



CENTRO DE EDUCACIÓN CONTINUA
“DIPLOMADO EN ADMINISTRACIÓN EMPRESARIAL”

PLAN DE NEGOCIOS

TEMA

**“IMPORTACION Y COMERCIALIZACION DE PERNOS ESPECIALES DE
ALTA RESISTENCIA”**

AUTOR

C.P.A. YANNETH MARIBEL QUIZHPE QUIZHPE

GUAYAQUIL – ECUADOR

2006-2007

RESUMEN

El proyecto de importación pernos especiales se lo realiza con la finalidad de facilitar a diversos sectores como, talleres automotrices, fábricas, navieras, etc, el arreglo de su maquinaria, para que no tengan la necesidad de adaptar un perno por medio del torno, esto encareciendo el precio del producto.

Por esta razón se ha establecido un precio elevado, pero que por la necesidad el consumidor va a comprar. El precio es diferente con respecto a la venta externa.

El perno especial se importa de Canadá, que es el país en donde fabrican con calidad este producto.

Con las medidas que desea incursionar son: pernos de: 8mm hexagonal 12, 10mm hexagonal 14, 12mm hexagonal 17, 7mm hexagonal 11, 9mm hexagonal 15, de acero, de procedencia canadiense, siendo este perno de la más alta calidad, que según el estudio de mercado realizado es lo que prefiere el cliente, calidad y precio justo.

INDICE

DESCRIPCIÓN

PÁGINA

CAPITULO 1

1. ESTUDIO DEL MERCADO

1.1	Análisis de la compañía.....	4
1.1.1	Análisis del sector : Análisis de Porter.....	5
1.2	Análisis del mercado.....	6
1.2.1	El Producto: Análisis FODA.....	6
1.2.2	Los Clientes.....	7
1.2.3	La competencia.....	8-9-10
1.2.4	Tamaño del mercado global.....	11
	Formato de encuesta.....	12
	Tabulación de la encuesta.....	13-17
1.2.5	Tamaño de mi mercado.....	18

1.2 PLAN DE MARKETING

1.2.1	Estrategia de precio.....	18
1.2.2	Estrategia promocional.....	19
1.2.3	Estrategia de distribución.....	20
1.2.4	Política de servicios.....	20
1.2.5	Táctica de Ventas.....	21

CAPITULO 2

2. ESTUDIO TECNICO

2.1	Tamaño del mercado.....	22-23
2.2	Factores determinantes del mercado.....	24
2.3	Optimización del Tamaño del Proyecto.....	25
2.4	Localización del Proyecto.....	25

CAPITULO 3

3 ANALISIS ADMINISTRATIVO

3.1	Grupo Empresarial.....	26
3.2	Personal Ejecutivo.....	27
3.3	Organización.....	27
	Organigrama.....	28
	Descripción del cargo	29-33
	Perfil del cargo.....	34-39
	Selección de personal.....	40-41

INDICE

DESCRIPCIÓN

PÁGINA

CAPITULO 4

2. ANALISIS LEGAL Y SOCIAL

4.1	Aspectos Legales.....	42-43
4.2	Aspectos de legalización urbana.....	44
4.3	Análisis Social.....	44

CAPITULO 5

3. ANALISIS ECONOMICO

5.1	Inversión en activos fijos.....	45
5.2	Inversión en capital de trabajo.....	45-46
5.3	Financiamiento de la inversión.....	47
5.4	Presupuesto de ingresos.....	48
5.5	Presupuesto de compra de mercadería.....	48
5.6	Presupuesto de personal.....	48
5.7	Presupuesto de otros gastos.....	48

CAPITULO 6

4. ANALISIS FINANCIERO

6.1	Flujo de caja.....	49
6.2	Estado de resultado.....	49
6.3	Balance general.....	49
6.4	Análisis de sensibilidad.....	50

CAPITULO 7

5.	Conclusiones y recomendaciones.....	51
----	-------------------------------------	----

CAPITULO 1

1. ESTUDIO DEL MERCADO

1.1 Análisis de la Compañía

El objetivo de este proyecto es importar pernos especiales que no traen al país los grandes importadores, estos pernos son muy necesarios para los diversos sectores, sean estos: industrial, automotriz, naviero, etc.

Actualmente al no hallarse este perno tienen que adaptarlo encareciendo el precio del producto y en algunos casos mandan a fabricar produciendo pérdida de tiempo y dinero.

Con las medidas que se desea incursionar son: pernos de: 8mm hexagonal 12, 10mm hexagonal 14, 12mm hexagonal 17, 7mm hexagonal 11, 9mm hexagonal 15, de acero, de procedencia canadiense, siendo este perno de la más alta calidad, que según el estudio de mercado realizado es lo que prefiere el cliente, calidad y precio justo.

Al importar nuestro fin al inicio ofrecerlo a los diversos sectores antes mencionados en la ciudad de Guayaquil, contratando para ello tres vendedores externos.

Pernos Hexagonal Metrico 8.8	Perno Hexagonal ASTM A 325	Perno Hexagonal Grado 5
		

1.1.1 Análisis del Sector: Análisis de Porter

Para el análisis de Porter nos basamos en lo siguiente:

- En el estudio de las amenazas de nuevos competidores es baja con un promedio de **4.17**
- Con relación a la amenaza de productos sustitutos es promedio con **2.4**
- La influencia de los proveedores es un promedio de **2.83**
- La influencia de poder de los clientes es baja con **3.33**

CONCLUSION:

De acuerdo a este análisis el mercado es atractivo con un promedio global de **3.18**, es decir voy a tener alto número de nuevos competidores, no existe muchos productos sustitutos, no voy a depender de un solo proveedor, por todo esto los clientes no van a tener influencia en mi sino yo en ellos. (**Ver anexo 1**)

1.2. ANALISIS DEL MERCADO:

1.2.1 El Producto: Análisis FODA

ANALISIS FODA	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<i>1. Medidas Especiales</i>	<i>1. Sectores necesitan calidad de pernos</i>
<i>2. Calidad del Producto</i>	<i>2. Medidas especiales para uso en motores, maquinarias, etc.</i>
<i>3. Accesibilidad del Producto</i>	<i>3. Variedad de consumidores</i>
<i>4. Variedad del Producto</i>	<i>4. Variedad en medidas especiales</i>
<i>5. Perno milimétrico</i>	<i>5. Perno existente en el mercado local es de muy mala calidad</i>
<i>6. Perno Acerado</i>	<i>6. Actualmente se adapta el perno para utilizarlo</i>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<i>1. Contacto de proveedores del exterior</i>	<i>1. Existencia de productos sustitutos</i>
<i>2. Contamos con recursos insuficientes</i>	<i>2. Diversidad de medidas chinas en el mercado local</i>
<i>3. Posiblemente no se podría cumplir con demanda</i>	<i>3. Los proveedores son del exterior</i>
<i>4. Desconocimiento del producto en el mercado</i>	<i>4. Productos existentes con precios bajos</i>
<i>5. Aceptación por precio del producto</i>	<i>5. Posible encarecimiento de producto por subida de aranceles</i>

El producto que se ofrece es de procedencia canadiense, de marca Ciser, son pernos de medidas especiales como: 8mm hexagonal 12, 10mm hexagonal 14, 12mm hexagonal 17, 7mm hexagonal 11, 9mm hexagonal 15, de acero.

Este perno es utilizado en automóviles, barcos, maquinaria industrial, que actualmente lo que se hace es adaptarlo, porque no existe en el mercado local. Este perno es de muy buena calidad, por lo que es de acero con cabeza especial.

1.2.2 Los Clientes

El tipo de potenciales compradores los puede segmentar de la siguiente forma:

1. Por actividad

- Mecánicos
- Torneros
- Electromecánicos
- Electricistas
- Cerrajeros
- Operadores de maquinaria
- Almacén de pernos en general

2. Por sector

- Automotriz
- Industrial
- Naviero
- Ferretero

Los posibles compradores se caracterizan por ser consumidores finales, y solo en el caso de almacenes de pernos en general son minoristas. A los cuales nuestra fuerza de ventas se enfocaría para introducir al mercado el nuevo producto. Además de darlo a conocer en las fábricas, talleres automotrices, navieros, etc.

Al principio nos enfocaremos en el mercado local, Guayaquil. La compra esta basada sobre todo en precio y calidad y en el caso del sector ferretero precio, calidad, servicio y forma de pago

Dos posibles clientes se pronunciaron de la siguiente manera sobre el producto:

“Sería conveniente para nosotros que llegue este tipo de pernos al mercado local, ya que al momento solo se encuentra producto chino en esas medidas, que por ese motivo prefiero adaptar el perno representando pérdida de tiempo y dinero”

“Traer al mercado a mi parecer es muy costoso y esto representa un alza en el precio, y además no es un perno comercializado, por lo prefiero adaptarlo.”

Con respecto a nuestros clientes minoristas les proporcionaremos facilidades de pago y buen servicio y además muestras con la finalidad de atraer al cliente.

1.2.3. La Competencia

Revisando los precios de la competencia, realizamos el siguiente Mapeo de Precios:

- Por medida
- Por procedencia

MAPPING DE PRECIOS RELATIVOS

PROCEDENCIA	MEDIDA	PROCEDENCIA	MEDIDA
	8mm. Hexagonal 12		10mm. Hexagonal 14
China	0,30	China	0,40

PROCEDENCIA	MEDIDA	PROCEDENCIA	MEDIDA
	12mm. Hexagonal 17		7mm. Hexagonal 11
China	0,45	China	0,35

PROCEDENCIA	MEDIDA
	9mm. Hexagonal 15

China	0,50
-------	------

El mercado local actualmente ofrece pernos de mala calidad, casi en su totalidad traídos de la china, que no son durables, no hay variedad, que sirven para el momento y que son utilizados muy poco, prefiriendo por este motivo adaptar un perno de calidad aunque le represente aumento en costo y tiempo al consumidor.

Además aún no llegan estas medidas al mercado local por lo que el mercado a incursionar con esta clase de pernos se podría decir que es virgen.

Siendo la variedad y calidad del producto una limitante para que se satisfaga el cliente.

Nosotros vamos a importar pernos de buena calidad que garantice la calidad de perno y variedad del mismo y a precio justo.

Con relación al mercado, al momento está ocupado una pequeñísima parte por producto chino. Con una muestra de 100,000 unidades determinaremos la cobertura de mercado de perno por procedencia.

**FRACCION DE MERCADO QUE
OCUPA LA
COMPETENCIA ANUAL**

PROCEDENCIA	UNIDADES	%
CHINA	23000	23%
PERNO ADAPTADO	77000	77%
TOTAL	100000	

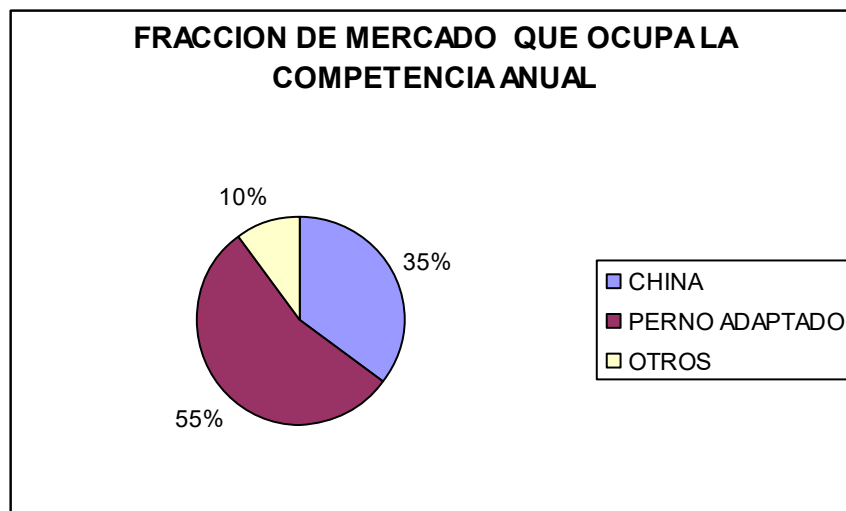
La competencia por lo general el producto que importa vende por medio de vendedores externos, buscando clientes que puedan distribuirlo o lo vendan a consumidores finales.

