# “PROYECTO DE CREACIÓN DE UN NUEVO PUNTO DE VENTA DE LA EMPRESA ESMACO S.A. DEDICADA A LA VENTA DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN CON EL OBJETIVO DE AMPLIAR SU COBERTURA EN EL MERCADO DE GUAYAQUIL”

YOLANDA GARCIA C.
VICTOR SARMIENTO C.

# INTRODUCCION

- El sector de la construcción aporta a la economía del País, un alto efecto multiplicador.
- El sector de la construcción le permite al Estado mayores ingresos por el incremento de las recaudaciones tributarias y aportes al Seguro Social.

# I. LA EMPRESA

Espinoza Materiales de Construcción S.A.

**ESMACO S.A.**

Fundada en el año 1991

Actualmente tiene 4 sucursales, todas estas, ubicadas en el sur de la ciudad de Guayaquil.


ESMACO
S.A.

**MISION. -**

Proporcionar a nuestros clientes un buen servicio, con una calidad que supere sus expectativas, empleando la mejor tecnología en nuestros materiales, sistemas y procesos a través de personal altamente capacitado.

**VISION. -**

Llegar a una posición sólida en el mercado nacional en el ramo de la venta de materiales de construcción, mantener una excelente imagen y prestigio ante clientes, y la sociedad en general, basado en la calidad y precio adecuado de nuestro producto.

# ANALISIS FODA

## Fortalezas

- Buena Calidad de los Materiales.
- Ubicación en el norte y poca competencia.
- Infraestructura Propia.
- Excelente manejo computarizado del Area Financiera.

## Oportunidades

- La regeneración urbana de Guayaquil.
- Competencia casi nula.
- Los bancos abrieron crédito a las personas para las casas.
- Enfoque a nuevos nichos de mercado.
- Buscar y enfocarnos en logros nuevos, contratos con asociaciones y constructoras o entidades publicas y privadas para incrementar las ventas.

**Debilidades**

- Falta de posicionamiento de la marca.
- Pocos medios utilizados para promover sus productos.
- Falta de cultura corporativa.

**Amenazas**

- Movimiento de incertidumbre de la economía nacional.
- Falta de posicionamiento de la empresa en el sector de la nueva ubicación.
- Posibles aumentos en el precio del quintal del hierro y del acero , así como de ciertas materias primas.
- El país no produce acero, sólo lo recicla,  la materia prima viene del exterior y está sujeta aranceles de importaciones.
- Presencia de la marca de la competencia.

# II. ANALISIS DEL MERCADO

- **LA DEMANDA**

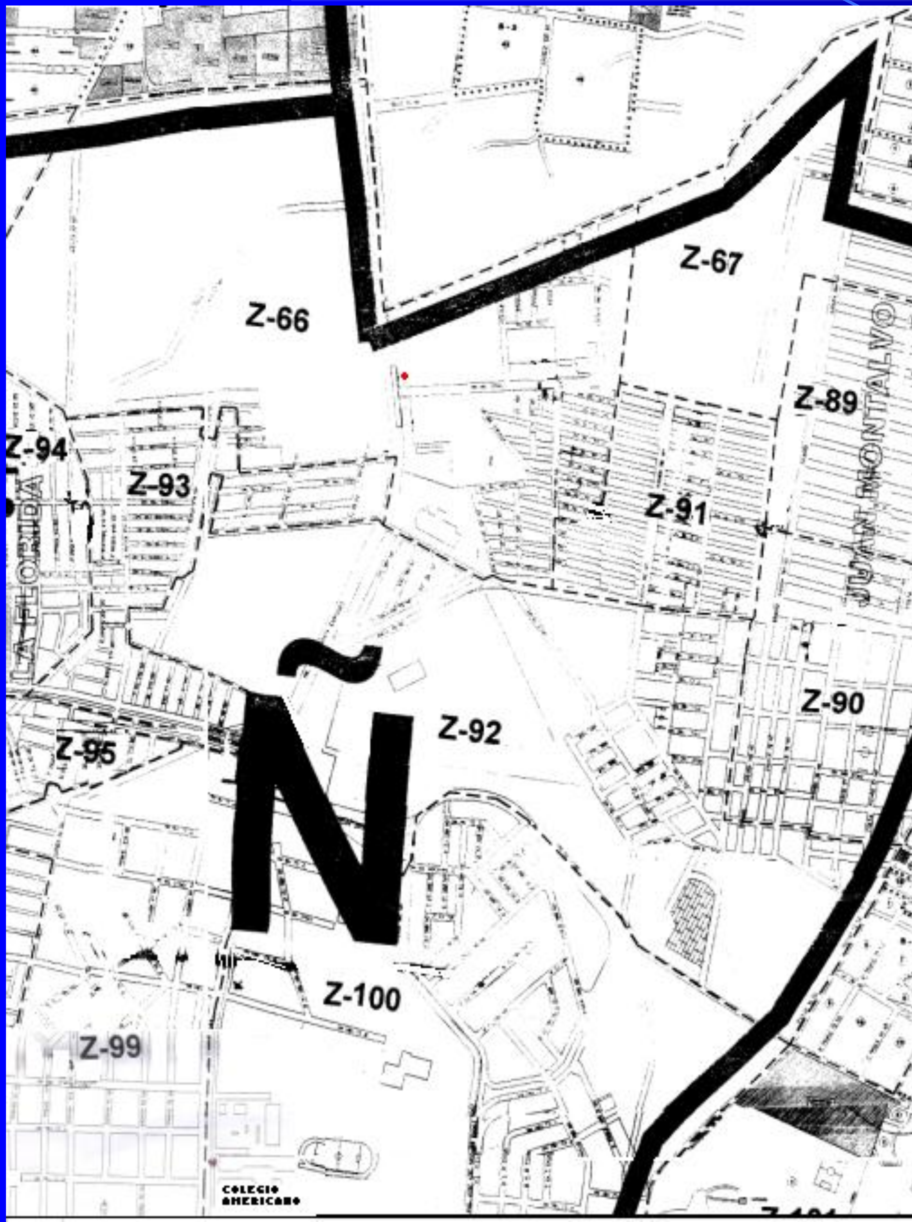
**FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DEMANDA**

La demanda de los productos se ve directamente influída por el crecimiento poblacional, ya que estos tipos de productos cuentan con una importante preferencia entre la población que quiere hacer adecuaciones, ampliaciones o construcción de sus casa y obras de cerrajería.

También la regeneración urbana es un importante factor.

Los precios de venta serán muy accesibles y no existen muchos proveedores de este servicio en el sector.

# MERCADO POTENCIAL




| ZONAS | CIUDADELA/COOP. |
|---|---|
| 66 | LA ALEGRIA |
| 67 | LA ALEGRIA |
| 89 | COOP. JUAN MONTALVO |
| 90 | COOP. JUAN MONTALVO |
| 91 | COOP. JUAN MONTALVO |
| 92 | LA FLORIDA |
| 93 | LA FLORIDA |
| 94 | LA FLORIDA |

## PERFIL DEL CONSUMIDOR

El perfil del consumidor es personas de sexo indistinto (hombres y mujeres) comprendida dentro del intervalo de 25 años en adelante, con nivel socio-económico medio bajo, medio, medio alto y alto.

## ELABORACION DE LA ENCUESTA

Por la importancia poblacional y comercial del sector norte de la ciudad, se seleccionó a la zona correspondiente a la vía a Daule Km. 8 hasta Km. 10, los puntos de aplicación seleccionados son las viviendas de las zonas de estudio que serán elegidas aleatoriamente. Se realizó una encuesta piloto y se obtuvo un 84% de exito..

