bondex; durante estos años la Empresa ha venido creciendo considerablemente, dándose a conocer en el sector de la construcción por la calidad de sus productos y servicios prestados, creando de esta forma una planta con tecnología Europea en la ciudad de Guayaquil y actualmente en la ciudad de Quito.

Intaco Ecuador cuenta con Sucursales en las Ciudades de Guayaquil, Quito, Aloag, Santo Domingo, Ambato, Ibarra, Cuenca y Portoviejo; por su alto crecimiento y demanda de sus productos, se motivó la necesidad de construir una nueva planta en la ciudad de Quito, para poder abastecer toda la zona central y norte del país.

En la provincia del Carchi, en especial la ciudad de Tulcán se puede apreciar modernas construcciones de edificios y conjuntos habitacionales, se ha caracterizado por ser una zona comercial que depende mucho de la clientela colombiana, tomando como referencia a lo expuesto en los párrafos precedentes surge la necesidad de realizar un Estudio de Factibilidad para la creación de una Sucursal de Intaco Ecuador en la ciudad de Tulcán y de esta manera abaratar costos operativos y brindar un servicio de calidad más cercano al cliente.

1.2 OBJETIVOS.

1.2.1 GENERAL.

Realizar un Diagnóstico Situacional para la creación de una Sucursal de Intaco Ecuador en la ciudad de Tulcán, mediante la identificación de aliados, oportunidades, oponentes y riesgos.

1.2.2 ESPECÍFICOS.

- Establecer los aspectos demográficos de la ciudad de Tulcán previos al desarrollo del proyecto.
- Determinar los principales aspectos económicos del Cantón, para verificar la factibilidad del trabajo
- Establecer el crecimiento en la construcción en los últimos años en el Carchi, como base para el desarrollo de la investigación.
- Investigar la preferencia en acabados de la construcción.

1.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS.

Antecedentes Históricos.

- Historia.
- Situación Geográfica.
- Clima.
- Situación Demográfica.

Economía.

- Agricultura y Ganadería.
- Industria.
- Comercio.

Construcción.

Tipos de viviendas.

- Viviendas construidas en los últimos años.
- Número de metros construidos en los últimos años.
- Número de cuartos construidos por vivienda.

Tipos de Acabados

- Acabados Internos.
- Acabados Externos.
- Instalación de revestimientos de cerámica y minerales

4 MATRIZ DE LA RELACIÓN DIAGNÓSTICA.

TABLA N°. 1

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	INFORMACIÓN	TÉCNICA
<ul style="list-style-type: none"> Establecer los aspectos demográficos de la ciudad de Tulcán previos al desarrollo del proyecto. 	Antecedentes Históricos	<ul style="list-style-type: none"> Historia Situación Geográfica Clima Situación Demográfica 	Secundaria	Inec
<ul style="list-style-type: none"> Determinar los principales aspectos económicos del Cantón, para verificar la factibilidad del trabajo. 	Economía	<ul style="list-style-type: none"> Agricultura y Ganadería Industria Comercio 	Secundaria	Página web
<ul style="list-style-type: none"> Establecer el crecimiento en la construcción en los últimos años en el Carchi, como base para el desarrollo de la Investigación. 	Construcción	<ul style="list-style-type: none"> Tipos de Viviendas. Viviendas construidas en los últimos años. Número de metros construidos en los últimos años. Número de cuartos construidos por vivienda. 	Secundaria	Inec Página web
<ul style="list-style-type: none"> Investigar la preferencia en acabados de la construcción. 	Tipos de Acabados	<ul style="list-style-type: none"> Acabados Internos Acabados Externos Instalación de revestimientos de cerámica y minerales. 	Primaria Secundaria	Encuesta Entrevista Página web

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación propia.

Año: 2014

1.5 ASPECTOS RELEVANTES.

1.5.1 HISTORIA.

Mediante decreto Legislativo expedido por la Convención Nacional y sancionado por el ejecutivo el 11 de abril 1851, se crea el Cantón Tulcán en la Provincia de Imbabura. La gran distancia de la ciudad de Imbabura a la parroquia de Tulcán, y de la fragosidad de los caminos por parajes mortíferos. Fueron los factores motivantes para exigir autoridades de mayor categoría la creación del cantón. Mediante decreto, La Convención Nacional del Ecuador erige un nuevo cantón en la provincia de Imbabura con la denominación de Tulcán, compuesta de la parroquia: Huaca, Tusa, Puntal, El Ángel, y Tulcán como cabecera cantonal. Por lo expuesto, Tulcán fue parroquia del cantón Ibarra hasta cuando logró su cantonización en el año de 1.851.

Recuperado de gmtulcan.gob.ec 10 de Enero del 2014.

1.5.2 UBICACIÓN.

Tulcán es la capital de la Provincia del Carchi, esta ciudad es conocida como la “centinela del norte”, ubicada a 7 kilómetros de la frontera con Colombia tomando como referencia el puente internacional de Rumichaca sitio divisorio entre los dos países. Se encuentra ubicada en las siguientes coordenadas 0°48'42"N, 77°43'7"W, distan de la ciudad de Quito 240 KM.

Recuperado de gmtulcan.gob.ec 10 de Enero del 2014.

1.5.3 CLIMA.

El clima de Tulcán se divide en dos estaciones; el invierno con un período de lluvias prolongado y no tan definido en la actualidad debido al calentamiento global, una estación seca de cuatro meses donde se presentan las temperaturas más altas, siempre tiene un clima frío con temperaturas que van desde los 6°C. a los 24 °C.

Recuperado de gmtulcan.gob.ec 10 de Enero del 2014.

1.5.4 SITUACIÓN DEMOGRÁFICA.

Según las cifras presentadas por el Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC en el censo realizado en 2010, la situación demográfica de los diferentes cantones del Carchi, se encuentra dividida de la siguiente forma.

TABLA N°. 2
SITUACIÓN DEMOGRÁFICA.

CANTONES	HOMBRES	%	MUJERES	%	TOTAL
Bolívar	7.166	8,8	7.181	8,6	14.347
Espejo	6.527	8	6.837	8,2	13.364
Mira	6.121	8	6.837	7,3	12.180
Montufar	14.910	18,4	15.601	18,7	30.511
Huaca	3.847	4,7	3.777	4,5	7.624
Tulcán	42.584	52,5	43.914	52,7	86.498
Total	81.155	100	83.369	100	164.524

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos 2010

Año: 2014.

1.5.5 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA.

TABLA N°. 3
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA.

OCUPACIÓN	HOMBRE	MUJER
Socio	8,079	4,505
Cuenta propia	11,452	6,840
Jornalero o peón	14,917	3,084
Empleado u obrero del Estado,	5,048	3,686
No Declarado	905	1,287
Empleada doméstica	100	1,983
Patrono	1,301	888
Trabajador no remunerado	532	528
Socio	764	262
Total	43,098	23,063

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos 2010

Año: 2014.

La situación Demográfica para los próximos años de la provincia del Carchi es la siguiente:

TABLA N°.4
SITUACIÓN DEMOGRÁFICA DEL CARCHI.

AÑO	HABITANTES
2011	173.410
2012	175.050
2013	176.662
2014	178.228
2015	179.769
2016	181.265
2017	182.719
2018	184.136

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Proyección del Instituto Nacional de Estadística y Censos

Año: 2014.

1.5.6 AGRICULTURA Y GANADERÍA.

1.5.6.1 Agricultura.

La provincia del Carchi es una región muy bien dotada para la agricultura debido a que sus suelos son fértiles, de los cultivos agrícolas más importantes debe destacarse la papa que se cultiva especialmente en los cantones de Tulcán y Montufar. La producción de cebada también fue significativa hace algunos años debido al mercado seguro que tenía la industria cervecera colombiana; luego decayó para volver a recuperarse con nuevos sembríos.

Recuperado de <http://www.elcomercio.com.ec/agromar/demanda-leche-crece-Carchi> el 10 de Enero del 2014.

1.5.6.2 Ganadería.

Expertos nacionales y extranjeros han establecido que las mesetas del Carchi constituyen zonas óptimas para la crianza de ganado, tanto de leche como de carne. El cantón Tulcán es el que más superficie tiene dedicada a pastos y también el de mayor población bovina. La calidad del ganado ha mejorado gracias a la introducción de sementales puros. En las principales haciendas la producción lechera se la realiza en forma técnica. En cuanto a la ganadería de carne, si bien es importante, su

crecimiento se ha determinado por problemas de precios. En esto tiene mucho que ver la demanda y los precios que rigen en Colombia.

A lo largo de la vía que conecta San Gabriel con la comunidad de San Francisco de la Línea Roja, cantón Montufar, se observan cientos de porta leches. Los dueños de la leche esperan la llegada de un camión que recolecta el producto. “Los centros de acopio de leche han aumentado considerablemente”, comenta Washington Ávalos, técnico de la Prefectura del Carchi. “Hasta el 2010 había 11 centros y hoy 22. La mayoría está ubicada en la parroquia de Santa Martha de Cuba, cantón Tulcán, el invierno y luego la sequía provocó que gran parte de los sembríos se perdieran, por lo que la ganadería se convirtió en la tabla de salvación.

La mayoría de agricultores vio en la producción de leche un ingreso adicional y una mayor estabilidad, el Ministerio de Agricultura y Ganadería recuerda que antes en el Carchi había unas 3.000 hectáreas sembradas de papa. Pero hoy, dice, no superan las 2.000 hectáreas. El crecimiento de la ganadería provocó un repunte de los cultivos de pastos.

Actualmente existen 23.000 hectáreas, según el Magap, se está impulsando la producción de leche. La idea, es apoyar a 32 organizaciones para que mejoren los procesos de calidad y comercialización del lácteo, el beneficio es para alrededor de 1.600 familias.

Recuperado de <http://www.elcomercio.com.ec/agromar/demanda-leche-crece-Carchi> el 10 de Enero del 2014.

1.5.6.3 Industria.

Merece destacarse en la agroindustria la Lechera Carchi con una amplia red de distribución en el país, en la Industria se dedican principalmente a la elaboración de productos lácteos y alimenticios las industrias lácteas ocupan otro lugar importante en la economía de la ciudad de Tulcán, ya que no solo distribuyen su producción a nivel local

sino regional, tenemos fábricas como la Floralp, Quesinor quien volvió a funcionar, con la reapertura de esta entidad se espera mejorar la calidad de vida de los pequeños y medianos ganaderos de las parroquias fronterizas de Tufiño, Urbina, El Carmelo y Julio Andrade.

En Quesinor al inicio se procesarán 6.000 litros diarios de leche, a pesar de que la capacidad de producción de la planta de Quesinor alcanza los 40.000 litros. Según Fernando Cerón, gerente de la empresa, la reactivación de la planta se inició con el manejo de los pastos, los hatos lecheros, la preparación de los abonos hasta llegar a la obtención de la materia prima, en la rehabilitación de la empresa participaron tres actores de inversión, el Gobierno Provincial del Carchi, que aportó \$ 218.053, el Fondo Ítalo Ecuatoriano que entregó \$ 400.470 y los ganaderos que destinaron \$ 202.867, actualmente la empresa de lácteos Quesinor produce 600 litros de yogur y 400 quesos tipo mozzarella.

Recuperado de <http://www.elcomercio.com.ec/agromar/demanda-leche-crece-Carchi> el 10 de Enero del 2014.

1.5.6.4 Comercio.

El comercio debido a su situación fronteriza con Colombia, es la tercera provincia que está generando rentas por importaciones y exportaciones para el país; un considerable porcentaje de la población se dedica al comercio formal e informal, en la ciudad de Tulcán un 85% se dedica al comercio con el vecino país del norte.

Recuperado de <http://www.elcomercio.com.ec/agromar/demanda-leche-crece-Carchi> el 10 de Enero del 2014.

1.5.7 PERMISOS DE CONSTRUCCIONES EN EL CARCHI.

TABLA N° .5
PERMISOS DE CONSTRUCCIONES EN EL CARCHI.

AÑO	CANTIDAD DE PERMISOS	VIVIENDAS CONSTRUIDAS
2010	415	440
2011	373	594
2012	412	493
2013	457	592

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) 2010, 2011 ,2012

Www.ppelverdadero.com.ec

Año: 2014.

1.5.8 SUPERFICIE TOTAL DE CONSTRUCCIÓN EN M² DE LOS ÚLTIMOS AÑOS.

TABLA N° .6
METROS CONSTRUIDOS.

N°	METROS A CONSTRUIR
2010	63.878
2011	96.911
2012	144.366
2013	215.105

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) 2010, 2011, 2012

Www.ppelverdadero.com.ec

Año: 2014

1.6 CONSTRUCCIONES DEL CANTÓN.

1.6.1 Tipos de Construcciones.

Existen 3 tipos de construcciones, construcciones nuevas, ampliaciones de construcciones y la reconstrucción.

1.6.2 Construcciones Nuevas.

Es toda aquella que se construye en un predio o terrero donde no existen elementos o construcciones previas.

1.6.2.1 Ampliación.

Se define como al aumento de superficie de una obra existente.

1.6.2.2 Reconstrucción.

Es el estado de inhabilidad de una obra o de alguno de sus subsistemas, en el cual ya no puede cumplir con el fin para el cual fue diseñada y construida, debiendo procederse entonces a su reparación, reemplazo, las reconstrucciones se dan tanto en interiores como en exteriores de las viviendas.

1.6.3 Tipos de Viviendas.

1.6.3.1 Residenciales.

Se aplica a las construcciones arquitectónicas que sirven como vivienda o como espacio para que las personas residan en ellas. Las residencias pueden ser muy variables de un caso al otro, no sólo en términos de tamaño sino también en términos de las facilidades con las que cuentan, el lugar en el que se ubican, si comparten espacio con otras residencias.

La residencia es una de las construcciones más esenciales para el ser humano ya que es el espacio en el que normalmente se está la mayor parte del tiempo de la vida, o incluso el espacio en el que uno se debe

sentir más cómodo y a gusto, con lugar para relajarse pero también para sentirse protegido del medio ambiente.

Recuperado en www.ehowenespanol.com el 11 de Enero del 2014

1.6.3.2 No Residenciales.

Son edificaciones como edificios, centro comerciales, hospitales, centros educativos, etc. estas obras pueden ser públicas o privadas.

1.6.3.3 Mixtas.

Son construcciones que tienen locales comerciales y sirven como vivienda.

Recuperado en www.ehowenespanol.com el 11 de Enero del 2014.

1.7 VIVIENDAS CONSTRUIDAS EN LOS ÚLTIMOS AÑOS.

**TABLA N°. 7
VIVIENDAS CONSTRUIDAS EN LOS ÚLTIMOS AÑOS**

AÑO	VIVIENDAS	TOTAL	1	2	3	4	5	6	7 y mas
2010	Residencias para una familia	361		8	74	76	85	29	89
	Residencias para dos familias	30			6	8	2	8	6
	Residencias para tres o más familias	27				6	6	3	12
	Mixtas	22			7	11	3	-	1
Total		440							
2011	Residencias para una familia	283	2	11	39	72	67	50	42
	Residencias para dos familias	44		4	6	14	6	8	6
	Residencias para tres o más familias	241		3	159	7	6	9	57

AÑO	VIVIENDAS	TOTAL	1	2	3	4	5	6	7 y mas
	Mixtas	26			2	6	2	13	3
Total		594							
2012	Residencias para una familia	322		9	39	91	89	44	50
	Residencias para dos familias	72		2	12	24	16	6	12
	Residencias para tres o más familias	80			7	19	36	13	5
	Mixtas	19			1	5	6	3	4
Total		493							
2013	Residencias para una familia	367		10	44	104	101	50	58
	Residencias para dos familias	118		3	20	39	26	10	20
	Residencias para tres o más familias	77			7	19	33	13	5
	Mixtas	30			2	9	11	4	4
Total		592							

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) 2010, 2011, 2012

Año: 2014.

1.8 FINANCIAMIENTO DE LA VIVIENDA.

Esta sección recaba la información acerca de las fuentes de financiamiento para la construcción, las mismas que pueden ser provenientes de recursos propios del propietario de la edificación o de préstamos contraídos con entidades financieras.

Se considera el siguiente desglose:

**TABLA N°. 8
FINANCIAMIENTO DE LA VIVIENDA.**

RECURSOS	2010	2011	2012	2013
Recursos propios de :	311	224	282	352
• Personales	284	221	240	302
• IESS – ISFA	9			3
• Banco de la Vivienda	16	6	10	13
• Mutualistas		2	4	4
• Construcciones Privadas			30	30
• Sector Publico	2		4	4
• Otros Recursos		1	4	4
Recursos provenientes de préstamos	104	149	130	105
• IESS – ISFA	4	26	38	32
• Banco de la Vivienda	2	3	3	3
• Mutualistas	3	9	26	18
• Otros Bancos	50	88	38	28
• Otras Financieras	34	23	21	20
• Otro Financiamiento	11		4	4
Total	415	373	412	457

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) 2010, 2011 ,2012

Año: 2014

El 71 % de las construcciones se realizan por medio de recursos propios y el 29% por medio de financiamiento mediante instituciones bancarias o del IESS e ISFA.

1.9 TIPOS DE ACABADOS EN LA CONSTRUCCIÓN.

1.9.1 Acabados Internos.

En algunas ocasiones los interiores se revisten con placas de yeso acartonado, este material no es un producto nuevo, es un recurso muy utilizado para el revocado de los muros de interiores de una vivienda. Aunque el revestimiento de los muros no queda solo ahí, después se puede aplicar pintura del color que se desee o bien alguna textura según el gusto del propietario. Los acabados interiores se usan en el interior de los edificios, los más comunes son los texturizados (pastas y cementosos) y los mosaicos, cerámica, porcelanato, gres, granito, piedras.

Recuperado de es.scribd.com el 15 de Enero del 2014.

IMAGEN N°. 1
ACABADOS INTERNOS



Elaborado por: La Autora.
Fuente: Propia
Año: 2014.

IMAGEN N°. 2
ACABADOS INTERNOS



Elaborado por: La Autora.
Fuente: Propia
Año: 2014.

1.9.2 Acabados Externos.

El revestimiento exterior de una edificación es mucho más que un sencillo elemento estético y decorativo, para esto existen materiales muy variados, de muchas texturas y colores que pueden encontrarse con facilidad en tiendas especializadas en acabados de exteriores. Se puede usar también pintura, si se quiere un acabado liso; o algún texturizado, que se puede encontrar con muchas figuras o de diferentes materiales como granito de diferentes colores y tamaños; puede usarse también el piedrín, la cantera, la fachaleta, el fachaladrillo, la cintilla de mármol y la piedra artificial, entre otros.

Los acabados exteriores son lo que se aplican en las fachadas, ya sea paredes, techos o pisos y entre los más comunes encontramos el ladrillo, piedrines, fachaleta, fachaladrillo mármol y teja.

Recuperado de es.scribd.com el 15 de Enero del 2014.

IMAGEN N°. 3 ACABADOS EXTERNOS



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Propia

Año: 2014.

IMAGEN N°. 4
ACABADOS EXTERNOS

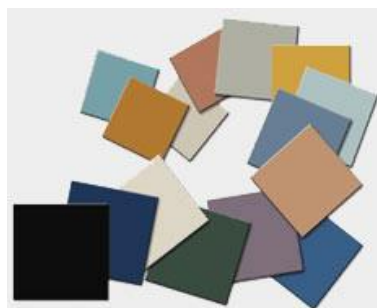


Elaborado por: La Autora.
Fuente: Propia
Año: 2014.

1.9.3 Instalación de Revestimientos de Cerámica y Minerales.

Es un mortero adhesivo que sirve especialmente para pegar cerámica, fachaleta, piedrines, fachaladrillo, mármol, granito, teja, porcelanato, mosaicos, piedra artificial.

IMAGEN N°. 5
REVESTIMIENTOS DE CERÁMICA Y MINERALES



Elaborado por: La Autora.
Fuente: www.intaco.com
Año: 2014.

1.10 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN.

La ciudad de Tulcán es el lugar seleccionado para la implementación de una sucursal de INTACO, por lo tanto el análisis se hará en base a la Población Económicamente Activa (PEA) de la ciudad, según el INEC censo de población 2010 corresponde a 68.506 habitantes, de los cuales 24.104 son Mujeres y 44.402 son hombres.

1.11 DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE LA INVESTIGACIÓN.

1.11.1 Información Primaria.

Para sustentar la creación de la Sucursal se utilizará como metodología de investigación la encuesta a los compradores de instalación de revestimientos cerámicos y minerales en acabados de la construcción y entrevista dirigida al presidente del Colegio de Ingenieros del Carchi y Arquitectos respectivamente.

1.11.2 Encuesta.

La encuesta estará dirigida a consumidores de productos de instalación de revestimientos cerámicos y minerales en acabados de la construcción como dueños de ferreterías y personas que conforman la PEA de Tulcán.

1.11.3 Entrevista.

Para conocer el crecimiento de la construcción en cuanto a infraestructura de vivienda y otras edificaciones, es importante conocer la opinión de expertos mediante entrevista realizada al Presidente de Ingenieros Civiles y Colegio de Arquitectos residentes en la ciudad, que utilizan materiales para instalar revestimientos de cerámicas y minerales.

1.11.4 Información Secundaria.

Para sustentar la creación de una Sucursal de Intaco Ecuador, se recurrió a información bibliográfica especializada, folletos, página web de la empresa y otras fuentes de internet.

1.12 EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN.

Con la finalidad de realizar una mejor evaluación de la información recolectada, se detalla a continuación un presupuesto de obra de una construcción de una vivienda de 256 m², en donde la vivienda tiene 4 dormitorios, 5 baños, 1 estudio, sala, comedor, cocina, despensa y cuarto de máquinas.

TABLA N°. 9
PRESUPUESTO DE UNA VIVIENDA DE 256 M² DE CONSTRUCCIÓN

No	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD
1	Limpieza de terreno	m ²	150.00
2	Replanteo del proyecto	m ²	112.00
3	Excavación de pintos y cimientos	m ³	36.50
4	Re plantillo bajo cimientos	m ²	23.70
5	Hormigón simple en cadenas	m ³	3.50
6	Hormigón ciclópeo en cimientos	m ³	11.00
7	hormigón simple en plintos	m ³	7.00
8	Hormigón simple en columnas	m ³	7.65
9	hormigón simple en vigas	m ³	1.35
10	Relleno Compactado	m ³	13.10
11	Acero de Refuerzo	Kg	5,060.00
12	Malla electro soldada	m ²	49.00
13	Losa de Hormigón de 20m	m ²	199.00
14	Hormigón en grada	m ²	5.70
15	Hormigón en loseta	m ²	49.00
16	Contrapiso de Hormigón	m ²	112.20
17	Masilla do de pisos	m ²	366.00
18	Mampostería de Ladrillo	m ²	265.00
19	Enlucido vertical paleteado	m ²	451.00
20	Enlucido horizontal paleteado	m ²	248.00
21	Punto sanitario en PVC	Pto	35.00
22	Puntos de agua potable empotrado	Pto	25.00
23	Punto eléctrico empotrado	Pto	76.00
24	Ventanas	m ²	46.40
25	Puertas	m ²	34.60

N°	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD
26	Cerraduras	U	16.00
27	Estucado de techos y paredes	m ²	600.00
28	Pintura de caucho interior y exterior	m ²	600.00
29	Entechado con teja vidriada	m ²	79
30	Cerámica en paredes de baños y cocina	m ²	89
31	cerámica en pisos de planta baja y baños	m ²	126
32	cerámica en pisos de planta baja alta y grada	m ²	98
33	Mesón de Cocina	MI	6,8
34	cerámica Fachada Principal	m ²	34,5
35	cerámica vereda	m ²	28
36	Total cerámica y Teja	m ²	461,3
	Bondex	U	154

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Presupuestos Arq. Ramiro Espinoza

Año: 2014.

Luego de analizar el presupuesto de obra, se puede observar que los acabados en revestimientos de cerámica y minerales de una construcción de 256 m² representan el 80% más de los metros de construcción, es decir en cerámica se va utilizar total de 461,30m² el pegamento para su instalación va ser de 154 sacos de Bondex.

TABLA N°. 10
PRESUPUESTO DE REVESTIMIENTO DE CERAMICA Y BONDEX DE UNA
VIVIENDA DE 256 M2.

No	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD
1	Entechado con teja vidriada	m ²	79
2	Cerámica en paredes de baños y cocina	m ²	89
3	cerámica en pisos de planta baja y baños	m ²	126
4	cerámica en pisos de planta baja alta y grada	m ²	98
5	Mesón de Cocina	ml	6,8
6	cerámica Fachada Principal	m ²	34,5
7	cerámica vereda	m ²	28
	Total cerámica y Teja	m ²	461,3
8	Bondex	U	154

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Presupuestos Arq. Ramiro Espinoza

Año: 2014.