La imagen de los clientes hacia la competencia es que no ofrecen producto de calidad que garantice sus trabajos como es el área automotriz, industrial, naviera.

Al no existir otra calidad de pernos en el mercado local, los clientes se ven obligados a comprarles.

Hablando de competir creo que tenemos todas las posibilidades de surgir por la buena calidad, variedad y precio justo del perno que ofrecemos.

De acuerdo a lo establecido por medio del diagrama de pastel si podemos lograr una fracción de mercado, solo debemos darnos a conocer.



En el diagrama de pastel determinamos que el 100% de lo que consume el mercado apenas el 35% es abastecido por producto chino y el 10% muchas compañías por la urgencia del perno y al no poder adaptarlo buscan alguna compañía que les provee otros productos que les importe el perno que necesitan, dando lugar al encarecimiento en mayor grado del producto y el 55% los consumidores optan por adaptarlo siendo dando lugar a no tener un perno original, posibles problemas al reparar la máquina, y sobre todo encarecimiento de hasta el 100% por el proceso de adaptarlo, además provoca la pérdida de tiempo al no encontrar el perno adecuado.

FÓRMULA	
$n = Z^2 (p \cdot q) / e^2$	
FACTOR CORRECCIÓN	
$f = ((N - n) / (N - 1))^{(1/2)}$	

RESULTADOS

Si la compañía importa este tipo de pernos, lo más probable es que tenga acogida, no va a ser posible cubrir el 55% ni el 10% al inicio, pero al darse a conocer con el paso del tiempo podríamos abarcar el 30% del mercado insatisfecho.

1.2.4 Tamaño del Mercado Global

El tamaño del mercado se lo determino de acuerdo a la siguiente fórmula:

	NIVEL DE CONFIANZA		
	90%	95%	99%
n (Tamaño de la Muestra)=	65	92	160
f (Factor de corrección)=	0.99	0.98	0.97
n (Muestra Ajustada)=	64	91	155

Para determinar el mercado global se tomo una muestra de 3000 entre talleres, industrias, almacenes con lo cual obtuvimos una muestra de 91 con un margen de error del 5%.

A 91 personas encargadas de esta área en las compañías se procedió a encuestar.

FORMATO DE ENCUESTA

1. En el desarrollo de su actividad en alguna ocasión a necesitado utilizar medidas especiales de pernos. (Si su respuesta es no vaya a la preg.no.11)

Si _____ No_____

2. Qué medida de perno utiliza?

8mm hexagonal 12____ 10mm hexagonal 14____ 12mmhexagonal17____

7mm hexagonal 11____ 9mm hexagonal 15____ Otros_____

3. Qué tipo de material utiliza?

Acero_____ Bronce_____ Otros_____

4. Qué tipo de hilo?

Milimétrico____ Milimétrico Pulgadas NF_____

Especial _____

NC _____
Especial _____

5. Estas medidas las ha encontrado en el mercado local?

Si _____

No _____

6. Qué ha hecho para suplir esta necesidad?

Fabricarlos _____

Adaptarlos _____

7. Hacer esto, le significó un aumento considerable en precio y tiempo?

Si _____

No _____

8. Qué es más importante para Ud.?

Calidad _____

Precio _____

Servicio _____

9. De qué procedencia considera Usted vienen los mejores pernos?

Canadá _____

Colombia _____

Brasil _____

China _____

10. Datos del encuestado:

Sexo: Masculino _____

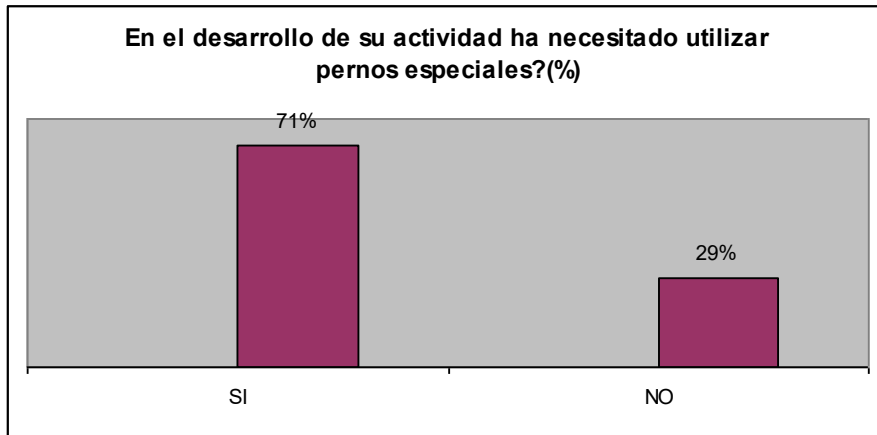
Femenino _____

Edad: 20 a 24 años _____ 30 a 40 años _____ 40 a 60 años _____

TABULACION DE LA ENCUESTA (realizada a 319 personas)

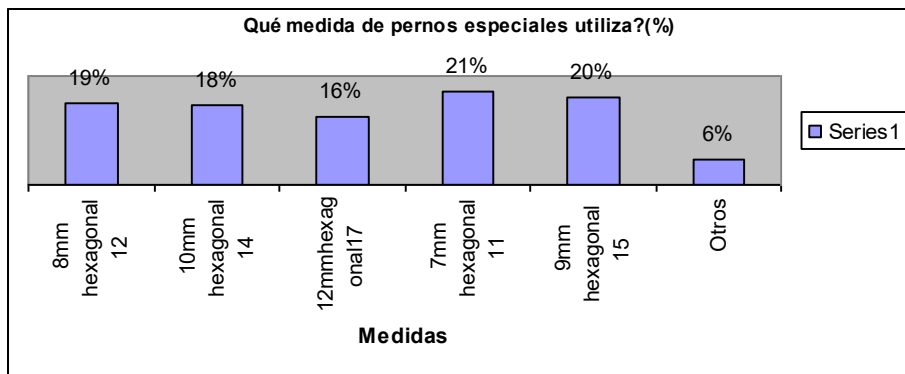
1. En el desarrollo de su actividad en alguna ocasión a necesitado utilizar medidas especiales de pernos.

SI	NO
65	26
71%	29%



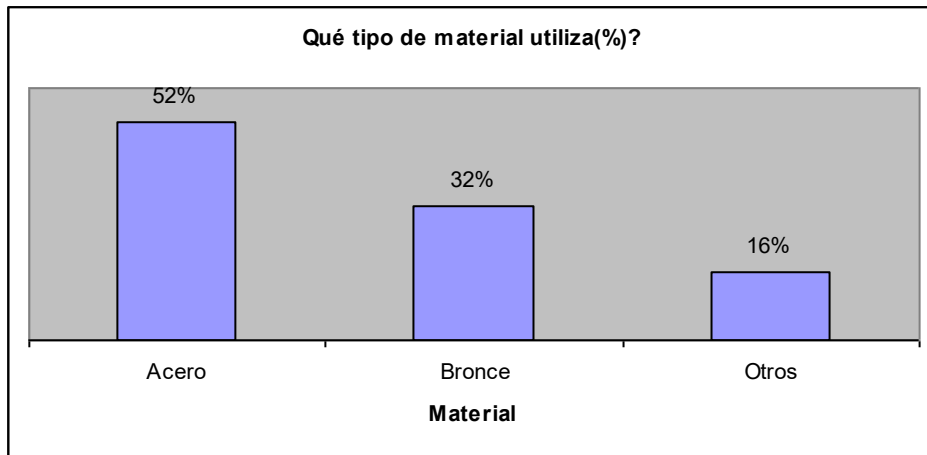
2. Qué medida de perno utiliza?

MEDIDAS	PREFERENCIA	%
8mm hexagonal 12	80	19%
10mm hexagonal 14	78	18%
12mm hexagonal 17	66	16%
7mm hexagonal 11	91	21%
9mm hexagonal 15	85	20%
Otros	25	6%
TOTAL	425	



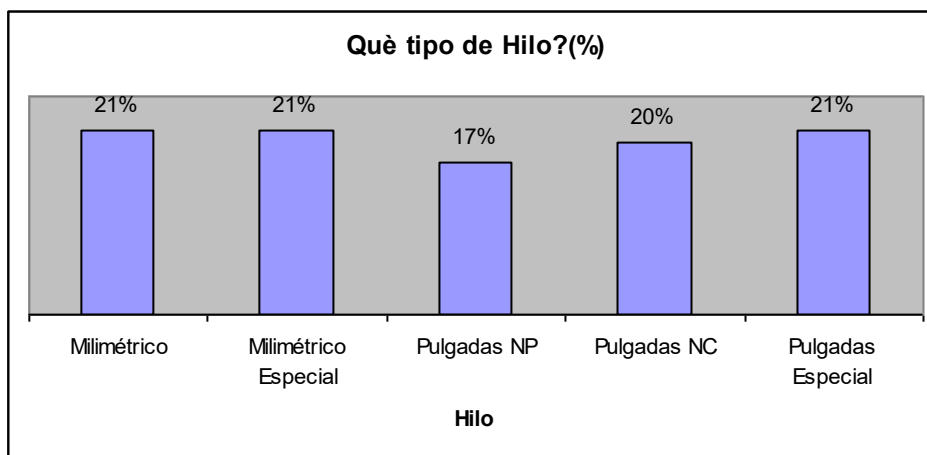
3. Qué tipo de material utiliza?

MATERIAL	PREFERENCIA	%
Acero	91	52%
Bronce	56	32%
Otros	28	16%
TOTAL	175	



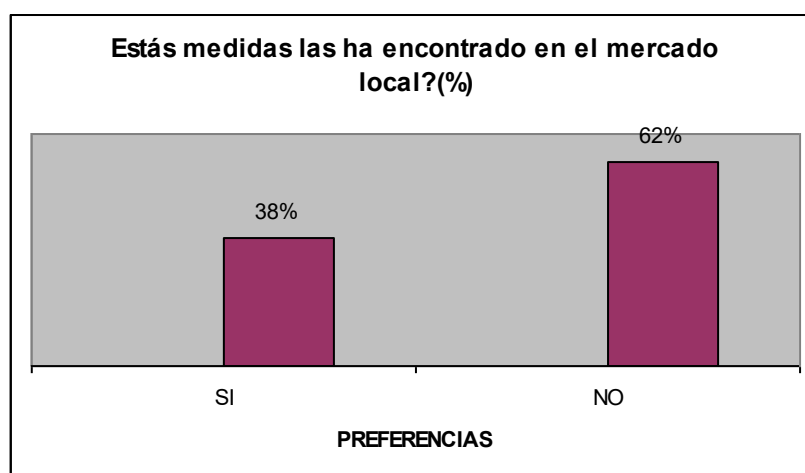
4. Qué tipo de hilo?