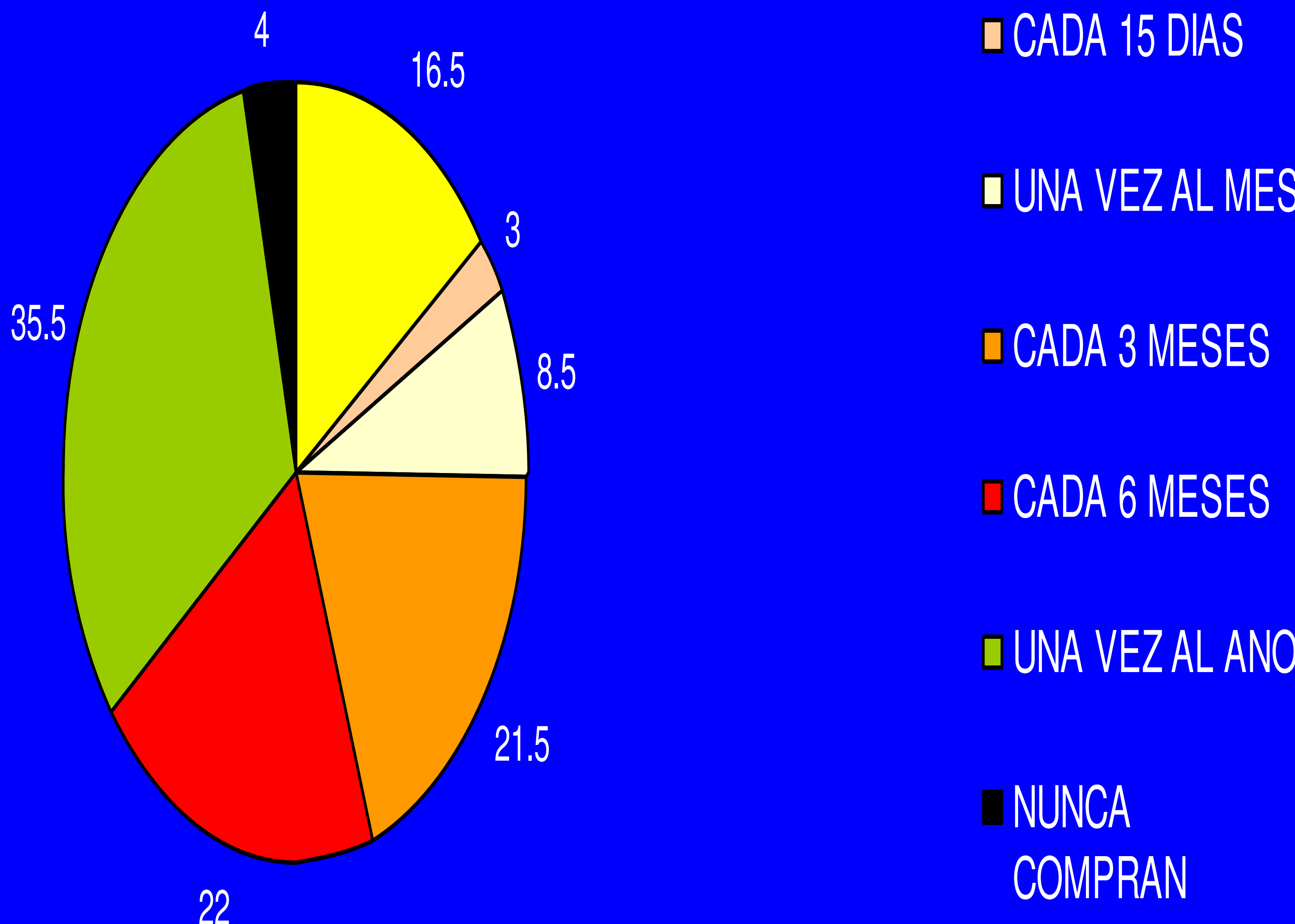
# DETERMINACION DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

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

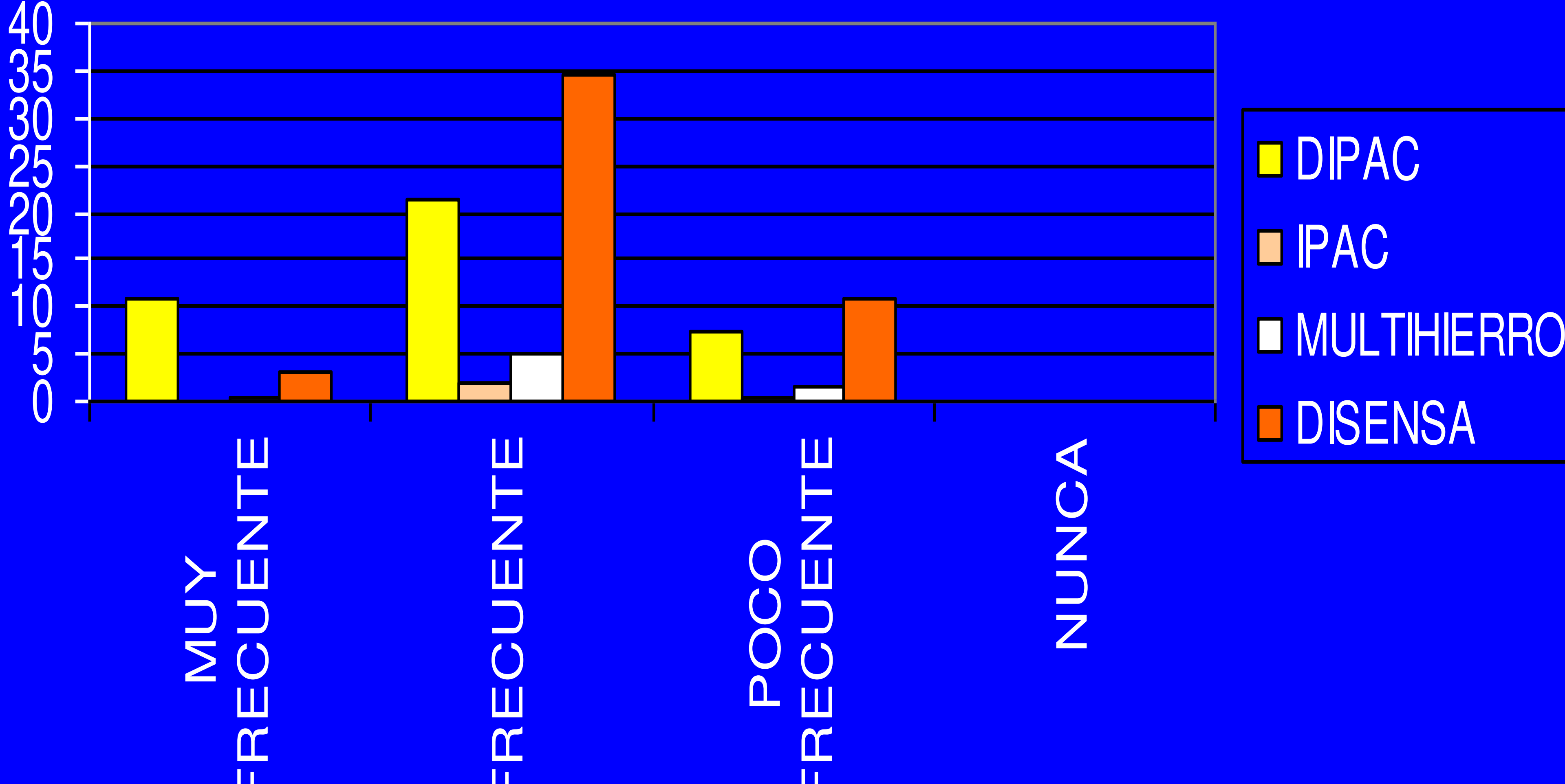
$$n = \frac{(1.96)^2(0.84)(0.16)(4345)}{(0.05)^2(4344)+(1.96)^2(0.84)(0.16)} = \frac{2243.37}{3.7276} = 199 \approx 200$$