Por lo tanto si tomamos como referencia el presupuesto antes mencionado y relacionamos los metros de construcción del año 2013 como base son 215.105 m², se relaciona los metros de revestimientos de cerámica y minerales, representa el 80% más de los metros construidos es decir son 387.189m² de cerámica, para ello se utilizó 129.063 sacos de Bondex, el crecimiento es del 49% en relación al año anterior, esto se debe a los diferentes tipos de viviendas o residencias para una o dos familias que tienen más habitaciones y son más espaciales, de acuerdo a la entrevista realizada a los expertos, la construcción ha crecido en un 11% en el año 2013, cabe indicar que no todas las construcciones de ampliación y remodelación se realizan con permisos de los diferentes Municipios.

En todas las construcciones sean estas residenciales, no residenciales, en viviendas del MIDUVI utilizan un pegamento especial para la instalación de revestimientos de cerámica y minerales, según encuestas realizadas al Presidente del Colegio de Arquitectos e Ingenieros de la ciudad del Carchi.

1.13 CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ AOR.

Es una metodología de análisis interno que las organizaciones empresariales realizan con la finalidad de conocer las oportunidades, riesgos internos, así como los aliados y oponentes externos que se debe tener presente.

Cuyas siglas se describen:

A Aliados.

O Oportunidades

O Oponentes.

R Riesgo

TABLA N° 11
MATRIZ AOOD

ALIADOS	OPONENTES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Zona apropiada para crear una Sucursal. 2. Conocimiento del mercado en la ciudad de Tulcán. 3. Aceptación del producto por parte de los distribuidores, maestros y profesionales. 4. Crecimiento de la construcción en viviendas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desconocimiento de revestimientos de cerámica y minerales de alta calidad por parte de Profesionales y Maestros. 2. Carencia de vehículo para entrega puerta a puerta a clientes. 3. Fomentar el hábito de que cliente retire en la Sucursal Intaco Tulcán. 4. Presión y capacitación a trabajadores.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Libre entrada y salida a la frontera. 2. Incrementar el nivel de participación en el mercado. 3. Captar clientes de la competencia 4. Financiamiento por parte de entidades financieras para la construcción de viviendas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Posicionamiento de otras marcas que ofrecen pegamentos de cerámica. 2. Contratación de trabajadores con poca experiencia en la zona. 3. Prohibición de comercialización en la zona fronteriza. 4. Competencia desleal.

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Propia.

Año: 2014.

1.14 CRUCES ESTRATEGICOS: AR, AO, OR, OO.

ESTRATEGIA AR.

Con la experiencia que se tiene en el giro del negocio se pueden establecer estrategias para enfrentar el ingreso de otras marcas.

ESTRATEGIA AO.

Con el conocimiento del mercado, se puede captar más clientes al contar con el producto ya en la zona, a través de capacitaciones, descuentos e incentivos.

ESTRATEGIA OR.

Al contar con el financiamiento y respaldo de la Matriz INTACO Guayaquil, se podrá realizar capacitaciones a empleados.

ESTRATEGIA OO.

AL contar con distribuidores y consumidores individuales que compran pegamentos para cerámica a INTACO Ecuador se hará más fácil el fomentarles la costumbre de cliente retira.

1.15 OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN.

- La ciudad de Tulcán es una zona apropiada para crear una Sucursal de Intaco Ecuador, que servirá como una bodega de abastecimiento para toda la zona del Carchi y poder ganar mercado con nuestro vecino país, al estar cerca con la frontera.
- Desde hace 13 años se mantiene buenas relaciones comerciales con 30 Ferreterías de la zona, por lo tanto ya se tiene conocimiento del mercado y se ha logrado posesionar el producto.
- Los pegamentos para las instalaciones de cerámica y minerales Bondex tienen una buena aceptación en el mercado por parte de los Distribuidores de Intaco Ecuador, de igual manera de los maestros y profesionales en la rama de la construcción.

- En los últimos años el sector de la construcción ha venido creciendo considerablemente, de acuerdo al análisis realizado mediante las encuestas y entrevistas realizadas, las construcciones residenciales de una o dos familias y las viviendas mixtas han tenido un mayor crecimiento por la facilidad de financiamiento que al momento están otorgando las Instituciones Financieras; esto representa una gran oportunidad para la creación del proyecto.
- Además al estar Tulcán cerca de la zona fronteriza, todos los días se puede observar la cantidad de personas del vecino país que entran y salen con productos de nuestro país, como víveres, cemento, Bondex, material de ferretería, ya que estos productos son encontrados en Tulcán a un menor precio por el cambio, es una oportunidad para ganar nuevos nichos de mercado.
- Con la apertura de la Sucursal en la ciudad de Tulcán se tiene oportunidad de incrementar la participación en el mercado, captando nuevos clientes y a la vez ganar a los consumidores de la competencia.
- El contar con el respaldo y financiamiento de la Matriz de Intaco Ecuador es una gran oportunidad para seguir con el proyecto, porque así se ganara una mayor cobertura a nivel nacional, y los productos que la Empresa ofrece al mercado ocuparan mayor territorio a través de sus productos estrella los diferentes tipos de pegamentos de cerámica y minerales Bondex.

CAPÍTULO II

BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS.

2.1 Empresa.

2.1.1 Concepto.

GIL, María.(2013: 31.) Afirma: “La empresa desde una perspectiva integral que la estudia como una unidad donde se mezclan no sólo fenómenos económicos, sino también otros subsistemas económico – sociales más amplios. Con esta interpretación se quiere destacar el hecho de que la empresa es un sistema social, o sea, un fenómeno de la sociedad.”

LLINARES,Carmén,MONTAÑANA,Antoni NAVARRO,Elena.(2009:181) Afirma: “Es un conjunto de factores humanos materiales, financieros y técnicos organizados e impulsados por la dirección, que trata de alcanzar unos objetivos acordes con la finalidad asignada de forma previa”.

A criterio personal una Empresa en una organización pública o privada que se encuentra compuesta por capital y trabajo, conformada por personas con diferentes capacidades físicas e intelectuales, que se dedica a brindar bienes y/o servicios a la sociedad con la finalidad de satisfacer una necesidad o deseo del mercado con la intención de lucrar o no.

2.3 Objetivos.

AMARU, Antonio.(2009: 14.) Afirma: “Las organizaciones que producen utilidades quieren medir su eficacia y su eficiencia. Las razones de la rentabilidad cumplen con este propósito”.

RODRIGUEZ, Joaquín.(2010:41.) Afirma: “Los objetivos de una empresa deben fijarse para determinar el rumbo de la misma y acercar los planes de acción a la realidad. En los objetivos, los deseos del propietario se convierten en metas y compromisos específicos, claros y ubicados en función del factor del tiempo.

Si las empresas carecieran de objetivos no tendrían un propósito y serían caóticas”.

Toda empresa debe tener un objetivo, una meta clara hasta donde llegar, lograr alcanza una estabilidad económica para así mantenerse en el mercado, los objetivos según el tipo de la empresa deben ser generales, por unidad de negocio y por departamentos.

2.4 Importancia.

AMARU, Antonio. (2009: 105.) Afirma: “La importancia de la empresa radica en que estas son el principal atractivo de la economía sobre la cual se basa el desarrollo de una sociedad, es decir, para que un país permita el desarrollo económico y social de sus habitantes debe contar con el aporte de las empresas, para lograr un beneficio y desarrollo mutuo.”

Las empresas son la fuente de empleo, son la base para la economía familiar, la libertad de intercambiar bienes y servicios, son el impulso a una nueva cultura laboral, con las empresas la sociedad puede mejorar las condiciones de vida, es decir la economía depende de las empresas y sobre todo de sus trabajadores.

2.5 Administración.

2.5.1 Concepto.

GIL, María.(2013:60.) Afirma:“ La administración consiste en dirigir los recursos materiales y las personas hacia los objetivos comunes de las organizaciones; por lo tanto, la administración diseña un ambiente de trabajo para poder alcanzar de forma eficiente los objetivos seleccionados”

De acuerdo a mi criterio, la administración es una técnica que permite organizar, planificar las actividades de una empresa mediante procesos definidos para obtener logros concretos en un tiempo determinado, por lo tanto la Administración persigue la satisfacción de los objetivos planteados por medio de una estructura y a través del esfuerzo del talento humano.

2.5.2 Importancia.

A criterio personal, la importancia de la administración se basa en los siguientes aspectos:

- La administración se da donde hay una buena organización.
- El éxito de las organizaciones se debe a una excelente administración en todos los departamentos.
- Las empresas en la actualidad emplean el mejoramiento continuo y capacitaciones a sus trabajadores.
- Se mejora la administración cuando realizan alianzas estratégicas con otras empresas de características similares.

Por lo tanto la empresa sea pequeña o grande, para lograr un crecimiento constante, depende de una buena administración, otras más modernas trabajan bajo presupuestos y resultados para lograr eficiencia en sus procesos.

2.5.3 Construcción.

ZANNI, Enríque.(2008:25.) Afirma: “Es la ciencia que se dedica a estudiar los problemas o enfermedades que surgen en los edificios después de construidos. No obstante, esto no significa que la misma no pueda tener un fin netamente preventivo, sino que por lo contrario, creemos imprescindible lograr el conocimiento pleno de los materiales de construcción como así también de los distintos procedimientos constructivos, como único camino viable para evitar desde el diseño la creación de situaciones que alienten la aparición de lesiones edilicias.

Es la especialidad dentro de la Tecnología, que estudia las alteraciones que se producen en el estado ideal de equilibrio, de funcionamiento o de servicio de un edificio”.

A mi criterio personal la construcción es el arte de construir, edificar, fabricar o desarrolla, mediante un proceso debidamente planificado, ordenado, para la elaboración de una vivienda, un edificio o conjuntos habitacionales, con la finalidad de brindar seguridad y confort.

2.5.4 Acabados de la Construcción.

“Se denomina acabados de construcción a todos aquellos trabajos que se realizan en una construcción para darle terminación a los detalles de la misma quedando ésta con un aspecto estético y habitable, algunos acabados en una construcción serían los pisos, ventanas, puertas, pintura y enyesado paredes.

Se conoce como acabados, revestimientos o recubrimientos a todos aquellos que se colocan sobre una superficie de obra negra o exteriores o en huecos y vanos de una construcción.”

Recuperado: www.arquigrafico.com el de 20 de Enero del 2014.

Los acabados de construcción son todos los trabajos, detalles que se dan en una construcción después de la obra negra, con la finalidad de darle un aspecto habitable y a su vez de elegancia y confort.

2.5.5 Clasificación de los tipos de acabados.

“Existen diferentes tipos de acabados y recubrimientos, los hay elegantes, sencillos, rústicos, coloridos, brillantes, lisos, rugosos y para todos los gustos. Los materiales varían según el tipo de acabado que se desee, pero los más empleados son: barro y cemento (tejas), mármol y cuarzo (incrustaciones), piedra artificial (acabado rústico), pastas acrílicas (texturizados), pinturas de diferentes colores.”

Recuperado: www.arquigrafico.com el de 20 de Enero del 2014.

2.5.6 Revestimiento de Interiores.

Los revestimientos interiores cumplen la doble función de proteger a los muros, cielos rasos y pisos, y por otro lado de impregnar de estilo los espacios. El revestimiento es, finalmente, el encargado de dotar de atmósfera a los ambientes y diferenciarlos.

En este sentido, la decisión del revestimiento de las paredes interiores es esencial tanto si se quiere conservar la estética del producto utilizado o recubrirlo con algún material, en la misma línea, los revestimientos para cocinas y baños, buscan solucionar el problema de la humedad y protección de la estructura.

Recuperado: www.archdaily.mx el 20 de Enero del 2014.

2.5.7 Revestimiento de Exteriores.

“El revestimiento exterior de una edificación es mucho más que un sencillo elemento estético y decorativo. Deberá también, como la piel de un cuerpo, proteger la estructura y el interior del hogar, al mismo tiempo que permita su respiración. Para esto existen materiales muy variados, de muchas texturas y colores que pueden encontrarse con facilidad en tiendas especializadas en acabados exteriores. Se puede usar también pintura, si se quiere un acabado liso; o algún texturizado, que se puede encontrar con muchas figuras o de diferentes materiales como granito de diferentes colores y tamaños; puede usarse también el piedrín, la cantera, la fachaleta, el fachaladrillo, la cintilla de mármol y la piedra artificial, entre otros.”

Recuperado:<http://es.scribd.com/doc/105956565/Definicion-de-acabados-de-construccion>. El 20 de Enero del 2014.

2.5.8 Cubierta.

Al igual que el revestimiento exterior, la cubierta tiene dos finalidades: proteger y embellecer. En las residencias, principalmente en climas tropicales, se usa la teja de cerámica convencional debidamente protegida. Sin embargo, existen alternativas agradables estéticamente y

mucho más eficaces por la protección conferida, por la durabilidad, por la ausencia de manutención y por el bajo peso y facilidad de aplicación.

Recuperado:<http://es.scribd.com/doc/105956565/Definicion-de-acabados-de-construccion>. El 20 de Enero del 2014.

2.5.9 Concepto de cerámica.

Baldosas cerámicas. Placas de poco grosor de arcilla y/u otras materias primas, generalmente utilizadas como revestimientos de pisos y paredes, usualmente moldeadas por extracción o prensado a temperatura ambiente pero también pueden ser moldeadas por otros procesos, seguidamente son secadas y posteriormente cocidas a suficiente temperatura para que se desarrollen las propiedades requeridas; las baldosas puede ser esmaltadas o no esmaltadas y son incombustibles e inalterables por la luz.

- Esmalte. Cubierta vitrificada que es impermeable.
- Superficie englobada. Cubierta a base de arcilla con un acabado mate que puede ser permeable o impermeable.
- Superficie pulida. Superficie de una baldosa no esmaltada a la cual se le ha dado un acabado brillante por pulido mecánico como la última etapa de fabricación.
- Baldosa extraída Baldosas cuyo cuerpo es moldeado en estado plástico en un extrusor, la columna obtenida se corta en baldosas de dimensiones predeterminadas.
- Baldosas prensadas en seco baldosas formadas por un cuerpo de una mezcla perfectamente molida y moldeada en moldes a alta presión.

Recuperado: www.inen.gob.ec Instituto Ecuatoriano de Normalización – INEN;

Para los efectos de esta norma, se adoptan las definiciones contempladas en la Norma ISO 1006 y las que a continuación se detallan: el 22 de Enero del 2014.

Clasificación.

Las baldosas cerámicas se dividen en grupos de acuerdo a su método de fabricación y su absorción de agua.

Grupos según la absorción de agua, hay tres grupos según la absorción de agua que son los siguientes:

1. Baldosas con baja absorción de agua (Grupo I), $E \leq 3\%$. Además el grupo I está dividido para las baldosas prensadas en seco como sigue:

a) $E < 0,5\%$

b) $0,5\% < E < 3\%$

2. Baldosas con mediana absorción de agua $3\% < E \leq 10\%$.

a) $3\% < E \leq 6\%$

b) $6\% < E \leq 10\%$

3. Baldosas con alta absorción de agua, $E > 10\%$

Clase 1 Para cubrir pisos en áreas en las que se camina esencialmente con suelas de zapato suaves o pies desnudos sin basura que raspe (por ejemplo baños residenciales y dormitorios sin acceso directo desde el exterior).

Clase 2 Para cubrir pisos en áreas en las que se camina vistiendo zapatos de suela suave o normal con, a lo sumo, ocasionales cantidades pequeñas de polvo que raye (por ejemplo habitaciones en áreas de vivienda de hogares pero con la excepción de cocinas, entradas, y otras habitaciones que pueden tener una gran cantidad de tráfico). Esto no es aplicable a calzado fuera de lo normal; por ejemplo botas con clavos de herradura.

Clase 3 Para cubrir pisos en áreas que, con calzado normal, son caminadas más a menudo con pequeñas cantidades de polvo que raye (por ejemplo cocinas residenciales, salones, corredores, balcones, logias y terrazas). Esto no es aplicable a calzado fuera de lo normal; por ejemplo botas con clavos de herradura.

Clase 4 Para cubrir pisos que están sujetos a un tráfico regular de caminado con algo de tierra que raye, así que las condiciones son más severas que en la Clase 3 (por ejemplo entradas, cocinas comerciales, hotel, salas de exhibición y salsas de venta).

Clase 5 Para cubrir pisos que están sujetos a un tráfico pedestre severo además períodos prolongados con algo de polvo que raya, así que las condiciones son más severas a causa de lo cual las baldosas esmaltadas para pisos pueden ser apropiadas (por ejemplo áreas públicas tales como centros comerciales, afluencia a aeropuertos, vestíbulos de hoteles, caminos públicos y aplicaciones industriales).

Recuperado: www.inen.gob.ec Instituto Ecuatoriano de Normalización – INEN; Para los efectos de esta norma, se adoptan las definiciones contempladas en la Norma ISO 1006 y las que a continuación se detallan: el 22 de Enero del 2014.

2.5.10 ASPECTOS CONCEPTUALES DE MERCADO.

2.5.10.1 Estudio de Mercado.

PHILIP, Kotler.(2008:127.) Afirma: “Es la información que se usa para identificar 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”.

JÁCOME, Walter.(2005: 99.) Afirma: “El estudio de mercado en un proyecto constituye uno de los elementos más importantes dentro de la pre factibilidad del mismo, porque permite avizorar en forma prospectiva la aceptación o no del producto o servicio que se va a ofertar en el mercado y que es el motivo del proyecto”.

Es un lugar físico en donde se realizan actividades de comprar y vender productos y en algunos casos servicios, para lograr esto se necesita hacer

un estudio de mercado en que permita saber la posibilidad de realizar las ventas o servicios, antes de emprender un negocio o una actividad.

2.5.11 Mercado.

ARAUJO, David.(2009:26.) Afirma: “Se entiende por mercado el conjunto de demandantes y oferentes que se interrelacionan para el intercambio de un bien o servicio en un área determinada. Esa concurrencia puede ser de forma directa o indirecta. Por esta razón es importante detectar las formas que pueden caracterizar al mercado en el que se pretende desarrollar el proyecto”.

MURCIA, Jairo.(2009:420.) Afirma: “El mercado es el área en la cual convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer un precio único y, por lo tanto, la cantidad de las transacciones que se vayan a realizar.”

El mercado es un lugar físico o virtual en donde se realizan transacciones e intercambios de bienes o servicios entre compradores y vendedores, para compartir un determinada necesidad o deseo de comprar, a través de mecanismos de la oferta y la demanda

2.5.12. Mercado Meta.

PHILIP, Kotler. (2009: 99.) Afirma: “El significado de Mercado Meta se relaciona con las necesidades que tienen las empresas de seleccionar de un segmento de mercado, la población o grupo de consumidores a los cuales se quiere llegar; al Mercado Meta también se le conoce como Mercado objetivo o Target”.

El mercado meta tiene como objetivo lograr el posicionamiento de consumidores con las mismas actitudes, necesidades y gustos, así como las necesidades que se va a cubrir, por lo tanto es el sector de la población al que está dirigido un bien o un servicio.

2.5.13 Demanda.

MURCIA,Jairo. (2009:45.) Afirma: “El concepto de la demanda está íntimamente ligado al concepto de necesidad, deseo y poder de compra. Un determinado usuario potencial puede querer o necesitar un bien o un servicio, pero sólo el poder de compra que tenga determinará la demanda de ese bien o servicio. Entonces, la demanda de un bien depende de las siguientes variables, el tamaño del mercado, los gustos y la lealtad de marca del consumidor, la existencia de sustitutos, y la demanda derivada, entre otros.”

A mi criterio la demanda es el bien o servicio que las personas necesitamos adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con la finalidad de satisfacer las necesidades particulares.

2.5.14 Demanda Insatisfecha.

ESCUADERO,María. (2013:39.) Afirma: La demanda insatisfecha se produce cuando el cliente no ha podido adquirir el producto o servicio o, si lo ha comprado, no se encuentra satisfecho con él.

Las situaciones de una demanda insatisfecha pueden ser por varias razones, como:

- El Precio no corresponde al esperado por el cliente. Se produce cuando el fabricante o el establecimiento han marcado el artículo con un precio de venta no asequible a la mayoría de consumidores.
- La rotura de stocks, es decir, no hay suficientes existencias para atender la demanda de los clientes. Esta situación se origina cuando el ritmo de producción es inferior a la demanda.
- La disponibilidad de espacio, es una situación que, generalmente, se dan en todos los niveles (el fabricante, distribuidor o punto de venta) cuando se trabaja con el sistema Just in Time y no se cumplen los plazos de entrega o reaprovisionamiento.

- La ubicación inadecuada, cuando el artículo no está visible o en su lugar habitual; por ejemplo cuando se produce la entrada de un producto en el almacén y no se refleja correctamente en el sistema informático, después no hay forma de encontrarlo en el momento de preparar un pedido.

A mi criterio personal la demanda insatisfecha es aquella demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que puede ser cubierta en un tiempo determinado de un bien o un servicio, en otras palabras existe demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta, en el mercado se denomina demanda insatisfecha cuando los bienes que las empresas proveen no son suficientes para atender las demandas de los clientes.

2.5.15 Oferta.

MURCIA, Jairo.(2009: 45.) Afirma: “La oferta hace referencia a la cantidad de unidades de un producto que las empresas manufactureras o prestadoras de servicio estarían dispuestas a intercambiar a un precio determinado; para una demanda dada habrá una oferta determinada. Entonces para realizar ofertas de valor, es importante entender los mercados y sus necesidades.”

ARAUJO, David.(2009: 36.) Afirma: “La oferta es el importe del volumen de bienes y servicios que los productores actuales colocan en el mercado para ser vendido, o sea, es la cuantificación de los productos, en unidades y dinero, que actualmente las empresas que constituyan la competencia están vendiendo en el mercado en estudio”.

La oferta es la cantidad de productos y/o servicios que los diferentes vendedores o empresas venden en el mercado a un precio y en un período determinado, con la finalidad de cubrir las necesidades y deseos de la sociedad.

2.5.16 Comercialización.

MURCIA, Jairo. (2009:56.) Afirma: La comercialización es lo relativo al movimiento de bienes y servicios entre productores y usuarios.

Una estrategia de comercialización adecuada debe comprender los siguientes aspectos del mercado:

- Fijación de precios.

- Medidas de promoción, incluidos organización de ventas, canales de distribución, comisiones y descuentos, así como el costo de la distribución.

A mi criterio la comercialización es un conjunto de actividades, para desarrollar las ventas de un bien o un servicio desde el productor o fabricante al consumidor, para eso se necesita primeramente realizar un estudio de mercado para saber las necesidades del mismo.

2.5.17 Canales de Comercialización.

MURCIA, Jairo. (2009: 56.) Afirma: Se pueden definir en tres grupos:

- Representantes o agentes. No son dueños de los productos que distribuyen. Ofrecen sus servicios a los productores, por lo cual reciben un pago o una comisión.

- Mayoristas. Son comerciantes que compran los productos y los venden a los minoristas, a los consumidores industriales e institucionales y, en escasas oportunidades, al consumidor doméstico.

- Minoristas. Son comerciantes dedicados a vender los productos al consumidor doméstico final.

Los canales de distribución son aquellos que conduce directamente al consumidor final, está constituido por una serie de empresas y/o personas que facilitan la circulación del producto bien elaborado hasta llegar al

comprador, los canales de distribución se dan a través de mayoristas o minoristas, con la misma finalidad llegar al consumidor.

2.5.18. Mezcla de Marketing.

La mezcla de marketing hace referencia a las 4pes del marketing: producto, plaza, precio y promoción, elementos sobre los cuales se concentra todo el esfuerzo de marketing.

2.5.18.1 Producto.

MURCIA,Jairo.(2009:86.) Afirma: “ Un producto puede ser definido desde muchos puntos de vista; es así como para producción, producto es el resultado de la interacción entre mano de obra, maquinaria y materiales, que intervienen en un proceso que se llama transformación de lo cual puede resultar un bien o un servicio. De la misma forma y desde el punto de vista de marketing, se podría dar la siguiente definición:

Cualquier objeto que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad “.

El producto es un bien o un servicio que se va a comercializar en un determinado mercado, con la finalidad de satisfacer las necesidades del consumidor final, por lo tanto el producto no es sólo material, sino puede ser un bien tangible, un servicio, una idea, una organización, una información o una propiedad, con la finalidad de llegar al consumidor final.

2.5.18.2 Plaza.

MURCIA,Jairo.(2009:92.) Afirma: “La segunda P de la mezcla de marketing se debe considerar desde dos perspectivas diferentes, que son los canales de distribución (dónde serán colocados los productos), y la logística o distribución física (cómo serán colocados)”.

Se puede definir como plaza al lugar o sitio que se hará llegar el producto o el servicio, la cual debe estar en un punto estratégico para llegar fácilmente al consumidor final y a clientes potenciales.