HILO	PREFERENCIA	%
Milimétrico	91	21%
Milimétrico Especial	91	21%
Pulgadas NP	75	17%
Pulgadas NC	85	20%
Pulgadas Especial	91	21%
TOTAL	433	100%



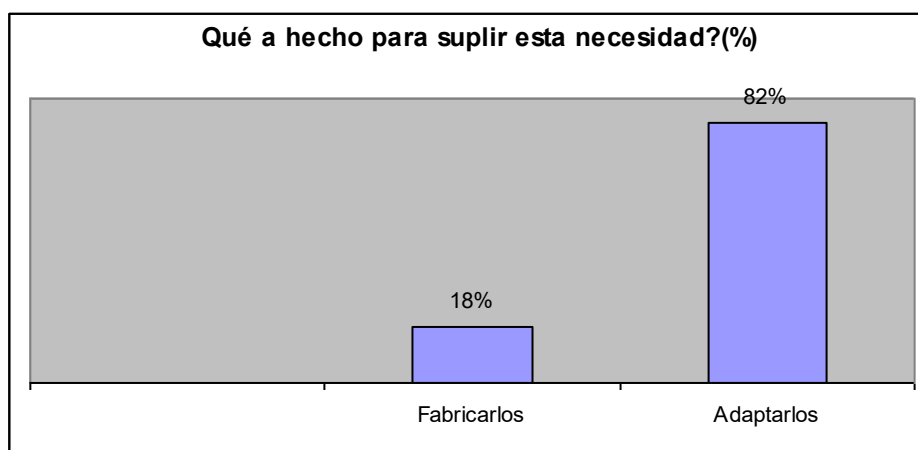
5. Estas medidas las ha encontrado en el mercado local?

SI	NO
35	56
38%	62%



6. Qué ha hecho para suplir esta necesidad?

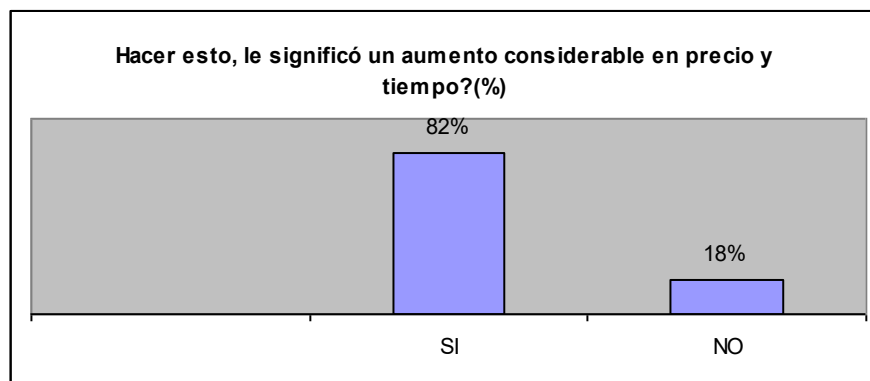
ALTERNATIVAS	PREFERENCIAS	%
Fabricarlos	16	18%
Adaptarlos	75	82%
TOTAL	91	100%



7. Hacer esto, le significó un aumento considerable en precio y tiempo?

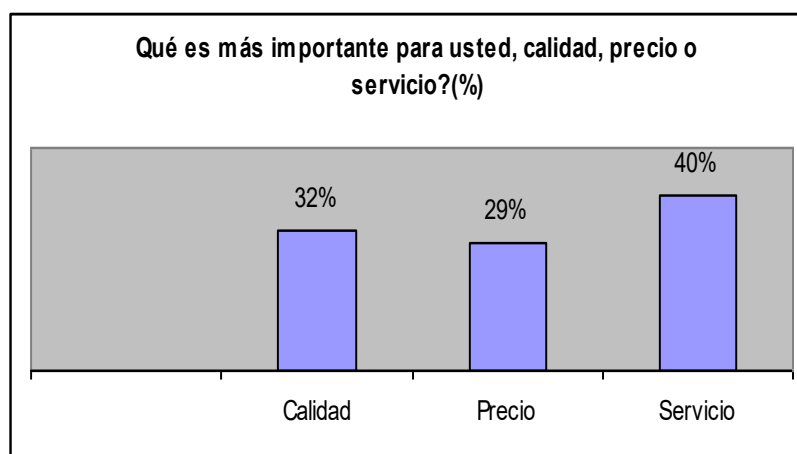
ALTERNATIVAS	PREFERENCIAS	%
SI	75	82%
NO	16	18%

TOTAL	91	100%
--------------	-----------	-------------



8. Qué es más importante para Ud.?

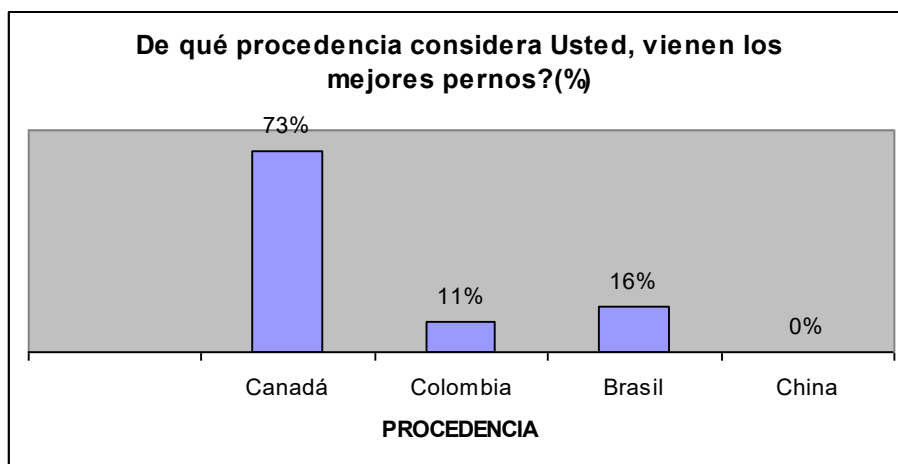
ALTERNATIVAS	PREFERENCIAS	%
Calidad	73	32%
Precio	66	29%
Servicio	91	40%
TOTAL	230	100%



9. De qué procedencia considera Usted vienen los mejores pernos?

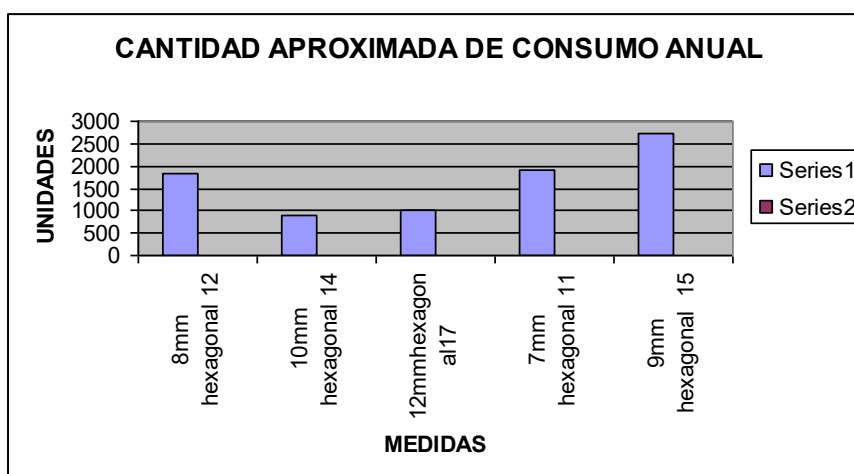
PROCEDENCIA	PREFERENCIAS	%
-------------	--------------	---

Canadá	66	73%
Colombia	10	11%
Brasil	15	16%
China	0	0%
TOTAL	91	100%



10. Cantidad aproximada de este producto anualmente?

DESCRIPCION	UNIDADES	%
8mm hexagonal 12	1820	22%
10mm hexagonal 14	910	11%
12mmhexagonal17	1001	12%
7mm hexagonal 11	1911	23%
9mm hexagonal 15	2730	33%
TOTAL	8372	100%



Con la encuesta determinamos que el producto es aceptable, que el consumidor prefiere producto de calidad, es decir de procedencia canadiense, en medida milimétrica, pulgadas, de diferentes hilos, y que sean de acero por su resistencia para el uso que tienen que hacer con la maquinaria.

De acuerdo a las encuestas 8372 unidades de pernos de las medidas ofrecidas estarían necesitando en el mercado local.

1.2.5 TAMAÑO DE MI MERCADO

Para determinar el tamaño de mercado se procedió a realizar entrevista a 91 personas, se tabula las encuestas y por medio del gráfico de pastel se obtiene un porcentaje de mi tamaño de mercado que estaría sin cubrir la competencia que corresponde al 55% de la población.

El mercado objetivo va a ser el porcentaje del 55% de clientes que tienen en la actualidad que adaptar pernos, y también el 10% que tiene que buscar intermediarios para cubrir sus necesidades.

Al inicio, del 65% totalizado que podría ser mi mercado, el objetivo primordial es lograr cubrir por lo menos el 30% de ese mercado en el primer año.

2. PLAN DE MARKETING

2.1. Estrategia de precio

Los pernos que han llegado al mercado por la mala calidad, la competencia ofrece precios bajos, pero no garantiza el producto. Los siguientes son precios con la utilidad del 52%.

MEDIDAS	PRECIO UNITARIO
8mm hexagonal 12	1.17
10mm hexagonal 14	1.19
12mm hexagonal 17	1.23
7mm hexagonal 11	1.26
9mm hexagonal 15	1.31

La utilidad marginada es de 80% para venta en el almacén y para la venta a compañías. Con respecto a la venta a almacenes que serían en cierto caso distribuidores del producto la utilidad marginada es del 52%.

Con respecto al precio nos hemos marginado la mínima utilidad para tener una aceptación por este medio del producto, sin embargo nuestro precio no es menor que el de la competencia, lo que justifica esto es que nosotros ofrecemos un producto garantizado, de calidad, y a precio justo, ya que el perno canadiense es de la más alta calidad producidos bajo normas internacionales.

Por precio no pretendemos expandirnos pero si por calidad, ya que este tipo de perno no se encuentra en el mercado.

Sin en algún momento hubiese la necesidad de bajar los precios, es posible hacerlo pero estamos seguros que la persona que conoce de pernos va a hacer la diferencia en el perno que ofrecemos.

Para dar facilidad a la aceptación del producto se esta proyectando la posibilidad de dar descuento por pronto pago y por volumen en compras al contado, con respecto a la distribución.

La política de cartera es dar crédito a 30 días con pagos al vencimiento.

2.2. Estrategia Promocional

Dar a conocer el producto al mercado es siempre al inicio difícil, por lo que nosotros trabajaremos empleando el siguiente mecanismo:

- Mediante la entrega de muestras, catálogos a nuestros posibles clientes
- Dar asesoramiento de las bondades del producto.
- Ofreciendo descuentos y crédito por volumen de compra

2.3. Estrategia de distribución

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION	
Canales de distribución	ferreterías
	venta en almacén
Métodos de despacho y transporte	Contrato de un vehículo para entrega adomicilio
Costo de transporte y seguro	Asume la Cía.
Problema de bodegaje	Contamos con una bodega propia

2.4. Política de Servicios

Como política de servicio nosotros realizaremos lo siguiente:

- Garantía de producto: ofreciendo asesoramiento de la calidad del producto.
- El servicio que se emplea es de entrega inmediata y a domicilio
- A nuestros potenciales clientes, es decir a los distribuidores minoristas se les cobrará al vencimiento y lo realizará el vendedor por que al inicio no contaremos con un recaudador.

Competencia

- La competencia no ofrece facilidades de pago y su producto no es garantizado.

2.5. Táctica de Ventas

Nosotros al momento solo vendemos a consumidores finales en almacén, pero al incursionar en este tipo de pernos, necesitamos contratar personal especializado en ventas externas, que se lo va hacer de la siguiente manera:

- **Contratación**

- Anuncio en avisos clasificados
 - Experiencia en ventas en áreas similares
- **Entrenarla**
 - Mediante seminarios que va a dictar un representante del de la marca del producto importado
- **Remuneración**
 - A los vendedores se les un sueldo básico de \$160.00 0.00 y además se les pagará mediante comisión en ventas del 10%

Como lo indicamos otorgaremos descuento a distribuidores minoristas con los cuales empezaremos a trabajar:

DESCUENTO	
NOSOTROS	COMPETENCIA
10%	4%

Con estos descuentos estamos seguros que no existirá motivo de no acceder a este perno. Los vendedores se encuentran repartidos de acuerdo a la zonas que recorrerán, norte, centro y sur.