La encuesta fue ponderada y se realizaron 200 encuestas

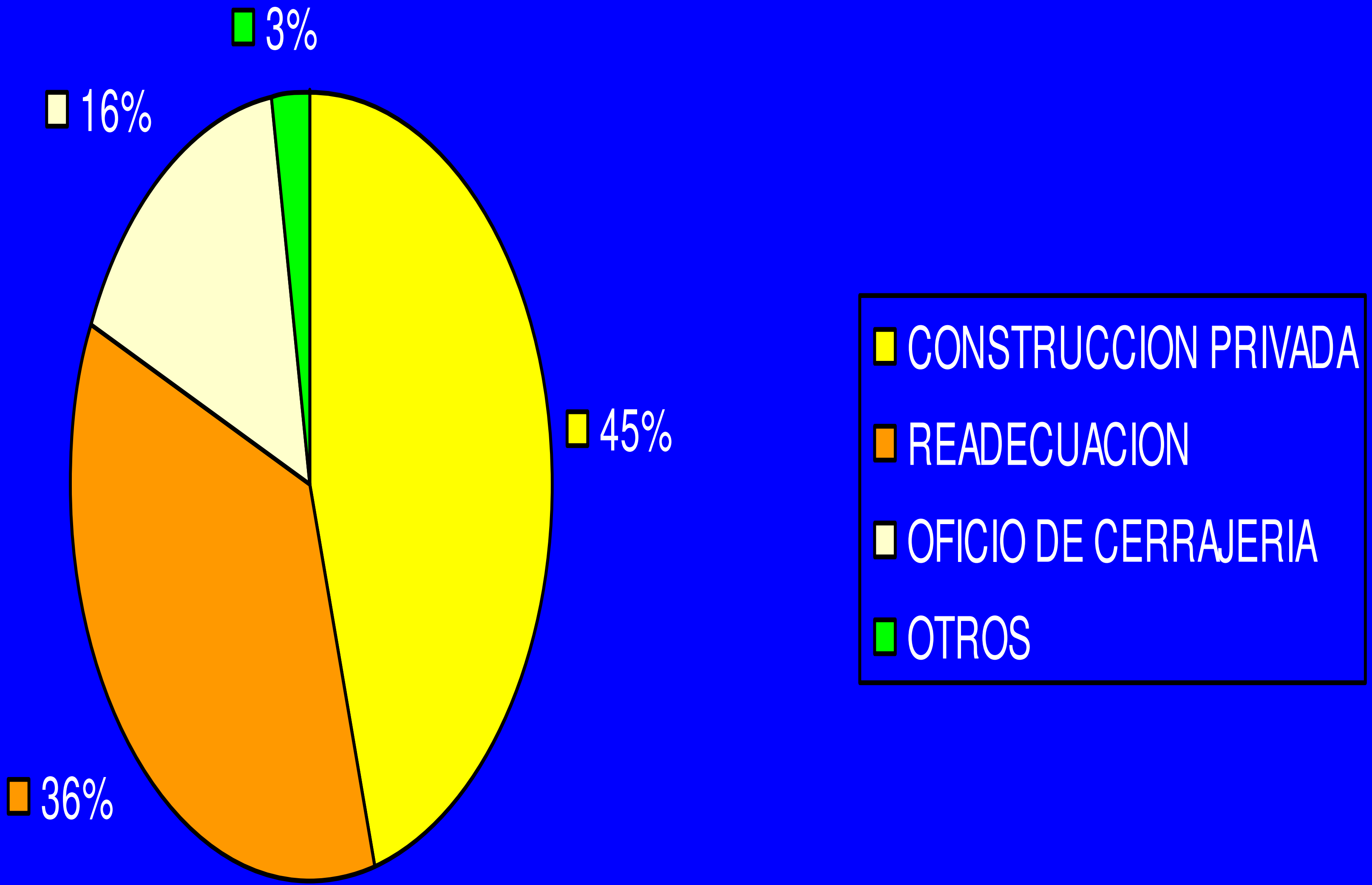
# 1.-CON QUE FRECUENCIA USTED COMPRA MATERIALES DE CONSTRUCCION?



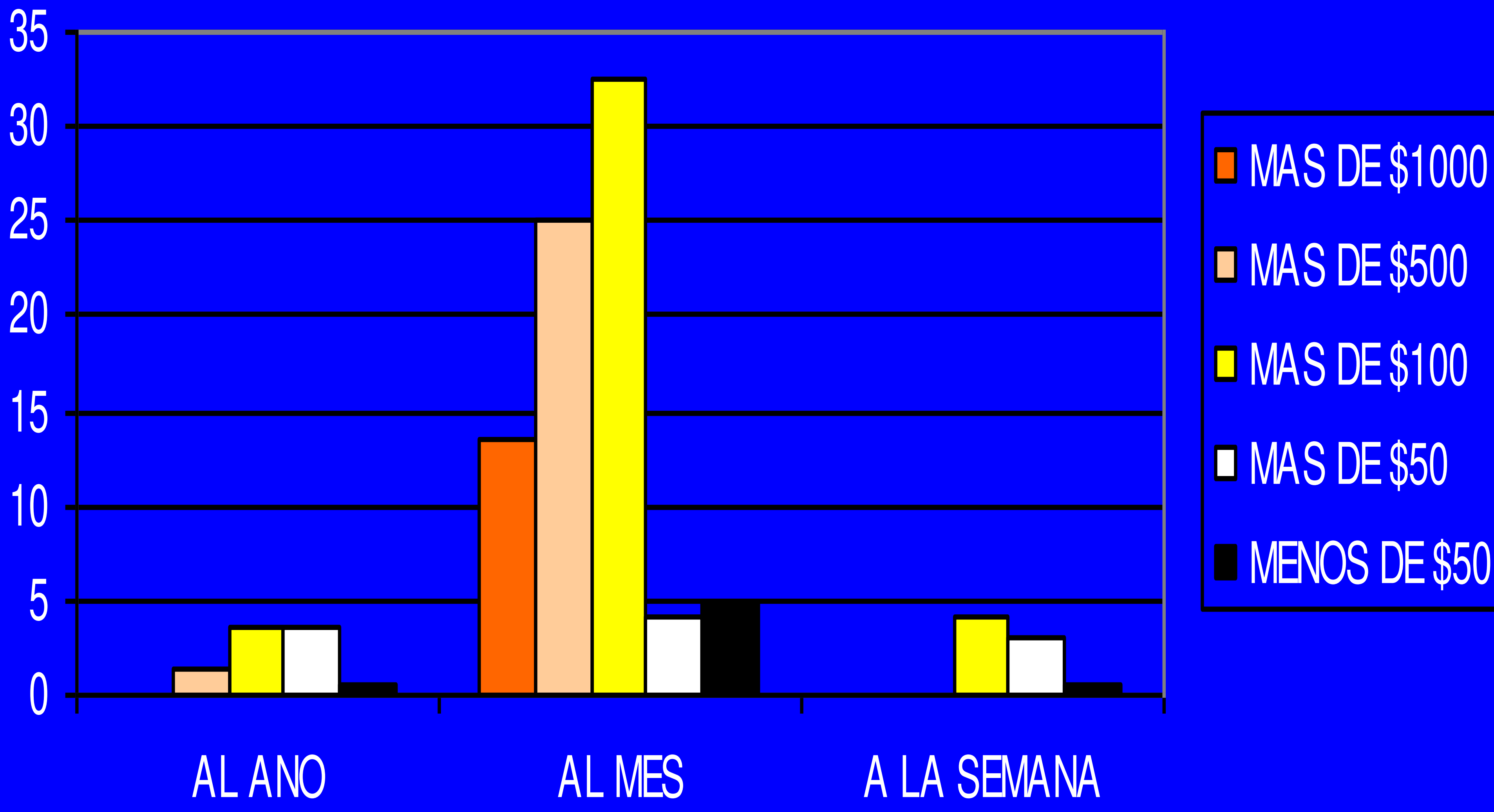
# 2.-EN CUAL DE ESTOS ALMACENES USTED REALIZA SUS COMPRAS DE MATERIALES DE CONSTRUCCION?



