

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



CENTRO DE EDUCACION CONTINUA

DIPLOMADO EN ADMINISTRACIÓN EMPRESARIAL

VIII PROMOCIÓN

PLAN DE NEGOCIOS

TEMA

**“ALMACENAMIENTO, CONSERVACION,
DISTRIBUCION Y DESPACHO EN FRIO DE LA
CERVEZA”**

AUTOR

EC. OCTAVIO ALFREDO PONCE ALMAZAN

AÑO

2006

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO

INDICE DE TABLAS

INDICE DE GRAFICOS

1. ANALISIS DE MERCADO

1.1.INTRODUCCION	1
1.2 OBJETIVOS	1
1.3 IDENTIFICACION DEL SERVICIO	2
1.3.1 SERVICIO	2
1.3.2 ANALISIS FODA	2
1.3.3 CLASIFICACION DEL BIEN POR SU USO	4
1.3.4 CLASIFICACION DEL BIEN POR SU EFECTO	5
1.4 ANALISIS DE LA DEMANDA	5
1.4.1 SEGMENTACION DE MERCADO	5
1.4.2 FACTORES QUE AFECTAN LA DEMANDA	6
1.5 DEMANDA HISTORICA	10
1.6 DEMANDA ACTUAL	10
1.6.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	10
1.6.2 DEMANDA ACTUAL DEL SERVICIO	14
1.7 ANALISIS DE LA OFERTA	15
1.7.1 FACTORES QUE AFECTAN LA OFERTA	16
1.8 COMERCIALIZACION	17
1.8.1 ESTRATEGIA DE VENTA	18
1.8.2 ESTRATEGIA DE PRECIO	18
1.8.3 TACTICA DE VENTA	19
1.8.4 ESTRATEGIA PROMOCIONAL	20
1.8.5 POLITICA DE SERVICIOS	21
1.8.6 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN	21
1.8.7 PLANES DE CONTINGENCIA	22

2. ANALISIS DEL PRODUCTO

2.1 DEFINICION DEL PROYECTO	23
2.2 OBJETIVO DEL ESTUDIO	23
2.3 ANALISIS DE SECTOR	24
2.4 ANALISIS DE PORTER	24

3. ANALISIS TECNICO

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	33
3.2 OPTIMIZACION DEL TAMAÑO DEL PROYECTO	34
3.3 LOCALIZACION DEL PROYECTO	35
3.4 INGENIERIA DEL PROYECTO	36
3.5 REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO	38

4. LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

4.1 LA EMPRESA	42
4.2 BASE FILOSOFICA DE LA EMPRESA	46
4.3 MISION	47
4.4 VISION	47
4.5 VALORES	47
4.6 ORGANIZACIÓN	48
4.7 CONTROL	51

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 PRESUPUESTOS	
5.1.2 INVERSIONES	52
5.1.3 DEPRECIACIONES, COSTOS Y GASTOS	53
5.1.4 COSTOS DE PRODUCCIÓN	53
5.1.5 GASTOS	57
5.1.6 CAPITAL DE TRABAJO	58
5.1.7 FUENTES Y USOS DE FONDOS	58
5.1.8 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	59
5.1.9 COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL	59
5.2 PUNTO DE EQUILIBRIO POR LÍNEA DE PRODUCTO	60
5.3 ESTADOS FINANCIEROS PRO FORMA	61
5.4 FLUJO DE FONDOS	63
5.5 CRITERIOS DE VALUACION	65

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES	69
6.2 RECOMENDACIONES	70