CAPITULO 2

2. ESTUDIO TECNICO

2.1 Tamaño del Proyecto

Para determinar el tamaño se ha tomado tres tipos de alternativas:

DETERMINACION DEL TAMAÑO		
Tamaño 1	105000	unidades por año
Tamaño 2	130000	unidades por año
Tamaño 3	160000	unidades por año

Capital propio para instalación	
Tamaño 1	25000
Tamaño 2	20000
Tamaño 3	15000

Con la capacidad instalada del 100% , a un costo unitario de:

- 0.83 *1.00 *1.10

Ventas:

- Año 1 110.000 Año 2 115.000
- Año 3 112.000 Año 4 80.000 Año 5 99.000

Precio

- Año 1 1.00 Año 2 0.98 Año 3 0.77 Año 4 1.10 Año 5 1.15

TAMAÑO 2					
AÑOS	INVERSION INICIAL	INGRESOS	COSTOS TOTALES	TOTAL FLUJO DE FONDOS	VALOR ACTUAL
0	-20000			-20000	0
1		110000	90000	20000	\$14.285,71
2		112700	90000	22700	\$16.214,29
3		86240	90000	-3760	(\$2.685,71)
4		88000	90000	-2000	(\$1.428,57)
5		113850	90000	23850	\$17.035,71
					\$43.421,43
				INV.INICIAL	-20000,00
				VAN	23421,43

TAMAÑO 3					
AÑOS	INVERSION INICIAL	INGRESOS	COSTOS TOTALES	TOTAL FLUJO DE FONDOS	VALOR ACTUAL
0	-15000			-15000	0
1		110000	84700	25300	\$18.071,43
2		112700	84700	28000	\$20.000,00
3		86240	84700	1540	\$1.100,00
4		88000	84700	3300	\$2.357,14
5		113850	84700	29150	\$20.821,43
					\$62.350,00
				INV.INICIAL	15000,00
				VAN	77350,00

TAMAÑO 1					
AÑOS	INVERSION INICIAL	INGRESOS	COSTOS TOTALES	TOTAL FLUJO DE FONDOS	VALOR ACTUAL
0	-25000			-25000	0
1		110000	87150	22850	\$16.321,43
2		112700	87150	25550	\$18.250,00
3		86240	87150	-910	(\$650,00)
4		88000	87150	850	\$607,14
5		113850	87150	26700	\$19.071,43
					\$53.600,00
				INV.INICIAL	-25000,00
				VAN	28600,00

Al analizar el tamaño determinamos que el proyecto se enfoca al tamaño 1 con un VAN de 28600 positivo, ya que es lo que en realidad se reflejaría por el monto del capital propio aportado y la capacidad que tiene la compañía. Por lo que descartamos las demás alternativas.

2.1.1 Factores determinantes del tamaño

El tamaño del proyecto está determinado al inicio por la expectativa de suplir las necesidades del sector industrial, automotriz, naviero que actualmente tiene que adaptar el perno para suplir su necesidad.

2.1.2 Optimización del Tamaño del Proyecto

La optimización del tamaño se la obtiene de la relación costo-beneficio por el efecto de la elasticidad de la demanda.

COSTO VOLUMEN UTILIDAD	
INGRESOS	
Ventas Crédito	5.561.354,37
Ventas Contado	2.966.055,66
Costo de Venta	
TOTAL INGRESOS	8.527.410,03
GASTOS	
Personal de administración y Vtas.	433.950,00
Costo de Publicidad	23.000,00
Servicios básicos	11.880,00
Otros gastos	28.800,00
TOTAL GASTOS	497.630,00
TOTAL UTILIDAD	8.029.780,03

2.2 Localización del Proyecto

La compañía está ubicada en Sauces IX zona comercial e industrial. La ventaja de éxito es que por este sector son existe competencia y además quienes la van a atender al público son expertos en el tema.

Los factores que inciden en la localización se podrían indicar que en este caso la mercadería se va a importar, al momento se tiene contacto con excelentes proveedores de este producto.

CAPITULO 3

3. ANALISIS ADMINISTRATIVO

3.1 Grupo Empresarial

Mundipernos S.A. está conformada por 2 socios , desempeñando uno de ellos como representante legal de la compañía.

El socio 1 es experto en la venta de pernos de toda medida, por lo que a más de ser el representante legal, se desempeña en el área comercial.

El socio 2 es especializada en contabilidad y finanzas por lo que se encarga de estás área y todo lo respecto a pago de impuestos.

Competencias Organizacionales

- Trabajo en equipo
- Iniciativa
- Liderazgo
- Proactividad
- Responsabilidad

Las condiciones salariales serán de acuerdo a lo establecido en el código de trabajo con un incremento de acuerdo al cargo que desempeñen.

Cabe indicar que a los gerentes de área se les remunerará de acuerdo a lo determinado en la junta General de accionistas.

Las utilidades serán repartidas de acuerdo a lo establecido en la ley, es decir:

- 15% participación a trabajadores
- 25% pago de impuesto a la renta
- De la diferencia obtenida se procede a dividir para los accionistas de la compañía de acuerdo a su participación

3.2 Personal Ejecutivo

El personal ejecutivo está conformado por las personas que gerentes de las dos áreas de la compañía, a más del Gerente General, es decir:

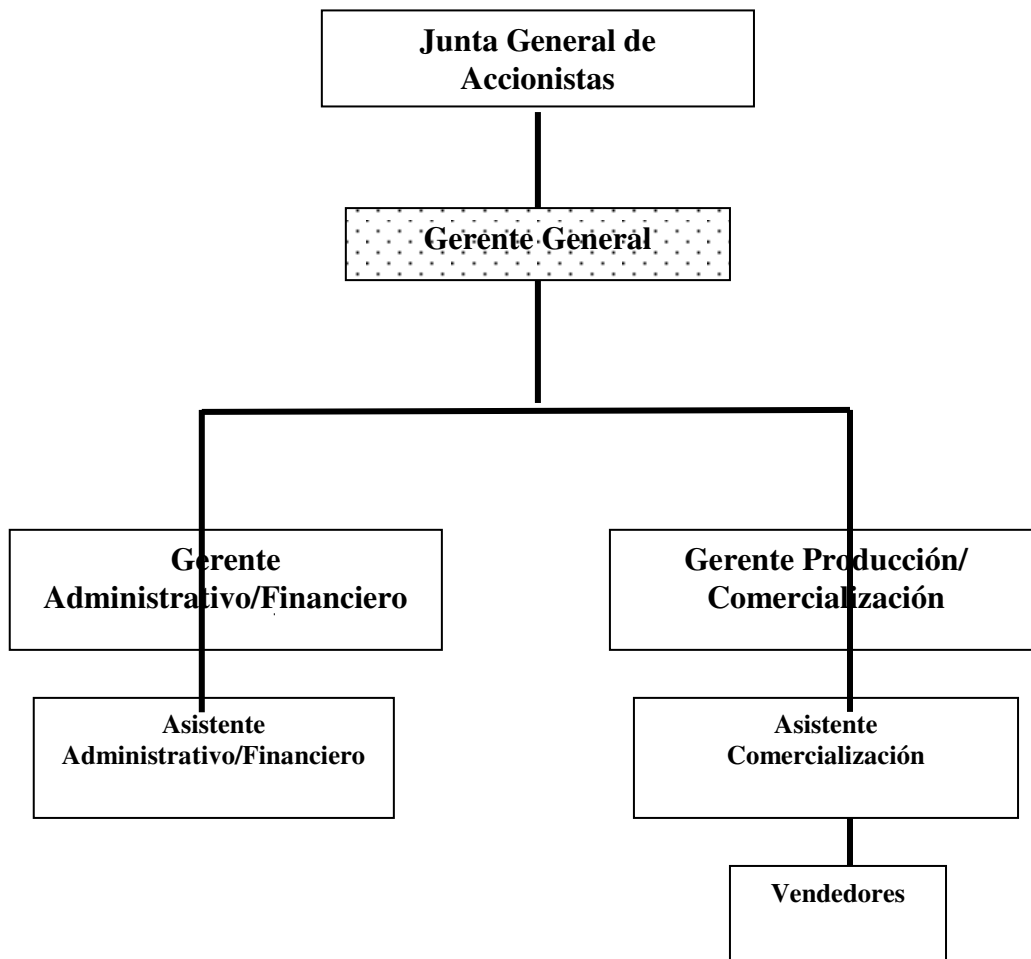
1. Gerente General
2. Gerente Administrativo Financiero
3. Gerente de Comercialización

3.3 Organización

La estructura organizacional de la compañía está conformada por:

1. Gerente General
2. Gerente Administrativo/Financiero
3. Gerente Comercialización
4. Asistente Administrativo/Financiero
5. Asistente de Producción/Comercialización

ORGANIGRAMA



DESCRIPCION DEL CARGO

❖ Gerente General

Objetivo Del Cargo

- Planificar y controlar todas las funciones asignadas a los gerentes divisionales para alcanzar el objetivo de la compañía y salvaguardar los intereses de la empresa.

Relaciones Funcionales

- Reporta a la Junta General de Accionistas sobre los resultados obtenidos durante un período determinado.
- Supervisa a Gerentes Divisionales de la empresa

Principales Áreas De Responsabilidad

El Gerente General está encargado de:

- Dirigir las reuniones de Staff.
- Investigar estrategias generales, para que sean dictadas a los Gerentes Divisionales de la compañía para su ejecución.
- Realizar reuniones con los Gerentes Divisionales solicitando información del cumplimiento de sus planes y metas.
- Elaborar y establecer las políticas generales de la compañía y de todas las áreas
- Elaborar las funciones de cada departamento de la compañía
- Revisar y aprobar el presupuesto de cada área, realizado por los gerentes divisionales
- Revisar y aprobar los Estados Financieros con el Gerente Financiero.
- Controlar el cumplimiento de las políticas y funciones de la compañía
- Controlar que los productos cumplan con los estándares de calidad establecidos

- Evaluar los resultados de la aplicación de planes estratégicos en la obtención del objetivo de la compañía
- Informar a la Junta general de accionistas los resultados obtenidos en cada área de la compañía

❖ **Gerente Administrativo/Financiero**

Objetivo Del Cargo:

- Proporcionar información confiable a la Dirección de la empresa
- Formular la política financiera y de inversiones sujeta a la aprobación del Directorio
- Elaborar y presentar los Estados Financieros de acuerdo a las normas que rige la profesión contable
- Realizar actividades relacionadas con la Administración del personal como reclutamiento, selección, contratación, evaluación de cargos.

Relaciones Funcionales:

- Informa al Gerente General sobre el desarrollo de las metas del área
- Mantiene información con el Gerente de Comercialización
- Supervisa al asistente Administrativo/Financiero

Principales Áreas De Responsabilidad:

El gerente administrativo financiero está encargado de:

- Formar parte de las reuniones de Staff de la gerencia.
- Establecer políticas Administrativas y Financieras
- Presentar planes de financiamiento para proyectos de la empresa
- Presentar los Estados Financieros al Gerente General
- Velar que se cumplan las leyes tributarias
- Elaborar el plan anual de compras.

- Coordinar las compras locales con el encargado de velar el abastecimiento de la bodega.
- Mantener estrechas relaciones con entidades financieras y proveedores.
- Controlar el presupuesto de la entidad.
- Capacitar interna y externa de todo el personal de la compañía para mejorar sus rendimiento
- Ejecutar el pago de obligaciones dentro de los plazos y condiciones previamente establecidas.
- Realizar reuniones con el personal bajo su cargo para revisar que los procedimientos establecidos se cumplan.