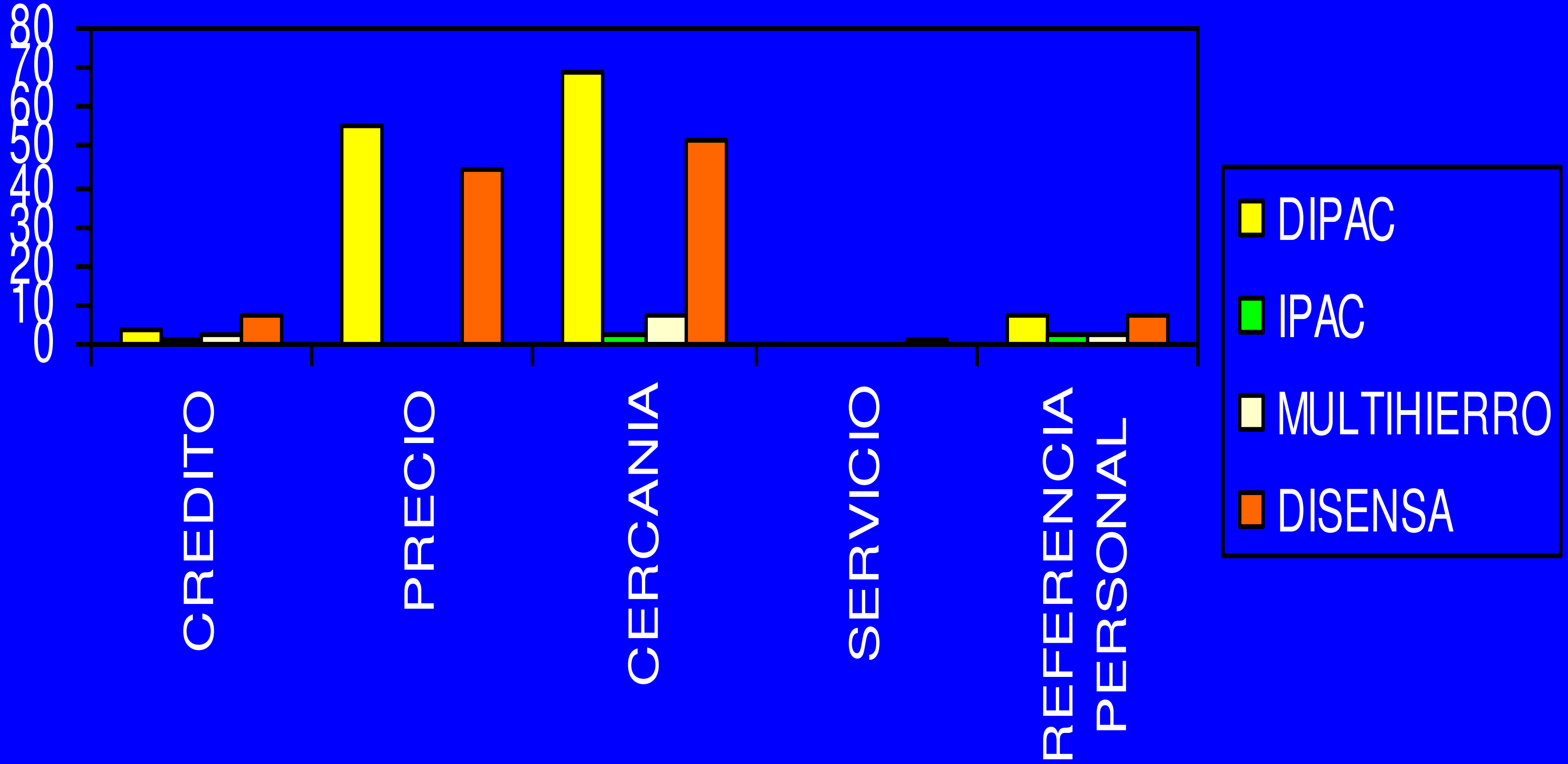
# 3.-POR QUE MOTIVO USTED REALIZO LA COMPRA?



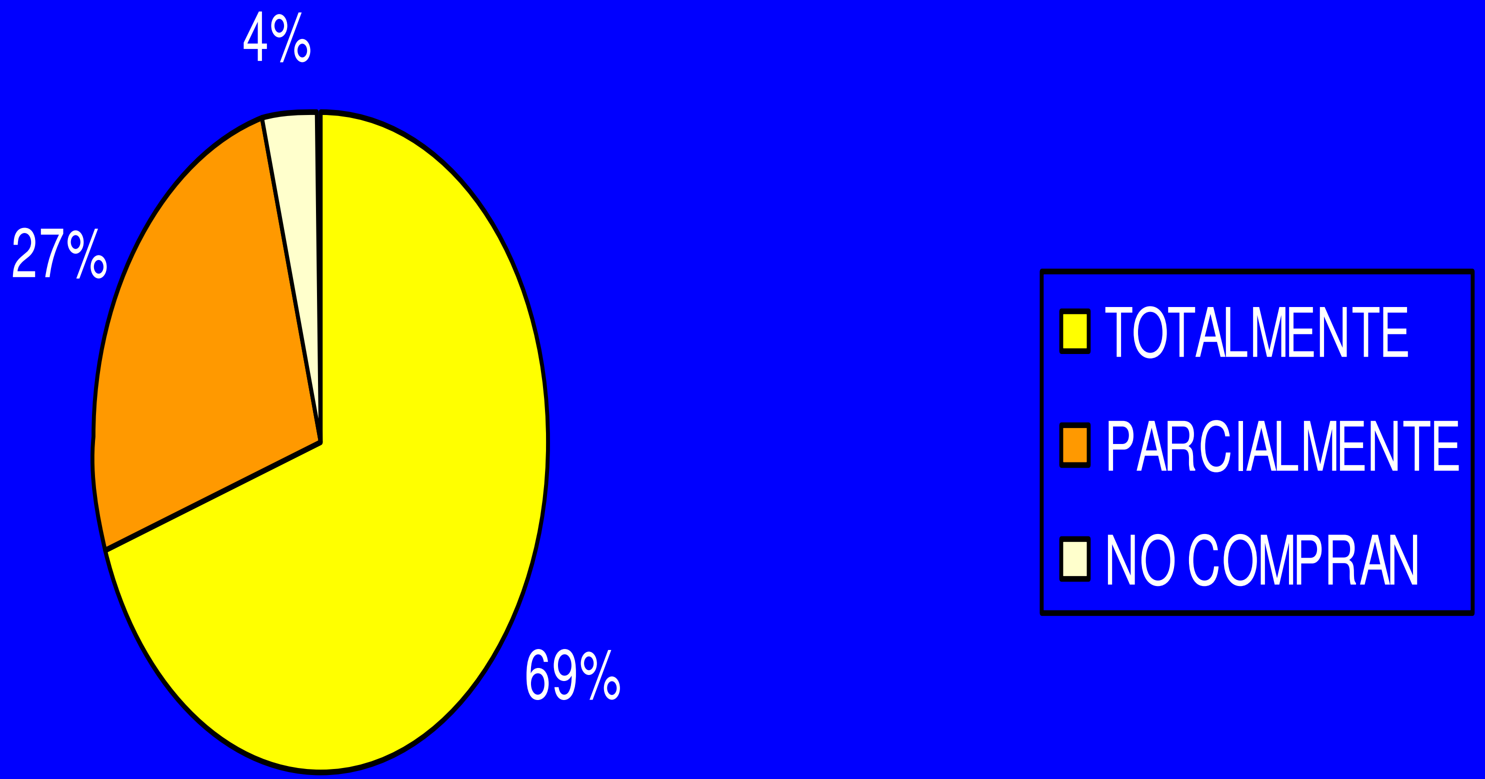
# 4.- CUANTO DINERO GASTA EN MATERIALES DE CONSTRUCCION?