2.5.18.3 Precio.

MURCIA,Jairo.(2009: 101.) Afirma: De los elementos de la estrategia comercial, el precio de venta es el más importante, ya que con él serán definidos los futuros ingresos del proyecto, lo que conlleva a variaciones en el flujo de los ingresos y, por ende, en el flujo de caja. Para la definición del precio de venta se deben considerar variables que influyen en el comportamiento del mercado tales como:

- La demanda asociada a diferentes niveles de precio.
- Los precios de la competencia para productos iguales o sustitutos.
- Los Costos.
- La utilidad esperada.

El precio en el mercado es la clave principal para tener éxito en un negocio o proyecto a desarrollar, este nos ayudará a ganar clientes y poder competir, a la vez el precio es lo que produce a una empresa un sano equilibrio, que permite la aceptación del mercado y por otra, una determinada utilidad o beneficio para las empresas.

2.5.18.4 Promoción.

MURCIA,Jairo.(2009: 101.) Afirma: “Hoy en día este concepto se conoce con el nombre de Comunicaciones integradas de marketing CIM, que ha tomado gran relevancia como resultado de pasar del concepto de marketing masivo al concepto de marketing segmentado y especializado, de modo que ya no solo es la publicidad masiva en radio, prensa y televisión la que supone comunicación con los mercados sino otros

elementos que día a día toman mayor importancia y muestran tendencias más claras de consolidación. “

La promoción es comunicar, informar, persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales, los programas promocionales más efectivos son aquellos que se ajustan a toda estrategia promotora y se consideran como un elemento de habilidad, para lograr vender sea un bien o un servicio.

2.6 ASPECTOS TÉCNICOS.

2.6.1 Estudio Técnico.

MIRANDA, Juan.(2006: 118.) Afirma: El estudio técnico además, se encamina a la definición de una función adecuada de producción que garantice la utilización óptima de los recursos disponibles. De aquí se desprende la identificación de procesos y del equipo, de los insumos materiales y la mano de obra directa necesarios durante la vida útil del proyecto. Vale la pena insistir que los estudios de pre inversión no son solamente un instrumento idóneo para la toma de decisiones de asignar recursos hacia un propósito determinado, sino que también especialmente en los niveles de pre y factibilidad, se constituye en un referente válido e insustituible para la gerencia durante la ejecución del proyecto, de ahí la importancia de adelantar con singular rigor esta parte del estudio, que como lo habíamos afirmado tiene especial importancia en la definición de términos de referencia para la contratación y organización de los servicios de ingeniería, la asignación de responsabilidades a los grupos involucrados en las diferentes etapas, desde luego, el diseño y valoración de los contratos y el control de sus costos y tiempos, durante el periodo de ejecución.

El Estudio Técnico es el análisis de la inversión que se va a realizar en un proyecto de un producto o servicio, determinando la cantidad necesaria de maquinaria, equipo de producción y mano de obra calificada, para llegar a realizar un proyecto de inversión en un determinado tiempo.

2.6.2 Tamaño del Proyecto.

MIRANDA, Juan.(2006: 120.) Afirma: Cabe anotar, también, que el tamaño del proyecto es preciso dimensionarlo, además de los niveles de producción por unidad de tiempo, por el número de turnos diarios, y también por el número de días de trabajo al año. Esta clarificación es bien relevante, puesto que los costos laborales, como los criterios de depreciación pueden afectar notablemente los índices de bondad o rentabilidad del proyecto.

El tamaño del proyecto se mide por la capacidad de venta de un bien o servicio, durante un período de tiempo, considerando la participación en el mercado, los niveles de ventas que se van alcanzar y la capacidad de producción.

2.6.3 Macrolocalización.

VALBUENA, Juan.(2005: 257.) Afirma: En esta primera etapa, se selecciona el área general (país, estado) en que se ubicará el proyecto, a través del análisis de sus condiciones generales tanto de infraestructura, económicas, su población, e indicadores y características económicas y sociales más importantes.

En el caso de la macrolocalización, es muy importante analizar además de los factores económicos y sociales que influyen en la realización del proyecto, el análisis de las normas legales vigentes acerca de los derechos de propiedad, contaminación ambiental y leyes laborales; así como hacer un análisis de la accesibilidad de servicios bancarios y financieros que se pudieran necesitar de manera inmediata.

La macro localización del proyecto se refiere a establecer con precisión el lugar geográfico donde se va a desarrollar el proyecto, de ser posible se debe geo referenciar, en este caso concreto la macro localización se refiere a la provincia del Carchi, Cantón Tulcán.

2.6.4 Microlocalización.

VALBUENA, Juan.(2005: 258.) Afirma: “ Define la ubicación precisa que tendrá el proyecto, en ella identificaremos claramente el lugar, medidas del terreno, domicilio, vías de acceso, etc., .esta Microlocalización, abarca también la definición de las condiciones naturales, geográficas y físicas que tiene el lugar, así como su infraestructura y disponibilidad de mano de obra para el proyecto.

Dentro de la Microlocalización se describirán las dimensiones y distribución física general de los edificios, construcciones, patios, etc., que requiere la planta.”

El microlocalización del proyecto es el sitio específico que presta condiciones particulares que permiten fácilmente establecer el lugar donde va a tener efecto el desarrollo del proyecto.

2.6.5 Inversión Inicial.

LAWRENCE, Gitman.(2005:313.) Afirma: “Aquí utilizamos el término inversión inicial para referirnos a los flujos de efectivo relevantes que se deben considerar cuando se evalúa un gasto de capital probable. Puesto que nuestra exposición sobre la preparación del presupuesto de capital se refiere sólo a inversiones que presentan flujos de efectivo convencionales, la inversión inicial ocurre en el tiempo cero- el momento en el que se efectúa el gasto. La inversión inicial se calcula restando todos los flujos positivos de efectivo que ocurren en el tiempo cero a todos los flujos negativos de efectivo que ocurren en el tiempo cero.”

La inversión inicial es el dinero que se necesita para la compra de activos fijos para las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo.

2.6.6 Capital de Trabajo.

LAWRENCE, Gitman.(2005:494.) Afirma: “Los activos circulantes, comúnmente llamados capital de trabajo, representan la porción de inversión que circula de una forma a otra en el conducto ordinario de negocios. Esta idea comprende la transición recurrente del efectivo a inventarios, a cuentas por cobrar y nuevamente a efectivo. Como sustitutos de efectivo, los valores negociables se consideran parte del capital de trabajo.”

El capital de trabajo, con su nombre lo indica es el fondo económico que utiliza la Empresa para seguir reinvertiendo y logrando utilidades para así mantener la operación corriente del negocio, es decir es el dinero que se necesita para tener en funcionamiento una empresa.

2.6.7 Capital Fijo.

SANTILLANA, (2009:35.) Afirma: “El consumo de capital fijo es la declinación, durante el curso del período contable, a valor corriente del stock de activos fijos poseídos y usados por un productor como un resultado del deterioro físico, obsolescencia normal o daño accidental normal, el capital fijo es definido en el Sistema de una manera que sea teóricamente apropiada y relevante para los propósitos del análisis económico. Su valor puede desviarse considerablemente de la depreciación como se registra en la contabilidad empresarial o como se permite para propósitos fiscales, especialmente cuando hay inflación.”

El capital fijo ofrece una seguridad mayor que el *capital variable*, pero a cambio de menor rentabilidad esperada, es parte del capital productivo, participando por completo en la producción de la mercadería, para luego transferirlo por partes al nuevo producto.

2.6.8 Capital Variable.

SERVER, Ricardo & JULIÁ, Juan.(2005: 4.) Afirma: “Son sociedades que, con capital variable y estructura y gestión democráticas asocian, en

régimen de libre adhesión y baja voluntaria, a personas que tienen interés o necesidades socioeconómicas comunes, para cuya satisfacción y al servicio de la comunidad desarrollan actividades empresariales, reputándose los resultados económicos a los socios, una vez atendidos los fondos comunitarios, en función de la actividad cooperativizada que realizan.”

Se puede mencionar que el capital variable es el dinero que se va cambiando de acuerdo a las finanzas que se realiza, según las ventas y lo que se compra, eso también incluye a las ganancias o las pérdidas.

2.6.9 Estudio Económico Financiero.

BACA, Gabriel. (2006: 120.) Afirma: “El Estudio Económico ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”.

CHAIN, Nassir & CHAIN, Reinaldo. (2008: 138.) Afirma: “El Estudio la Financiero se encarga de ordenar y sistematizar la información carácter de 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”.

Son indicadores que permite medir la rentabilidad de una inversión en un tiempo determinado en base a los resultados obtenidos de los inversionistas, ellos toman las decisiones más acertadas y arriesgan realizar cualquier emprendimiento sea de bienes y/o servicios.

2.6.10 Ingresos.

BRAVO, Mercedes. (2007: 21.) Afirma: “Es una expresión con dos acepciones completamente distintas. En primer lugar significa percepción de dinero y valores representativos de dinero como cheques y giros a la vista, y en segundo lugar se usa para identificar la utilidad o ganancia

obtenida en un periodo. La utilidad en ventas constituye el principal ingreso de la empresa comercial”.

Ingresos son los valores obtenidos por las ventas realizadas, o todas las ganancias adquiridas en un determinado tiempo, se obtiene multiplicando la cantidad del producto vendido por el precio, es decir son entradas de dinero que tienen como contrapartida una entrega de bienes o prestación de servicios.

2.6.11 Gasto.

BRAVO, Mercedes. (2008: 14.) Afirma: “Son los desembolsos que se realizan en las funciones de financiamiento, administración y ventas para cumplir con los objetivos de la empresa.”

Los gastos son los desembolsos realizados para el funcionamiento de una empresa, sean estos por gastos administrativos, ventas, arriendos, las mismas que buscarán el cumplimiento de los objetivos de las organizaciones.

2.6.12 Costo.

BRAVO, Mercedes. (2008:22.) Afirma: “El costo constituye una inversión, es recuperable, trae consigo ganancias, es un concepto que tiene vigencia en la empresa industrial”.

ZAPATA, Pedro. (2007: 9.) Afirma: “Se entiende como el valor monetario que se invierte en elementos materiales, fuerza laboral necesaria y demás insumos requeridos para la fabricación o elaboración de un producto o la prestación de un servicio.”

El costo son valores incurridos para la fabricación de un producto y es recuperable e invertible, este valor está compuesto por la materia prima,

mano de obra y los costos generados por la fabricación, los mismos que son recuperados al momento de la venta o prestación de un servicio.

2.6.13 Elementos del costo.

BRAVO, Mercedes. (2008:) Afirma: Para que un artículo sea producido o transformado,

Fórmula de Cálculo. Necesariamente debe contener los tres elementos del costo como son:

1. Materia prima directa o Materiales directos: Es el material o materiales sobre los cuales se realiza la transformación se identifican plenamente con el producto elaborado.
2. Mano de Obra Directa o Trabajo Directo: Es el salario que se paga a los trabajadores que intervienen directamente en la fabricación del producto.
3. Costos Indirectos de Fabricación:
 - a. Materia Prima Indirecta son los materiales utilizados en el proceso productivo que no se identifican plenamente con el producto, por lo tanto no son fácilmente medibles y cuantificables; requieren ser calculados de acuerdo a una base de distribución específica.
 - b. Mano de Obra Indirecta Es el sueldo o salario que se paga al personal que no interviene directamente en la fabricación del producto, pero sirve de apoyo indispensable en el proceso productivo.
 - c. Otros Costos Indirectos de fabricación Son los egresos que se realizan por concepto de servicios correspondientes a la planta, tales como: seguros, arriendos, teléfono, agua, luz.

2.6.14 Gastos Administrativos.

BRAVO, Mercedes. (2007:133.) Afirma: “Son los gastos en que incurre una empresa para su funcionamiento administrativo, organizacional y gerencial. En este rubro se asignan algunas partidas, resultado de cálculos por prorrateo, asignaciones directas o por cargos porcentuales de los diferentes tipos de gastos”.

Son los gastos que recaen en el área administrativa de una organización o empresa, como por ejemplo pago de remuneraciones, servicios básicos, suministros de oficina, viáticos, entre otros.

2.6.15 Gastos de Ventas.

BRAVO, Mercedes. (2007:191.) Afirma: “Los gastos de ventas son todos los desembolsos o pagos que se realizan en el departamento de ventas como: sueldos a vendedores, comisiones, publicidad entre otros”

Son los gastos que recaen al área de ventas, los cuales se dan por la distribución y comercialización que se realizan al momento de realizar las ventas.

2.6.16 Gastos Financieros.

BACA, Gabriel. (2006: 137.) Afirma: “Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo.”

Son los gastos que se dan por adquirir un préstamo realizado a una institución financiera para la empresa, es decir son los intereses sean estos mensuales, trimestrales o anuales.

2.6.17 Estados Financieros.

MURCIA, Jairo. (2009: 264.) Afirma: “Esto nos lleva a definir los estados financieros como medios de comunicación que utilizan las empresas para reportar los cambios económicos y financieros que experimentan en un período determinado.”

2.6.18 Estado Situación Financiera Proforma.

MURCIA, Jairo. (2009:264.) Afirma: “Estado financiero que representa, a modo de fotografía, la situación financiera de la empresa a una fecha determinada lo cual revela la situación de los activos y pasivos de una empresa. En otras palabras, presentan la situación financiera o las

condiciones de un negocio en un momento dado, según se refleja en los registros contables.”

El Estado de Situación Financiera Proforma a mi criterio es un resumen de todo lo que tiene la empresa, es en donde se puede representar la situación financiera a un tiempo determinado.

2.6.19 Estado de Resultados Integral.

Murcia, Jairo. (2009: 268.): Afirma: “El estado de resultados muestra de manera general el comportamiento del proyecto en cuanto sus ingresos y egresos “.

BRAVO, Mercedes. (2008:45.) Afirma: “Cuadros que se preparan para presentar sistemáticamente la situación económica y financiera de una empresa”.

El Estado de Resultados en un Estado Financiero en el que se muestra detalladamente y ordenadamente los resultados que se obtuvo en un ejercicio durante un tiempo determinado, con la diferenciación de los ingresos y egresos en periodo fiscal, a la vez permite determinar las utilidades gravables, los impuestos y las utilidades netas.

2.6.20 Flujo de Caja.

DUARTE, Javier & LORENZO, Alonso. (2005: 78.) Afirma: El flujo de caja es una importante herramienta para la dirección, pues ayuda a estimar las necesidades de efectivo de la empresa en diversas épocas del año.

El concepto de flujo de caja es muy sencillo: resume las entradas y las salidas de efectivo que se estiman ocurrirán en un periodo próximo comparándolas y asimilándolas al saldo inicial al próximo año.

Para presupuestar el flujo de caja es necesario proyectar las entradas y las salidas de efectivo, y las necesidades financieras, por periodos cortos que formen parte de un período mayor.

Son variaciones de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período determinado de una empresa, es la acumulación neta de activos líquidos, es un indicador importante de liquidez.

2.6.21.1 Depreciación Acumulada.

DUARTE, Javier & LORENZO, Alonso. (2005: 5.) Afirma: Es la cuenta más “rara” del Balance, pues es una cuenta que resta el valor de los activos fijos a excepción de los terrenos, que nunca se deprecian. De alguna forma, al comprar activos fijos, estamos haciendo una inversión como ya dijimos y no un gasto. Estos activos fijos se van “gastando” con el tiempo y la depreciación acumulada va reflejando el desgaste de esos activos.

Ordinariamente los activos fijos se deprecian a lo largo de varios años. Regularmente se utiliza el criterio fiscal – sin que estemos del todo de acuerdo-para decidir en cuántos años se va a gastar un activo fijo.

Es la pérdida de valor que sufre un bien de uso a través del tiempo, por el servicio que se da a la empresa o por obsolescencia, pérdida de valor por el uso de un activo fijo, deterioro que sufre los activos fijos en un determinado tiempo.

2.6.21.2 Punto de Equilibrio.

BRAVO, Mercedes. (2008) Afirma: “Se conoce con este término a determinado volumen de ventas con el cual una empresa ni gana ni pierde dinero. Este análisis es usado para computar la utilidad o pérdida aproximadamente que experimentará una empresa en algunos niveles de producción”.

Es el nivel de un negocio en el cual los ingresos igualan a los egresos y que por lo tanto no arroja ni ganancia ni pérdida .Es aquel nivel de operaciones en el que los egresos son iguales en importe a sus

correspondientes gastos y costos. Es la cifra de ventas que se requiere alcanzar para cubrir los gastos y costos de la empresa y en consecuencia no obtener ni utilidad ni pérdida.

2.6.21.3 Valor Actual Neto (VAN).

(GÓMEZ & JURADO, Madico. (2006: 84.) Afirma: El criterio del VAN es el principal, pero no único, instrumento para medir la viabilidad, rentabilidad y sensibilidad financiera del PF. Es un indicador comprendido fácilmente por inversores y financiadores. Hay otros que, junto con el VAN, complementan la información preparada sobre el proyecto elegido.

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

Es el valor actual neto, es uno de los mejores indicadores de evaluación monetaria que resulta de restar la suma de los flujos actualizados descontados a la inversión inicial. Si el resultado obtenido es positivo, es un indicador de que la inversión es viable.

2.6.21.4 Tasa Interna de Retorno TIR.

Murcia, Jairo. (2009: 311.) Afirma: “Es la tasa de descuento, actualización o equilibrio que aplicada al flujo de caja del proyecto produce un valor presente neto igual a cero. La TIR como indicador que muestra la rentabilidad del proyecto bajo el supuesto de que todos los ingresos son reinvertidos directa y automáticamente a la misma tasa.

BACA, Gabriel. (2006) Afirma: “La tasa interna de rendimiento es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.”

La TIR es la tasa que iguala el valor presente neto a cero, es conocida como la tasa de rentabilidad, producto de la inversión de los flujos netos de efectivo y se expresa en porcentaje, si el porcentaje es mayor a la tasa de descuento el proyecto es viable.

2.6.22 Relación Costo / Beneficio.

COHEN, Ernesto & FRANCO, Rolando. (2006:171.) Afirma: “Todo proyecto implica costos. Cuando los resultados y costos del proyecto pueden traducirse en unidades monetarias, su evaluación se realiza utilizando la técnica del Análisis Costo-Beneficio (ACB): compara los beneficios y los costos de un proyecto particular y los primeros exceden a los segundos entrega un elemento de juicio inicial que indica su aceptabilidad. Si, por el contrario, los costos superan a los beneficios, el proyecto debe ser en principio rechazado.”

DÍAZ, Flor. (2009) Afirma: Este indicador indica en la separación de los ingresos y los egresos del proyecto y la relación existente entre ellos. En este caso se suman todos los ingresos y los egresos del proyecto para cada periodo, re calculando sus valores presentes y se calcula la razón entre ellos.

El resultado del Beneficio / Costo se interpreta de acuerdo a los siguientes resultados:

B/C > a 1 se acepta

B/C < a 1 se rechaza

B/C = a 1 es indiferente

Fórmula de cálculo

$$BeneficioCosto = \frac{\sum IngresosActualizados}{\sum EgresosActualizados}$$

La relación costo / beneficio es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar de un proyecto, para lo cual se toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultados, y se determina los

beneficios de cada dólar que se invierte en el proyecto, si el resultado es mayor a 1 el proyecto es viable, ya que los ingresos netos son superiores a los egresos netos.

2.6.23 Periodo de Recuperación de la Inversión.

Este elemento de evaluación económica financiera, permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados, es un indicador bastante significativo.

2.6.24 Estudio Organizacional.

RODRIGUEZ, Darío. (2006: 53.) Afirma: “En general este enfoque se refiere a la organización como un todo, en que la realización de los fines en sólo una de varias importantes necesidades a las que está orientada la organización.”

2.6.25 Organigrama.

DAVIES, Gill. (2008: 19) Afirma: “Un organigrama permite la representación de las relaciones de tipo jerárquico, pero mal las relaciones de otra naturaleza, por ejemplo relaciones del tipo de cliente – proveedor. Tampoco es válido en el caso de proyectos el principio de unidad de dirección, según el cual todo colaborador de una empresa debe estar bajo las órdenes de un solo jefe.”

Figura las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competenciales dentro de una organización o empresa sea esta pública o privada.

2.6.26 Impactos.

COHEN, Ernesto & FRANCO, Rolando. (2006: 120.) Afirma: “La determinación de impacto, en cambio, exige aplicar modelos experimentales o cuasi experimentales, considerando dos momentos (antes y después) y requiere, asimismo, controlar los efectos no atribuibles al proyecto. Su propósito es establecer “efectos netos” o impactos del proyecto. “

Son efectos a mediano y largo plazo que se dan en un proyecto para la población y para el entorno, estos efectos o consecuencias pueden darse por razones deseadas o planificadas o no deseadas.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 PRESENTACIÓN.

El Estudio de Mercado se lo realizó en la zona de Tulcán, mediante la aplicación de encuestas y entrevistas con la finalidad de identificar las características del mercado existente con respecto a la utilización de pegamentos de cerámica, conocidos como revestimientos de cerámica y minerales Bondex, se realizó las encuestas a personas económicamente activa de la ciudad de Tulcán y a clientes de INTACO ECUADOR que hace 13 años ya viene teniendo relaciones comerciales, a la vez se realizó entrevistas a expertos, del Colegio de Arquitectos e Ingenieros de la ciudad de Tulcán.

Se debe considerar que el Estudio de Mercado en este proyecto es un elemento fundamental para la factibilidad del mismo, considerando que dentro de este capítulo se podrá con claridad identificar la aceptación de los productos que ya se vienen ofertando desde hace años, pero hoy con el proyecto de crear una Sucursal ayudará a cubrir toda la demanda de la zona de Tulcán, a la vez se permitirá obtener una información real de precios, la competencia, futuros clientes que existen en el mercado.

3.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.

3.2.1 OBJETIVO GENERAL.

Determinar el grado de aceptación sobre la creación de una Sucursal de INTACO ECUADOR en la ciudad de Tulcán, a través de un Estudio de Mercado que permita establecer la oferta, la demanda, los precios y comercialización de los productos.

3.2.3 OBJETIVO ESPECÍFICOS.

- Identificar la demanda actual en pegamentos de revestimientos de cerámica y minerales en acabados de la Construcción en la ciudad de Tulcán.
- Conocer la Oferta actual en pegamentos de revestimientos de cerámica y minerales en acabados de la Construcción en la zona.
- Establecer los precios en pegamentos de revestimientos de cerámica y minerales en acabados de la Construcción.
- Diseñar estrategias de comercialización en pegamentos de revestimientos de cerámica y minerales en acabados de la Construcción.

3.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS E INDICADORES.

3.3.1 Demanda.

- Tipo de Producto.
- Cantidad de compra.
- Frecuencia de compra.

3.3.2 Oferta.

- Identificar los competidores.
- Características de los competidores.
- Factores estratégicos.

3.3.3 Precios.

- Nivel del precio.
- Factores de fijación de precio.

3.3.4 Comercialización.

- Publicidad
- Promoción
- Canales de Comercialización

3.4 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN.

TABLA N°. 12
MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTE DE INFORMACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> Identificar la demanda actual en pegamentos de revestimientos de cerámica y minerales en acabados de la Construcción en la ciudad de Tulcán 	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> Tipo de Producto Cantidad de compra Frecuencia de compra 	Encuesta	<ul style="list-style-type: none"> Consumidores Distribuidores Intaco Distribuidores Intaco
<ul style="list-style-type: none"> Conocer la Oferta actual en pegamentos de revestimientos de cerámica y minerales en acabados de la Construcción en la zona. 	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> Identificar a los competidores Características de los competidores Factores estratégicos. 	<ul style="list-style-type: none"> Observación Directa Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> Distribuidores Distribuidores Intaco Distribuidores Intaco
<ul style="list-style-type: none"> Establecer los precios en pegamentos de revestimientos de cerámica y minerales en acabados de la Construcción 	Precios	<ul style="list-style-type: none"> Nivel del precio Factores de fijación de precio 	<ul style="list-style-type: none"> Observación Directa Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> Consumidores Distribuidores Intaco Competencia
<ul style="list-style-type: none"> Diseñar estrategias de comercialización en pegamentos de revestimientos de cerámica y minerales en acabados de la Construcción 	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> Publicidad Promoción Canales de Comercialización 	<ul style="list-style-type: none"> Observación Directa 	<ul style="list-style-type: none"> Competencia Distribuidores Intaco

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Propia

Año: 2014

3.5 INVESTIGACIÓN.

3.5.1 Segmentación de Mercado.

Desde el año 2001 hasta la presente fecha Intaco Ecuador tiene una clientela selecta en la ciudad de Tulcán, porque estos a su vez realizan intermediación o venta directa al consumidor final, por lo tanto se puede decir que la segmentación está definida en esta ciudad, a Arquitectos, Ingenieros, y Ferreterías.