❖ **Gerente de Comercialización**

Objetivo Del Cargo

- Importar pernos y tuercas bajo estricto control de calidad siguiendo las normas internacionales
- Lograr distribuir el producto en todo el mercado local

Relaciones Funcionales

- Informa al Gerente General sobre el desarrollo de las metas del área
- Mantiene información con el Gerente de Administrativo/Financiero
- Supervisa al asistente de comercialización

Principales Áreas De Responsabilidad

El Gerente de Comercialización está encargado de:

- Establecer políticas de comercialización para el cumplimiento de sus metas
- El producto deberá seguir los estrictos controles de calidad antes de ser distribuido
- Revisar el informe de los productos comprados antes de ser ingresada a bodega y control de inventario periódicamente.
- Controlar el proceso de importación de pernos y tuercas
- Llevar un control de calidad bajo normas internacionales de calidad
- Mantenerse actualizado de las necesidades del mercado.
- Elaborar planes de acción o estrategias de ventas
- Mantener reuniones con las divisiones de su área y mostrar estrategias.
- Elaborar el presupuesto anual de ventas.
- Revisión y aprobación de los Créditos.
- Reuniones con las compañías de publicidad

❖ **Asistente Administrativo Financiero**

Objetivo Del Cargo

- Presentar al contador toda la información necesaria para la elaboración de los Estados Financieros
- Cumplir con la documentación necesaria para el correcto pago a proveedores y a empleados

Relaciones Funcionales

- Informa al Gerente Administrativo/Financiero
- Mantiene comunicación con el asistente del área de Producción y Comercialización y con los empleados y proveedores en general.

Principales Áreas De Responsabilidad

El asistente Administrativo/Financiero se encarga de:

- Investigar sobre los cambios en las leyes tributarias, tasas de interés, etc
- Cotizar en tres proveedores antes de emitir una orden de compra
- Realizar el registro y depósito de ingresos por ventas proporcionado por el área de comercialización
- Registrar todas las transacciones de la compañía, de lo que posee, debe o se le adeuda y de los resultados de su operación
- Preparar los Estados Financieros y presentarlos al Gerente Administrativo financiero
- Preparar un informe semanal sobre el Vencimiento de Obligaciones
- Realizar el pago de obligaciones y anticipos aprobados por el Gerente Administrativo Financiero.
- Elaborar solicitudes de cheques por descuento realizado en nómina.
- Preparar formulario para pagos de aportes al IESS, pago de la nómina
- Preparar cuadros y enviar tarjetas de cumpleaños mensuales de los colaboradores.
- Coordinar festejos mensuales de cumpleaños.
- Controlar el cuadro de vacaciones.

❖ Asistente de Comercialización

Objetivo Del Cargo

- Apoyar en la importación de pernos y tuercas bajo estricto control de calidad siguiendo las normas internacionales
- Apoyar para distribución del producto en todo el mercado local cumpliendo con los objetivos establecidos en la compañía.

Relaciones Funcionales

- Informa al Gerente de Comercialización
- Mantiene comunicación con el asistente Administrativo/Financiero y con los clientes internos como externos

Principales Áreas De Responsabilidad

El asistente de Comercialización se encarga de:

- Mantener el control de mantenimiento de la Compañía.
- Realizar control de inventario periódicamente.
- Revisar y preparar un informe de los productos importado antes de ser enviada a almacenarse en la bodega.
- Llevar el kardex, los productos importados en la bodega de productos para cubrir la demanda.
- Elaborar las facturas de ventas y recepción de retenciones
- Enviar toda la documentación generada de manera semanal al departamento Administrativo/Financiero
- Preparar informe de vencimiento de Cuentas por Cobrar de clientes
- Verificar la información del cliente al solicitar crédito en la compañía
- Informar sobre la situación del cliente al Gerente de Comercialización.

Perfil Del Cargo

- **Gerente General**

Requisitos Generales

- Conocimiento en Planificación estratégica, manejo de crisis y relaciones humanas
- Excelente manejo de utilitarios
- Sexo indistinto
- No menor a 35 años

Formación Académica

- Profesional en Administración de Empresas, Ingeniería Comercial, y/o carreras afines

Experiencia

- Mínima 6 años en cargos similares en el sector comercial

Descripción De Las Competencias Claves

Competencias Técnicas

- Conocimiento de ISO y Normas Ambientales
- Conocimiento general de leyes tributarias y legales
- Manejo de personal
- Elaboración de proyectos y ejecución de los mismos
- Capacidad organizativa

Competencias Organizacionales

- Trabajo en equipo
- Iniciativa
- Liderazgo
- Proactividad
- Responsabilidad

Condiciones De Contratación

- Trabajo a tiempo completo
- Remuneración competitiva en el mercado
- Contrato fijo a un año

❖ Gerente Administrativo/Financiero

Requisitos Generales

- Sólidos conocimientos en índices financieros,
- Elaboración y análisis de Estados Financieros
- Sólidos conocimientos de costos

- Excelente manejo de utilitarios
- Sexo indistinto
- No menor de 30 años

Formación Académica

- Título de Tercer nivel en C.P.A. con mención en Finanzas

Experiencia

- Mínimo 4 años en cargos similares en el sector industrial

Descripción De Las Competencias Claves

Competencias Técnicas

- Conocimiento de ISO y Normas Ambientales
- Sólidos conocimientos de leyes tributarias, de trabajo y legales
- Manejo de personal
- Buenas relaciones con proveedores
- Excelente manejo de utilitarios

Competencias Organizacionales

- Trabajo en equipo
- Iniciativa
- Liderazgo
- Proactividad
- Responsabilidad

Condiciones De Contratación

- Trabajo a tiempo completo
- Remuneración competitiva en el mercado
- Contrato fijo a un año

- **Gerente Comercialización**

Requisitos Generales

- Conocimiento del control de calidad de producción
- Excelente manejo de utilitarios
- Sexo indistinto
- No menor de 30 años

Formación Académica

- Profesional en Ingeniería comercial y/o carreras afines (1)

Experiencia

- Mínimo 4 años en cargos similares en el sector comercial(2)
- Experiencia en Distribución de productos

Descripción De Las Competencias Claves

Competencias Técnicas

- Conocimiento de ISO y Normas Ambientales (3)
- Conocimiento de la importación (4)
- Operación de maquinarias y mantenimiento (1)
- Conocimiento en marketing estratégico y servicio al cliente (2)
- Conocimiento del control de calidad de producción (2)
- Manejo de personal (1)
- Excelente manejo de utilitarios (1)

Competencias Organizacionales

- Trabajo en equipo (3)
- Iniciativa (2)
- Liderazgo (3)
- Proactividad (2)
- Responsabilidad (3)

Condiciones De Contratación

- Trabajo a tiempo completo
- Remuneración competitiva en el mercado
- Contrato fijo a un año

- **Asistente Administrativo/Financiero**

Requisitos Generales

- Sólidos conocimientos de contabilidad de costos y financiera
- Manejo de software contable
- Manejo con proveedores
- Sexo indistinto
- No menor de 23 años

Formación Académica

- Bachiller contable, mínimo tercer año de C.P.A

Experiencia

- Mínimo 2 años en cargos similares en el sector comercial

Descripción De Las Competencias Claves

Competencias Técnicas

- Manejo de nómina y trámites en IESS
- Conocimientos básicos de tributación
- Manejo de utilitarios (word, Excel, Access, Power Point, etc)

Competencias Organizacionales

- Trabajo en equipo
- Iniciativa
- Proactividad
- Responsabilidad

Condiciones De Contratación

- Trabajo a tiempo completo
- Remuneración acorde al mercado
- Contrato fijo a un año
- Planes de desarrollo profesional

- **Asistente De Comercialización**

Requisitos Generales

- Conocimiento básico del proceso de importación de pernos y tuercas
- Sexo indistinto
- No menor de 23 años

Formación Académica

- Bachiller técnico, y mínimo tercer año en Ingeniería comercial y/o carreras afines

Experiencia

- Mínimo 2 años en cargos similares en el sector comercial

Descripción De Las Competencias Claves

Competencias Técnicas

- Servicio al cliente
- Manejo de utilitarios (Word, Excel, Access, Power Point, etc)

Competencias Organizacionales

- Trabajo en equipo
- Iniciativa
- Proactividad
- Responsabilidad

Condiciones De Contratación

- Trabajo a tiempo completo
- Remuneración acorde al mercado
- Contrato fijo a un año
- Planes de desarrollo profesional

Selección de Personal

Para la selección de personal procedemos a realizar una **Matriz**, correspondiente a la selección del **Gerente de Comercialización** de de cía. Nuestro análisis se basará con un peso de **25/30** para determinar si el candidato es idóneo o no para el cargo.

De acuerdo a lo establecido en la política de selección de personal el **candidato B** es el más idóneo para el cargo de Gerente de Comercialización, con una puntuación de **27/30**.

PERFIL	PESO	CANDIDATOS		
		A	B	C
Título a nivel superior	1	0	1	1
Experiencia de 4 años	2	1	1	2
Conocimiento de ISO y normas ambientales	3	2	3	2
Conocimiento de la planificación y producción de procesos	4	3	4	3
Operación de maquinarias	1	0	0	0
Conocimiento de marketing estratégico y servicio al cliente	2	1	2	2
Control de calidad	2	1	2	2
Manejo de personal	1	0	1	1
Excelente manejo de utilitarios	1	1	1	1
Trabajo en equipo	3	2	3	1
Iniciativa	2	1	2	1
Liderazgo	3	1	3	2
Pro actividad	2	0	2	2
Responsabilidad	3	2	2	2
TOTAL	30	15	27	22

3.4.1 Organizaciones de Apoyo

Mundipernos S.A. Trabajará con el Banco de Guayaquil, mediante una carta de crédito para la importación de mercadería, y compañías de seguros para la mercadería, además de otras compañías que den los diversos servicios que se necesita para realizar una importación.

Al inicio contaremos con los locales existentes, en donde se llevará la contabilidad de acuerdo a Principios Contables Generalmente Aceptados (PCGA), y a las Normas Ecuatorianas de Contabilidad.

La compañía debe reportar a los siguientes organismos:

- Servicios de Rentas Internas .- de manera mensual en las declaraciones de IVA, Retenciones y Anexos Transaccionales.
- Superintendencia de Compañías.- de manera anual con la presentación de los Estados Financieros

CAPITULO 4

4. ANALISIS LEGAL Y SOCIAL

4.1 Aspectos Legales

El tipo de sociedad que se optaría por conformar es Sociedad Anónima, denominando “MUNDIPERNOS S.A.”

Los procedimientos a realizar para la conformación de la sociedad son los siguientes:

- Para celebrarse la constitución definitiva, es requisito haber depositado la parte pagada del capital social en una institución bancaria , en el caso en que las aportaciones fuesen en dinero
- Suscripción de las acciones por parte de los socios que no hayan concurrido al otorgamiento de la escritura pública.
- Aprobación de la Constitución de la compañía por parte de la superintendencia de compañías mediante escritura pública, que previo mandato será inscrita en el Registro Mercantil.
- Debe tener suscrito su capital en su totalidad
- Publicación por una sola vez, de un extracto de la escritura y de la razón de aprobación.
- El capital suscrito es de USS.\$ 42.500 dólares
- Las acciones corresponden al 60% y 40% del total de acciones (42.500 acciones) a cada socio. Con un valor nominal \$1.00 por acción.

Implicaciones tributarias

Toda sociedad debe reportar lo siguiente:

- Pago de IVA y de retenciones en la fuente mensual al Servicio de Rentas Internas
- Presentación bimensual de los anexos transaccionales
- Impuesto a la adquisición de vehículos

- Pago de 1.5 a la Superintendencia de Compañías del total de activos de la compañía
- Pago del 2 por mil a la Universidad del Capital
- Pago de 2 por mil a la Junta de Beneficencia de Guayaquil

Implicaciones comerciales

Esta sociedad se va a dedicar a importar mercadería desde Canadá con lo cual va incurrir en lo siguiente para proceder a importar:

- Obtener la tarjeta de importador en el Banco Central y consignar sus datos de identificación en la tarjeta.
- Llena la tarjeta, esta debe ser entregada en la ventanilla correspondiente del Banco Corresponsal (Departamento de Comercio Exterior), acompañada de la documentación que se indique a continuación.