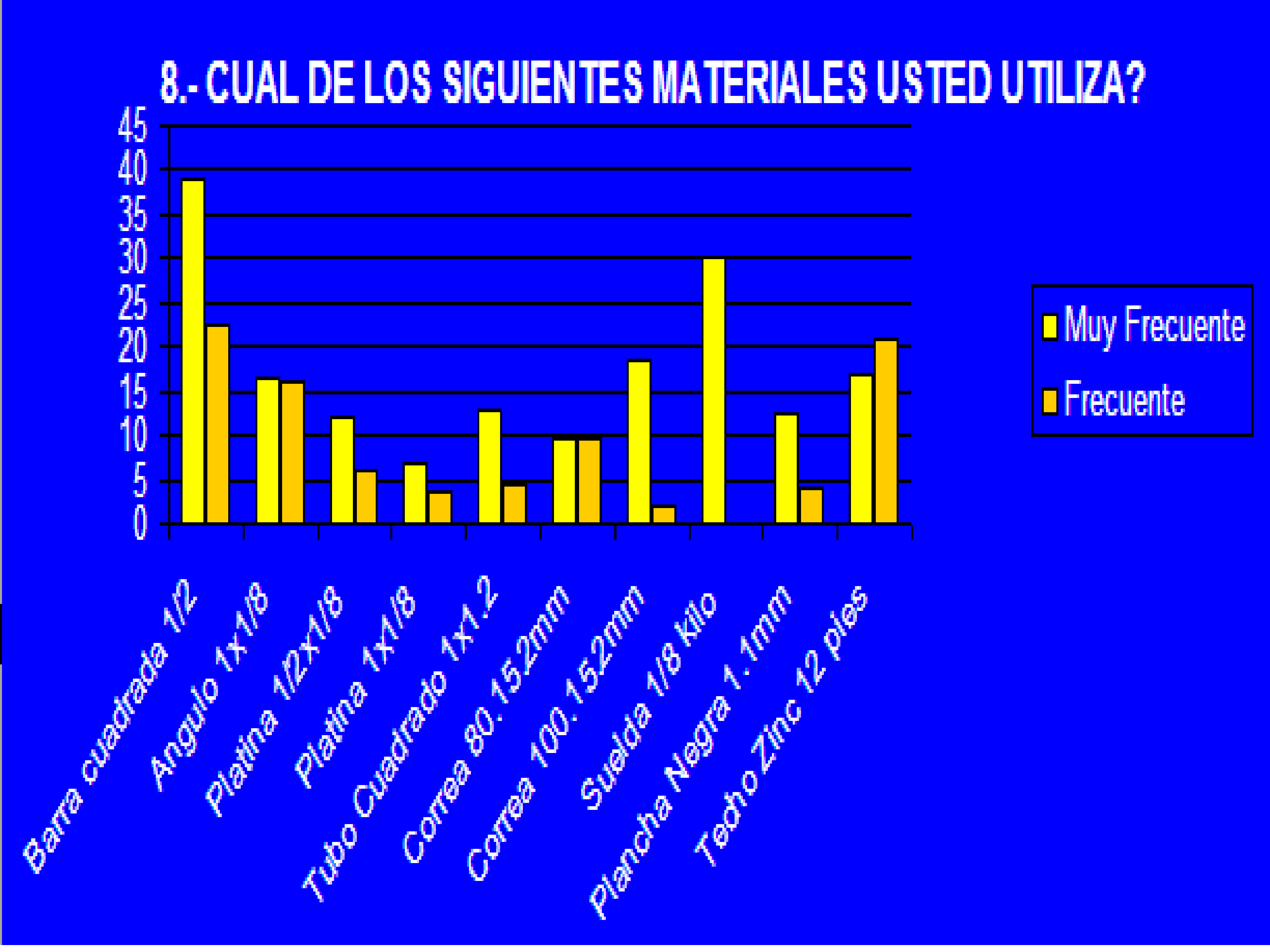
# 5.- CUAL ES LA RAZON POR LA CUAL USTED COMPRO EN ESTOS LOCALES?



# 6.- ENCONTRO USTED LO QUE BUSCABA ?



| 7.- QUE TIPOS DE MATERIALES USTED NECESITA? | | |
|---|---|---|
| BARRA CUADRADA | | |
| CANALES | | |
| TECHO ZINC | | |
| ANGULOS | | |
| TUBOS | | |
| SUELDA | | |
| PLANCHAS | | |


8.- CUAL DE LOS SIGUIENTES MATERIALES USTED UTILIZA?
45
40
35
30
25
20
15
10
5
0
Barra cuadrada 1/2
Angulo 1x1/8
Platina 1/2x1/8
Platina 1x1/8
Tubo Cuadrado 1x1.2
Correa 80. 152mm
Correa 100. 152mm
Suelda 1/8 Kilo
Plancha Negra 1.1mm
Techo Zinc 12 pies
Muy Frecuente
Frecuente

# ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION

•RADIO

Este servicio se contratará en la estación “ TELERADIO” .

•PERIODICOS

Se contratará publicidad en el periódico local “EL UNIVERSO”.

•PAGINAS AMARILLAS

Se realizó una cotización respectiva y la empresa va a salir en la guía telefónica de la Ciudad de Guayaquil.

•VOLANTES

Se elaborarán de un cuarto de hoja de papel tamaño carta que se entregarán una semana antes de la apertura de la empresa y otra semana después de la misma a todos aquellos consumidores objetivos, en los que se estipularán los datos más sobresalientes del nuevo punto de venta.

•ARTICULOS PROMOCIONALES

Se entregarán también a los clientes como una forma de publicidad, artículos promocionales como camisetas, calendarios, relojes de pared, llaveros, gorras, etc. con el logotipo de la empresa.

# III. ANALISIS TECNICO - ADMINISTRATIVO

## TAMAÑO DE LA PLANTA

Los factores que determinarán el tamaño óptimo del proyecto serán los siguientes:

- Demanda de Mercado
- Mercadería e Inventarios

El tamaño de la planta serán los 480 $m^2$ destinados a bodega y oficina.

# LOCALIZACION DE LA PLANTA

- MACROLOCALIZACION

Provincia del Guayas, ciudad de Guayaquil, ubicación de la zona noroeste.

## ❖MICROLOCALIZACION


- La empresa deberá ubicarse donde pueda utilizar al máximo y en forma más conveniente las ventajas económicas, técnicas, geograficas, de seguridad y de insfraestructura de la zona.
- Dentro de la ciudad de Guayaquil se seleccionó a la zona noroeste Km. 8 ½ Vía a Daule.