Los factores que han permitido mantener esta segmentación de clientes permanentes han sido a través de la oferta de productos de calidad que han sido fabricados para satisfacer la demanda actual respecto a acabados en la construcción.

3.5.2 Mercado Meta.

El mercado meta al cual va dirigido los pegamentos de revestimientos de cerámica y minerales conocidos como Bondex, son en los almacenes de venta de cerámica y ferreterías de la ciudad de Tulcán, lugar que servirá para cubrir las demás ciudades del Carchi, como Julio Andrade, Huaca, San Gabriel , Bolívar y una parte de la zona fronteriza como Ipiales.

3.6 INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

La ciudad de Tulcán es el lugar seleccionado para el establecimiento de una Sucursal de Intaco Ecuador, por lo tanto el análisis del Estudio de Mercado se hará en base a la Población Económicamente Activa (PEA) de la ciudad, que según el INEC censo de población 2010 corresponde a 68.506 habitantes, de los cuales 24.104 son Mujeres y 44.402 son hombres.

3.6.1 Cálculo de la Muestra.

El cálculo de la muestra se hace en base a la Población Económicamente Activa de la ciudad de Tulcán, según el INEC censo 2010, 68.506 habitantes.

Fórmula:

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

Dónde:

N Tamaño de la población.

n Tamaño de la muestra.

E Error muestra.

Z Valor tipificado que corresponde a 1.96 doble cola.

& Desviación de la población al cuadrado o varianza 0,25 se trabaja en el centro es decir 0,5 de éxito o 0,5 de fracaso.

$$n = \frac{68506 \times 0.25 \times 1.96^2}{0.05^2(68506-1) + 0.25 \times 1.96^2}$$

$$n = 384 \text{ Personas.}$$

3.6.2 Fuentes de Información Primaria.

- **Encuesta:** Las encuestas se realizará de acuerdo al cálculo de la muestra, tomada de la población económicamente activa de la ciudad de Tulcán es decir a 384 personas.

También se realizará encuestas a 30 Distribuidores.

- **Entrevista:** Se efectuó al presidente del Colegio de Arquitectos de la Ciudad de Tulcán y al presidente del Colegio de Ingenieros de Tulcán.

Entrevista a Gerente Comercial en Ventas al Ing. Jack Martinod.

- **Observación Directa.**

Analizar cuantas Ferreterías existen en la zona de Tulcán de las cuales cuantas son ya clientes de Intaco Ecuador.

Existen 36 Ferreterías en la zona de Tulcán de las cuales 30 de las mejores Ferreterías son clientes de Intaco,

3.6.3 Tabulación y Análisis de la Investigación de Campo.

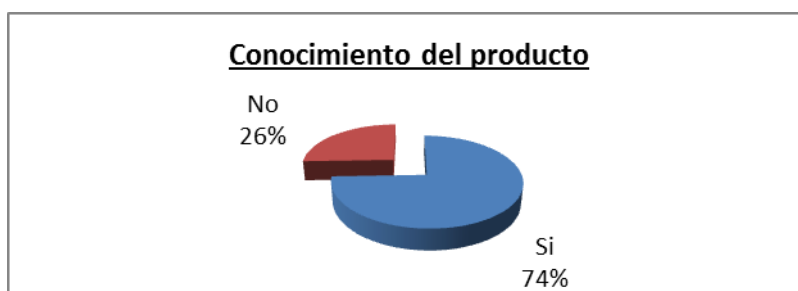
Encuesta a consumidores de Tulcán

1.- ¿ Conoce los pegamentos que se utiliza para la instalación de cerámica?

TABLA N°. 13
CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO

Alternativa	Frecuencia	%
Si	286	74
No	98	26
TOTAL...	384	100

Elaborado por: La Autora.
Fuente: Propia
Año: 2014.



Elaborado por: La Autora.
Fuente: Propia
Año: 2014

Análisis:

La mayor parte de las personas encuestadas conocen los pegamentos de cerámica que se comercializa en la zona, esto nos indica que el cemento que se utilizaba para pegar cerámica va dejando de comercializarse para ese fin, con el transcurso de tiempo la tecnología va avanzando y esos conocimientos se los transmiten a maestros y profesionales esto indica una oportunidad para llegar al porcentaje menor que todavía no lo conoce.

2.- ¿Qué materiales usa para la instalación y remodelación de revestimientos de cerámicos y minerales de su vivienda?

TABLA N°. 14

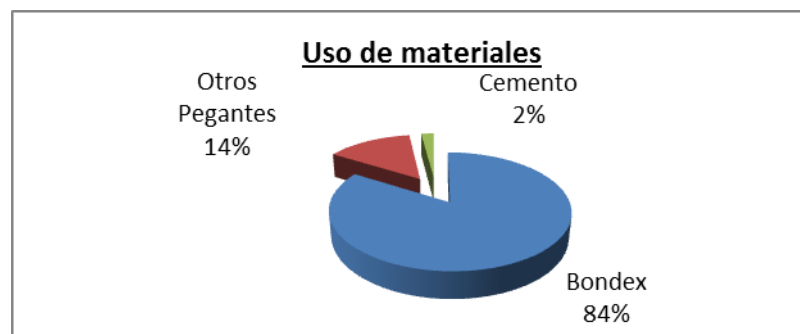
REVESTIMIENTOS DE CERÁMICA.

Alternativa	Frecuencia	%
Bondex	322	84
Otros Pegantes	54	14
Cemento	8	2
TOTAL...	384	100

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Propia

Año: 2014.



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Propia

Año: 2014.

Análisis:

La mayor parte de los encuestados utilizan para pegar cerámica Bondex, ya por recomendación del maestro o de un profesional, un porcentaje no tan representativo utilizan otros pegantes y como última alternativa todavía utilizan el cemento para zonas rurales por falta de conocimiento.

3.- ¿Los precios de los pegamentos de cerámica que ofrecen en el mercado, cómo los considera?

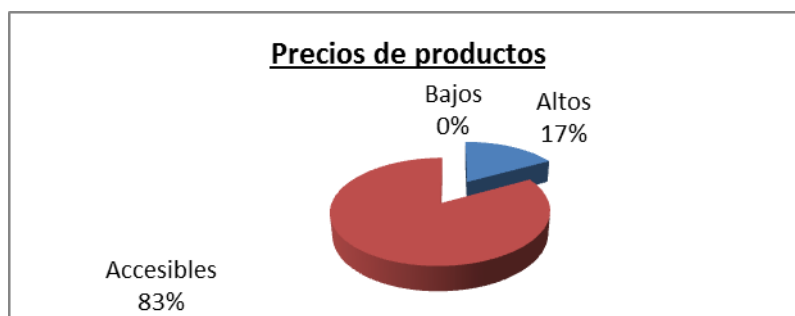
TABLA N°. 15
PRECIOS DE PEGAMENTOS DE CERÁMICA

Alternativa	Frecuencia	%
Altos	65	17
Accesibles	319	83
Bajos	0	0
TOTAL...	384	100

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Propia.

Año: 2014.



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Propia.

Año: 2014.

Análisis:

Las personas encuestadas en alguna ocasión ya utilizaron el Bondex el precio es accesible, tenemos un porcentaje menor que lo considera alto, por esa razón compran otros productos, creando la Sucursal en Tulcán se podrá llegar a toda la zona con mejores precios.

4.- ¿Cómo considera la calidad de los pegamentos que se utiliza para la instalación de cerámica?

TABLA N°. 16
CALIDAD DEL PEGAMENTOS DE CERÁMICA

Alternativa	Frecuencia	%
Excelente	320	83
Buena	64	17
Mala	0	0
TOTAL...	384	100

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Propia.

Año: 2014.



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Propia.

Año: 2014.

Análisis:

La mayoría de las personas encuestadas le consideran al Bondex de excelente calidad, por experiencias utilizadas ya sea en sus viviendas o por recomendaciones de maestros constructores y un menor número de personas lo creen como bueno, pero tampoco como malo, esto nos indica que la marca Intaco es ya conocida en la zona del Carchi.

Encuesta a 30 Distribuidores clientes de Intaco Ecuador.

1.- ¿Qué producto es más utilizado en el mercado para instalar cerámica?

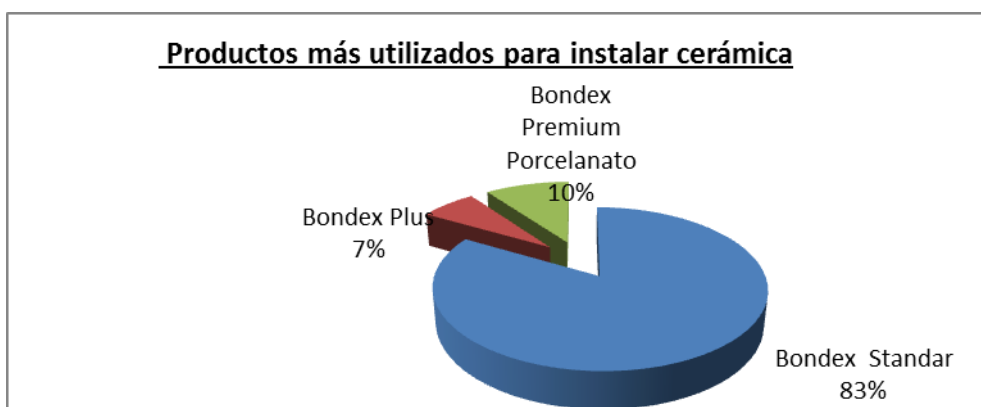
TABLA N°. 17
PRODUCTOS MÁS UTILIZADOS PARA INSTALAR CERÁMICA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Bondex Standar	25	83
Bondex Plus	2	7
Bondex Premium Porcelanato	3	10
TOTAL FERRETERIAS	30	100

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Propia.

Año: 2014.



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Propia

Año: 2014.

Análisis.

El producto más utilizado para instalar cerámica en la zona de Tulcán es el Bondex Std, por precio, en segundo lugar está el Bondex Plus que es manejado para remodelaciones de las viviendas, y para cierto sector que les gusta cerámicas exclusivas como es el porcelanato utilizan el Bondex Premium.

2.- ¿Cuántos sacos compra mensualmente en pegamentos de cerámica de Intaco?

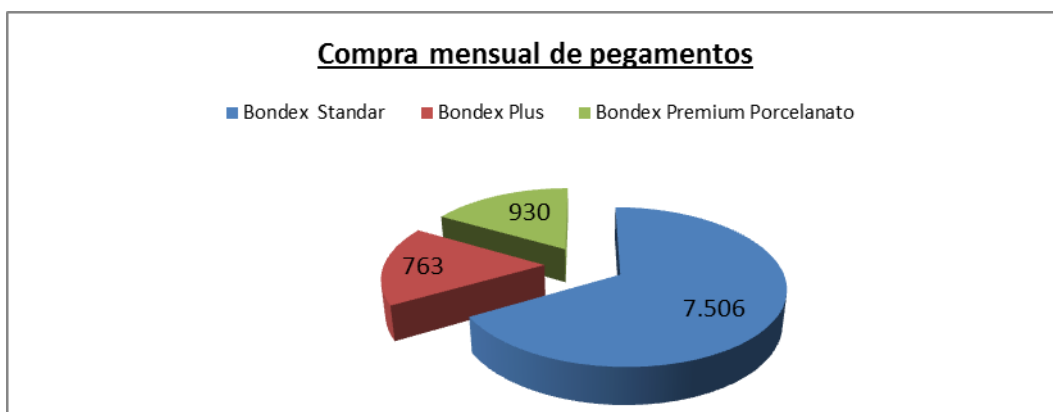
**TABLA N°. 18
COMPRA MENSUAL DE PEGAMENTOS**

ALTERNATIVA	CLIENTES	CANT. MENS EN SACOS	TOTAL SACOS AÑUAL
Bondex Standar	20	7.506	90.072
Bondex Plus	5	763	9.163
Bondex Premium Porcelanato	5	930	11.160
TOTAL FERRETERIAS	30	9.199	110.395

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Propia.

Año: 2014.



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Propia.

Año: 2014.

Análisis.

De acuerdo a las encuestas realizadas el producto de mayor rotación en todas las ferreterías y almacenes que distribuyen cerámica es el Bondex Standar, en el mismo porcentaje los otros pegamentos, como es el Bondex Premium y Bondex Plus.

3.- ¿Con qué frecuencia adquiere pegamentos de cerámica, de los diferentes tipos que Intaco Ecuador ofrece en el mercado?

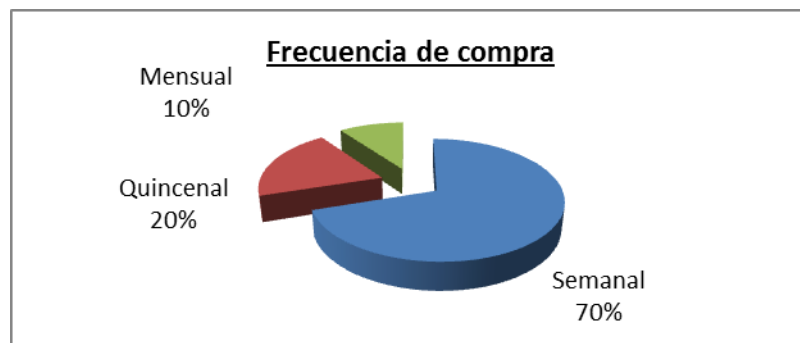
**TABLA N°. 19
FRECUENCIA DE COMPRA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Semanal	21	70%
Quincenal	6	19,5%
Mensual	3	10,5%
TOTAL	30	100%

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Propia.

Año: 2014.



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Propia.

Año: 2014.

Análisis:

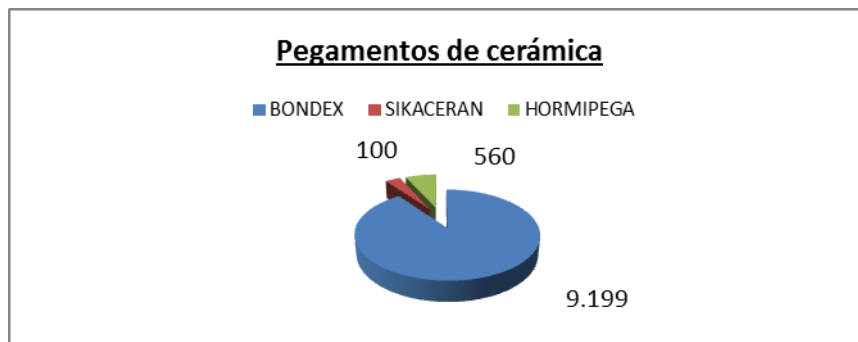
Existe un buen posicionamiento y aceptación del producto en la ciudad de Tulcán, todas las ferreterías encuestadas adquieren pegamentos para la instalación de cerámica, la mayor parte de clientes compra semanalmente, siendo esto una motivación más para la creación de la Sucursal en la ciudad norteña del país.

4.- ¿Adicionalmente adquiere otros tipos de pegamentos de cerámica que no sean de Intaco y en que montos mensuales?

**TABLA N°. 20
PEGAMENTOS DE CERÁMICA**

PRODUCTO	FRECUENCIA	%	MONTO	P.ANUAL
BONDEX	27	90	9.199	
SIKACERAN	1	3	100	1200
HORMIPEGA	2	7	560	6720
CEMENTO	0			
TOTAL	30	100%		

Elaborado por: La Autora.
Fuente: Propia.
Año: 2014.



Elaborado por: La Autora.
Fuente: Propia.
Año: 2014.

Análisis

Existe un buen posicionamiento y aceptación del producto en la ciudad de Tulcán, el 90% de las ferreterías encuestadas adquieren pegamentos para cerámica de Intaco Ecuador, el 7% compra Hormipega, una marca relativamente nueva en el sector y por último tenemos a Sika una empresa muy conocida nacionalmente, los Distribuidores encuestados indican que el cemento lo venden para otro uso mas no para pegar cerámica.

5.- ¿Los productos de Sika, Hormipega y el cemento que características tienen y al momento de adquirirlos que tipo de crédito le ofrece los oferentes?

**TABLA N°. 21
CARACTERÍSTICAS DE PEGAMENTOS**

PRODUCTOS	SACOS	CREDITO
BONDEX	25 Kg	Contado
SIKACERAN	25 Kg	30 y 60
HORMIPEGA	25 Kg	30 y 90
CEMENTO	50 kg	Contado

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Propia.

Año: 2014

Análisis:

Los pegamentos de cerámicas de las diferentes marcas que se oferta en la ciudad de Tulcán, tienen las mismas características con relación al tamaño de saco que son de 25 Kg, la diferencia se da en el tipo de crédito que cada uno de los oferentes da a sus Distribuidores, y en lo que respecta al cemento sus compras siempre son de contado.

6.- ¿Cree que los precios de los oferentes de pegamentos para la instalación de cerámica son razonables y accesibles?

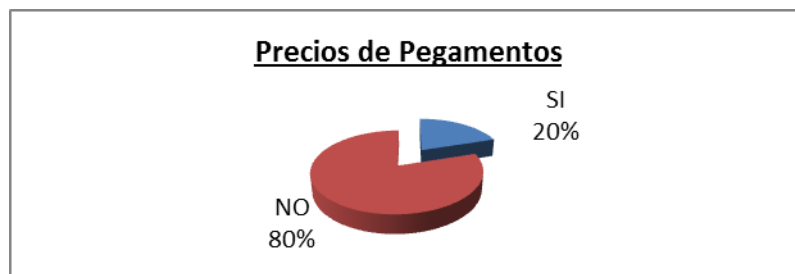
**TABLA N°. 22
PRECIOS DE PEGAMENTOS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	6	20
NO	24	80
TOTAL	30	100

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Propia.

Año: 2014.



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Propia.

Año: 2014

Análisis:

La mayoría de consumidores no están conformes con los precios que se están manejando en el mercado, porque el costo de transporte es adicional al precio que se compra, en un menor porcentaje opina que si son razonables; dado este resultado se determina como una oportunidad para el proyecto, con la Sucursal en Tulcán se logrará satisfacer al cliente en precio y servicio.

7: ¿La Calidad de los pegamentos de cerámica, como le considera en comparación a los demás ofertantes?

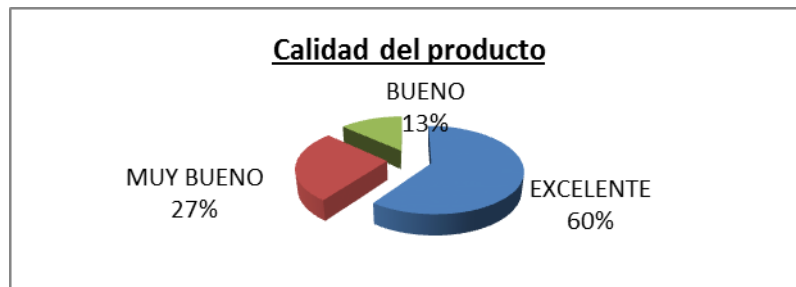
**TABLA N°. 23
CALIDAD DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	18	60
MUY BUENO	8	27
BUENO	4	13
TOTAL	30	100

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Propia.

Año: 2014.



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Propia.

Año: 2014

Análisis:

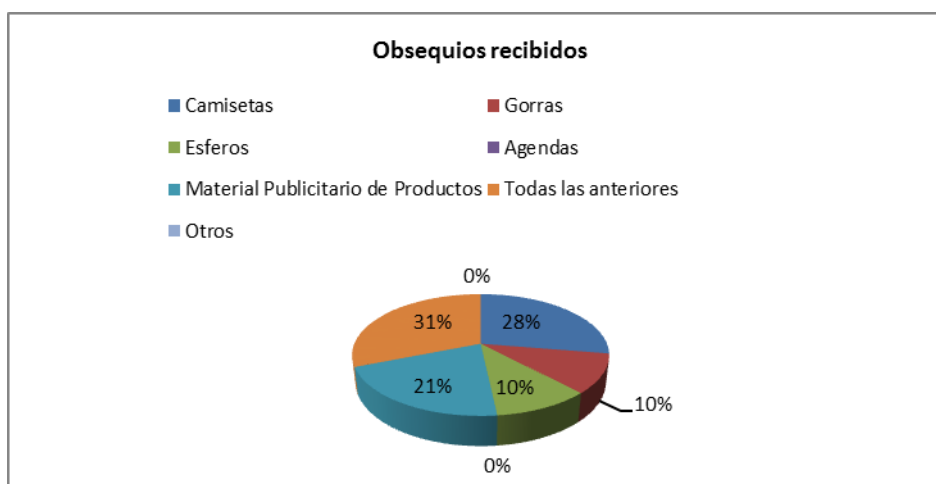
La mayoría de los encuestados consideran que el producto ofertado por Intaco Ecuador es de excelente calidad, logrando aceptación en los consumidores que se dedican a la construcción de viviendas.

8; ¿Qué tipo de obsequios ha recibido de la empresa donde usted adquiere sus productos?

**TABLA N°. 24
OBSEQUIOS RECIBIDOS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Camisetas	8	28
Gorras	3	10
Esferos	3	10
Agendas	1	0
Material Publicitario de Productos	6	21
Todas las anteriores	9	31
Otros	0	0
TOTAL	30	100

Elaborado por: La Autora.
Fuente: Propia.
Año: 2014.



Elaborado por: La Autora.
Fuente: Propia.
Año: 2014.

Análisis:

Según lo evidencia el presente cuadro los obsequios que han recibido los distribuidores por realizar sus compras en determinadas empresas de morteros han sido mayormente camisetas, esferos, agendas, material publicitario de los productos que adquieren.

ENTREVISTA DIRIGIDA AL GERENTE REGIONAL INTACO ECUADOR

- ¿Cómo ha evolucionado Intaco a través del tiempo en la producción y comercialización de morteros?

Desde inicios en 1946, Intaco se ha distinguido por ser una empresa en que nuestros clientes pueden confiar, esto se ha logrado por ofrecer productos y servicios innovadores que mejoran la productividad, la eficiencia y la economía de la industria de la Construcción.

- ¿Cuáles han sido las estrategias que se han utilizado para el crecimiento de la empresa?

Ha sido ganarse la confianza de los principales constructores a nivel nacional, participar con nuestros productos en los más importantes proyectos , investigar las necesidades del mercado nacional y fabricar nuestros morteros industrializados de calidad mundial para lograr mejorar las prácticas de la construcción ayudándoles a hacer el trabajo más productivo y eficiente.

- ¿En cuánto se refiere a las ventas de la empresa como califica el año anterior 2013?

Las ventas alcanzadas sobrepasaron las expectativas proyectadas, se le calificaría como excelente, de igual manera se puede observar en este año 2014 un crecimiento paulatino a nivel nacional, razón por la cual la Empresa empezó a construir su nueva planta de morteros en la ciudad de Quito, que empezara a funcionar desde el mes de Mayo del 2014, para poder cubrir las necesidades del consumidor final, por la gran demanda que existe a nivel nacional.

- ¿Cuáles son las proyecciones de crecimiento que tiene la empresa particularmente en la ciudad de Tulcán?

Desde años anteriores se realizó un plan piloto para cubrir el mercado, al ver su crecimiento sin tener una sucursal, notamos que la zona va en un crecimiento estimado de año a año en un 12%, por esa razón como política empresarial se proyecta dicho porcentaje como crecimiento anual por cliente.

- ¿Considera usted que implementando una Sucursal de Intaco en la ciudad de Tulcán contribuiría a generar mayor rentabilidad para la empresa?

Necesitamos una Sucursal en la ciudad de Tulcán, para lograr tener una cobertura nacional, poner a disposición nuestros productos en la zona, no solo nos ayudara a incrementar las ventas de la zona del Carchi sino también es un paso para lograr alcanzar ventas en nuestro vecino país la ciudad de Ipiales, que es un nicho de mercado que se desea cubrir mediante exportaciones, al estar con una Sucursal en Tulcán nos será más fácil llegar al mercado del vecino país.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

ENTREVISTA DIRIGIDA AL PRESIDENTE DEL COLEGIO DE
ARQUITECTOS DE LA CIUDAD DE TULCÁN

Nombre: Arq. Carlos Llanes Ramos

Fecha: 3 de Febrero del 2014

OBJETIVO: Conocer sobre el consumo de materiales en instalación de revestimientos de cerámica y minerales sobre acabados de la construcción en la ciudad de Tulcán.

ENTREVISTA

- ¿Cuántos profesionales conforman el Colegio de Arquitectos del Carchi. ?
Conforman 35 Arquitectos.

- ¿Cuál es el crecimiento respecto a infraestructura habitacional en la ciudad?
Durante los últimos años Tulcán ha venido creciendo en un 12 % , actualmente se están construyendo conjuntos habitacionales en los diferentes sectores de la ciudad.

- ¿En las construcciones residenciales, no residenciales o mixtas, que porcentaje representa los acabados de cerámica o porcelanato?
En las diferentes obras los acabados representa hasta un 80% más de los metros de construcción, esto depende del número de habitaciones o cuartos que tenga la residencia.