BIBLIOGRAFIA	71
INDICE DE ANEXOS	73
ANEXOS	74

INDICE DE TABLAS

ANALISIS DE MERCADO

Tabla 1.4.1

Tabla de bares y Centros de Diversión Nocturna de la Ciudad de Guayaquil

Tabla 1.6.1.a

Demanda Actual del Servicio por Cajas Familiares

Tabla 1.6.1.b

Demanda Actual del Servicio por Cajas Personales

ANALISIS DEL PRODUCTO

Tabla 2.3.a

Producto Interno Bruto por Industria

Tabla 2.3.b

Tasa de Variación Anual del PIB

ANALISIS TECNICO

Tabla 3.2

Análisis de Tamaño

Tabla 3.3

Factores de la Micro localización

Tabla 3.5

Requerimientos del Proyecto: Terrenos y Edificios

ESTUDIO FINANCIERO

Tabla 5.1.2

Inversiones Activos Fijos

Tabla 5.1.3.a

Depreciaciones

Tabla 5.1.3.b

Reinversiones

Tabla 5.1.4.a

Costos de Mano de Obra Directa

Tabla 5.1.4.b

Costos de Mano de Obra Indirecta

Tabla 5.1.4.c

Costo de Equipos

Tabla 5.1.4.d

Costo de Muebles de Oficina

Tabla 5.1.4.e

Costo de Materiales y Herramientas

Tabla 5.1.4.f

Costo de Servicios

Tabla 5.1.4.g

Costos Fijos Mensuales

Tabla 5.1.4.h

Costos Variables Unitarios

Tabla 5.1.5.a

Gastos Administrativos

Tabla 5.1.5.b

Gastos Operacionales

Tabla 5.1.5.a

Gastos de Venta

Tabla 5.1.7

Fuentes y Usos de Fondos

Tabla 5.1.9

WACC

Tabla 5.2

Punto de Equilibrio

Tabla 5.3.a

Estado de Resultados

Tabla 5.3.b

Balance General

Tabla 5.4.a

Flujo de Fondos de Proyecto

Tabla 5.4.b

Flujo de Fondos del Inversionista

Tabla 5.5.a

Cálculo del VAN y TIR

Tabla 5.5.b

Período de Recuperación del Capital – Payback

Tabla 5.5.c

Variación en Precios

Tabla 5.5.d

Variación en Costos

INDICE DE GRAFICOS

ANALISIS DE MERCADO

Gráfica 1.3.2

Foto de Cerveza Pilsener Light

Gráfica 1.3.3

Foto de la Curva de un Bien Normal

Gráfica 1.4.1

Porcentaje de bares y Centros de Diversión Nocturna de la Ciudad de Guayaquil

Gráfica 1.4.2

Consumo de Cerveza en el Ecuador

Gráfica 1.8.1

Foto de Cámaras de Frío

Gráfica 1.8.2

Foto de Termómetro

Gráfica 1.8.3

Foto de Carros Frigoríficos

Gráfica 1.8.6

Foto de Carros Frigoríficos

ANALISIS DEL PRODUCTO

Gráfica 2.3.a

Producto Interno Bruto por Industria

Gráfica 2.3.b

Tasa de Variación Anual

Gráfica 2.3.c

Foto de Cervezas de Consumo en el Mercado Ecuatoriano

Gráfica 2.3.d

Foto de Cervezas

ESTUDIO FINANCIERO

Gráfica 5.5.e

Sensibilidad del VAN

Gráfica 5.5.f

Sensibilidad de la TIR

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto de Almacenamiento, Conservación, Distribución y Despacho en frío de la Cerveza es una nueva alternativa que permitirá mejorar el sistema actual de distribución de la cerveza.

Como podemos observar en el análisis de mercado existe una demanda insatisfecha con respecto al abastecimiento actual del producto. Debido a que la población de la demanda es extensa se introducirá en el negocio con un porcentaje relativo al mercado, a partir de esto concluimos que el volumen estimado de ventas anuales \$324,000 aproximadamente.

La estrategia de marketing estará basada en la identificación de los clientes de acuerdo al nivel de venta, implementando promociones, el servicio de entrega en frío se hará mediante furgones frigoríficos para que no se rompa la cadena de frío desde la momento del almacenamiento hasta el despacho perced. La calidad del servicio y el tiempo de entrega serán primordiales al momento de satisfacer las necesidades de los clientes.

Hemos determinado el tamaño óptimo a partir de los distintos costos y gastos para el proyecto, realizando la macro localización en la zona norte de la ciudad de Guayaquil y la micro localización en la ciudadela Urdenor.

A partir de las proyecciones de los estados financieros hemos determinados un VAN del \$52,509 y una TIR de 48,43% del proyecto la cual muestra la rentabilidad del mismo por encima de la TMAR exigida por los inversionistas.

En conclusión, podemos determinar que el Almacenamiento, Conservación, Distribución y Despacho en frío de la Cerveza es un proyecto rentable que permitirá un nuevo modelo y un cambio radical al antiguo sistema de distribución logrando satisfacer a sus clientes.

1. ANALISIS DE MERCADO

1.1 INTRODUCCION

Actualmente no existe un mercado exclusivo para el servicio de distribución y conservación de la cerveza en frío, la logística actual consiste en entregas al ambiente el producto en horas no picos en locales tales como bares, cantinas, discotecas, peñas, karaokes y centros de diversión donde deseen brindar cerveza.

Nuestro estudio tratará de demostrar la factibilidad del negocio para tener nuevas alternativas de conservación y distribución.

1.2 OBJETIVOS

- Analizar, determinar y cuantificar la necesidad social de disponer de un servicio, bajo ciertas condiciones de calidad y precio, y definir una estructura de comercialización capaz de satisfacer esa necesidad.
- Medir la existencia de un número suficiente de unidades económicas que, dadas ciertas condiciones presenten una demanda que justifica la puesta en marcha del proyecto en un cierto período.
- Generar una investigación de mercado para conocer el sentimiento del consumidor hacia el servicio, es decir, saber qué idea tenía el consumidor acerca del producto, del traslado, de la imagen, etc.