1.- Registro Único de Contribuyentes

2.- Un oficio por el representante legal en el que consten: dirección domiciliaria, número de teléfono, teles, fax (si los tiene), nombres y apellidos de las personas autorizadas para firmar las declaraciones de importación, así como los números de ciudadanía de cada uno.

3.- Fotocopia de la cedula de ciudadanía de las personas autorizadas a suscribir los documentos de importación

Implicaciones laborales

Toda sociedad debe cumplir con las siguientes obligaciones laborales:

- Obtener el número patronal
- Afiliar a todos sus empleados desde el primer día de trabajo
- Pago de todos los beneficios sociales como:
 - Décimo tercero
 - Décimo cuarto
 - Fondo de Reserva
 - Vacaciones

- Horas extras

Procedimientos de comercialización

Entre los procedimientos tenemos los siguientes:

- Trámite para la importación de mercadería de Canadá
- Llegada la mercadería se la almacena en la bodega para ser distribuida por nuestros vendedores externos

4.2 Aspectos de Legislación Urbana

Trámite y permisos:

Entre los trámites y permisos tenemos los siguientes:

- Luego de constituirme como sociedad anónima
- Realizar trámites a bomberos
- Realizar trámites municipales como:
 - Pago de impuesto al municipio de 1.5 por mil
 - Pago de la patente
 - Pago de uso de la vía pública
 - Pago del permiso de funcionamiento

4.3 Análisis Social

Al constituir nuestra compañía, entrando al ámbito de importar, tenemos la posibilidad de requerir mayor necesidad de personal, transformándonos de esta manera en fuente de empleo.

También estaríamos contribuyendo al país en el pago en mayor cantidad de impuestos.

CAPITULO 5

5. ANALISIS ECONOMICO

5.1 Inversión en Activos Fijos

Al iniciar la compañía la inversión total en Activos Fijos es de \$62.500.00.

INVERSION EN ACTIVOS FIJOS	
DESCRIPCION	TOTAL
Compra de computadora y equipos	4.000,00
Compra de camioneta	16.000,00
Compra de muebles de oficina	1.000,00
Efectivo	31.000,00
Adecuación del local	5.000,00
Publicidad	5.000,00
Constitución de la compañía	500,00
Total inversión en Activos Fijos	62.500,00

5.2 Inversión en Capital de Trabajo

- El control del inventario de mercadería de la compañía se lo realiza de diariamente por que tenemos asignado una persona para esa función. Y de manera trimestral se lo realiza minuciosamente mediante un inventario físico.

- Las ventas se realiza a Crédito y ha Contado, correspondiendo el 40% a crédito por venta a distribuidores y el 60% al contado por venta en almacén.
- El plazo establecido es de 60 días con cobros a la fecha de vencimiento.
- Las compras que las realizamos son al contado,
- La compañía maneja una caja chica de \$4.000 para gastos menores.
- Al iniciar el proyecto tenemos pronosticado perder durante el primer año por motivo de dar a conocer el producto y de darnos a conocer como compañía. Estas pérdidas las cubrimos con un préstamo bancario pagadero en cuotas semestrales durante 5 años.

5.3 Financiamiento De La Inversión

Este proyecto se constituirá durante el año 2006 y comenzará a operar a partir del año 2007, Dicho proyecto se financiará por 32% de capital propio y el 68% de capital ajeno.

- ❖ El vehículo y los equipos de computación se financia con el banco por 3 años al 12.7% de interés con pagos semestrales.(**anexo 2**)
- ❖ El resto de la inversión será financiada por aportación de los accionistas equivalente a \$42,500.00
- ❖ La publicidad se devenga mensualmente en el 1er. Año

- ❖ Los equipos, y vehículo se deprecia anualmente a % permitido por la ley
- ❖ Las adecuaciones, se amortiza al 5% anual.

5.4 Presupuesto De Ingresos

Los ingresos de la compañía se basan en las ventas. Estas se hacen a distribuidores minoristas que son los que adquieren la mayor parte de la importación. También se enfoca a la venta a compañías por medio de visitas personales a los encargados del mantenimiento de las plantas. El precio del producto es de acuerdo a las líneas que se ofrecen y varían de acuerdo a la inflación de venta. **(Anexo 3-4).**

Las unidades prevista para vender son de 127.400 que en dólares representa \$157.656.35 en el primer año. El costo de las unidades vendidas representa \$32.377.28

DETERMINACION DEL COSTO DE VENTA

PRODUCTO	COSTO/IMPORT.	UNID.VENDIDAS	TOTAL C/VTA.
8mm hexagonal 12	0,21	19000	3921. 29
10mm hexagonal 14	0,22	22500	4868. 63
12mm hexagonal 17	0,25	19800	4878. 40
7mm hexagonal 11	0,27	29400	7831. 68
9mm hexagonal 15	0,30	36700	10877. .28
TOTAL COSTO DE VENTA			32377.28

5.5 Presupuesto De Compras De Mercadería

Las compras de mercadería se realizan mediante importación a Canadá, por lo cual vamos a incurrir en varios costos variables además del valor FOB de la mercadería, por lo cual necesitamos costear la importación para establecer el valor real unitario de cada producto.

COSTOS VARIABLES POR IMPORTACION

DESCRIPCION	COSTOS VARIABLES				
	2007	2008	2009	2010	2011
Flete	4.743,65	4.743,65	4.743,65	4.743,65	4.743,65
Seguro	1.185,91	1.185,91	1.185,91	1.185,91	1.185,91
Derechos Arancelarios	2.964,78	2.964,78	2.964,78	2.964,78	2.964,78
Fodin	197,65	197,65	197,65	197,65	197,65
Tasas-Multas	395,30	395,30	395,30	395,30	395,30
Verificadora	988,26	988,26	988,26	988,26	988,26
Despachador	395,30	395,30	395,30	395,30	395,30
Otros Costos	3.360,08	3.360,08	3.360,08	3.360,08	3.360,08
TOTAL COSTOS VARIABLES	14.230,94	14.230,94	14.230,94	14.230,94	14.230,94

La importación se realiza de acuerdo al volumen de ventas, de las ventas queda en stock 5% de importación de cada año respectivamente.
(anexo 5-6)

Las compras se realizan en su totalidad al contado valiéndose de la carta de crédito otorgada por el banco. El volumen de compras en el primer año es de 133.770 unidades representando en dólares \$19.765.20

5.6 Presupuesto De Personal

5.7

El personal de la compañía cuenta con tres altos ejecutivos como: Gerente General, Gerente Administrativo-Financiero y Gerente de Comercialización y subalternos como: Asistente Administrativo-Financiero, Asistente de Comercialización y vendedores comisionistas.

El presupuesto para personal, con respecto a los altos ejecutivos es determinado por la junta de accionistas, y el de los empleados en general de acuerdo a lo determinado por el mercado, más beneficios sociales. Con respecto a los vendedores, ellos obtienen un sueldo básico y un porcentaje de 10% de las ventas. **(Anexo 7)**

El valor total de la nómina representa \$ 40.560.00 anuales los cuales están costeados por la venta de los pernos.

5.7 Presupuesto De Otros Gastos

La compañía en el desarrollo de sus actividades incurre en otros gastos como: servicios básicos, papelería, suministros de limpieza y alquiler de local. El valor total de los gastos son \$7056.00 en el primer año. **(Anexo 8)**

DEPRECIACION

ACTIVO FIJO	VALOR ACTIVO	%DEPRECIACION	VALOR DEP.
Vehículo	16.000,00	20%	3.200,00
Equipo de Computación	4.000,00	33,33%	1.333,20
Muebles de Oficina	1.000,00	10%	100,00
	TOTAL DEPRECIACION		4.633,20

AMORTIZACION

DESCRIPCION	VALOR GTO.	% AMORTIZACION	VALOR AMORTIZACION
Gastos de Constitución	500	5%	25
Adecuación local	5000	5%	250
	TOTAL AMORTIZACION		275,00

Además de los gastos por servicios básicos, se determina también la depreciación de activos fijos por \$ 4.633.20 anuales y la amortización de intangibles por \$ 275.00 anuales.

CAPITULO 6

6. ANALISIS FINANCIERO

6.1 Flujo de Fondos del inversionista

El flujo de fondos nos refleja que en el momento 0 tenemos la inversión de \$62.500 dólares y en el momento del flujo proyectado a solo \$42.500 en el flujo del inversionista. (**Anexo 9**)

6.2 Flujo de Caja proyectado

El flujo de caja anual de la compañía está proyectado a 5 años desde 2007 al 2011. (**Anexo 10**)

En el anexo 10 determina que la compañía tiene liquidez desde el primer año, es decir no tiene la necesidad de incurrir en préstamos bancarios.

6.3 Estado de Resultado

El Estado de resultados anual proyectado, a 5 años desde 2007 a 2011 (**anexo 11**).

Según lo indicado en el **anexo 11**, la compañía obtiene una utilidad en el primer año de \$28.413.19

6.4 Balance General.

En el anexo 12 nos se refleja la pérdida obtenida en el primer año, además disponemos de dinero en caja.

La TIR del proyecto está sobre el 46%, lo que indica que si es rentable.

6.5 Evaluación Integral del proyecto

6.5.1 Análisis de sensibilidad

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Inversión Inicial -62500

Ventas

Con respecto a las ventas

VENTAS	VAN	TIR	TASA DSCTO.
200,00	-153,85	0,00	0,30
130,00	-100,00	0,00	0,30
120,00	-92,31	0,00	0,30
100,00	-76,92	0,00	0,30
85,00	-65,38	0,00	0,30
75,00	-57,69	0,00	0,30
50,00	-38,46	0,00	0,30
30,00	-23,08	0,00	0,30
20,00	-15,38	0,00	0,30
10,00	7,69	0,00	0,30

Al realizar el análisis de sensibilidad con respecto a la variación de las ventas tenemos que éstas pueden bajar hasta en 10%, donde obtengo el VAN positivo.

CAPITULO 7

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

El proyecto esta establecido para ejecutarse dentro en el 2007, como se puede observar obtengo liquidez a partir del primer Año de ejecutado el proyecto

7.2 Recomendaciones

Tomando iniciativas de importación, de buscar crecer mediante la microempresa se podrá incrementar fuentes de trabajo y de esa manera mejor la vida del involucrado como la de los demás.