# El nuevo punto de venta tiene las facilidades de:

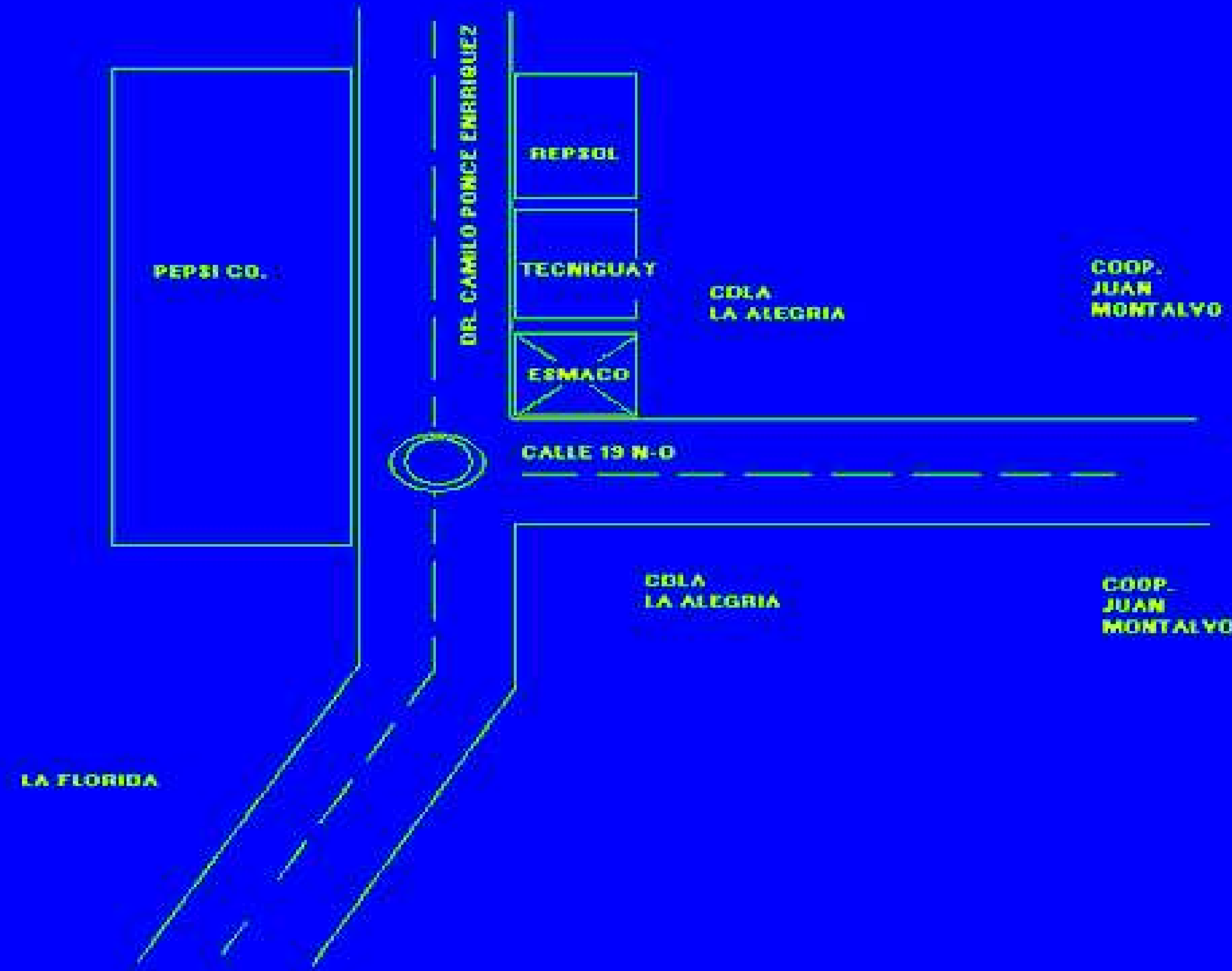
- Pasos elevados o intercambiadores de trafico.
- Transporte Urbano y terrestre.
- Servicios Básicos (agua, luz y teléfono)
- Gasolineras
- Comercio

# UBICACIÓN DE LA EMPRESA

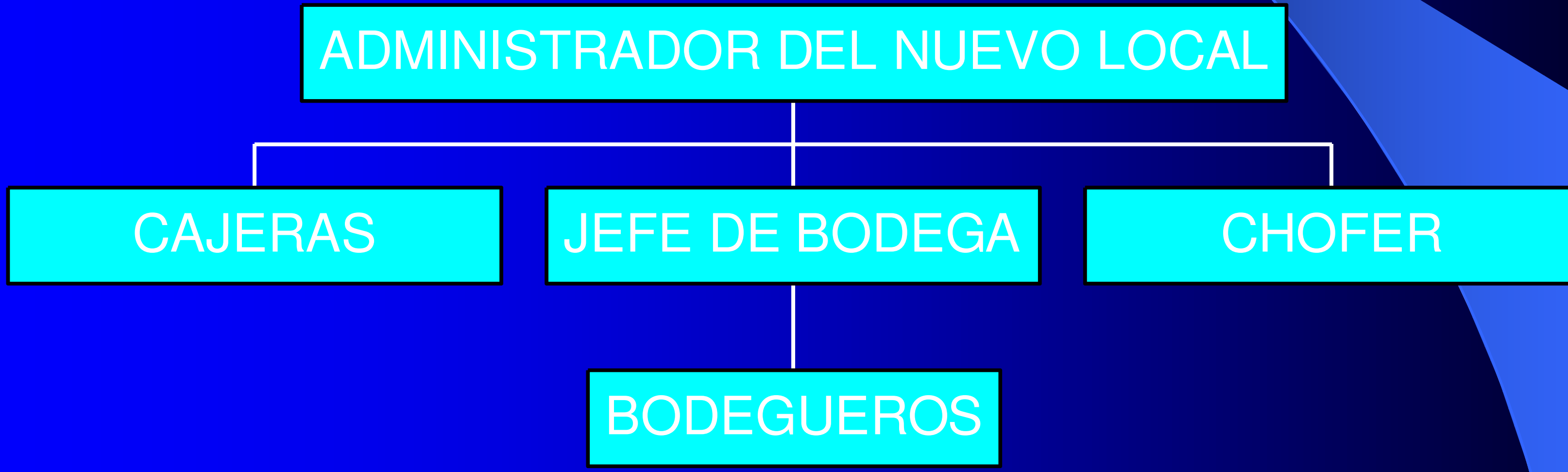
La planta se ubicará en la ciudadela La Alegría, en la avenida principal de la Vía a Daule Km. 8 ½ .

Dirección: Dr. Camilo Ponce Enríquez y

Calle 19 NO


DR. CAMILO PONCE ENRIQUEZ
PEPSI CO.
REPSOL
TECNIGUAY
ESMACO
COLA
LA ALEGRIA
COOP.
JUAN
MONTALVO
CALLE 19 N-O
COLA
LA ALEGRIA
COOP.
JUAN
MONTALVO
LA FLORIDA

# ORGANIGRAMA DE LA PLANTA



# IV. ASPECTOS LEGALES

El tratamiento del presente estudio tiene por alcance los siguientes objetivos:

- Determinar la figura jurídica con la que se constituirá la empresa.
- Conocer el marco jurídico bajo el cual se regirán las operaciones de la empresa.

Por el tipo de empresa que se desea formar, se ha optado por constituirla bajo la figura mercantil de **“Sociedad Anónima”.**

# V. ANALISIS ECONOMICO- FINANCIERO

## INVERSION

- Inversión Inicial

| ACTIVO FIJO | 2004 |
|---|---|
| Terreno | 50,000.00 |
| Obra Civil | 80,000.00 |
| Muebles y Enseres | 3,930.00 |
| Vehiculo | 40,000.00 |
| Equipo de Computacion | 1,150.00 |
| Total de Activo Fijo | 175,080.00 |

# FINANCIAMIENTO

El proyecto tendrá las siguientes fuentes de financiamiento.

| **CAPITAL / RECURSOS PROPIOS** | **2004** |
|---|---|
| Aportes de Capital | 76,080.00 |
| Recursos Propios | 632,147.04 |
| Total Capital/ Recursos Propios | 808,227.04 |
| | |
| | |
| **TOTAL DEL FINANCIAMIENTO** | 808,227.04 |
| Elaborado por: Yolanda Garcia Y Victor Sarmiento | |
| | |

# PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS

## INGRESOS

| AÑO | INGRESOS POR VENTAS |
|---|---|
| 1 | $821,673.36 |
| 2 | $821,673.36 |
| 3 | $821,673.36 |
| 4 | $821,673.36 |
| 5 | $821,673.36 |
| 6 | $821,673.36 |
| 7 | $821,673.36 |
| 8 | $821,673.36 |
| 9 | $821,673.36 |
| 10 | $821,673.36 |

GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS

| RUBROS | ANO 1 | ANO 2 | ANO 3 | ANO 4 | ANO 5 | ANO 6 | ANO 7 | ANO 8 | ANO 9 | ANO 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ADMINISTRACION | | | | | | | | | | |
| Remuneraciones | 6,960.00 | 6,960.00 | 6,960.00 | 6,960.00 | 6,960.00 | 6,960.00 | 6,960.00 | 6,960.00 | 6,960.00 | 6,960.00 |
| Gastos de Oficina | 1,000.00 | 1,000.00 | 1,000.00 | 1,000.00 | 1,000.00 | 1,000.00 | 1,000.00 | 1,000.00 | 1,000.00 | 1,000.00 |
| Suministros y Servicios | 1,540.00 | 1,540.00 | 1,540.00 | 1,540.00 | 1,540.00 | 1,540.00 | 1,540.00 | 1,540.00 | 1,540.00 | 1,540.00 |
| Mantenimiento | 254.00 | 254.00 | 254.00 | 254.00 | 254.00 | 254.00 | 254.00 | 254.00 | 254.00 | 254.00 |
| Depreciaciones | 914.40 | 914.40 | 914.40 | 1,828.80 | 1,828.80 | 1,828.80 | 2,743.20 | 2,743.20 | 2,743.20 | 3,657.60 |
| VENTAS | | | | | | | | | | |
| Mantenimiento | 800.00 | 800.00 | 800.00 | 800.00 | 800.00 | 800.00 | 800.00 | 800.00 | 800.00 | 800.00 |
| Combustible y Lubricantes | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 |
| Seguros | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 | 2,000.00 |
| Remuneraciones | 6,720.00 | 6,720.00 | 6,720.00 | 6,720.00 | 6,720.00 | 6,720.00 | 6,720.00 | 6,720.00 | 6,720.00 | 6,720.00 |
| Depreciaciones | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 | 3,600.00 |
| Publicidad | 7,000.00 | 7,000.00 | 7,000.00 | 7,000.00 | 7,000.00 | 7,000.00 | 7,000.00 | 7,000.00 | 7,000.00 | 7,000.00 |
| TOTAL | 32,788.40 | 32,788.40 | 32,788.40 | 33,702.80 | 33,702.80 | 33,702.80 | 34,617.20 | 34,617.20 | 34,617.20 | 35,531.60 |

Elaborado por: Yolanda Garcia y Victor Sarmiento

# ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

| CONCEPTO | ANO 1 | ANO 2 | ANO 3 | ANO 4 | ANO 5 | ANO 6 | ANO 7 | ANO 8 | ANO 9 | ANO 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Ventas | 821,673.36 | 821,673.36 | 821,673.36 | 821,673.36 | 821,673.36 | 821,673.36 | 821,673.36 | 821,673.36 | 821,673.36 | 821,673.36 |
| Costo de Ventas | 511,697.96 | 511,697.96 | 511,697.96 | 511,697.96 | 511,697.96 | 511,697.96 | 511,697.96 | 511,697.96 | 511,697.96 | 511,697.96 |
| **Utilidad (Perdida) Bruta en Ventas** | 309,975.40 | 309,975.40 | 309,975.40 | 309,975.40 | 309,975.40 | 309,975.40 | 309,975.40 | 309,975.40 | 309,975.40 | 309,975.40 |
| Gastos Administrativos y Ventas | 32,788.40 | 32,788.40 | 32,788.40 | 33,702.80 | 33,702.80 | 33,702.80 | 34,617.20 | 34,617.20 | 34,617.20 | 35,531.60 |
| **Utilidad (Perdida) Operacional** | 277,187.00 | 277,187.00 | 277,187.00 | 276,272.60 | 276,272.60 | 276,272.60 | 275,358.20 | 275,358.20 | 275,358.20 | 274,443.80 |
| Otros Ingresos y Egresos | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| **Utilidad (Perdida) antes participacion** | 277,187.00 | 277,187.00 | 277,187.00 | 276,272.60 | 276,272.60 | 276,272.60 | 275,358.20 | 275,358.20 | 275,358.20 | 274,443.80 |
| 15% empleados y obreros | 41,578.05 | 41,578.05 | 41,578.05 | 41,440.89 | 41,440.89 | 41,440.89 | 41,303.73 | 41,303.73 | 41,303.73 | 41,166.57 |
| **Utilidad ante impuestos** | 235,608.95 | 235,608.95 | 235,608.95 | 234,831.71 | 234,831.71 | 234,831.71 | 234,054.47 | 234,054.47 | 234,054.47 | 233,277.23 |
| Impuesto a la renta | 58,902.24 | 58,902.24 | 58,902.24 | 58,707.93 | 58,707.93 | 58,707.93 | 58,513.62 | 58,513.62 | 58,513.62 | 58,319.31 |
| **Utilidad Neta** | 176,706.71 | 176,706.71 | 176,706.71 | 176,123.78 | 176,123.78 | 176,123.78 | 175,540.85 | 175,540.85 | 175,540.85 | 174,957.92 |
| | | | | | | | | | | |
| Costo Operacional/ventas | 0.62 | 0.62 | 0.62 | 0.62 | 0.62 | 0.62 | 0.62 | 0.62 | 0.62 | 0.62 |
| Utilidad/ Ventas (%) | 0.22 | 0.22 | 0.22 | 0.21 | 0.21 | 0.21 | 0.21 | 0.21 | 0.21 | 0.21 |

# BALANCE GENERAL PROYECTADO

| CONCEPTO | ANO 1 | ANO 2 | ANO3 | ANO4 | ANO 5 | ANO 6 | ANO 7 | ANO 8 | ANO 9 | ANO 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Activo Corriente | 637,919.16 | 814,893.24 | 814,893.24 | 814,893.24 | 814,893.24 | 814,893.24 | 814,893.24 | 814,893.24 | 814,893.24 | 814,893.24 |
| Activo Fijo | 175,080.00 | 175,080.00 | 175,080.00 | 176,230.00 | 176,230.00 | 176,230.00 | 177,380.00 | 177,380.00 | 177,380.00 | 178,530.00 |
| Activo Diferido | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| **TOTAL DE ACTIVOS** | 812,999.16 | 989,973.24 | 989,973.24 | 991,123.24 | 991,123.24 | 991,123.24 | 992,273.24 | 992,273.24 | 992,273.24 | 993,423.24 |
| | | | | | | | | | | |
| Pasivo Corriente | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Pasivo Largo Plazo | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| **TOTAL PASIVO** | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| | | | | | | | | | | |
| Patrimonio | 812,999.16 | 989,973.24 | 989,973.24 | 991,123.24 | 991,123.24 | 991,123.24 | 992,273.24 | 992,273.24 | 992,273.24 | 993,423.24 |
| **TOTAL PASIVO + PATRIMONIO** | 812,999.16 | 989,973.24 | 989,973.24 | 991,123.24 | 991,123.24 | 991,123.24 | 992,273.24 | 992,273.24 | 992,273.24 | 993,423.24 |