- ¿Cuál es el comportamiento en cuanto al uso de pegamentos de cerámica. ?

En la actualidad la mayoría de profesionales conocemos los pegamentos de cerámica que ofrecen en el mercado, porque podemos brindar un mejor servicio a nuestros clientes.

- ¿Las personas que realizan construcciones, ampliaciones o adecuaciones de las viviendas, con respecto a pegamentos de cerámica para acabados, que les hace decidir, el precio o la calidad. ?

En la mayoría de casos, generalmente de la clase media alta se decide por la calidad del pegante, siendo diferente en la clase media baja que deciden por el precio.

- ¿Cuál es la preferencia de sus colegas en cuanto a pegamentos de cerámica para acabados de la construcción. ?

La mayor preferencia es Bondex.

- ¿Los sacos de 25 Kg para instalar la cerámica o porcelanato cuantos metros le cubre. ?

Se puede pegar 3 metros de cerámica o porcelanato dependiendo como se encuentre el piso.

- ¿Los revestimientos de cerámica y minerales son utilizados en interiores y exteriores. ?

Actualmente si son utilizados en interiores y exteriores de las viviendas por la gran variedad de modelos de cerámica que existe actualmente en el mercado.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

**ENTREVISTA DIRIGIDA AL PRESIDENTE DEL COLEGIO DE
INGENIEROS DE LA CIUDAD DE TULCÁN**

Nombre: Ing. Oswaldo Mejía

Fecha: 3 de Febrero del 2014

OBJETIVO: Conocer sobre el consumo de materiales en instalación de revestimientos de cerámica y minerales sobre acabados de la construcción en la ciudad de Tulcán.

ENTREVISTA

- ¿Cuántos profesionales conforman el Colegio de Ingenieros del Carchi. ?
Total 37 Ingenieros Civiles.

- ¿Cuál es el crecimiento respecto a infraestructura habitacional en la ciudad. ?
Con la facilidad que se ha presentado actualmente, préstamos hipotecarios, y la ayuda del gobierno el crecimiento en la construcción ha sido más o menos en un 12%, por esa razón se puede observar conjuntos habitacionales, edificios, remodelaciones de los diferentes mercados de la ciudad, construcciones de obras públicas.

- ¿ Las construcciones residenciales, no residenciales o mixtas, que porcentaje representa los acabados de cerámica o porcelanato. ?
Depende de los metros de construcción y el tipo de acabados que desee darle el propietario porque en algunas ocasiones hasta un 78% más representa los metros de pegado de cerámica, porque actualmente los baños y los dormitorios son más espaciosos y se opta por recubrir hasta 2.80 metros de alto de cerámica.

- ¿Las personas que realizan construcciones, ampliaciones o adecuaciones de las viviendas, con respecto a pegamentos de cerámica para acabados, que les hace decidir, el precio o la calidad. ?

En la mayoría de casos se decide por la calidad.

- ¿Cuál es la preferencia de sus colegas en cuanto a pegamentos de cerámica para acabados de la construcción. ?

Bondex.

- ¿Los sacos de 25 Kg para instalar la cerámica o porcelanato cuantos metros le cubre. ?

Se puede pegar de 3 metros de cerámica o porcelanato dependiendo como se encuentre el piso si está totalmente nivelado puede cubrir hasta 4 metros.

- ¿Los revestimientos de cerámica y minerales son utilizados en interiores y exteriores. ?

En interiores y exteriores de las viviendas, actualmente existen hermosas placas decorativas que da mucha elegancia en las residencias.

3.7 IDENTIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS.

A través de la Sucursal de Intaco en Ibarra la que funciona hace aproximadamente trece años, desde este punto de aprovisionamiento y venta ha sido el centro de abastecimiento para los cantones de la provincia de Imbabura, proyectándose hasta los cantones de la provincia del Carchi en especial a la ciudad de Tulcán como centro de interés por encontrarse en la línea de frontera con Colombia donde hay convenios binacionales firmados sobre intercambio comercial entre los dos países.

**TABLA N° 25
IDENTIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS**

PRODUCTO	USO
Bondex® Standard Cerámica	Mortero adhesivo para cerámica
Bondex® Premium Porcelanato	Mortero adhesivo con polímeros para porcelanato.
Bondex® Plus Cerámica	Mortero adhesivo con polímeros para cerámica.

Elaborado por: La Autora.
Fuente: Intaco Ecuador S.A.
Año: 2014.

3.7.1 Características.

**TABLA N° 26
CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS**

PRODUCTO	PRESENTACIÓN	COLOR	DESCRIPCIÓN
Bondex® Standard Cerámica.	25 kg 	Gris	Mortero adhesivo especialmente formulado para pegar cerámica, azulejo, losetas de arcilla o concreto y otras placas de alta absorción (>6%) en pisos y paredes de concreto y mampostería, residenciales y comerciales con tránsito liviano en interiores y exteriores.
Bondex® Premium Porcelanato	25 kg 	Gris	Mortero adhesivo modificado con polímeros, especialmente formulado para producir una mayor adherencia del porcelanato, cerámica y otras placas de baja absorción (<3%) en pisos y paredes de concreto, mampostería y porcelanato, residenciales, comerciales e industriales con alto tránsito en interiores y exteriores.
Bondex® Plus Cerámica.	25 kg 	Gris	Mortero adhesivo modificado con polímeros, especialmente formulado para producir una mayor adherencia de la cerámica, mosaico, loseta de arcilla o concreto, quarry y otras placas de mediana absorción (entre 3% y 6%) en pisos y paredes de concreto, mampostería y cerámica, residenciales, comerciales e industria liviana con tránsito moderado en interiores y exteriores.

Elaborado: La autora
Fuente: Intaco Ecuador S.A.
Año: 2014

3.8 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

Luego de realizar las encuestas a los Distribuidores y entrevistas a los expertos, el crecimiento de la construcción en los últimos años es del 11%, por la facilidad de préstamos que están facilitando las empresas financieras o por el crecimiento poblacional año a año. El crecimiento de la construcción se da de la misma manera en los diferentes tipos de acabados que tenemos en el mercado, la diversidad de cerámica que hay en la actualidad como piedras, tejas, mármol, porcelanato necesitan de un material específico para ser pegado, para evitar desprendimientos futuros.

Por esa razón se realizó una investigación según se desplaza en el Capítulo I el Diagnostico Situacional, de los metros de cerámica que representan en acabados en una construcción, se tomará como base el año 2013, los metros construidos fueron de 215.105 m², si los acabados representan el 80 % más esto quiere decir que en año 2013 se pegó 387.189 metros de cerámica.

Con el análisis de la demanda actual se busca cuantificar la cantidad de sacos que requiere el mercado, si consideramos que un saco de 25 Kg de pegamento sirve para pegar 3 metros de cerámica, para obtener esta información se realizó una investigación de campo a las Ferreterías que son clientes de Intaco Ecuador y comercializan los pegamentos de revestimientos de cerámica y minerales de la ciudad de Tulcán, San Gabriel, Julio Andrade, y el Ángel.

3.8.1 Factores que afectan.

Uno de los factores que puede afectar la demanda de pegamentos de revestimientos de cerámica y minerales en la ciudad de Tulcán es el proceso inflacionario que cada año que afecta la economía del país.

3.8.2 Demanda Actual.

TABLA N° 27
DEMANDA ACTUAL EN SACOS DE 25 KG PARA PEGAR CERAMICA Y
MNERALES.

AÑO	VIVIENDAS CONSTRUIDAS	METROS CONSTRUIDOS	80 % ADICIONAL DE m2 INSTALACIÓN DE CERAMICA	DEMANDA DE PEGAMENTO ACTUAL EN SACOS DE 25 KG
2013	592	215.105	387.189	129.063

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) 2010, 2011 ,2012

Año: 2014.

3.8.3 Proyección de la demanda.

Para la proyección de la demanda se tomó en cuenta el sector de la construcción, se determinó los metros construidos conjuntamente con el 80% adicional correspondiente al revestimiento de cerámica y minerales, el crecimiento de la construcción al 2014 es un 11%, por política empresarial el crecimiento es del 12% anual, para lo cual la proyección de la demanda para los próximos años se realizará de acuerdo a la política de la Empresa que va de acuerdo al crecimiento de la construcción.

TABLA N° 28
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN SACOS DE 25 KG PARA PEGAR CERAMICA
Y MNERALES.

AÑO	PROYECCIÓN DE DEMANDA DE PEGAMENTO ACTUAL EN SACOS DE 25KG
2013	129.063
2014	144.551
2015	161.897
2016	181.325
2017	203.084
2018	227.454

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) 2010, 2011 ,2012

Año: 2014

3.9 ANÁLISIS DE LA OFERTA.

Existen otras empresas que ofertan productos para acabados de la construcción, como SIKA y Hormiazuay, la primera es una empresa multinacional que tiene la matriz en la ciudad de Guayaquil, desde allí realiza las ventas para el resto del país, Sika no tiene Sucursales en otras provincias, su especialidad es la fabricación e elaboración de aditivos para la construcción, Hormiazuay es una empresa nueva establecida en Cuenca que se dedica a la fabricación de pegamentos para revestimientos de cerámica, pero artesanalmente, porque no tienen una planta adecuada para la fabricación de los mismos..

Esta comparación empresarial permite determinar con facilidad el posicionamiento que ha logrado Intaco Ecuador, se cuenta con 6 Sucursales en el país y productos estrellas de alta calidad con normas internacionales certificadas por la American National Standards Institute (ANSI).

Instituto Nacional de Estándares de América es un organismo que supervisa en Estados Unidos el desarrollo de normas de productos, servicios y procedimientos.

3.9.1 Factores que Afectan.

Los factores que podrían afectar son las políticas del Estado de los aranceles en importaciones, esto en cuanto se refiere a la materia prima para la fabricación de morteros, además la entrada de nuevos competidores.

3.9.2 Oferta Actual.

TABLA N° 29
OFERTA ACTUAL EN SACOS DE 25 KG PARA PEGAR CERAMICA Y MNERALES.

CLIENTES	PRODUCTO	2013
HORMIPEGA	Hormipega porcelanato	6.720
SIKA	Sika ceram	1.200
	Bondex Std	79.672
INTACO	Bondex Plus	9.163
	Bondex Premium	10.160
TOTAL...		106.915

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Ferreterías de Tulcán.

Año: 2014.

3.9.3 Proyección de la Oferta.

TABLA N° 30
PROYECCIÓN DE LA OFERTA EN SACOS.

CLIENTES	PRODUCTO	2013	2014	2015	2016	2017	2018
HORMIPEGA	Hormipega porcelanato	6.720	7.526	8.430	9.441	10.574	11.843
SIKA	Sika ceram	1.200	1.344	1.505	1.686	1.888	2.115
	Bondex Std	79.672	89.233	99.941	111.933	125.365	140.409
INTACO	Bondex PLUS	9.163	10.263	11.494	12.873	14.418	16.148
	Bondex Premium	10.160	11.379	12.745	14.274	15.987	17.905
TOTAL...		106.915	119.745	134.114	150.208	168.233	188.421

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Ferreterías de Tulcán.

Año: 2014

Para la proyección de la oferta se hace en función de los tres productos que mayor aceptación se tiene en el mercado de Tulcán, las ventas reales del año 2013, se realizará la proyección paralela a la demanda de acuerdo a la política que tiene la empresa, el 12% de crecimiento anual.

3.9.4 Demanda Potencial a Satisfacer.

La demanda potencial a satisfacer, se determinó una vez proyectado la oferta y la demanda, esta relación proporcionó información de la situación actual del mercado.

La proyección de la demanda futura menos la proyección de la oferta futura permite estimar la demanda insatisfecha.

TABLA N° 31
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER EN SACOS DE 25
KG PARA PEGAR CERAMICA Y MNERALES.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
DEMANDA	129.063	144.551	161.897	181.325	203.084	227.454
OFERTA	106.915	119.745	134.114	150.208	168.233	188.421
DEMANDA INSATISFECHA	22.148	24.806	27.783	31.117	34.851	39.033

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Ferreterías de Tulcán.

Año: 2014

El proyecto será destinado a satisfacer en el primer año un 60%, segundo año el 70%, tercer año el 80 %, cuarto año el 90% y en el quinto año el 100% de la totalidad de esa demanda insatisfecha en función de los objetivos y metas del proyecto.

TABLA N° 32
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE BONDEX SACOS
DE 25 KG PARA PEGAR CERAMICA Y MNERALES.

	2013	2014 60%	2015 70%	2016 80%	2017 90%	2018 100%
Bondex Std	17,941	12,056	15,753	20,164	25,406	31,410
Bondex Premium	2,214	1,488	1,944	2,489	3,136	4,005
Bondex Plus	1,993	1,340	1,751	2,241	2,824	3,618
Demanda Insatisfecha	22,148	14,884	19,448	24,894	31,366	39,033

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Ferreterías de Tulcán.

Año: 2014

3.10 ANÁLISIS DE PRECIOS.

En cualquier tipo de producto existen diferentes características así como también diferentes precios para identificarlos. El precio también está establecido de acuerdo a la cantidad de compra, la finalidad es tener una base de cálculo de ingresos futuros, es conveniente usar el precio actual, para lo cual se ha tomado en cuenta la situación que se encuentran los precios en el mercado en relación a pegamentos de revestimientos de cerámica y minerales, determinando así el cálculo necesario para los productos que se está comercializando en el mercado, los mismos que se muestran a continuación:

TABLA Nº 33
DETERMINACIÓN DE PRECIOS

PRODUCTO	UNIDAD MEDIDA	PRECIO DE VENTA
Bondex Estándar	25 KI	\$ 4,47
Bondex Plus	25 KI	\$ 6,20
Bondex Premium Porcelanato	25 KI	\$ 10,87

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Observación directa (Mercado de la Construcción)

Año: 2014

3.10.1 Proyección del Precio del Producto.

Con la finalidad de realizar la proyección del precio de los productos se ha considerado la tasa promedio de inflación, la misma que es del 2.70 % con respecto al año 2013; para ello se toma como ejemplo el precio del primer producto que se muestra en el cuadro de determinación de precios, y así continuar con la proyección de los siguientes productos y años; aplicando la fórmula que se muestra a continuación son su respectivo ejemplo, se presenta en el cuadro de la proyección de precios para los 5 años que se toma como base en la elaboración de este proyecto.

$$VF = Vp (1+i)^n$$

En donde:

Vf = Valor futuro

Vp = Valor Presente

I = Tasa de inflación

N = Número de períodos

**TABLA N° 34
PROYECCIÓN DE PRECIOS**

PRODUCTO	UNIDAD MEDIDA	PRECIO BASE 2014	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bondex Estándar	25 Kl	4.47	4,59	4,71	4,84	4,97	5,1
Bondex Plus	25 Kl	6.20	6,37	6,54	6,72	6,9	7,09
Bondex Premium Porcelanato	25 Kl	10.87	11,16	11,46	11,77	12,08	12,41

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC

Año: 2014.

3.11 COMERCIALIZACIÓN.

3.11.1 Estrategias de Comercialización.

Intaco Ecuador incrementara posicionamiento en el mercado, para lo cual aplicará estrategias, que facilitarán la labor de ventas y mayor rotación de los productos más conocidos en la zona del Carchi.

3.11.1.1 Publicidad.

Intaco Ecuador realizará publicidad de los productos, mediante charlas teóricas y prácticas a los gremios de Maestros de las diferentes ciudades del Carchi trimestralmente, de la misma manera se dará charlas informativas a los profesionales en los Colegios de Arquitectos e Ingenieros. Es importante dar asesoramiento permanente a los vendedores de las Ferreterías y locales que venden cerámica, del material que de utiliza para la instalación de cerámica y minerales, se efectuara publicidad radial en la emisora Tulcan,5 cuñas diarias a la hora que es más escuchada por los maestros mientras están en las construcciones, por un mes completo, se otorgara trípticos de hojas informativas de los productos, y camisetas a maestros por la compra de Bondex.

3.11.1.2 Promoción.

Se concederá promociones por la compra de más de 400 sacos, descuento especial del 2%, el cual se llamará descuento por volumen de compra, de igual manera se dará una disminución adicional del 2.5 % por compras de contado, como hasta el momento se viene otorgando. Estos descuentos ayudarán a incrementar las ventas y a la vez el precio del producto sea más bajo.

3.11.1.3 Canales de Comercialización.

En lo que respecta a la comercialización se analizó la situación del mercado y a quienes llegar con los productos, por lo tanto el canal de distribución de Intaco Ecuador será a Ferreterías y Almacenes de venta de cerámica de la zona del Carchi, cuya Sucursal o punto de entrega estará ubicada en la ciudad de Tulcán.

TABLA N° 35
CLIENTES DE INTACO ECUADOR EN TULCÁN

N°.	CLIENTE	N°.	CLIENTE
1	Almacén Automotriz Freire	16	Terconsvi
2	Cerámicas Italia	17	Electrolux
3	Comercial Carchi	18	Ferretería JH
4	Comercial Centrar	19	Ferretería del Norte
5	Comercial Pozo	20	Pintucolor
6	Comercial Vaca	21	Cerámicas Rialto
7	Distrimarmol	22	Profemac
8	Ferretería Cárdenas	23	Ferretería don Guerrero
9	Diego Imbaquingo	24	Ferrotex
10	Marcelo Pozo	25	Ferroalvit
11	Ferretería Delcast	26	El taller del color
12	Ferretería la casa del plomero	27	Ferretería Caicedo
13	Megacolor	28	Comercial Central
14	Mundicolor	29	Ferretería Bolívar
15	Ferrimaco	30	Distribuidora Quiroz

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Intaco Ecuador

Año: 2014

3.12 ANÁLISIS.

Para el funcionamiento de la Sucursal en la ciudad de Tulcán cuenta con el respaldo de la Matriz de Intaco Ecuador, se encuentra ubicada en la ciudad de Guayaquil, además la empresa tiene como política empresarial el crecimiento del 12% anual, tanto en compras como en ventas; por lo tanto la elaboración del presupuesto anual se basa en este porcentaje

Tulcán es una ciudad fronteriza, por esa razón se hace vulnerable los negocios, en la mayoría de los casos las compras que realizan los vecinos colombianos se dan por el tipo de cambio, de esto depende la mayor o menor afluencia de consumidores de bienes de todo producto que encuentran en la ciudad de Tulcán.

El contrabando es una actividad que muy difícilmente se puede combatir en las ciudades fronterizas, las personas que lo hacen se vuelven expertas y arriesgan recursos materiales y monetarios para hacerlo porque las ganancias les representan tal riesgo.

Sin embargo hay clientela potencial en la ciudad de Tulcán que adquieren productos de calidad ofertados por empresas de prestigio como Intaco Ecuador, este portafolio de clientes selectos es la motivación para crear una Sucursal de la empresa en Tulcán, los productos ofertados por Intaco Ecuador, cumplen características técnicas y normas internacionales que los consumidores responsables de la construcción demandan de estos por la calidad y eficiencia en los acabados de cualquier tipo de construcción.

Otro factor importante que se debe resaltar es el posicionamiento que la empresa ha logrado en el país desde hace varios años y en las provincias norteñas como Imbabura y Carchi, son trece años de relacionamiento entre la empresa con los distribuidores de Tulcán e Ibarra, este tiempo ha sido suficiente como para ubicarla a la empresa

como la número uno en la venta de materiales para acabados en la construcción.

Los productos que oferta la empresa Intaco Ecuador, tienen certificados por el American National Standards Institute (ANSI), organismo norteamericano que supervisa el desarrollo de normas de productos, servicios y procedimientos.

La ciudad de Tulcán por encontrarse ubicada en la frontera con Colombia hace que las expectativas de ventas a través de los distribuidores se incrementan por la aceptación que los productos para acabados de la construcción tienen en el país vecino, las razones principales es por el precio y calidad que estos tienen, además el crecimiento de la construcción en los últimos años ha venido en constante crecimiento según el análisis que se realizó en el Capítulo I y III.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

4.1.1 MACROLOCALIZACIÓN.

El Cantón Tulcán es el sitio de interés para el establecimiento de la sucursal de INTACO Ecuador, pertenece a la Provincia del Carchi, se encuentra en la línea de frontera con la República de Colombia donde comparten relaciones comerciales entre los dos países.

IMAGEN No 6



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Internet

Año: 2014

4.1.2 MICROLOCALIZACIÓN.

El sitio preciso de ubicación donde funcionará la sucursal es la ciudad de Tulcán, en el sector industrial ubicado de la ciudad y donde confluye clientela tanto de Colombia como de la ciudad, está ubicada en la avenida Manabí y los Laureles frente al estadio municipal.

IMAGEN No 7



IMAGEN No 8



Elaborado por: La Autora.

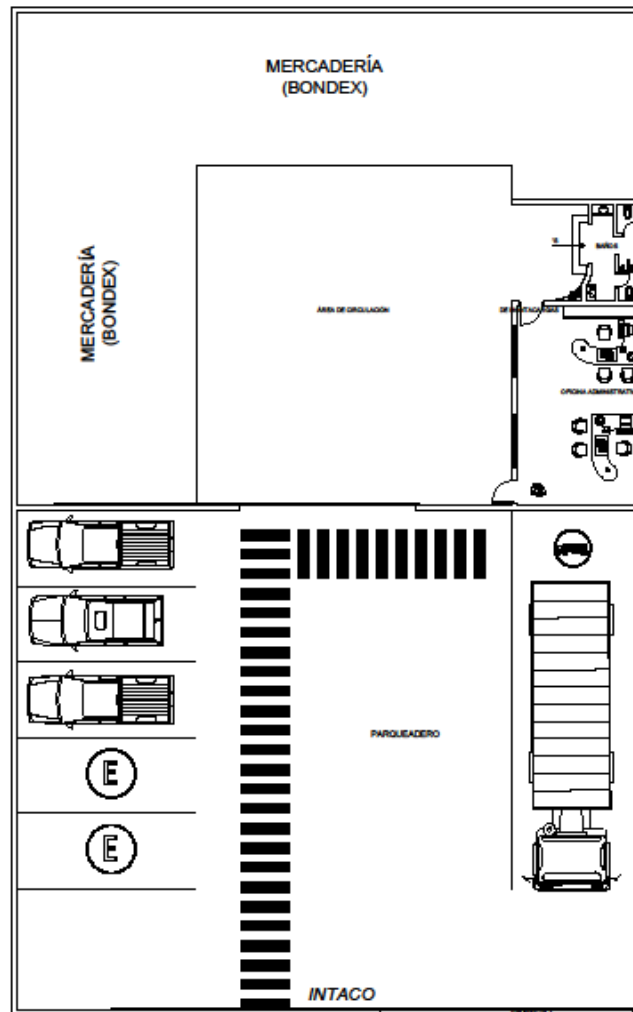
Fuente: Propia.

Año: 2014

4.2 INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.2.1 DISEÑO DE LAS INSTALACIONES

IMAGEN No 8



PLANTA ARQUITECTÓNICA
ESC: _____ 1:50

Elaborado por: La Autora.