1.3 IDENTIFICACION DEL SERVICIO

1.3.1 SERVICIO

El proyecto es servicio de almacenamiento, conservación, distribución y despacho frío de cerveza que se encuentra localizado en la zona norte de la ciudad cuyos clientes potenciales son los bares, cantinas, discotecas, peñas, karaokes y centros de diversión que se dedican al negocio de venta de cerveza.

El proyecto nace con la finalidad de satisfacer la necesidad de abastecimiento de los clientes en horas pico con servicios de entrega a domicilio de productos fríos. El consiste en la entrega a domicilio del producto mediante furgones con frigoríficos para no romper la cadena de frío. La calidad del servicio y el tiempo de entrega serán primordiales al momento de satisfacer las necesidades de los clientes.

1.3.2 ANALISIS FODA

El análisis FODA tiene múltiples aplicaciones y puede ser usado por todos los niveles del negocio y en diferentes unidades de análisis tales como producto, mercado, producto-mercado, línea de productos, corporación, empresa, división, unidad estratégica de negocios, etc). El análisis FODA debe enfocarse solamente hacia los factores claves para el éxito de su negocio. Debe resaltar las fortalezas y las debilidades diferenciales internas al compararlo de manera objetiva y realista con la competencia y con las oportunidades y amenazas claves del entorno.

FORTALEZAS:

- Único depósito frío de cerveza del sector.
- Infraestructura necesaria para el almacenaje del producto para la venta.
- Entrega a domicilio en furgones frigoríficos para no romper la cadena de frío.
- Tiempo de entrega inmediata.

Gráfica 1.3.2



OPORTUNIDADES:

- Comercializar un producto de consumo masivo.
- Clientes no tienen algún depósito que les realice entrega a domicilio en la noche.
- Gran cantidad de establecimientos nocturnos a los alrededores.

DEBILIDADES:

- Falta de conocimiento del negocio de compra-venta de cerveza.
- Pérdida de inventario por mala estiba.
- Robo de Inventarios por parte del personal interno.
- Daño del medio de transporte para la entrega del producto.
- Falta de supervisión constante a los trabajadores.

AMENAZAS:

- Limitaciones por parte de los proveedores (exclusividad)
- Aparición de nuevos depósitos de cerveza a los alrededores.
- Aumento del Impuesto a Consumos Especiales (ICE).
- Incremento de la delincuencia en el sector.
- Apagones que afecten a los congeladores.
- Disminución de precio de venta en frigoríficos.

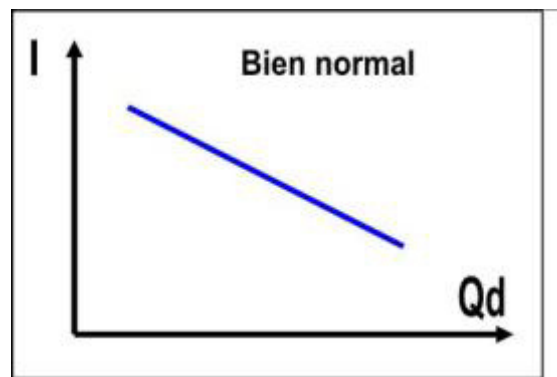
1.3.3. CLASIFICACION DEL BIEN

Los bienes pueden ser:

- Bienes Normales
- Bienes Suntuarios
- Bienes Inferiores

Gráfica 1.3.3

El proyecto es un bien normal, que se definen como aquellos bienes que al aumentar los salarios aumenta su demanda para cada uno de los precios. Esto provoca un desplazamiento de la curva hacia la derecha. Dentro suyo están: los bienes de primera necesidad (su demanda aumenta en una proporción



menor que los salarios, como por ejemplo la leche) y los bienes de lujo (su demanda aumenta en una proporción mayor que los salarios, como los autos deportivos). Son aquellos cuyo coeficiente de elasticidad ingreso es positivo.¹

1.3.4 CLASIFICACION DEL BIEN POR SU USO

Los bienes por su uso se clasifican en:

- Bienes Económicos/Capital
- Bienes Finales
- Bienes Intermedios

En este caso es un bien final, los cuales son aquellos adquiridos para ser consumidos directamente, estos bienes de consumo dicese de los bienes que son utilizados para satisfacer las necesidades corrientes de quienes los adquieren, es decir, cuya utilidad está en satisfacer la demanda final de los consumidores, en el caso de los servicios

¹ Fuente: <http://www.notengoidea.com.ar/colegio/consumoydemanda.htm>

serían las prestaciones personales, que también sirven para satisfacer directamente necesidades humanas.²

1.3.5 CLASIFICACION DEL BIEN POR SU EFECTO

Los bienes por su efecto se clasifican en:

- Bienes Iguales
- Bienes Nuevos/Innovadores
- Bienes Sucedáneos (Complementarios/Sustitutivos)

El proyecto es considerado como un servicio nuevo/innovador, el cual permitirá incorporar un proceso de almacenamiento, conservación, distribución y despacho frío.