BIBLIOGRAFIA

- Preparación y evaluación de proyectos
Nassir Sapag Chain-Reinaldo Sapag Chain
- Control Gerencial
Ing. Raúl Molina del Río

ANEXOS

ANEXO 1

EMPRESA: MUNDIPERNOS S.A.									
ANALISIS DEL SECTOR: ANALISIS DE PORTER									
AMENAZAS DE INGRESOS DE NUEVOS COMPETIDORES			1	2	3	4	5		
<u>Barreras de ingreso</u>									
* Tipo de producto		1. Estándar					X	Diferenciada	
* Requisitos de capital		2. Bajos					X	Altos	
* Costo por cambio de proveedor		3. Bajos			X			Altos	
* Cambios arancelarios		4. No existe				X		Existe	
* Atención de mercado por la industria		5. Deficiente				X		Excelente	
* Reacción esperada de la industria		6. Pocas				X		Muchas	
AMENAZAS DE INGRESOS DE NUEVOS COMPETIDORES		BAJO 25/6=4,17	ALTA	0	0	3	12	10	BAJA
AMENAZAS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS									
* Disponibilidad y probabilidad de productos sustitutos		1. Alta				X		Baja	
* Costo por cambio de proveedor		2. Bajo			X			Alto	
* Relación precio/desempeño del sustituto		3. Alto	X					Bajo	
* Factores que motivan la sustitución		4. Muchas	X					Pocas	
* Prospensión del comprador al cambio		5. Alta			X			Bajo	
AMENAZAS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS		PROM-ALTO 12/5=2,4	ALTA	2	0	6	4	0	BAJA

EMPRESA: MUNDIPERNOS S.A.**ANALISIS DEL SECTOR: ANALISIS DE PORTER**

INFLUENCIA DE PODER DE LOS PROVEEDORES								
* Disponibilidad del producto		1. Alta	X					Bajo
* Alza de precios del producto		2. No existe			X			Existe
* Facilidades de pago		3. Si		X				No
* Número de competidores		4. Muchos					X	Pocas
* Crecimiento del sector		5. Bajo			X			Alto
* Grado de cubrimiento del mercado		6. Alto			X			Bajo
AMENAZAS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	PROMEDIO 17/6=2,83	ALTA	1	2	9	0	5	BAJA
INFLUENCIA DE PODER DE LOS CLIENTES								
* Volúmen de compra de los clientes		1. Alta			X			Baja
* Tipo de producto		2. Estándar					X	Diferenciada
* Utilidades del cliente		3. Bajos					X	Alto
* Importancia del producto y servicio		4. Alta		X				Bajo
* Disponibilidad de sustitutos		5. Existe				X		No existe
* Necesidad del producto para el cliente		6. Alta	X					Baja
INFLUENCIA DE PODER DE LOS CLIENTES	BAJO 20/6=3,33	ALTA	1	2	3	4	10	BAJA

ANEXO 3

PLAN DE VENTAS

Producto	AÑOS				
	2007	2008	2009	2010	2011
Líneas:Pernos					
8mm hexagonal 12	19.000	19.000	19.000	19.000	19.000
10mm hexagonal 14	22.500	22.500	22.500	22.500	22.500
12mmhexagonal17	19.800	19.800	19.800	19.800	19.800
7mm hexagonal 11	29.400	29.400	29.400	29.400	29.400
9mm hexagonal 15	36.700	36.700	36.700	36.700	36.700
TOTAL PERNOS EN UNIDADES	127.400	127.400	127.400	127.400	127.400
Dólares					
8mm hexagonal 12	22.230,00	22.230,00	22.230,00	22.230,00	22.230,00
10mm hexagonal 14	26.775,00	26.775,00	26.775,00	26.775,00	26.775,00
12mmhexagonal17	24.354,00	24.354,00	24.354,00	24.354,00	24.354,00
7mm hexagonal 11	37.044,00	37.044,00	37.044,00	37.044,00	37.044,00
9mm hexagonal 15	48.077,00	48.077,00	48.077,00	48.077,00	48.077,00
TOTAL PERNOS EN DOLARES	158.480,00	158.480,00	158.480,00	158.480,00	158.480,00

ANEXO 4

PRESUPUESTO DE INGRESOS

Producto	%	AÑOS				
		2007	2008	2009	2010	2011
Líneas:Pernos						
Ventas a Crédito	50%	79.240	79.240	79.240	79.240	79.240
Ventas al Contado	50%	79.240	79.240	79.240	79.240	79.240
TOTAL PERNOS EN DOLARES	100%	158.480,00	158.480,00	158.480,00	158.480,00	158.480,00

ANEXO 5

PRESUPUESTO DE COMPRAS

Producto	AÑOS				
	2007	2008	2009	2010	2011
Líneas:Pernos					
Compras al Contado (100%)	19.765,20	19.765,20	19.765,20	19.765,20	19.765,20
TOTAL COMPRAS DE MERCADERIA	19.765,20	19.765,20	19.765,20	19.765,20	19.765,20

ANEXO 8

PLAN DE COMPRAS

Producto	AÑOS				
	2007	2008	2009	2010	2011
Líneas:Pernos					
8mm hexagonal 12	19.950	19.950	19.950	19.950	19.950
10mm hexagonal 14	23.625	23.625	23.625	23.625	23.625
12mmhexagonal17	20.790	20.790	20.790	20.790	20.790
7mm hexagonal 11	30.870	30.870	30.870	30.870	30.870
9mm hexagonal 15	38.535	38.535	38.535	38.535	38.535
TOTAL PERNOS EN UNIDADES	133.770	133.770	133.770	133.770	133.770
Valor FOB de la Mercadería					
8mm hexagonal 12	1.995,00	1.995,00	1.995,00	1.995,00	1.995,00
10mm hexagonal 14	2.598,75	2.598,75	2.598,75	2.598,75	2.598,75
12mmhexagonal17	2.910,60	2.910,60	2.910,60	2.910,60	2.910,60
7mm hexagonal 11	4.939,20	4.939,20	4.939,20	4.939,20	4.939,20
9mm hexagonal 15	7.321,65	7.321,65	7.321,65	7.321,65	7.321,65
TOTAL PERNOS EN DOLARES	19.765,20	19.765,20	19.765,20	19.765,20	19.765,20

ANEXO 6

COSTEO IMPORTACION PERNOS VARIAS MEDIDAS AÑO 2007

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	% EQUIVAL.	FOB	FLETE	SEGURO	CIF	DERECHOS ARANCELARIOS	FODIN	TASAS MULTAS	VERIFICA DORA	DESPACHA DOR	OTROS	TOTAL	VALOR UNIT. REAL
19 950	8mm hexagonal 12	0,10	0,15	1 995,00	707,45	176,86	2 879,31	442,16	29,48	58,95	147,39	58,95	501,11	4 117,35	0,21
23 625	10mm hexagonal 14	0,11	0,18	2 598,75	837,77	209,44	3 645,96	523,61	34,91	69,81	174,54	69,81	593,42	5 112,06	0,22
20 790	12mmhexagonal17	0,14	0,16	2 910,60	737,24	184,31	3 832,15	460,77	30,72	61,44	153,59	61,44	522,21	5 122,32	0,25
30 870	7mm hexagonal 11	0,16	0,23	4 939,20	1 094,69	273,67	6 307,56	684,18	45,61	91,22	228,06	91,22	775,40	8 223,26	0,27
38 535	9mm hexagonal 15	0,19	0,29	7 321,65	1 366,50	341,62	9 029,77	854,06	56,94	113,87	284,69	113,87	967,94	11 421,14	0,30
133 770														33.996,14	

COSTEO IMPORTACION PERNOS VARIAS MEDIDAS AÑO 2008

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	% EQUIVAL.	FOB	FLETE	SEGURO	CIF	DERECHOS ARANCELARIOS	FODIN	TASAS MULTAS	VERIFICA DORA	DESPACHA DOR	OTROS	TOTAL	VALOR UNIT. REAL
19 950	8mm hexagonal 12	0,10	0,15	1 995,00	707,45	176,86	2 879,31	442,16	29,48	58,95	147,39	58,95	501,11	4 117,35	0,21
23 625	10mm hexagonal 14	0,11	0,18	2 598,75	837,77	209,44	3 645,96	523,61	34,91	69,81	174,54	69,81	593,42	5 112,06	0,22
20 790	12mmhexagonal17	0,14	0,16	2 910,60	737,24	184,31	3 832,15	460,77	30,72	61,44	153,59	61,44	522,21	5 122,32	0,25
30 870	7mm hexagonal 11	0,16	0,23	4 939,20	1 094,69	273,67	6 307,56	684,18	45,61	91,22	228,06	91,22	775,40	8 223,26	0,27
38 535	9mm hexagonal 15	0,19	0,29	7 321,65	1 366,50	341,62	9 029,77	854,06	56,94	113,87	284,69	113,87	967,94	11 421,14	0,30
133 770														33.996,14	

COSTEO IMPORTACION PERNOS VARIAS MEDIDAS AÑO 2009

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	% EQUIVAL.	FOB	FLETE	SEGURO	CIF	DERECHOS ARANCELARIOS	FODIN	TASAS MULTAS	VERIFICA DORA	DESPACHA DOR	OTROS	TOTAL	VALOR UNIT. REAL
19 950	8mm hexagonal 12	0,10	0,15	1 995,00	707,45	176,86	2 879,31	442,16	29,48	58,95	147,39	58,95	501,11	4 117,35	0,21
23 625	10mm hexagonal 14	0,11	0,18	2 598,75	837,77	209,44	3 645,96	523,61	34,91	69,81	174,54	69,81	593,42	5 112,06	0,22
20 790	12mmhexagonal17	0,14	0,16	2 910,60	737,24	184,31	3 832,15	460,77	30,72	61,44	153,59	61,44	522,21	5 122,32	0,25
30 870	7mm hexagonal 11	0,16	0,23	4 939,20	1 094,69	273,67	6 307,56	684,18	45,61	91,22	228,06	91,22	775,40	8 223,26	0,27
38 535	9mm hexagonal 15	0,19	0,29	7 321,65	1 366,50	341,62	9 029,77	854,06	56,94	113,87	284,69	113,87	967,94	11 421,14	0,30
133 770														33.996,14	

COSTEO IMPORTACION PERNOS VARIAS MEDIDAS AÑO 2010

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	% EQUIVAL.	FOB	FLETE	SEGURO	CIF	DERECHOS ARANCELARIOS	FODIN	TASAS MULTAS	VERIFICA DORA	DESPACHA DOR	OTROS	TOTAL	VALOR UNIT. REAL
19 950	8mm hexagonal 12	0,10	0,15	1 995,00	707,45	176,86	2 879,31	442,16	29,48	58,95	147,39	58,95	501,11	4 117,35	0,21
23 625	10mm hexagonal 14	0,11	0,18	2 598,75	837,77	209,44	3 645,96	523,61	34,91	69,81	174,54	69,81	593,42	5 112,06	0,22
20 790	12mmhexagonal17	0,14	0,16	2 910,60	737,24	184,31	3 832,15	460,77	30,72	61,44	153,59	61,44	522,21	5 122,32	0,25
30 870	7mm hexagonal 11	0,16	0,23	4 939,20	1 094,69	273,67	6 307,56	684,18	45,61	91,22	228,06	91,22	775,40	8 223,26	0,27
38 535	9mm hexagonal 15	0,19	0,29	7 321,65	1 366,50	341,62	9 029,77	854,06	56,94	113,87	284,69	113,87	967,94	11 421,14	0,30
133 770														33.996,14	

COSTEO IMPORTACION PERNOS VARIAS MEDIDAS AÑO 2011

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	% EQUIVAL.	FOB	FLETE	SEGURO	CIF	DERECHOS ARANCELARIOS	FODIN	TASAS MULTAS	VERIFICA DORA	DESPACHA DOR	OTROS	TOTAL	VALOR UNIT. REAL
19 950	8mm hexagonal 12	0,10	0,15	1 995,00	707,45	176,86	2 879,31	442,16	29,48	58,95	147,39	58,95	501,11	4 117,35	0,21
23 625	10mm hexagonal 14	0,11	0,18	2 598,75	837,77	209,44	3 645,96	523,61	34,91	69,81	174,54	69,81	593,42	5 112,06	0,22
20 790	12mmhexagonal17	0,14	0,16	2 910,60	737,24	184,31	3 832,15	460,77	30,72	61,44	153,59	61,44	522,21	5 122,32	0,25
30 870	7mm hexagonal 11	0,16	0,23	4 939,20	1 094,69	273,67	6 307,56	684,18	45,61	91,22	228,06	91,22	775,40	8 223,26	0,27
38 535	9mm hexagonal 15	0,19	0,29	7 321,65	1 366,50	341,62	9 029,77	854,06	56,94	113,87	284,69	113,87	967,94	11 421,14	0,30
133 770														33.996,14	