Elaborado por: Yolanda Garcia y Victor Sarmiento

| FLUJO DE CAJA PROYECTADO | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
| A. INGRESOS OPERACIONALES | | | | | | | | | | | |
| Ingresos Por Ventas | | $821,673.36 | $821,673.36 | $821,673.36 | $821,673.36 | $821,673.36 | $821,673.36 | $821,673.36 | $821,673.36 | $821,673.36 | $821,673.36 |
| B. EGRESOS OPERACIONALES | | | | | | | | | | | |
| Costo de Materia Prima | | 511,697.96 | 511,697.96 | 511,697.96 | 511,697.96 | 511,697.96 | 511,697.96 | 511,697.96 | 511,697.96 | 511,697.96 | 511,697.96 |
| Gastos de Administracion y Ventas | | 28,294.00 | 28,294.00 | 28,294.00 | 28,294.00 | 28,294.00 | 28,294.00 | 28,294.00 | 28,294.00 | 28,294.00 | 28,294.00 |
| C. Flujo Operacional (A-B) | | $281,681.40 | $281,681.40 | $281,681.40 | $281,681.40 | $281,681.40 | $281,681.40 | $281,681.40 | $281,681.40 | $281,681.40 | $281,681.40 |
| E. EGRESOS NO OPERACIONALES | | | | | | | | | | | |
| Depreciacion | | 4,514.40 | 4,514.40 | 4,514.40 | 5,428.80 | 5,428.80 | 5,428.80 | 6,343.20 | 6,343.20 | 6,343.20 | 7,257.60 |
| Utilidad antes de Impuestos | | 277,167.00 | 277,167.00 | 277,167.00 | 276,252.60 | 276,252.60 | 276,252.60 | 275,338.20 | 275,338.20 | 275,338.20 | 274,423.80 |
| Pago de Impuesto a la Renta | | 58,902.24 | 58,902.24 | 58,902.24 | 58,902.24 | 58,902.24 | 58,902.24 | 58,902.24 | 58,902.24 | 58,902.24 | 58,902.24 |
| Pago participacion de utilidades a trabajadores 15% | | 41,578.05 | 41,578.05 | 41,578.05 | 41,578.05 | 41,578.05 | 41,578.05 | 41,578.05 | 41,578.05 | 41,578.05 | 41,578.05 |
| Utilidad despues de Impuestos | | 176,706.71 | 176,706.71 | 176,706.71 | 176,706.71 | 176,706.71 | 176,706.71 | 176,706.71 | 176,706.71 | 176,706.71 | 176,706.71 |
| Depreciacion | | 4,514.40 | 4,514.40 | 4,514.40 | 5,428.80 | 5,428.80 | 5,428.80 | 6,343.20 | 6,343.20 | 6,343.20 | 7,257.60 |
| INVERSION INICIAL | 175,080.00 | | | | | | | | | | |
| INVENTARIO INICIAL | 632,147.04 | | | | | | | | | | |
| IMPUESTO PARA FUNCIONAMIENTO | 2,000.00 | | | | | | | | | | |
| CAPITAL DE TRABAJO | 2,516.67 | | | | | | | | | | |
| VALOR DE DESECHO | | | | | | | | | | | 125,030.00 |
| SALDO FINAL DE CAJA | 811,743.71 | 181,201.11 | 181,201.11 | 181,201.11 | 181,201.11 | 181,201.11 | 181,201.11 | 181,201.11 | 181,201.11 | 181,201.11 | 306,231.11 |

# LA TASA DE DESCUENTO

Para calcular el VAN se utilizó la tasa de descuento o TMAR de la siguiente fórmula:

$$R= Rf + beta( Rm- Rf) +Rp$$

Donde:

Rf= Tasa de rendimiento de los bonos estadounidenses (3.66%)

Rm= Tasa pasiva refencial americana (4.05%)

Rp= Riesgo País (9%)

Beta= Sector de la construcción estadounidense

$$R= 3.66+0.65(4.05-3.66)+9= 12.91\%$$

# Tasa interna de Retorno y Valor Actual Neto

Con los flujos de Caja del Proyecto y el cálculo de la TMAR se obtuvo los siguientes resultados:

TIR: 18.07%

VAN: $ 986.211,35

Dado este escenario se concluye que el proyecto es rentable.

| ANALISIS DE SENSIBILIDAD | |
|---|---|
| **FACTORES** | **TIR** |
| 1. Situacion Basica | 18.07% |
| 2. Aumento del 5% a los costos de venta | 15.50% |
| 3. Aumento del 10% a los costos de venta | 12.83% |
| 4. Disminucion del 5% al Precio de Venta | 14.58% |
| 5. Disminucion del 10% al Precio de Venta | 10.08% |
| 6. Disminucion de 5% a la cantidad demandada | 13.90% |
| 7. Disminucion del 10% a la cantidad demandada | 9.42% |
| Elaborado por: Yolanda Garcia y Victor Sarmiento | |

# VI. ANÁLISIS DEL IMPACTO AMBIENTAL

Además de brindar servicios, poner a disposición de la sociedad materiales necesarios y generar fuentes de empleo, se suma entre las obligaciones de la empresa evaluar el impacto que sus actividades le ocasionarán al medio ambiente, ya que se ha vuelto una necesidad preservarlo.

# ANALISIS DEL IMPACTO AMBIENTAL DE LA PLANTA

El giro de la empresa, no especifica la necesidad de que una autoridad competente efectué una revisión exhaustiva de sus instalaciones, ya que cumple con las regulaciones del medio ambiente, entonces podrá obtener la autorización para la inicialización de sus operaciones, debido a que sus procedimientos generarán un impacto ambiental casi nulo en la comunidad de Guayaquil, puesto que de ningún modo, se afectará el equilibrio ecológico de la zona, y ni mucho menos, se pondrán en peligro la tranquilidad y seguridad de sus habitantes.

Se ha determinado que la planta no generará un impacto ambiental negativo dado que:

- En los procesos de comercialización no se usarán materiales ni sustancias contaminantes.
- Los equipos de trabajo como computadoras funcionarán a base de energéticos como la energía eléctrica que no tiende a contaminar, y como medida de seguridad, se usarán instalaciones confiables.
- Todo desecho generado durante el proceso se canalizará al basurero Municipal de la Ciudad.
- El ruido que se habrá de generar en la entrada y salida de los materiales es de mínima perceptibilidad y no afectará en las noches ya que sólo se trabaja en horarios de oficina.
- Durante el desarrollo del proceso de comercialización tampoco se expedirán malos olores.

# VII. CONCLUSIONES

En resumen, las razones de implementar el presente proyecto en la zona noroeste de la Ciudad de Guayaquil, son las siguientes:

- ✓Debido a la encuesta ESMACO S.A. cubrirá una proporción de la demanda insatisfecha de los materiales que comercializa.
- ✓La zona en estudio por su estratégica ubicación e importancia comercial ofrece expectativas de crecimiento y expansión.
- ✓Presencia de ventajas competitivas por la casi nula presencia de instalaciones comerciales de la competencia.
- ✓El nuevo punto de venta inicialmente tendrá en stock sólo los 10 artículos que se mencionan en la encuesta ya que son los 10 artículos más vendidos, posteriormente se incrementará la gama de artículos dependiendo de la demanda de los consumidores.

- ✓ Los consumidores finales no muestran preferencia por alguna empresa especifica existente ya que buscan aquellas que se adecuen a sus requerimientos a un precio accesible. Se determinó que nuestra competencia directa son las empresas DIPAC y DISENSA.
- ✓ Al realizar la encuesta los consumidores finales manifestaron que nuestros actuales competidores de la zona no muestran interés en la calidad de la manipulación del producto y no tienen una cultura de servicio hacia el cliente, la cual será una de nuestras políticas más importantes.
- ✓ Con respecto al análisis técnico-administrativo el lugar ideal a nivel de microlocalización del proyecto es la zona Noroeste de la ciudad de Guayaquil, y se concluye que la instalación de la nueva sucursal de la compañía será en la Ciudadela La Alegría.
- ✓ La evaluación financiera indica que el proyecto tendría un TIR de 18. 07% frente a un TMAR de 12. 91%, por lo que se concluye que el proyecto es viable financieramente. Esto es ratificado con un VAN de US$ 986.211,35.

# RECOMENDACIONES

•Se recomienda que el proyecto se lleve a cabo, inicialmente con la estructura sugerida y la mayor capacidad de servicio al cliente para poder expandirse de tal manera que se pueda cubrir toda la demanda insatisfecha.

•Se deberán realizar investigaciones de mercado periódicas para conocer los gustos y preferencias de los consumidores con el fin de aumentar los items del inventario para satisfacer sus expectativas.

• Nuestra estrategia de marketing conseguirá el posicionamiento y la ventaja competitiva al brindar el mejor servicio y atención al cliente.

# GRACIAS