1.4 ANALISIS DE LA DEMANDA

1.4.1 SEGMENTACION DE MERCADO

El mercado es el conjunto de lugares donde se compran y venden bienes, servicios y recursos. Existe un mercado para cada bien, servicio o recurso que se compre o venda en la economía.

El mercado objetivo son los bares, cantinas, discotecas, peñas, karaokes y centros de diversión nocturna localizados en la zona norte de la ciudad de Guayaquil, a continuación mostramos en la tabla 1.4.1 la cantidad de bares y centros de diversión nocturna de la ciudad de Guayaquil:

² Fuente: Enciclopedia Autodidáctica Océano Color Volumen 3.

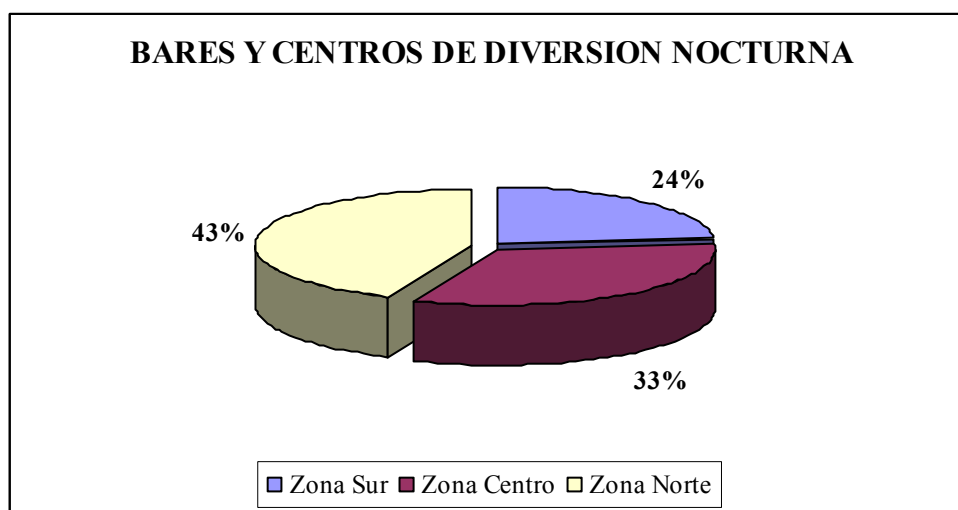
TABLA 1.4.1
Locales y Centros de Diversión
Nocturna

Zonas Guayaquil	Cantidad
Zona Sur	5.664
Zona Centro	7.896
Zona Norte	10.440
Total	24.000

Fuente: M.I. Municipalidad de Guayaquil

Elaboración: Autor del Proyecto

GRAFICA 1.4.1



Fuente: M.I. Municipalidad de Guayaquil

Elaboración: Autor del Proyecto

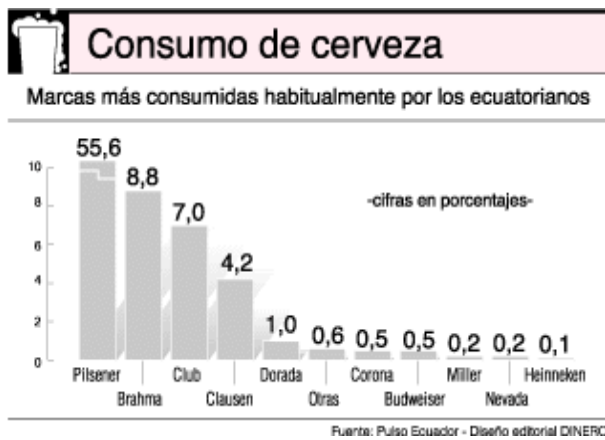
1.4.2 FACTORES QUE AFECTAN LA DEMANDA

- **Tamaño y Crecimiento de la Población³**

Al aumentar la población es de esperar que la demanda por un bien aumente ya que existe mayor número de consumidores con la misma necesidad, estará dado por el incremento de bares y centros de diversión nocturna en la ciudad de Guayaquil.

³ Fuente: http://www.hoy.com.ec/NotiDinero.asp?row_id=205004

Gráfico 1.4.2



En el primer trimestre de 2005, el consumo de cerveza en el Ecuador creció un 10%, empujado por la fuerte campaña publicitaria del último trimestre de 2004, lanzada por la Compañía de Cervezas Nacionales (CCN) y AmBev Ecuador, según Ipsa Latin

América.

El promedio de facturación mensual en el mercado cervecero, durante 2004, fue de \$11,6 millones, pero este año ha subido a \$12,7 millones, de acuerdo con el estudio de Ipsa, que ha consultado al 92% de la población urbana del Ecuador.