ANEXO 7
PRESUPUESTO DE PERSONAL

AÑOS	DEPARTAMEN TO	No. EMPLEA DOS	2007		2008		2009		2010		2011	
			SUELDO UNITARIO	TOTAL SUELDO	SUELDO UNITARIO	TOTAL SUELDO	SUELDO UNITARIO	TOTAL SUELDO	SUELDO UNITARIO	TOTAL SUELDO	SUELDO UNITARIO	TOTAL SUELDO
Gerente General	Administración	1	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00
Gerente Administrativo-Financiero	Administración	1	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00
Gerente de Comercialización	Ventas	1	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00	9 600,00
Asistente Administrativo Financiero	Administración	1	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00
Asistente de Comercialización	Ventas	1	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00	3 000,00
Vendedores	Ventas	3	1 920,00	5 760,00	1 920,00	5 760,00	1 920,00	5 760,00	1 920,00	5 760,00	1 920,00	5 760,00
TOTAL		8	36.720,00	40.560,00	36.720,00	40.560,00	36.720,00	40.560,00	36.720,00	40.560,00	36.720,00	40.560,00

ANEXO 8

PRESUPUESTO DE OTROS GASTOS

SERVICIO	VALOR MENSUAL	VALOR MENSUAL	2007	VALOR MENSUAL	2008	VALOR MENSUAL	2009	VALOR MENSUAL	2010	VALOR MENSUAL	2011
			VALOR		VALOR		VALOR		VALOR		
Agua	20,00	20,00	240,00	20,00	240,00	20,00	240,00	20,00	240,00	20,00	240,00
Luz	48,00	48,00	576,00	48,00	576,00	48,00	576,00	48,00	576,00	48,00	576,00
Teléfono	60,00	60,00	720,00	60,00	720,00	60,00	720,00	60,00	720,00	60,00	720,00
Papelería	80,00	80,00	960,00	80,00	960,00	80,00	960,00	80,00	960,00	80,00	960,00
Suministros de limpieza	20,00	20,00	240,00	20,00	240,00	20,00	240,00	20,00	240,00	20,00	240,00
Alquiler de local	240,00	240,00	2.880,00	240,00	2.880,00	240,00	2.880,00	240,00	2.880,00	240,00	2.880,00
			5.616,00		5.616,00		5.616,00		5.616,00		5.616,00

DEPRECIACION

ACTIVO FIJO	VALOR ACTIVO	%DEPRECIACION	VALOR DEP.
Vehículo	16.000,00	20%	3.200,00
Equipo de Computación	4.000,00	33,33%	1.333,20
Muebles de Oficina	1.000,00	10%	100,00
TOTAL DEPRECIACION			4.633,20

AMORTIZACION

DESCRIPCION	VALOR GTO.	% AMORTIZACION	VALOR AMORTIZACION
Gastos de Constitución	500	5%	25
Adecuación local	5000	5%	250
TOTAL AMORTIZACION			275,00

ANEXO 9

FLUJO DE FONDOS

	AÑOS				
	2007	2008	2009	2010	2011
Ingresos por ventas	158.480,00	158.480,00	158.480,00	158.480,00	158.480,00
Costos Variables	-32.377,28	-32.377,28	-32.377,28	-32.377,28	-32.377,28
Comisión en Ventas	-15.848,00	-15.848,00	-15.848,00	-15.848,00	-15.848,00
Gastos de Administración y Ventas	-5.616,00	-5.616,00	-5.616,00	-5.616,00	-5.616,00
Interés de préstamo	-2.359,53	-1.591,07	-721,93	0,00	0,00
Sueldo a Personal	-40.560,00	-40.560,00	-40.560,00	-40.560,00	-40.560,00
Depreciación	-4.633,20	-4.633,20	-4.633,20	-4.633,20	-4.633,20
Amortización intangibles	-275,00	-275,00	-275,00	-275,00	-275,00
Utilidad antes de impuesto	56.810,99	57.579,45	58.448,59	59.170,52	59.170,52
Impuesto 36,5%	-20.736,01	-20.736,01	-20.736,01	-20.736,01	-20.736,01
Utilidad Neta	36.074,98	36.843,44	37.712,58	38.434,51	38.434,51
Depreciación	4.633,20	4.633,20	4.633,20	4.633,20	4.633,20
Amortización intangibles	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00
Inversión Inicial	- 31.500,00				
Inversión en capital de trabajc	- 31.000,00				
Préstamo	20.000,00				
Amortización de deuda	- 5.864,65	- 6.633,10	- 7.502,24	-	-
SALDO DE EFECTIVO	- 42.500,00	35.118,53	35.118,54	43.342,71	43.342,71

ANEXO 10

PRESUPUESTO DE FLUJO DE EFECTIVO

	AÑOS				
	2007	2008	2009	2010	2011
Saldo anterior	0,00	28.150,62	20.301,25	12.451,88	12.826,68
Ventas al contado	79.240,00	79.240,00	79.240,00	79.240,00	79.240,00
Préstamo por financiamiento inversión	20.000,00				
Aporte de accionistas en efectivo	42.500,00				
Efectivo disponible	141.740,00	107.390,62	99.541,25	91.691,88	92.066,68
Compras de mercadería	19.765,20	19.765,20	19.765,20	19.765,20	19.765,20
Equipo de Computación y Equipos	4.000,00	-	-	-	-
Muebles de Oficina	1.000,00	-	-	-	-
Vehículo	16.000,00	-	-	-	-
Adecuaciones	5.000,00	-	-	-	-
Constitución de la compañía	500,00	-	-	-	-
Publicidad	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
Sueldos	40.560,00	40.560,00	40.560,00	40.560,00	40.560,00
Comisiones	7.924,00	7.924,00	7.924,00	7.924,00	7.924,00
Servicios Básicos	1.536,00	1.536,00	1.536,00	1.536,00	1.536,00
Papelería	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00
Suministros de limpieza	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Alquiler de local	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00
Total Salidas de operación	105.365,20	78.865,20	78.865,20	78.865,20	78.865,20
DEFICIT/SUPERAVIT	36.374,80	28.525,42	20.676,05	12.826,68	13.201,48
Saldo mínimo en caja	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
Sobrante o faltante de efectivo	32.374,80	24.525,42	16.676,05	8.826,68	9.201,48
Pago de dividendo por financiamiento i	5.864,65	6.633,10	7.502,24	-	-
Intereses por financ. Inversión inicial	2.359,53	1.591,07	721,93	-	-
Entradas/salidas financieras	8.224,18	8.224,17	8.224,17	-	-
SALDO DE EFECTIVO	28.150,62	20.301,25	12.451,88	12.826,68	13.201,48

ANEXO 11

PROYECCION DE ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

	2007	2008	2009	2010	2011
Ventas	158.480,00	158.480,00	158.480,00	124.937,31	124.937,31
Costo de Venta	32.377,28	32.377,28	32.377,28	32.377,28	32.377,28
Otros Ingresos	20.000,00				
Utilidad Bruta	146.102,72	126.102,72	126.102,72	92.560,03	92.560,03
Gastos Operativos					
Equipo de Computación y Equipos	4.000,00				
Muebles de Oficina	1.000,00				
Vehículo	16.000,00				
Adecuaciones	5.000,00				
Constitución de la compañía	500,00				
Publicidad	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
Sueldos	40.560,00	40.560,00	40.560,00	50.160,00	50.160,00
Comisiones	15.848,00	12.493,73	12.493,73	12.493,73	12.493,73
Servicios Básicos	1.536,00	1.536,00	1.536,00	1.536,00	1.536,00
Papelería	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00
Suministros de limpieza	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Alquiler de local	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00
Depreciación	4.633,20	4.633,20	4.633,20	4.633,20	4.633,20
Amortización	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00
Total Gastos Operativos	98.432,20	68.577,93	68.577,93	78.177,93	78.177,93
Gastos Financieros					
Intereses por financiamiento inversión	2.359,53	1.591,07	721,93	-	
Total gastos Financieros	2.359,53	1.591,07	721,93	0,00	0,00
Total de Gastos	100.791,73	70.169,00	69.299,86	78.177,93	78.177,93
Utilidad y/oPerdida	45.310,99	55.933,72	56.802,86	14.382,10	14.382,10
15% Participación trabajadores	6.796,65	8.520,43	8.520,43	2.157,32	2.157,32
25% Impto.Renta	9.628,59	12.070,61	12.070,61	3.056,20	3.056,20
Utilidad neta del Ejercicio	28.885,76	39.508,49	36.211,82	9.168,59	9.168,59

ANEXO 12

PROYECCION DEL BALANCE GENERAL

	AÑOS				
	2007	2008	2009	2010	2011
<u>Activos</u>					
Caja-Bancos	28.150,62	20.301,25	12.451,88	12.826,68	13.201,48
Cuentas por cobrar	34.351,01	62.768,64	66.227,67	19.718,20	14.805,85
Inventario	98,83	98,83	98,83	98,83	98,83
Adecuaciones	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
Equipo de computacion	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
Muebles y Enseres	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Vehiculo	16.000,00	16.000,00	16.000,00	16.000,00	16.000,00
Constitucion de Compañia	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Depreciación Acumulada	4.633,20	9.266,40	13.899,60	18.532,80	23.166,00
Amortización Acumulada	275,00	550,00	825,00	1.100,00	1.375,00
Total Activos	94.008,66	119.485,11	120.002,97	78.776,50	79.147,15
<u>Pasivos</u>					
Préstamo	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
Intereses por pagar	2.313,00	721,93	0,00	0,00	0,00
15% Participación Trabajadores	0,00	6.796,65	8.520,43	2.157,32	2.157,32
25 % Impto. A la Renta	0,00	9.628,59	12.070,61	3.056,20	3.056,20
Total Pasivos	22.313,00	37.147,16	40.591,04	25.213,51	25.213,51
<u>Patrimonio</u>					
Capital	42.500,00	42.500,00	42.500,00	42.500,00	42.500,00
Total Patrimonio	42.500,00	42.500,00	42.500,00	42.500,00	42.500,00
Pérdidas y Ganancias	28.885,76	39.508,49	36.211,82	9.168,59	9.168,59
Total Pasivo y Patrimonio	93.698,76	119.155,65	119.302,86	76.882,10	76.882,10

ANEXO 13

VALOR ACTUAL NETO

INVERSION 62.500,00

	AÑOS				
	1	2	3	4	5
CAJA	28.150,62	20.301,25	12.451,88	12.826,68	13.201,48

			42,85%	
AÑOS	INVERSION	FLUJO ACTUAL	FACTOR	VAFE
0	-62.500,00			
1		28.150,62	0,700035002	19.706,42
2		20.301,25	0,490049004	9.948,61
3		12.451,88	0,343051455	4.271,63
4		12.826,68	0,240148026	3.080,30
5		13.201,48	0,168112024	2.219,33
TOTAL		60.903,74		33.926,66

ANALISIS

INVERSION	62.500,00
VAFE	33.926,66
VAN	28.573,34
TIR	14,53%

TIR

			42,87%	
AÑOS	INVERSION	FLUJO ACTUAL	FACTOR	VAFE
0	62.500,00			
1		28.150,62	0,699937006	19.703,66
2		20.301,25	0,489911812	9.945,82
3		12.451,88	0,342907407	4.269,84
TOTAL		60.903,74		33.919,32

ANALISIS

INVERSION	62.500,00
VAFE	33.919,32
VAN	28.580,68
TIR	42,87%

ANEXO 14

DETERMINACION DE LA TASA DE DESCUENTO

Costo de la deuda	10,395	10,395
Capital ajeno	32%	32%
tasa	25%	25%
Tasa	13,86	13,86
Capital propio	62%	62%
Tasa de endeudamiento	0,20	0,20

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Inversión Inicial -62500

Ventas

Con respecto a las ventas

VENTAS	VAN	TIR	TASA DSCTO.
200,00	-153,85	0,00	0,30
130,00	-100,00	0,00	0,30
120,00	-92,31	0,00	0,30
100,00	-76,92	0,00	0,30
85,00	-65,38	0,00	0,30
75,00	-57,69	0,00	0,30
50,00	-38,46	0,00	0,30
30,00	-23,08	0,00	0,30
20,00	-15,38	0,00	0,30
10,00	7,69	0,00	0,30