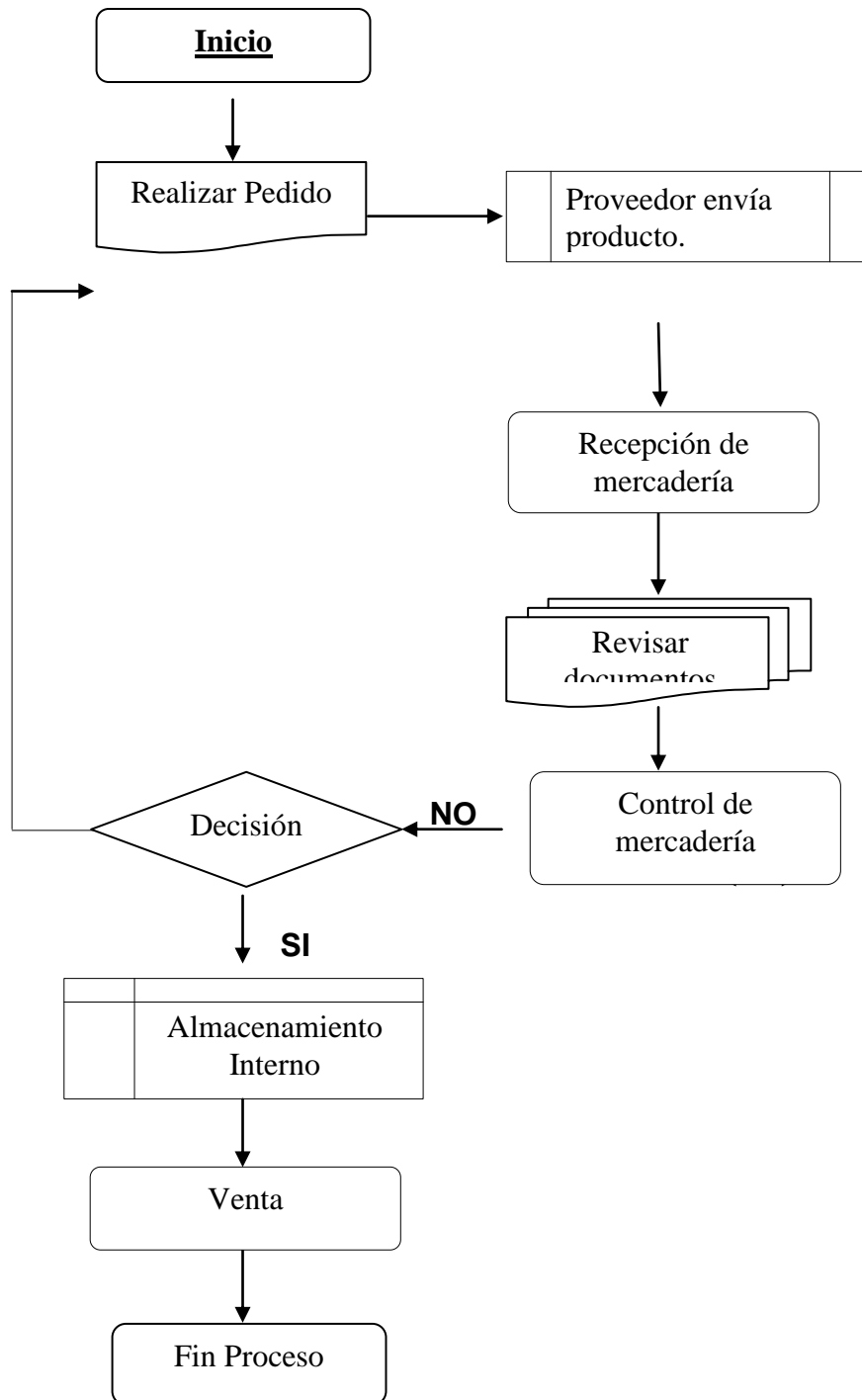
Fuente: Intaco Ecuador.

Año: 2014

4.2.1.1 Flujo grama de proceso.

El siguiente flujo grama es la representación gráfica del proceso desde el abastecimiento y distribución de la mercadería a la Sucursal.

FLUJOGRAMA DE PROCESO DE LA SUCURSAL DE INTACO ECUADOR



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Intaco Ecuador.

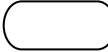
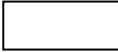





Año: 2014

Este proceso se vuelve repetitivo con frecuencia debido al aprovisionamiento y venta constante.

4.2.1.2 Diagrama de Flujo.

Para la estructuración del diagrama de flujo que describe los diferentes procesos de comercialización se utilizará la siguiente simbología:

SIMBOLOGÍA UTILIZADA

Inicio o final proceso	
Proceso	
Operación	
Transporte	
Decisión	
Documento	
Archivo	

4.2.1.3 Insumos materiales

La mercadería que servirá de inventario inicial estará constituida por:

TABLA Nº 36
INSUMOS MATERIALES

PRODUCTOS	SACOS	\$ COSTO	TOTAL \$
BONDEX STD	8,441	2.90	24.478,90
BONDEX PLUS	967	3.29	3.181,43
BONDEX PREMIUM	1,060	7.22	7.653,20
Total	10,468		35.313,53

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Intaco Ecuador S.A.

Año: 2014

4.3 TAMAÑO DEL PROYECTO.

Para determinar el tamaño del proyecto de la Sucursal de Intaco Ecuador de una manera óptima y racional se toma en cuenta factores como el volumen de la demanda que se va a cubrir en la zona, la capacidad para tener en stock suficiente en la bodega, la inversión que se va a realizar y el futuro desarrollo de la empresa en la zona del Carchi.

Con este análisis se permite determinar un panorama claro en el tamaño del proyecto, a la vez se toma como referencia la Sucursal de Ibarra, el número de trabajadores y la cantidad de productos que se tendrá como abastecimiento mensual de la zona del Carchi, de acuerdo al Estudio de Mercado realizado, considerando que no va ser un centro de acopio de grandes cantidades, sino más bien es mercadería de tránsito y uso inmediato.

Por lo tanto para el establecimiento de la Sucursal se requiere de un espacio de terreno de aproximadamente 1.000 m², los mismos que estarán distribuidos, 400 m² para el almacenamiento de los productos y 36 m² en donde estarán ubicadas las oficinas dentro de la bodega , 600 m² que serán utilizados para estacionamiento de los clientes y recibir la mercadería, tres personas permanentes responsables del aprovisionamiento y despacho del producto, el área requerida es suficiente tomando como referencia lo disponible en la ciudad de Ibarra.

4.4 VALORACIÓN DE INVERSIONES.

Dentro de la planificación para crear la Sucursal de Intaco Ecuador S.A., se determina la compra de maquinaria, equipo de cómputo, alquiler de un local.

Por lo tanto la inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos, variables, diferidos y capital de trabajo.

4.4.1 Inversión de Activos Fijos.

Para el funcionamiento de la Sucursal se necesita de un terreno de 1.000 m², el cual estará constituido bajo criterios técnicos que se requiere para este tipo de negocios, contará con todos los servicios básicos con el fin de garantizar un buen servicio a los clientes, hasta lograr una estabilidad en el negocio y obtener la mayor rentabilidad se arrendará un local para el funcionamiento del proyecto.

4.4.2 Propiedad Planta y Equipo.

Para la implementación de la Sucursal es importante incurrir en adquisiciones de activos fijos necesarios para la operación de la misma.

4.4.2.1 Maquinaria.

TABLA Nº 37
MAQUINARIA

DESCRIPCIÓN	UNIDAD MEDIDA	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
Montacargas	Unid	1	35.000,00	35.000,00
TOTAL...				35.000,00

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Intaco Ecuador

Año: 2014

4.4.2.2 Equipo de cómputo.

TABLA N° 38
EQUIPO DE CÓMPUTO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD MEDIDA	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
Computador	Un	2	500,00	1.000,00
Impresora	Un	1	120,00	120,00
TOTAL...				1.120,00

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Propia

Año: 2014

4.4.2.3 Muebles de Oficina.

TABLA N° 39
MUEBLES DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	UNIDAD MEDIDA	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
Escritorio metálico	Un	2	150,00	300,00
Sillas	Un	6	25,00	150,00
Archivador	Un	1	150,00	150,00
TOTAL...				600,00

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Propia

Año: 2014

4.4.2.4 Sistema de Vigilancia.

TABLA N° 40
SISTEMA DE VIGILANCIA

DESCRIPCIÓN	UNIDAD MEDIDA	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
Sistema de vigilancia	M ²	1.000	10,00	10.000,00
TOTAL...				10.000,00

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Intaco Ecuador

Año: 2014

TABLA N° 41
RESUMEN DE LA INVERSIÓN FIJA

INVERSION	VALOR
INVERSIÓN FIJA:	
Equipo y Maquinaria	35,000.00
Equipo de Cómputo	1,120.00
Muebles de Oficina	600.00
Sistema de Vigilancia	10,000.00
TOTAL	46,720.00

Elaborado por: La Autora.
Fuente: Intaco Ecuador
Año: 2014

4.5 INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS.

Para poner en marcha el proyecto es necesario realizar una inversión intangible en este caso son los gastos realizados para la investigación así como también para su legalización.

4.5.1 Gastos Diferidos.

En los gastos diferidos se toman en cuenta rubros para gastos de constitución e investigación para la creación de la Sucursal en la ciudad de Tulcán.

TABLA N° 42
GASTOS DIFERIDOS

DESCRIPCIÓN	PARCIAL	V. TOTAL
Gastos de Constitución		480,00
Patente Municipal	340,00	
Permiso de Funcionamiento	120,00	
Cuerpo de Bomberos	20,00	
Estudio de Factibilidad		1.200,00
Elaboración del Proyecto	1.200,00	
TOTAL...		1.680,00

Elaborado por: La Autora.
Fuente: Investigación Propia
Año: 2014.

4.5.2 Gasto Arriendo.

De acuerdo a lo establecido se requieren 1.000 m² de espacio disponible para la implementación de la bodega y espacio para oficina.

TABLA Nº 43
GASTO ARRIENDO

RUBRO	UNIDAD MEDIDA	CANT.	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Arriendo Local 1000 m ²	Mes	12	1.200,00	14.400,00
TOTAL...		12		14.400,00

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Intaco Ecuador S.A.

Año: 2014

4.5.3 Depreciaciones.

Las depreciaciones de los activos se hacen tomando en consideración lo establecido en el Reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno.

TABLA Nº 44
DEPRECIACIONES

ACTIVO FIJO	VIDA ÚTIL	V. ORIGINAL	CÁLCULO	DEPRECIACIÓN
Maquinaria y Equipo	10	35.000,00	35.000/10	3.500,00
Equipo de cómputo	3	1.120,00	1.120 x 33 %	373,33
Muebles de Oficina	10	600,00	600 / 10	60,00
Sistema de Vigilancia	10	10.000,00	10.000 / 10	1.000,00
TOTAL		46.720,00	-	4.933,33

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación Propia

Año: 2014

4.6 GASTOS ADMINISTRATIVOS.

Los gastos administrativos que se requiere son de Gerente de Sucursal, Asistente de Logística y Montacarguista por lo tanto por cuestión de experiencia de otras sucursales creadas y en funcionamiento

en el país no se hace contratación de personal contable porque se encuentra centralizado en la matriz ubicada en la ciudad de Guayaquil.

TABLA Nº 45
GASTOS ADMINISTRATIVOS

CARGO	CANTIDAD	MESES	SBU MES
Gerente Sucursal	1		
Sueldo	1.200,00	12	14,400.00
Asistente de Logística:	1		
Sueldo	600,00	12	7,200.00
Montacarguista:	1		
Sueldo	580,00	12	6,960.00

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Intaco Ecuador S.A.

Año: 2014.

4.7 CAPITAL DE TRABAJO.

El Capital de trabajo está representado por el capital adicional, distinto de la inversión en activos fijos y diferidos, para la puesta en marcha de la Sucursal, se necesitará de un capital propio financiado por la matriz de Intaco, que representa las ventas que se realizarán en los cinco primeros meses.

TABLA No. 46
DETERMINACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO

PRODUCTOS	SACOS	TOTAL \$
BONDEX STD	33.073	95.916,57
BONDEX PLUS	4.235	13.933,15
BONDEX PREMIUM	4.756	34.338,32
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO DE 5 MESES		144.188,04

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Intaco Ecuador S.A.

Año: 2014

Se presenta el resumen de la inversión que está compuesta la mayor parte por aporte propio de la Matriz de Intaco Ecuador.

TABLA N° 47
RESUMEN DE LA INVERSIÓN.

INVERSIONES	TOTAL
Inversión Fija:	46.720,00
Equipo y Maquinaria	35.000,00
Equipo de Cómputo	1.120,00
Muebles de Oficina	600,00
Sistema de Vigilancia	10.000,00
Inversión Diferida:	1.680,00
Gastos de investigación	1.200,00
Gastos de constitución	480,00
Inversión Variable:	144.188,04
Capital de trabajo	144.188,04
INVERSION TOTAL	192.588,04

Elaborado por: La Autora.
Fuente: Investigación Propia.
Año: 2014

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.

5.1 Presupuesto.

El presupuesto requerido para el establecimiento de la Sucursal de Intaco Ecuador en la ciudad de Tulcán corresponde a los siguientes rubros:

TABLA N° 48
RESUMEN DE LA INVERSIÓN.

INVERSIONES	TOTAL
Inversión Fija:	46.720,00
Equipo y Maquinaria	35.000,00
Equipo de Cómputo	1.120,00
Muebles de Oficina	600,00
Sistema de Vigilancia	10.000,00
Inversión Diferida:	1.680,00
Gastos de investigación	1.200,00
Gastos de constitución	480,00
Inversión Variable:	144.188,04
Capital de trabajo	144.188,04
INVERSION TOTAL	192.588,04

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación Propia.

Año: 2014

5.1.1 Generación de Ingresos.

Para la proyección de los ingresos como información de arranque se toma como referencia las ventas del año 2013, por lo tanto es el año base para los siguientes años, como política empresarial Intaco Ecuador tiene establecido un 12% de crecimiento anual sobre unidades físicas, más la demanda insatisfecha que será cubierta en el primer año el 60%,

el segundo el 70%, el tercer año el 80%, el cuarto año el 90% y el 5 año el 100% de la demanda insatisfecha , para la proyección monetaria se hace en base a la inflación del 2,70% que es el porcentaje referencial de Banco Central del Ecuador cerrado a diciembre del 2013.

TABLA N° 49
GENERACIÓN DE INGRESOS.

Años Rubros	Año Base 2013	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
BONDEX STD:						
Sacos	6.639	8.441	9.641	11.008	12.564	14.318
Precio	4,47	4,59	4,71	4,84	4,97	5,11
Meses año	12	12	12	12	12	12
SUBTOTAL	356.133,84	464.986,40	545.455,40	639.604,94	749.733,84	877.467,27
BONDEX PLUS:						
Sacos	764	967	1.104	1.260	1.437	1.647
Precio	6,20	6,37	6,54	6,72	6,90	7,08
Meses año	12	12	12	12	12	12
SUBTOTAL	56.810,60	73.880,94	86.613,29	101.503,83	118.921,70	140.011,17
BONDEX PREMIUM:						
Sacos	847	1.060	1.224	1.397	1.594	1.826
Precio	10,87	11,16	11,46	11,77	12,09	12,42
Meses año	12	12	12	12	12	12
SUBTOTAL	110.439,20	141.988,43	168.407,98	197.375,22	231.242,33	272.097,24
TOTAL INGRESOS	523.383,64	680.855,77	800.476,67	938.483,99	1.099.897,87	1.289.575,69

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Intaco Ecuador S.A.

Año: 2014

5.1.2 Generación de Costos y Gastos.

5.1.2.1 Mercadería.

Para la distribución de mercadería se hará desde la ciudad de Quito, sitio donde se encuentra la nueva planta de Intaco Ecuador, por lo tanto el aprovisionamiento a la Sucursal será al costo con un adicional que corresponde al transporte desde la Planta hasta Tulcán.

El porcentaje respecto a la proyección de las unidades físicas es del 12% como política establecida y va en función del porcentaje de ventas, más la demanda insatisfecha que será cubierta en el primer año el 60%, el segundo el 70%, el tercer año el 80%, el cuarto año el 90% y el 5 año el

100% y para la proyección monetaria se hace en base a la inflación del 2,70 % tanto en precio como en costo de transporte.

**TABLA Nº 50
MERCADERÍA**

Rubros	Años	Año Base 2013	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
BONDEX STD:							
Sacos		6.639	8.441	9.641	11.008	12.564	14.318
Precio		2,90	2,98	3,06	3,14	3,23	3,31
Meses año		12	12	12	12	12	12
SUBTOTAL		231.048,80	301.669,03	353.874,87	414.956,22	486.404,50	569.274,07
BONDEX PLUS:							
Sacos		764	967	1.104	1.260	1.437	1.647
Precio		3,29	3,38	3,47	3,56	3,66	3,76
Meses año		12	12	12	12	12	12
SUBTOTAL		30.146,27	39.204,56	45.960,92	53.862,52	63.105,22	74.296,25
BONDEX PREMIUM:							
Sacos		847	1.60	1.224	1.397	1.594	1.826
Precio		7,22	7,41	7,62	7,82	8,03	8,25
Meses año		12	12	12	12	12	12
SUBTOTAL		73.355,20	94.310,62	111.858,84	131.099,27	153.594,26	180.730,64
TOTAL MATERIA PRIMA		334.550,27	435.184,22	511.694,63	599.918,01	703.103,99	824.300,97

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Intaco Ecuador S.A.

Año: 2014

5.1.2.2 Mano de Obra.

El requerimiento de mano obra se toma como referencia otras Sucursales establecidas, se necesitan dos personas que realizarán actividades puntuales, la proyección del salario se realizará en base a una tasa de crecimiento calculada del Salario Básico Unificado (SBU) desde el año 2005, información proporcionada por el Ministerio de Relaciones Laborales (MRL), para esto se calcula las variaciones de un año a otro y se determina una tasa de crecimiento que es del 8,61%.

**TABLA Nº 51
PROYECCIÓN DEL SBU**

Años	SBU	%
2005	150	0
2006	160	6,67
2007	170	6,25
2008	185	8,82
2009	218	17,84
2010	240	10,09
2011	264	10,00
2012	292	10,61
2013	318	8,90
2014	340	6,92
TOTAL		86,10

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborables

Año: 2014.

Fórmula:

La tasa promedio es:

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{0.8610}{10} = 8.61$$

A partir de esto el personal requerido son dos técnicos:

**TABLA Nº 52
MANO DE OBRA.**

CARGO	AÑO BASE 2013
Logística:	1
Sueldo	600,00
Montacarguista:	1
Sueldo	580,00

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Intaco Ecuador S.A.

Año: 2014.

Para la proyección se toma como año base el 2013 y se incorpora todos los beneficios de ley y de acuerdo a la tasa de crecimiento establecida.

TABLA N° 53
SALARIO MENSUAL TÉCNICO LOGÍSTICO

Rubro	Año Base 2013	Años				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	600,00	651,66	707,77	768,71	834,89	906,78

Elaborado por: La Autora.
Fuente: Intaco Ecuador S.A.
Año: 2014.

TABLA N° 54
SALARIO ANUAL LOGÍSTICO.

Rubros	Año Base 2013	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	7.200,00	7.819,92	8.493,22	9.224,48	10.018,71	10.881,32
Aporte Patronal	874,80	950,12	1.031,93	1.120,77	1.217,27	1.322,08
Fondo de Reserva		651,66	707,77	768,71	834,89	906,78
Décimo Tercero	600,00	651,66	707,77	768,71	834,89	906,78
Décimo Cuarto		374,00	406,20	441,18	479,16	520,42
TOTAL	8.674,80	10.447,36	11.346,88	12.323,85	13.384,93	14.537,37

Elaborado por: La Autora.
Fuente: Intaco Ecuador S.A.
Año: 2014.

Se hacen las mismas consideraciones para el salario del Montacarguista.

TABLA N° 55
SALARIO MENSUAL MONTACARGUISTA.

Rubro	Año Base 2013	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	580,00	629,94	684,18	743,08	807,06	876,55

Elaborado por: La Autora.
Fuente: Intaco Ecuador S.A.
Año: 2014.

TABLA Nº 56
SALARIO ANUAL MONTACARGUISTA.

Rubro	Año Base 2013	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	6.960,00	7.559,26	8.210,11	8.917,00	9.684,75	10.518,61
Aporte Patronal	845,64	918,45	997,53	1.083,42	1.176,70	1.278,01
Fondo de Reserva		629,94	684,18	743,08	807,06	876,55
Décimo Tercero	580,00	629,94	684,18	743,08	807,06	876,55
Décimo Cuarto		374,00	406,20	441,18	479,16	520,42
TOTAL	8.385,64	10.111,58	10.982,19	11.927,76	12.954,73	14.070,14

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Intaco Ecuador S.A.

Año: 2014.

5.1.2.3 Servicios Básicos

Los servicios son los necesarios e indispensables y se proyecta en base al 2,70% de inflación.

TABLA Nº 57
SERVICIOS BÁSICOS.

Descripción	Año					
	Base 2013	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
LUZ						
Consumo (por mes)	40,00	41,08	42,19	43,33	44,50	45,70
Consumo (por año)	480,00	492,96	506,28	519,96	534,00	548,40
AGUA						
Consumo (por mes)	10,00	10,27	10,55	10,83	11,12	11,42
Consumo (por año)	120,00	123,24	126,60	129,96	133,44	137,04
TELÉFONO						
Consumo (por mes)	120,00	123,24	126,57	129,98	133,49	137,10
Consumo (por año)	1.440,00	1.478,88	1.518,84	1.559,76	1.601,88	1.645,20
INTERNET						
Consumo (por mes)	60,00	61,62	63,28	64,99	66,75	68,55
Consumo (por año)	720,00	739,44	759,36	779,88	801,00	822,60
TOTAL...	2.760,00	2.834,52	2911,05	2.989,65	3.070,37	3.153,27

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Intaco Ecuador S.A.

Año: 2014.

TABLA Nº 58
RESÚMEN COSTOS DE OPERACIÓN.

Descripción	Año Base 2013	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de Operación	354.370,71	458.577,68	536.934,75	627.159,27	732.514,02	856.061,75

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación Propia.

Año: 2014

5.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS.

5.2.1 Sueldo Gerente de Sucursal.

Los gastos administrativos contienen rubros por pago de Gerente de Sucursal, para la proyección del salario se realizará en base a una tasa de crecimiento calculada del Salario Básico Unificado (SBU) desde el año 2005, información proporcionada por el Ministerio de Relaciones Laborales (MRL), para esto se calcula las variaciones de un año a otro y se determina una tasa de crecimiento que es del 8,61%.

TABLA Nº 59
SALARIO MENSUAL GERENTE.

Rubro	Año Base 2013	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	1.200,00	1.303,32	1.415,54	1.537,41	1.669,78	1.813,55

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Intaco Ecuador S.A.

Año: 2014.

TABLA Nº 60
SALARIO ANUAL GERENTE.

Rubros	Año Base 2014	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	14,400.00	15,639.84	16,986.43	18,448.96	20,037.42	21,762.64
Aporte Patronal	1,749.60	1,900.24	2,063.85	2,241.55	2,434.55	2,644.16
Fondo de Reserva		374.00	406.20	441.18	479.16	520.42
Décimo Tercero	1,200.00	1,303.32	1,415.54	1,537.41	1,669.78	1,813.55
Décimo Cuarto		374.00	406.20	441.18	479.16	520.42
TOTAL	17,349.60	19,591.40	21,278.22	23,110.27	25,100.07	27,261.19

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Intaco Ecuador S.A.

Año: 2014.

5.3 GASTOS FINANCIEROS.

Para la creación de la Sucursal de Intaco Ecuador en la ciudad de Tulcán se requiere una inversión vía crédito por el valor de \$122.486,00 dólares que representa el 64% de la inversión total. Para la amortización del crédito se utiliza una tasa activa del 14% que es la referencial del Banco Central para estas operaciones crediticias, a un plazo de 5 años con pagos mensuales.

5.3.1 Cálculo de Amortización.

Para establecer la cuota fija se aplica la siguiente fórmula financiera.

$$\text{VALOR PRESENTE} = \frac{VF \cdot i \cdot (1+i)^n}{\{(1+i)^n - 1\}}$$

$$VP = \frac{122.486 \cdot 0,17 \cdot (1+0,17)^{60}}{\{(1+0,17)^{60} - 1\}} = \frac{2.879,90}{10.096} = 2.852.58$$

TABLA N° 61
AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

Amortización del Crédito						
Nº	Valor Presente	Interés	Saldo soluto	Saldo Insoluto	Interés	Capital
Capital:	122,486					
Interés:	14%	1.17	Mensual			
Tiempo:	5 años	60	Meses			
1	2852.58	1239,33	1613,25	104.312,10	16.057,01	18.173,90
2	2852.58	997,67	1854,91	83,415,81	13.334,62	20.896,29
3	2852.58	719,81	2132,77	59,389,33	10.204,43	24.026,48
4	2852.58	400,33	2452,25	31.763,77	6.605,35	27.625,56
5	2852.58	32,99	2819,59	0	2.467,1773	31.763,77
TOTAL		48.668,54	122.485,99			

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación Propia.

Año: 2014

5.3.2 Gastos Financieros.

Los gastos financieros corresponden a los intereses que generan el uso de capital prestado por las instituciones financieras en este caso para cinco años.

TABLA N° 62
INTERESES ANUALES.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses	16.057,01	13.334,62	10.204,43	6.605,35	2.467,13
Total Financieros	16.057,01	13.334,62	10.204,43	6.605,35	2.467,13

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación Propia.

Año: 2014.

5.4 DEPRECIACIONES.

Para el cálculo de las depreciaciones de los activos fijos se tomó como referencia lo establecido en el Reglamento del Servicio de Rentas Internas SRI, Art. 25, página 10. Depreciaciones de Activos Fijos.

TABLA N° 63
CÁLCULO DE DEPRECIACIONES.

ACTIVO FIJO	VIDA ÚTIL	V. ORIGINAL	CÁLCULO	DEPRECIACIÓN
Maquinaria y Equipo	10	35.000,00	35.000/10	3.500,00
Equipo de cómputo	3	1.120,00	1.120 x 33 %	373,33
Muebles de Oficina	10	600,00	600 / 10	60,00
Sistema de Vigilancia	10	10.000,00	10.000 / 10	1.000,00
TOTAL		46.720,00	-	4.933,33

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación Propia.

Año: 2014.

5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.

Los Estados Financieros se presentan a modo de fotografía, la situación financiera de la empresa a una fecha determinada lo cual revela la situación de los activos y pasivos de la misma, para la Sucursal se prevé cinco años como perspectiva del proyecto.