Un estudio realizado por la brasileña AmBev establece que el consumo de cerveza en el Ecuador es de 300 millones de litros al año, lo que equivale a un total de 25 litros per cápita; en Colombia, el promedio es 29,6 litros per cápita, muy por debajo de los 70 litros que cada venezolano consume al año.

Entre las marcas más reconocidas están Pilsener, Club, Dorada y Clausen, de CCN, y Brahma, de la brasileña AmBev.

Los precios de la cerveza varían de acuerdo a la marca, pero mantienen los mismos niveles, con centavos de diferencia; por ejemplo, las botellas no retornables de 300 centímetros cúbicos, Brahma o Clausen, cuestan \$0,45; le sigue la botella de Club, que sale por \$0,43, y Pilsener, por \$0,41; mientras que la más económica es la Dorada, cuyo precio es de \$0,36.

La mayor "guerra de mercado", según Ipsa, se da entre las dos marcas de cervezas que son relativamente nuevas, Brahma y Clausen, esta última salió a la venta en noviembre de 2004.

Según Pulso Ecuador, el 62,5% de la población ecuatoriana ya ha probado la cerveza Clausen, mientras que un 65,6% ha probado la marca Brahma.

Para el 76,8% de los ecuatorianos, la mejor cerveza es Pilsener, un 10,2% considera que Club es la mejor, mientras que el 3,4% cree que Brahma tiene un mejor sabor. El 2,2% se queda con Clausen, el 1% con Dorada y el 0,2% con Nevada, según el estudio Pulso Ecuador.

Infomedia asegura que CCN invirtió \$2,6 millones en publicidad entre enero y febrero, de ellos \$1,4 millones fueron para promocionar Pilsener. AmBev, por su parte, invirtió \$1,3 millones en la publicidad de Brahma, en el mismo período.

- **Hábitos de Consumo**

- Hombres: consumidor tradicional de cerveza. Se produjo un incremento del consumo por parte de los jóvenes en los últimos tiempos.

- Mujeres: incorporación más reciente como consumidora fuerte, sobre todo en las jóvenes. Asume carácter de emancipación cuando se asocia al consumo en público (mujeres jóvenes y de mayor edad).

- Se produce un mayor consumo en los fines de semana.

- En general en encuentros con amigos. Se da el consumo principalmente en las "farras" y en menor medida en las comidas.

En general, el consumidor de cerveza no demuestra una lealtad de marca muy pronunciada, sino que principalmente selecciona y evalúa el producto a través de su sabor. Por otro lado, es una bebida muy relacionada con la noche, reuniones familiares y entre amigos, festejos y espectáculos.

Comúnmente, este producto es consumido en bares, restaurantes, tiendas, centros nocturnos y en el hogar, es adquirido en kioscos, en el lugar donde se consume y el supermercado. Respecto a la compra, generalmente se decide en el momento de consumir el producto.

En cuanto al envase, el consumidor valora aquello que le proporciona mayor comodidad. Así, prefiere elementos tales como la tapa a rosca o "abre fácil" y la retornabilidad.

Situaciones de consumo:

- Hombres adultos: en la casa, en bares, con amigos, en cualquier momento. Se da también el consumo en soledad.
- Hombres jóvenes: consumo grupal, en pareja, a veces esporádico, es casi nulo el consumo en soledad.
- Mujeres adultas: en la casa, con amigas, en bares, muy esporádico.
- Mujeres jóvenes: marcadamente en las salidas de fin de semana, grupal o en pareja.

• Gustos y Preferencias

Los consumidores pueden alterar sus gustos y preferencias con el paso del tiempo o por campañas publicitarias destinadas a este objetivo. Por lo que si varían aumentando la demanda la curva se desplazará hacia la derecha. Si varían haciendo que la demanda disminuya, la curva se moverá hacia la izquierda.

Los consumidores tienen preferencias sobre los bienes y servicios., es decir, que para la mayoría de los consumidores habrá unas preferencias y no tendrían por qué coincidir con las de otro, aunque pueden.

El producto tiene gran aceptación por los consumidores, y es un producto de consumo masivo.

- **Niveles de Ingreso**

Si los ingresos se incrementan, los consumidores podrán gastar más, por lo cual demandarán una mayor cantidad de casi todos los productos. Esto permite distinguir entre los bienes comunes y los inferiores, como lo mencionamos anteriormente el servicio brindado es un bien normal.

De acuerdo a la información proporcionada por el personal especializado en el área de marketing de una empresa cervecera concluimos que es difícil identificar al consumidor de cerveza con una determinada clase social, dado que su consumo está generalizado en la sociedad.

1.5 DEMANDA HISTORICA

Debido a que el servicio almacenamiento, conservación, distribución y despacho frío de cerveza es un concepto nuevo en el país no existen datos históricos que nos sirvan de base para proyectar la curva de demanda a través de los distintos períodos, por lo tanto nuestra bases serán los resultados de la encuesta la cual será el indicador más fehaciente de si existe o no la necesidad de este nuevo servicio de distribución en el mercado ecuatoriano.