5.5.1 Estado de Situación Financiera de Arranque.

TABLA Nº 64
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

ACTIVOS	PARCIAL	SUBTOTAL	TOTAL
TOTAL ACTIVOS			192.588,04
Inversión variable		144.188,04	
Inversión fija		46.720,00	
Equipo y Maquinaria	35.000,00		
Equipo de Cómputo	1.120,00		
Muebles de Oficina	600,00		
Sistema de Vigilancia	10.000,00		
PASIVOS		122.485,99	
Deuda por pagar		122.485,99	
PATRIMONIO		70.102,05	
Inversión Propia		70.102,05	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			192.588,04

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL
NOMBRE
RUC

FIRMA
CONTADOR
NOMBRE

Elaborado por: La Autora.
Fuente: Investigación Propia.
Año: 2014.

5.5.2 Estado de Resultados Integral Proyectado.

TABLA Nº 65

ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL PROYECTADO.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Proyectadas	680.855,77	800.476,67	938.483,99	1'099.897,87	1'289.575,69
(-) Costos Proyectados	458.577,68	536.934,75	627.159,27	732.514,02	856.061,75
(=) Utilidad Bruta Proyectada	222.278,09	263.541,92	311.324,72	367.383,85	433.513,94
(-) Gastos:					
Administrativos	19.591,40	21.278,22	23.110,27	25.100,07	27.261,19
Arriendos	14.400	14.758,56	14.788,80	15.566,28	15.598,18
Financieros	16.057,01	13.334,62	10.204,43	6.605,35	2.467,13
Depreciación	4.933,33	4.933,33	4.933,33	4.560	4.560
Gastos de Constitución	1.680,00	0	0	0	0
Imprevistos (5% de las ventas)	34042,79	40.023,83	46.924,20	54.994,89	64.478,78
Total gastos proyectados	90704,53	94.328,56	99.961,03	106.826,59	114.365,28
(=) Utilidad Operacional proyectada	131.573,57	169.213,36	211.363,68	260.557,26	319.148,66
(-) 15% Participación Trabajadores	19.736,04	25.382,00	31.704,55	39.083,59	47.872,30
(=) Utilidad proyectada antes IR	111.837,53	143.831,35	179.659,13	221.473,67	271.276,36
(-) Impuesto a la renta	27.959,38	35.957,84	44.914,78	55.368,42	67.819,09
(=) Utilidad Neta	83.878,15	107.873,51	134.744,35	166.105,25	203.457,27

 FIRMA REPRESENTANTE LEGAL
 NOMBRE
 RUC

 FIRMA
 CONTADOR
 NOMBRE

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación Propia.

Año: 2014.

5.5.3 Flujo de Caja Proyectado.

TABLA Nº 66
FLUJO DE CAJA PROYECTADO.

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	192,588,04					
Utilidad Operacional		131.573,57	169.213,36	211.363,68	260.557,26	319.148,66
(+) Depreciación		4.933,33	4.933,33	4.933,33	4.560,00	4.560,00
TOTAL INGRESOS	-	136.506,90	174.146,69	216.297,01	265.117,26	323.708,66
(-) Inversión de reposición		0	0	0	0	0
(+) Ventas de activos		0	0	0	0	0
Pago del principal		18.173,90	20.896,29	24.026,48	27.625,56	31.763,77
15% Participación						
Trabajadores		19.736,04	25.382,00	31.704,55	39.083,59	47.872,30
Impuesto a la renta		27.959,38	35.957,84	44.914,78	55.368,42	67.819,09
TOTAL EGRESOS	-	65.959,38	35.957,84	44.914,78	55.368,42	67.819,09
FLUJO NETO (I-E)	-192,588,04	70.637,58	91.910,56	115.651,20	143.039,69	176.253,50

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL
NOMBRE
RUC

FIRMA
CONTADOR
NOMBRE

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación Propia.

Año: 2014.

5.6 EVALUACIÓN FINANCIERA

5.6.1 Tasa de Redescuento.

TABLA Nº 67
CÁLCULO DE LA TASA DE REDESCUENTO

DESCRIPCIÓN	VALOR \$	% DE ESTRUCTUR A	TASA PONDERADA %	VALOR PONDERAD O \$
Inversión propia	70.102,00	36,40	8 %	291,00
Inversión financiada	122.486,00	63,60	14 %	890,00
Inversión Total...	192.588,00	100,00	%	1.182,00

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Banco Bolivariano

Año: 2014.

Fórmula:

Costo de capital	1182/100	=	11.82%
------------------	----------	---	--------

$$\text{TRM} = (1 * C_k) (1 * \text{Inflación}) - 1$$

$$\text{TRM} = (1 * 0,1182) (1 * 0,0270) - 1 = 14,76\%$$

Por lo tanto la tasa de redescuento o tasa de rendimiento medio es del 14,76% la misma que se utilizará para el cálculo de los indicadores de rentabilidad.

5.6.2 Valor Actual Neto (VAN)

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos actualizados descontados a la inversión inicial. Si el resultado obtenido es positivo, es un indicador de que la inversión es viable.

TABLA Nº 68
CÁLCULO DEL VAN

Años	Flujos Netos
	-
0	192.588,04
1	61.913,91
2	70.610,66
3	77.876,68
4	84.424,06
5	91.180,05
VAN	\$ 193.417,32

Elaborado por: La Autora.
Fuente: Investigación Propia.
Año: 2014.

Fórmula:

Σ de flujos actualizados (-) Inversión Inicial

386.005,36 (-) 192.588,04 (=) 193.417,32

TABLA Nº 69
FLUJOS ACTUALIZADOS

Años	Flujos Netos
1	61.913,91
2	70.610,66
3	77.876,68
4	84.424,06
5	91.180,05
SUMAN	386.005,36

Elaborado por: La Autora.
Fuente: Investigación Propia.
Año: 2014.

5.6.3 Tasa Interna de Retorno (TIR).

La TIR es la tasa que iguala el valor presente neto a cero, es conocida como la tasa de rentabilidad, producto de la inversión de los flujos netos de efectivo y se expresa en porcentaje, si el porcentaje es mayor a la tasa de descuento el proyecto es viable.

TABLA N° 70
CÁLCULO DE LA TIR

Años	Flujos Netos	TRM 14,76%	Flujos Netos actualizados	FIA	TIR
0	-192.588,04		-192,588,04		192.588,04
1	70.637,58	0,876501008	61.913,91	0,772471867	54.565,54
2	91.910,56	0,768254017	70.610,66	0,596712786	54.844,21
3	115.651,20	0,67337542	77.876,68	0,46094384	53.308,71
4	143.039,69	0,590214235	84.424,06	0,356066149	50.931,59
5	176.253,50	0,517323372	91.180,05	0,275051083	48.478,72
			193.417,32		-

TIR	44,34 %
------------	----------------

Se igualaron a cero los flujos actualizados del VAN, la TIR en el proyecto es del 44,34 %, comparada con la tasa de descuento que fue del 14,76 es un punto a favor, para crear la Sucursal en la ciudad de Tulcán.

5.6.4 Costo/ Beneficio.

La relación costo / beneficio es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar de un proyecto, para lo cual se toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultados, y se determina los beneficios de cada dólar que se invierte en el proyecto, si el resultado es mayor a 1 el proyecto es viable, ya que los ingresos netos son superiores a los egresos netos.

**TABLA Nº 71
COSTO/ BENEFICIO.**

Años	Ingresos	TRM 14,76%	Ingresos Actualizados	Egresos	TRM 14,76%	Egresos Actualizados	I / E
1	136.506,90	1.141	119.648,43	65.869,32	1.141	57.734,52	
2	174.146,69	1.302	133.788,89	82.236,13	1.302	63.178,23	
3	216.297,01	1.485	145.649,09	100.645,81	1.485	67.772,42	
4	265.117,26	1.694	156.475,98	122.077,57	1.694	72.051,92	
5	323.708,66	1.933	167.462,06	147.455,16	1.933	76.282,00	
TOTAL			723.024,45			337.019,09	2,15

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación Propia.

Año: 2014.

5.6.5 Período de Recuperación de la Inversión.

Este elemento de evaluación económica financiera, permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados, es un indicador bastante significativo, siempre y cuando exista certidumbre en lo pronosticado.

**TABLA Nº 72
PERÍODO DE RECUPERACIÓN.**

Años	Flujos Proyectados	Flujos Acumulados
0	192,588,04	
1	70.637,58	70.637,58
2	91.910,56	162.548,14
3	115.651,20	278.199,34
4	143.039,69	421.239,03
5	176.253,50	

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación Propia.

Año: 2014.

Tiempo de Recuperación de la Inversión.

Para el análisis de la recuperación de la Inversión se debe realizar una regla de tres, en donde se puede observar lo siguiente:

Inversión Inicial \$ 192.588,04

Flujos Proyectados en el tercer año es de \$ 115.651,20

Flujos Acumulados al segundo año es de \$ 278.199,34

Por lo tanto:

Si \$ 278.199,34 se recupera en 3 años

\$ 192.588,04 en que tiempo es?

Tiempo de Recuperación = 2,06 por lo tanto son :

2 años, 7 meses, 6 días.

5.7 Punto de Equilibrio.

Es el nivel de un negocio en el cual los ingresos igualan a los egresos, por lo tanto no arroja ni ganancia ni pérdida .Es aquel nivel de operaciones en el que los egresos son iguales en importe a sus correspondientes en gastos y costos. Es la cifra de ventas que se requiere alcanzar para cubrir los gastos y costos de la empresa y en consecuencia no obtener ni utilidad ni pérdida.

Para el cálculo del punto de equilibrio se aplicó la siguiente fórmula.

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS}}}$$
$$\text{P.E.} = \frac{90.704,53}{1 - \frac{680.855,77}{144.188,04}} = \frac{90.704,53}{1 - 0,2117747199} = \frac{90.704,53}{0,7882252801} = 115.074,37$$

La empresa requiere vender \$ 115.074,37 como mínimo para no ganar ni perder.

5.8 CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO.

La elaboración del Análisis Financiero en la creación de este proyecto, ha sido el paso más importante para determinar la posibilidad para la apertura de una Sucursal de Intaco Ecuador en la ciudad de Tulcán, todos los indicadores como el VAN, el TIR y el Punto de Equilibrio reflejan números positivos, esto nos brinda la confiabilidad y viabilidad para seguir con el proyecto.

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

6.1 La empresa.

6.1.1 Nombre de la Sucursal

La empresa fue fundada en Costa Rica, sus primeros propietarios le llamaron INTACO, luego de varios años fue reconocida a nivel nacional e internacional, creando empresas en Ecuador, Perú y Panamá, manteniendo el mismo nombre. Por lo tanto cada Sucursal creada mantiene el nombre que identifica la imagen empresarial en cualquier sitio del país como Intaco. Recuperado: www.intaco.com El 10 de Abril del 2014.

6.1.2 Tipo de empresa

Intaco Ecuador es una Sociedad Anónima, constituida en el Ecuador bajo el control de la Superintendencia de Compañías, depende operativamente de la matriz que se encuentra en Costa Rica, cuando se realizan cambios Administrativos y de Control, para conseguir eficiencia administrativa, operativa y contable se aplican en el resto de los países , por ende a las Sucursales. Recuperado: www.intaco.com El 10 de Abril del 2014.

6.1.3 Misión y Visión.

6.1.3.1 Visión

“Ser líder de calidad mundial en la innovación, producción y comercialización de morteros industrializados para la construcción.”

6.1.3.2 Misión.

“Trabajar para ofrecer productos y servicios que mejoren las prácticas de la construcción generando valor para los clientes, la empresa y la sociedad”.

Recuperado: www.intaco.com El 10 de Abril del 2014.

6.1.4 Principios y Valores.

Intaco Ecuador tiene establecido principios y valores que rigen la vida empresarial, por lo tanto es la transcripción extraída de la página web de la empresa.

TABLA N° 73
PRINCIPIOS Y VALORES



Trabajamos con Compromiso

Promovemos un desarrollo integral de nuestros clientes, colaboradores y proveedores.

Somos socialmente responsables.



Trabajamos con pasión por el cambio.

Actuamos de manera positiva frente a nuevos retos.

Impulsamos la creatividad.



Trabajamos con Excelencia

Aseguramos la calidad de nuestro trabajo.

Medimos el desempeño de nuestra gestión.



Trabajamos con Integridad

Actuamos con honestidad y respeto.

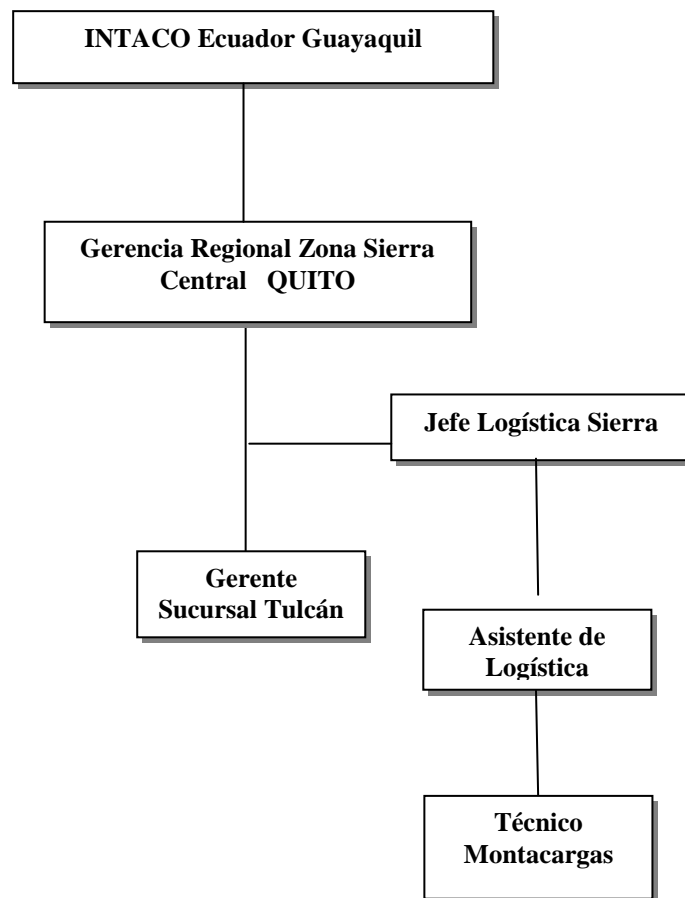
Desarrollamos lealtad y confianza.

Elaborado por: La Autora.
Fuente: Intaco Ecuador S.A.
Año: 2014

6.1.5 Organigrama Estructural.

La empresa tiene definido su estructura orgánica y funcional, sin embargo de ello es prudente establecer la estructura en la Sucursal manteniendo la línea de mando y dependencia administrativa desde la matriz Guayaquil.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.



Elaborado por: La Autora.
Fuente: Intaco Ecuador S.A.
Año: 2014

6.1.6 Manual de funciones.

Para la apertura de la Sucursal, se necesita de tres personas capacitadas para realizar las funciones de Gerente de Sucursal, Asistente de Logística y Montacarguista.

6.1.6.1 Gerente de Sucursal.

Funciones.

- Ventas con apertura de clientes
- Seguimiento de Clientes
- Presupuesto de Ventas
- Mantener la cartera de clientes
- Apertura de Nuevos Clientes
- Recuperación de Cartera

Perfil.

- Estudiantes de Instrucción Superior en Administración de Empresas, Marketing, Arquitectura o Ingeniería Civil.
- Uno o Dos años de experiencia en áreas de comercialización de productos, asesoría técnica preferentemente en el sector de la construcción, ferreterías, constructoras. (no indispensable en el sector de la construcción).

Con conocimientos en:

- Manejo de Cartera de Clientes
- Gestión de Cobranzas
- Excelente manejo de paquetes de office, servicio al cliente.

Habilidades y Capacidades:

- Sociable, entusiasta
- Trabajo en Equipo
- Buenas Relaciones Interpersonales, Negociación
- Disponibilidad de Movilización Propia

Fuente: Intaco Ecuador S.A Dpto. de RR.HH

6.1.6.2 Responsable de Bodega o Logística

Funciones.

- Manejo y administración de bodega.

- Supervisar la recepción de mercadería
- Realizar el control del inventario de mercadería las bodegas.
- Coordinar el despacho de la mercadería a clientes.
- Coordinación y planificación de requerimientos de stocks mínimos de los inventarios.
- Manejo y control de recursos asignados (gente, montacargas, etc.), asegurando la operación continua de los recursos coordinando mantenimientos preventivos y correctivos.
- Generación y mantenimiento de información necesaria para evaluar la gestión del puesto.
- Participar directamente en la verificación física de inventarios.
- Controlar la recepción y el despacho de mercaderías.
- Definición de rutas de transporte, evaluación del servicio de transporte, entre otras.
- Coordinar los despachos de acuerdo a las necesidades del cliente interno y externo.
- Mantener un control del stock de máximos y mínimos.
- Planificar y elaborar planes de trabajo y coordinación de actividades.
- Archivar los documentos correspondientes a su departamento.
- Evaluar el desempeño del personal a su cargo.

Perfil.

- Ingeniero en Administración de Empresas, Logística o afines, Bachiller o Tecnólogo con conocimientos en Administración de bodegas, manejo de personal, kardex, Office.
- Experiencia en administración de bodegas mínimo 2 años.

Con habilidades de:

- Trabajo en equipo.
- Planificación y organización.
- Liderazgo en grupos, desarrollo y apoyo al colaborador, innovación, creatividad, orientación al logro.

Fuente: Intaco Ecuador S.A Dpto. de RR.HH

6.1.6.3 Operador de Montacargas.

Funciones.

- Operar montacargas para abastecer de materiales a las líneas de producción.
- Retirar de la bodega, materiales e insumos, según requisiciones.
- Retirar productos terminados de las líneas y colocarlos en lugares específicos.
- Efectuar devolución de materiales sobrantes a bodega.
- Chequear diariamente el correcto funcionamiento del montacargas.
- Mecánica Automotriz
- Normas de Seguridad Industrial

Perfil.

- Instrucción Bachiller
- Hombre de 20 a 35 años
- Experiencia 1 año en cargos similares.
- Poseer licencia especial de manejo de montacargas

Fuente: Intaco Ecuador S.A Dpto. de RR.HH

6.1.6.4 Evaluación de Desempeño.

Para la evaluación de desempeño Intaco Costa Rica tiene una matriz de evaluación establecida, donde constan parámetros de gestión de resultados medidos cada seis meses. Todos los colaboradores llenan la matriz preestablecida mediante internet y se reporta directamente a Costa Rica.

Esto se realiza una vez al año como política empresarial, se hacen encuentros de personal a nivel nacional para conocer los logros y dificultades en el transcurso de este periodo, de acuerdo a la evaluación y logros planificados se realizan incentivos como estrategia de motivación al talento humano

CAPÍTULO VII

IMPACTOS

Con la finalidad de realizar un análisis de impactos para la evaluación cuantitativa y cualitativa en relación con indicadores en cada área se detalla a continuación el esquema de la matriz de valoración.

TABLA N° 74
MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS

ESCALA POSITIVA		ESCALA NEGATIVA	
Imp. Alto Positivo	3	Imp. Alto Negativo	-3
Imp. Medio Positivo	2	Imp. Medio Negativo	-2
Imp. Bajo Positivo	1	Imp. Bajo Negativo	-1
Indiferente (nulo o neutro)	0		

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación Propia.

Año: 2014.

Para determinar el grado de impacto se utilizará la siguiente fórmula:

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{Valoración}}{\text{Nro. Indicador}}$$

7.1 Impacto Económico.

El proyecto contribuirá al desarrollo económico a través de la comercialización, fortaleciendo así la actividad económica en la ciudad de Tulcán.

TABLA N°. 75
IMPACTO ECONÓMICO

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTOS						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Alternativa de inversión	0	0	0	0	0	X	0
Nivel de ingresos	0	0	0	0	0	X	0
Estabilidad económica	0	0	0	0	0	0	X
Competitividad	0	0	0	0	0	X	0
TOTAL	0	0	0	0	0	6	3

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación propia.

Año: 2014.

Nivel de Impacto =

$$\frac{\sum \text{Valoración}}{\text{Nro. Indicador}}$$

$$\text{NI} = \frac{9}{4} = 2.25$$

$$\text{NI} = 2$$

Impacto medio positivo

ANÁLISIS:

La creación del proyecto permitirá fuentes de trabajo incidiendo en el nivel de ingresos mediante el pago de remuneraciones justas y apegadas al marco legal vigente, contribuyendo así a la estabilidad económica de los colaboradores directos del proyecto y por ende a sus familias aportando de esta manera a mejorar la calidad de vida.

Impacto Económico presenta una valoración de “impacto medio positivo” (2).

7.2 Impacto Social

Con la apertura de la Sucursal de Intaco en la ciudad de Tulcán se tendrá una incidencia positiva ya que se aportará con nuevas fuentes de empleo, y a la vez para mejorar el trabajo y rendimiento de quienes laboran en la rama de la Construcción.

TABLA N° 76
IMPACTO SOCIAL

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTOS						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación de Empleo	0	0	0	0	0	0	X
Mejoramiento de la calidad de vida.	0	0	0	0	0	X	0
Emprendimiento de nuevas técnicas de construcción.	0	0	0	0	0	x	0
TOTAL	0	0	0	0	0	4	3

Elaborado por: La Autora.
Fuente: Investigación propia.
Año: 2014.

Nivel de Impacto =

$$\frac{\sum \text{Valoración}}{\text{Nro. Indicador}}$$

$$\begin{aligned} \text{NI} &= \frac{7}{3} = 2.33 \\ \text{NI} &= 2 \end{aligned}$$

Impacto medio positivo

Análisis:

Permitirá la generación de fuentes de empleo que ayudaran a mejorar la calidad de vida, mediante salarios dignos de acuerdo a la ley, a la vez se ayudara a conocer nuevas técnicas de construcción, que ayudaran en gran manera a mejorar la vida de maestros en la construcción y a las personas quienes dependen económicamente de ellos.

Este Impacto Social presenta una valoración de “impacto medio positivo” (2).

7.3 Impacto Comercial.

La demanda del mercado actual es cada vez más por lo que este proyecto proporcionará un producto que cubra las expectativas del consumidor a precios apropiados mediante canales de distribución como ferreterías y almacenes de cerámica.

TABLA N°. 77
IMPACTO COMERCIAL

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTOS						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Tendencia de compra.	0	0	0	0	0	0	X
Expectativa de consumo.	0	0	0	0	0	X	0
Preferencias	0	0	0	0	0	x	0
TOTAL	0	0	0	0	0	4	3

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación propia.

Año: 2014.

Nivel de Impacto =

$$\frac{\sum \text{Valoración}}{\text{Nro. Indicador}}$$

$$\text{NI} = \frac{7}{3} = 2.33$$

$$\text{NI} = 2$$

Impacto medio positivo

Análisis:

Permitirá contribuir a la economía social, teniendo de esta manera una participación en el mercado, mediante la oferta se entregará un producto de calidad, se procurará atender las necesidades y expectativas de la demanda, valiéndose de canales de distribución acordes a los requerimientos del mercado, permitiendo así la fidelización de los clientes logrando la satisfacción de la zona del Carchi siendo aspectos positivos para el desarrollo y ejecución del proyecto.

El Impacto Comercial generará una valoración de “impacto medio positivo” (2).

7.5 Impacto Ambiental.

La implantación del presente proyecto permitirá contribuir con el desarrollo socioeconómico sin desatender en ningún sentido el compromiso con el Medio Ambiente.

TABLA N°. 78
IMPACTO AMBIENTAL

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTOS						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Contaminación por ruido	0	0	0	0	0	x	0
Contaminación por químicos.	0	0	0	0	0	X	0
Contaminación por polvo.	0	0	0	0	0	0	X
TOTAL	0	0	0	0	0	4	3

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación propia.

Año: 2014.

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{Valoración}}{\text{Nro. Indicador}}$$

$$\begin{aligned} \text{NI} &= \frac{7/3}{2} = 2.33 \\ \text{NI} &= 2 \end{aligned}$$

Impacto medio positivo.

Análisis:

La puesta en marcha del proyecto permitirá beneficiar una participación en el mercado y a todos los colaboradores, por ser una Empresa Multinacional tiene como norma de Seguridad Industrial el velar por el Medio Ambiente, en la actualidad muchas entidades públicas o privadas ponen todos sus esfuerzos para captar clientes para obtener beneficios económicos sin preocuparse por el Impacto Ambiental.

El presente proyecto ante todo tiene un compromiso de cuidado con el Medio Ambiente, realizará un adecuado manejo en cada actividad que se va a ejecutar, evitando contaminación a la sociedad y a sus alrededores.

El Impacto Ambiental en el presente proyecto generará una valoración de “impacto medio positivo” (2).