1.6 DEMANDA ACTUAL

1.6.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para validar el concepto hemos realizado unas encuestas al mercado primario dándonos cuenta de que existe una desabastecimiento del producto principalmente en horarios nocturnos y generalmente los fines de semana por lo que la mayoría de los dueños de los locales tienen que buscar la forma de conseguirlo en otras dependencias. Ver la encuesta en el Anexo 1.1.

La mayoría de los clientes no han indicado que sería una buena opción ya que le significaría menor cantidad de tiempo utilizado para la compra, ahorro en la adquisición del producto por ser un precio de mayorista y sobretodo que el producto sería entregado frío y listo para servirse.

No se consideró en las encuestas al mercado individual que son aquellas personas mayores de edad con capacidad de compra, las cuales utilizarían nuestro servicio en sus reuniones sociales, deportivas o cualquier otra actividad.

La población de nuestro mercado es 10,440 bares y centros de diversión nocturna localizados en la zona norte de la ciudad de Guayaquil. Para determinar el comportamiento de consumo del mercado se realizó una investigación de campo (encuestas) a 313 locales⁴, con un nivel de confianza del 95% y un error muestral del 5%.

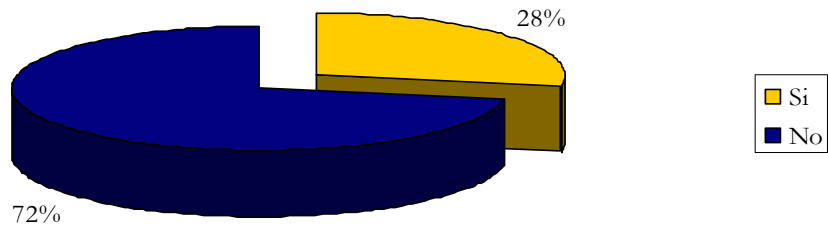
A continuación mostramos los resultados obtenidos en la encuesta:

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

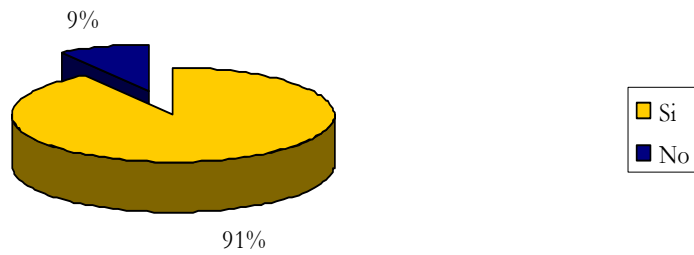


⁴ Fórmula para obtener la muestra de una población finita $n = (Zc^2 \times N \times P \times Q) / (E^2 (N-1) + Zc^2 \times P \times Q)$ con $Zc = 1,96$; $P = 70\%$; $Q = 30\%$

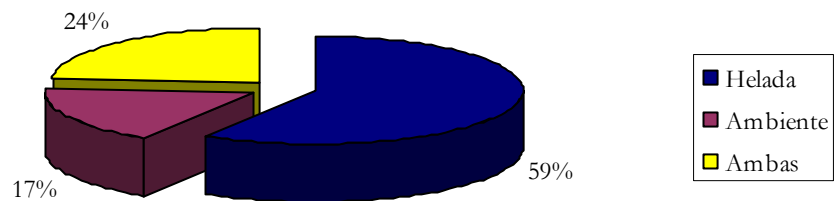
¿El abastecimiento actual que lo ofrece su distribuidor lo satisface?



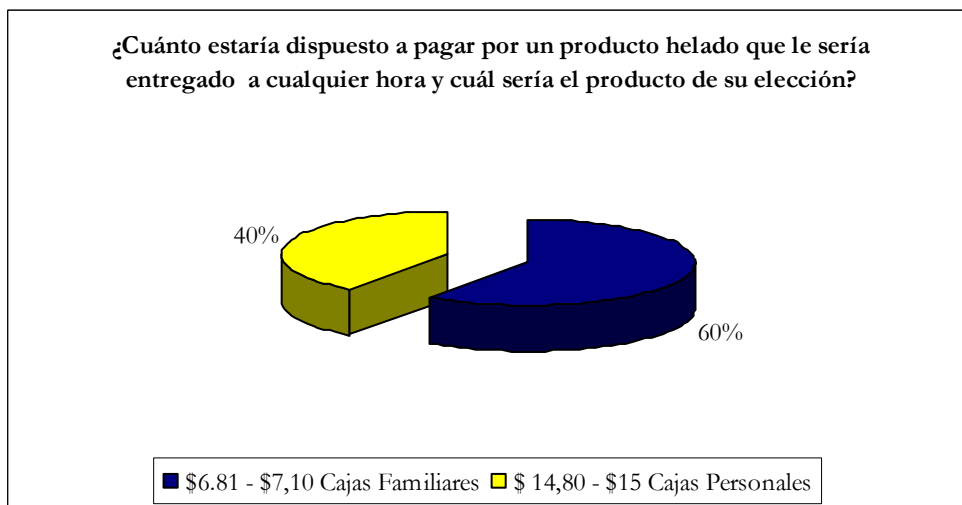
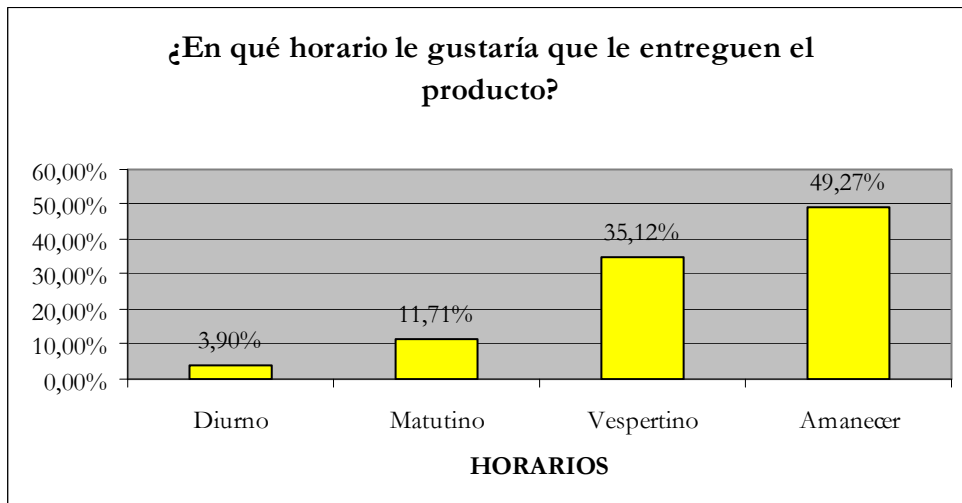
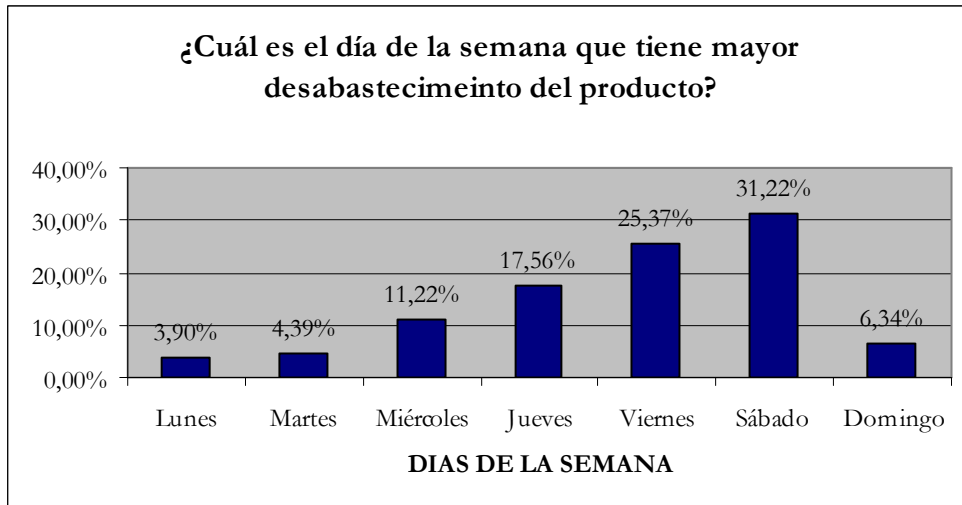
¿Le gustaría que le entreguen en su local el producto solicitado al momento que Ud. Lo requiera?