7.6 Impacto Educativo.

La investigación para el desarrollo del proyecto servirá como referencia de consulta para nuevos proyectos.

**TABLA N°. 79
IMPACTO EDUCATIVO**

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTOS						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Manual de Investigación	0	0	0	0	0	0	X
Adquirir conocimientos.	0	0	0	0	0	X	0
Incentivo de emprendimientos educativos	0	0	0	0	0	x	0
TOTAL	0	0	0	0	0	4	3

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación propia.

Año: 2014.

Nivel de Impacto =

$$\frac{\sum \text{Valoración}}{\text{Nro. Indicador}}$$

$$\begin{aligned} \text{NI} &= \frac{7}{3} = 2.33 \\ \text{NI} &= 2 \end{aligned}$$

Impacto medio positivo

Análisis:

El presente proyecto sirvió para afianzar conocimientos a la búsqueda de información, el cual servirá de guía de investigación para aquellos estudiantes y personas en general que requieran un modelo de trabajo de investigación y de igual manera servirá de estímulo para la ejecución de proyectos innovadores.

El Impacto Educativo presenta una valoración de “impacto medio positivo” (2)

7.7 Impacto General.

Con el fin de obtener una valoración conjunta de los impactos que intervienen, se presenta a continuación el resultado obtenido.

TABLA N°. 80
MATRIZ IMPACTO GENERAL

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTOS						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto Económico	0	0	0	0	0	0	0
Impacto Social	0	0	0	0	0	X	0
Impacto Comercial	0	0	0	0	0	x	0
Impacto Ambiental	0	0	0	0	0	x	0
Impacto Educativo	0	0	0	0	0	x	0
TOTAL	0	0	0	0	0	8	0

Nivel de Impacto =

$$\frac{\sum \text{Valoración}}{\text{Nro. Indicador}}$$

$$\text{NI} = \frac{8}{4} = 2$$

$$\text{NI} = 2$$

Impacto medio positivo.

Análisis:

La implantación del proyecto es factible puesto que contribuirá positivamente en el área Económica, Social, Comercial, Ambiental y Educativa a la zona del Carchi, conforme al planteamiento de la Visión y Misión de la empresa.

Por lo expuesto y analizado en cada uno de los impactos se ha determinado un impacto general medio positivo (2), resultado que demuestra la factibilidad de la creación de una Sucursal de Intaco Ecuador en la ciudad de Tulcán.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES.

1.- Se pudo concluir en el Diagnostico Situacional de Tulcán, que es apto para poner en marcha el proyecto, ya que en los últimos años el sector de la Construcción ha tenido un mayor crecimiento y por ende los acabados , sea este por construcciones nuevas o por remodelaciones, cabe indicar que en la actualidad existen diferentes tipos de cerámicas utilizadas para los acabados, material que son utilizados en interiores y exteriores, con la finalidad de dar un toque de elegancia a las viviendas, cuyas cerámicas deben ser instaladas con un pegamento especial, por lo cual existe una gran oportunidad para la creación del proyecto.

2.- El Marco Teórico utilizado para la presente investigación se detalla aspectos inmersos en el desarrollo del proyecto y del producto específicamente, sustentándolo con bases teóricas actualizadas de la misma manera permitió ampliar conocimientos y reforzarlos.

3.- El Estudio de Mercado reveló que actualmente la oferta no logra satisfacer la demanda actual, por lo tanto existe una demanda insatisfecha la cual será cubierta proporcionalmente desde el primer año hasta llegar abarcar el mercado totalmente, esto se conseguirá con la apertura de la Sucursal, se establecieron estrategias de comercialización, mediante alianzas estratégicas a través de los clientes puntuales que se tiene en la zona del Carchi.

4.- En el Estudio Técnico se estableció la capacidad con que se dará inicio el proyecto en función de los recursos financieros y los costos operativos y administrativos que se utilizará para poner en marcha , a la vez se logró conocer la macro y micro localización del proyecto.

5.- El Estudio Financiero mostró resultados como el VAN por \$ 193.417,32 resultado positivo, una tasa de redescuento del 14,76%, y un TIR mayor a la tasa de redescuento por 44,34 %, de igual manera la relación de Costo/

Beneficio fue mayor a 1, todos estos resultados fueron positivos en donde se sacó el análisis del tiempo de la recuperación de la inversión que es de 2 años, 7 meses y 6 días, razón por lo cual el proyecto es viable.

6.- En el Estudio Organizacional se estableció la estructura organizacional de la Sucursal, se determinó las funciones de cada colaborador directo de la empresa, para lograr el correcto funcionamiento de cada trabajador, la Misión y Visión, sus principios y valores.

7.- El análisis de valoración de los Impactos del proyecto mostró un nivel de impacto medio positivo, siendo favorable ya que beneficia todos los aspectos como Económico, Social, Comercial, Educativo y Medio Ambiente.

RECOMENDACIONES.

- 1.-** En la actualidad el sueño de cada ser humano es adquirir una vivienda propia, por lo cual el sector de la Construcción siempre tendrá su crecimiento, por tal motivo se recomienda a las Empresas Constructoras e Inmobiliarias adquirir nuevos conocimientos de materiales innovadores que son utilizados para los acabados de las viviendas, en especial para revestimientos de cerámica y minerales los cuales garantizarán viviendas duraderas.

- 2.-** Para las empresas fabricantes de pegamentos de revestimientos de cerámica y minerales se recomienda que de acuerdo al avance tecnológico a los diferentes tipos de cerámica o piedras que se encuentran en el mercado, se pueda ofrecer un diferente tipo de pegamento.

- 3.-** Abastecimiento de la materia prima para la fabricación y elaboración de pegamentos cementicios para revestimientos de cerámica y minerales.

- 4.-** Se sugiere mantener una base de datos de profesionales como Arquitectos e Ingenieros, para brindarles asesoramiento continuo de los productos que Intaco Ecuador ofrecerá en el mercado de Tulcán, con la finalidad de que tengan conocimiento de nuevos productos innovadores, los mismos que ayudarán a garantizar trabajos de eficiencia y calidad.

- 5.-** Dar mantenimiento a la maquinaria requerida para el proyecto y su desarrollo, con el fin de garantizar un servicio de calidad, así como mantener el cuidado, aseo y limpieza de las instalaciones.

- 6.-** Conservar los niveles de producción conforme a la demanda del mercado dependiendo al crecimiento progresivo de la oferta que permita mantener los niveles positivos económicos.

7.- Es importante capacitar al personal constantemente con el objetivo de reforzar sus conocimientos los mismos que posteriormente se reflejarán en la ejecución de sus funciones y en la calidad del servicio, procurando no desatender los intereses personales de crecimiento de cada individuo, aplicando incentivos de motivación.

8.- Mantener los niveles de impacto positivos, en especial del medio ambiente, tratando permanentemente de mejorar para alcanzar un mayor éxito.

BIBLIOGRAFÍA.

- AMARU, A. C. (2009). Teoría General y Proceso Administrativo. En A. C. AMARU, *Fundamentos de Administración* (pág. 105). México: Pearson Education.
- ARAUJO ARÉVALO, D. (2009). Proyectos de Inversión. En D. ARAUJO ARÉVALO, *Proyectos de Inversión* (pág. 26). México: Trillas.
- BACA, G. (2006). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw Hill.
- BERNAL TORRES, C. A. (2006). Metodología de La Investigación. En C. A. BERNAL TORRES, *Metodología de La Investigación*. (pág. 55). México: Leticia Gaona Figueroa.
- BRAVO, M. (2008). Contabilidad General. En M. BRAVO, *Contabilidad General* (pág. 98). México: Nuevo Día.
- CEGARRA SÁNCHEZ, J. (2012). Metodología de la Investigación Científica y Tecnológica. En J. CEGARRA SÁNCHEZ, *Los Métodos de Investigación*. (pág. 83). Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- COHEN, E., & FRANCO, R. (2006). Análisis Costo Beneficio (ACB). En E. COHEN, & R. FRANCO, *Evaluación de Proyectos Sociales*. (pág. 171). Buenos Aires: siglo XXI.
- DAVIES, G. (2008). Dirección y Gestión de Empresas. En G. DAVIES, *Gestión de Proyectos* (pág. 19). España: Vertice.
- DÍAZ, F. (2009). Proyectos Formulación y Criterios de Evaluación. En F. DÍAZ, *Proyectos Formulación y Criterios de Evaluación* (pág. 318). Colombia: Alfa Omega.
- DUARTE SCHLAGETER, J., & LORENZO FERNÁNDEZ, A. (2005). El ABC de las Finanzas. En J. DUARTE SCHLAGETER, & A. LORENZO FERNÁNDEZ, *Finanzas Operativas: Un Coloquio* (págs. 5, 78). México: IPADE.
- ESCUDERO SERRANO, M. J. (2013). Costes de la demanda insatisfecha. En M. J. ESCUDERO SERRANO, *Gestión Logística y Comercial*. (pág. 39). España: Paraninfo.
- GIL ESTALLO, M. (2013). Introducción a la administración de empresas. En M. d. GIL ESTALLO, *Cómo crear y hacer funcionar una empresa* (pág. 31). Madrid: Esic Editorial.
- GÓMEZ CÁCERES, D., & JURADO MADICO, J. A. (2006). Valor Actual Neto. En D. GÓMEZ CÁCERES, & J. A. JURADO MADICO, *Financiación Global de Proyectos* (pág. 84). Madrid: Esic.

- JACOME, W. (2005). Bases Teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión. En W. JACOME, *Bases Teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión* (págs. 99,101,120). Ibarra: Universitaria.
- LAWRENCE J, G. (2005). Determinación de la Inversión Inicial. En G. LAWRENCE J, *Principios de Administración Financiera* (págs. 313 - 495). México: Pearson.
- LLINARES MILLÁN, C., MONTAÑANA, A., & NAVARRO ASTOR, E. (2009). Clases de Empresas. En C. LLINARES MILLÁN, A. MONTAÑANA, & E. NAVARRO ASTOR, *Economía y Organización de Empresas Constructoras* (pág. 181). Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- MIRANDA MIRANDA, J. J. (2006). Identificación Formulación Evaluación Financiera Económica Social Ambiental. En J. J. MIRANDA MIRANDA, *Gestión de Proyectos* (pág. 118). Bogota: Guadalupe.
- MURCIA, J. D. (2009). Proyectos, Formulación y Creterios de Evaluación. En J. D. MURCIA, *Proyectos, Formulación y Creterios de Evaluación*. (pág. 420). Colombia: Alfaomega.
- PHILIP, K. (2008). Principios de Marketing. En P. KOTLER, *Principios de Marketing* (pág. 127). México: Pearson.
- RODRIGUEZ MANSILLA, D. (2006). Elementos para su estudio. En D. RODRIGUEZ MANSILLA, *Gestión Organizacional* (pág. 53). Chile.
- RODRIGUEZ VALENCIA, J. (2010). La Empresa. En J. RODRIGUEZ VALENCIA, *Administración de pequeñas y medianas empresas*. (pág. 41). México: Sexta Edición.
- SANTILLANA. (2009). Depreciación o Consumo de Capital Fijo. En Santillana, *Medición del Capital Manual OCDE* (pág. 35). México: Segunda Edición
- SERVER IZQUIERDO, R., & JULIÁ IGUAL, J. F. (2005). Introducción a la Contabilidad. En R. J. SERVER IZQUIERDO, & J. F. JULIÁ IGUAL, *Contabilidad Financiera Tomo I* (pág. 40). Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- VALBUENA ALVAREZ, R. (2005). La Formulación. En R. VALBUENA ALVAREZ, *La Evaluación del Proyecto en la Decisión del Empresario* (pág. 257). México: Unam.

ZANNI, E. (2008). Patología, Restauo y Control de Calidad . En E. ZANNI, *Patología de la construcción y restauo de obras de arquitectura*. (pág. 25). Córdoba: Brujas.

ZAPATA, P. (2007). Contabilidad General. En P. ZAPATA, *Contabilidad General* (pág. 23). México: McGraw Hill.

LINCOGRAFÍA

<http://todoproductosfinancieros.com/tir-calculo-y-concepto/>

www.ppelverdadero.com.ec

<http://www.pymesfuturo.com/puntodeequilibrio.htm>

www.inec.gob.ec

www.ecuadorencifras.com

www.definicion.org/arancel

www.secretosparacntar.org

www.ehowenespanol.com

www.trivisa.com.ec

www.crecenegocios.com

www.definicion-de.es

www.gabilos.com/calculadoras/van-tir

www.promonegocios.net

www.elcomercio.com

www.intaco.com

www.sika.com

www.eltiempo.com.ec

www.soyecuatoriano.com

ANEXOS

ENTREVISTA DIRIGIDA AL GERENTE REGIONAL INTACO ECUADOR

- ¿Cómo ha evolucionado Intaco a través del tiempo en la producción y comercialización de morteros?

Desde inicios en 1946, Intaco se ha distinguido por ser una empresa en que nuestros clientes pueden confiar, esto se ha logrado por ofrecer productos y servicios innovadores que mejoran la productividad, la eficiencia y la economía de la industria de la Construcción.

- ¿Cuáles han sido las estrategias que se han utilizado para el crecimiento de la empresa?

Ha sido ganarse la confianza de los principales constructores a nivel nacional, participar con nuestros productos en los más importantes proyectos , investigar las necesidades del mercado nacional y fabricar nuestros morteros industrializados de calidad mundial para lograr mejorar las prácticas de la construcción ayudándoles a hacer el trabajo más productivo y eficiente.

- ¿En cuánto se refiere a las ventas de la empresa como califica el año anterior 2013?

Las ventas alcanzadas sobrepasaron las expectativas proyectadas, se le calificaría como excelente, de igual manera se puede observar en este año 2014 un crecimiento paulatino a nivel nacional, razón por la cual la Empresa empezó a construir su nueva planta de morteros en la ciudad de Quito, que empezara a funcionar desde el mes de Mayo del 2014, para poder cubrir las necesidades del consumidor final, por la gran demanda que existe a nivel nacional.

- ¿Cuáles son las proyecciones de crecimiento que tiene la empresa particularmente en la ciudad de Tulcán?

Desde años anteriores se realizó un plan piloto para cubrir el mercado, al ver su crecimiento sin tener una sucursal, notamos que la zona va en un crecimiento estimado de año a año en un 12%, por esa razón como política empresarial se proyecta dicho porcentaje como crecimiento anual por cliente.

- ¿Considera usted que implementando una Sucursal de Intaco en la ciudad de Tulcán contribuiría a generar mayor rentabilidad para la empresa?

Necesitamos una Sucursal en la ciudad de Tulcán, para lograr tener una cobertura nacional, poner a disposición nuestros productos en la zona, no solo nos ayudara a incrementar las ventas de la zona del Carchi sino también es un paso para lograr alcanzar ventas en nuestro vecino país la ciudad de Ipiales, que es un nicho de mercado que se desea cubrir mediante exportaciones, al estar con una Sucursal en Tulcán nos será más fácil llegar al mercado del vecino país.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

ENTREVISTA DIRIGIDA AL PRESIDENTE DEL COLEGIO DE
ARQUITECTOS DE LA CIUDAD DE TULCÁN

Nombre: Arq. Carlos Llanes Ramos

Fecha: 3 de Febrero del 2014

OBJETIVO: Conocer sobre el consumo de materiales en instalación de revestimientos de cerámica y minerales sobre acabados de la construcción en la ciudad de Tulcán.

ENTREVISTA

- ¿Cuántos profesionales conforman el Colegio de Arquitectos del Carchi. ?
Conforman 35 Arquitectos.

- ¿Cuál es el crecimiento respecto a infraestructura habitacional en la ciudad?
Durante los últimos años Tulcán ha venido creciendo en un 12 % , actualmente se están construyendo conjuntos habitacionales en los diferentes sectores de la ciudad.

- ¿En las construcciones residenciales, no residenciales o mixtas, que porcentaje representa los acabados de cerámica o porcelanato?
En las diferentes obras los acabados representa hasta un 80% más de los metros de construcción, esto depende del número de habitaciones o cuartos que tenga la residencia.

- ¿Cuál es el comportamiento en cuanto al uso de pegamentos de cerámica?

En la actualidad la mayoría de profesionales conocemos los pegamentos de cerámica que ofrecen en el mercado, porque podemos brindar un mejor servicio a nuestros clientes.

- ¿Las personas que realizan construcciones, ampliaciones o adecuaciones de las viviendas, con respecto a pegamentos de cerámica para acabados, que les hace decidir, el precio o la calidad. ?

En la mayoría de casos, generalmente de la clase media alta se decide por la calidad del pegante, siendo diferente en la clase media baja que deciden por el precio.

- ¿Cuál es la preferencia de sus colegas en cuanto a pegamentos de cerámica para acabados de la construcción?

La mayor preferencia es Bondex.

- ¿Los sacos de 25 Kg para instalar la cerámica o porcelanato cuantos metros le cubre?

Se puede pegar 3 metros de cerámica o porcelanato dependiendo como se encuentre el piso.

- ¿Los revestimientos de cerámica y minerales son utilizados en interiores y exteriores?

Actualmente si son utilizados en interiores y exteriores de las viviendas por la gran variedad de modelos de cerámica que existe actualmente en el mercado.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

**ENTREVISTA DIRIGIDA AL PRESIDENTE DEL COLEGIO DE
INGENIEROS DE LA CIUDAD DE TULCÁN**

Nombre: Ing. Oswaldo Mejía

Fecha: 3 de Febrero del 2014

OBJETIVO: Conocer sobre el consumo de materiales en instalación de revestimientos de cerámica y minerales sobre acabados de la construcción en la ciudad de Tulcán.

ENTREVISTA

- ¿Cuántos profesionales conforman el Colegio de Ingenieros del Carchi?
Total 37 Ingenieros Civiles.

- ¿Cuál es el crecimiento respecto a infraestructura habitacional en la ciudad?
Con la facilidad que se ha presentado actualmente, préstamos hipotecarios, y la ayuda del gobierno el crecimiento en la construcción ha sido más o menos en un 12%, por esa razón se puede observar conjuntos habitacionales, edificios, remodelaciones de los diferentes mercados de la ciudad, construcciones de obras públicas.

- ¿En las construcciones residenciales, no residenciales o mixtas, que porcentaje representa los acabados de cerámica o porcelanato?

Depende de los metros de construcción y el tipo de acabados que desee darle el propietario porque en algunas ocasiones hasta un 78% más representa los metros de pegado de cerámica, porque actualmente los baños y los dormitorios son más espaciosos y se opta por recubrir hasta 2.80 metros de alto de cerámica.

- ¿Las personas que realizan construcciones, ampliaciones o adecuaciones de las viviendas, con respecto a pegamentos de cerámica para acabados, que les hace decidir, el precio o la calidad?

En la mayoría de casos se decide por la calidad.

- ¿Cuál es la preferencia de sus colegas en cuanto a pegamentos de cerámica para acabados de la construcción?.

Bondex.

- ¿Los sacos de 25 Kg para instalar la cerámica o porcelanato cuantos metros le cubre?

Se puede pegar de 3 metros de cerámica o porcelanato dependiendo como se encuentre el piso si está totalmente nivelado puede cubrir hasta 4 metros.

- ¿Los revestimientos de cerámica y minerales son utilizados en interiores y exteriores?

En interiores y exteriores de las viviendas, actualmente existen hermosas placas decorativas que da mucha elegancia en las residencias.

PROYECCIÓN DE PRECIOS DE BONDEX STD

AÑO 2015

$$V_f = 4,47 (1 + 0.0270)$$

$$V_f = 4,59$$

AÑO 2016

$$V_f = 4,59 (1 + 0.0270)^1$$

$$V_f = 4,71$$

AÑO 2017

$$V_f = 4,71 (1 + 0.0270)^1$$

$$V_f = 4,84$$

AÑO 2018

$$V_f = 4,84 (1 + 0.0270)^1$$

$$V_f = 4,97$$

AÑO 2019

$$V_f = 4,97 (1 + 0.0270)^1$$

$$V_f = 5,10$$

PROYECCIÓN DE PRECIOS DE BONDEX PLUS

AÑO 2015

$$Vf = 6,20 (1 + 0.0270) ^ 1$$

$$Vf = 6,37$$

AÑO 2016

$$Vf = 6,37 (1 + 0.0270) ^ 1$$

$$Vf = 6,54$$

AÑO 2017

$$Vf = 6,54 (1 + 0.0270) ^ 1$$

$$Vf = 6,72$$

AÑO 2018

$$Vf = 6,72 (1 + 0.0270) ^ 1$$

$$Vf = 6,90$$

AÑO 2019

$$Vf = 6,90 (1 + 0.0270) ^ 1$$

$$Vf = 7,09$$

PROYECCIÓN DE PRECIOS DE BONDEX PREMIUM

AÑO 2015

$$V_f = 10,87 (1 + 0.0270)^1$$

$$V_f = 11,16$$

AÑO 2016

$$V_f = 11,16 (1 + 0.0270)^1$$

$$V_f = 11,46$$

AÑO 2017

$$V_f = 11,46 (1 + 0.0270)^1$$

$$V_f = 11,77$$

AÑO 2018

$$V_f = 11,77 (1 + 0.0270)^1$$

$$V_f = 12,08$$

AÑO 2019

$$V_f = 12,08 (1 + 0.0270)^1$$

$$V_f = 12,41$$

Amortización del Crédito

Capital: 122,486
 Interés: 14% 1.17 Mensual
 Tiempo: 5 años 60 Meses

Nº	Valor Presente	Interés	Saldo soluto	Saldo Insoluto	Interés	Capital
1	2852.58	1433.09	1419.49	121,067		
2	2852.58	1416.48	1436.10	119,630		
3	2852.58	1399.68	1452.90	118,178		
4	2852.58	1382.68	1469.90	116,708		
5	2852.58	1365.48	1487.10	115,221		
6	2852.58	1348.08	1504.50	113,716		
7	2852.58	1330.48	1522.10	112,194		
8	2852.58	1312.67	1539.91	110,654		
9	2852.58	1294.65	1557.92	109,096		
10	2852.58	1276.42	1576.15	107,520		
11	2852.58	1257.98	1594.59	105,925		
12	2852.58	1239.33	1613.25	104,312	16,057	18,174
13	2852.58	1220.45	1632.12	102,680		
14	2852.58	1201.36	1651.22	101,029		
15	2852.58	1182.04	1670.54	99,358		
16	2852.58	1162.49	1690.08	97,668		
17	2852.58	1142.72	1709.86	95,958		
18	2852.58	1122.71	1729.86	94,228		
19	2852.58	1102.47	1750.10	92,478		
20	2852.58	1082.00	1770.58	90,708		
21	2852.58	1061.28	1791.30	88,916		
22	2852.58	1040.32	1812.25	87,104		
23	2852.58	1019.12	1833.46	85,271		
24	2852.58	997.67	1854.91	83,416	13,335	20,896
25	2852.58	975.96	1876.61	81,539		
26	2852.58	954.01	1898.57	79,641		
27	2852.58	931.80	1920.78	77,720		
28	2852.58	909.32	1943.25	75,777		
29	2852.58	886.59	1965.99	73,811		
30	2852.58	863.58	1988.99	71,822		
31	2852.58	840.31	2012.26	69,809		
32	2852.58	816.77	2035.81	67,774		
33	2852.58	792.95	2059.62	65,714		
34	2852.58	768.85	2083.72	63,630		
35	2852.58	744.47	2108.10	61,522		
36	2852.58	719.81	2132.77	59,389	10,204	24,026
37	2852.58	694.86	2157.72	57,232		

Nº	Valor	Interés	Saldo	Saldo	Interés	Capital
38	2852.58	669.61	2182.97	55,049		
39	2852.58	644.07	2208.51	52,840		
40	2852.58	618.23	2234.35	50,606		
41	2852.58	592.09	2260.49	48,345		
42	2852.58	565.64	2286.94	46,058		
43	2852.58	538.88	2313.69	43,745		
44	2852.58	511.81	2340.76	41,404		
45	2852.58	484.43	2368.15	39,036		
46	2852.58	456.72	2395.86	36,640		
47	2852.58	428.69	2423.89	34,216		
48	2852.58	400.33	2452.25	31,764	6,605	27,626
49	2852.58	371.64	2480.94	29,283		
50	2852.58	342.61	2509.97	26,773		
51	2852.58	313.24	2539.33	24,234		
52	2852.58	283.53	2569.04	21,664		
53	2852.58	253.47	2599.10	19,065		
54	2852.58	223.07	2629.51	16,436		
55	2852.58	192.30	2660.28	13,776		
56	2852.58	161.17	2691.40	11,084		
57	2852.58	129.69	2722.89	8,361		
58	2852.58	97.83	2754.75	5,607		
59	2852.58	65.60	2786.98	2,820		
60	2852.58	32.99	2819.59	0	2,467	31,764
TOTAL		48,669	122,486			