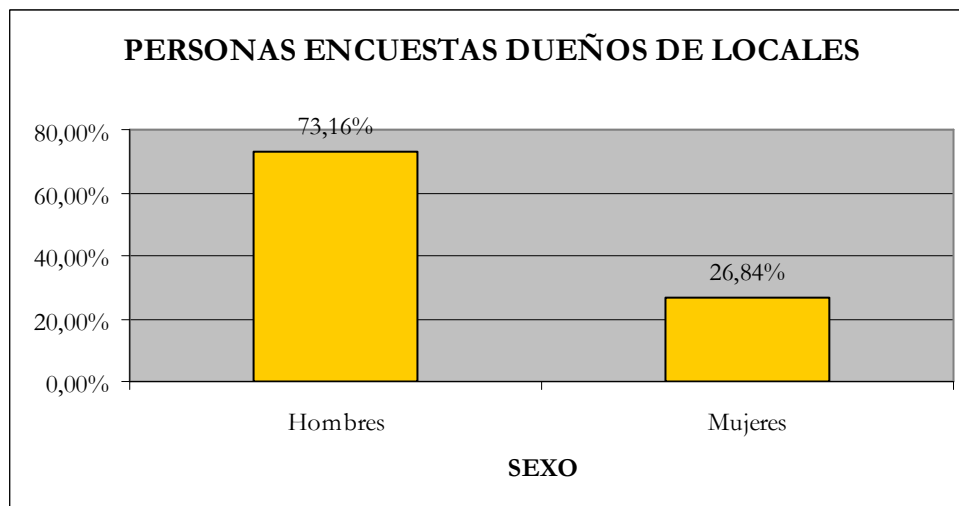
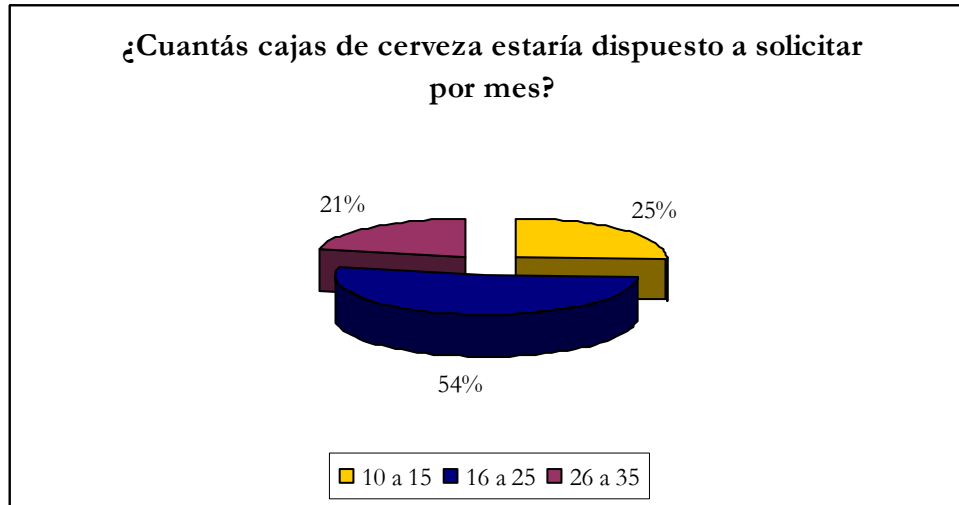
¿Cómo preferiría que le entreguen el producto solicitado?



RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS



RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS



1.6.2 DEMANDA ACTUAL DEL SERVICIO

El mercado global del proyecto son bares y centros de diversión nocturna localizados en la zona norte de la ciudad de Guayaquil.

Nuestro mercado potencial es de 6,838 bares y centros de diversión nocturna⁵ con los cuales prefirieron las cajas familiares en un 60% a un precio de \$7 y personales en un

⁵ Demanda según encuesta de Mercado que se encuentran desabastecido es de 65,5%.

40% a un precio \$14,80 con una frecuencia promedio mensual de 10 cajas por local nos permite incurrir en un mercado global de \$ 692,005 mensual. Debido a las restricciones económicas del proyecto la fracción de mercado que se captará será del 3,3% y 4,3% respectivamente. A continuación observamos la demanda estimada en ambos mercados en las tablas 1.6.2.a y 1.6.2.b:

TABLA 1.6.2.a

CAJAS FAMILIARES	I Año	II Año	III Año	IV Año	V Año
Mercado Total	3.446.352,00	3.446.352,00	3.446.352,00	3.446.352,00	3.446.352,00
Fracción Mercado (%)	3,32%	3,32%	3,32%	3,32%	3,32%
Volumen Estimado Ventas	114.337,57	114.337,57	114.337,57	114.337,57	114.337,57

Elaboración: Autor del Proyecto

TABLA 1.6.2.b

CAJAS PERSONALES	I Año	II Año	III Año	IV Año	V Año
Mercado Total	4.857.715,20	4.857.715,20	4.857.715,20	4.857.715,20	4.857.715,20
Fracción Mercado (%)	4,33%	4,33%	4,33%	4,33%	4,33%
Volumen Estimado Ventas	210.115,35	210.115,35	210.115,35	210.115,35	210.115,35

Elaboración: Autor del Proyecto

Asumimos que nuestra demanda global es constante a través de los períodos debido a que es un producto nuevo y la información que se posee es la del mercado.

1.7 ANALISIS DE LA OFERTA

La oferta del proyecto está dada por la cantidad de servicio que podemos ofrecer. Este nuevo servicio está limitado por los factores productivos, suponiendo que otras cosas, la tecnología, la disponibilidad de recursos, los precios de las materias primas y la regulación del estado.

Es necesario medir la cantidad de recursos que se posee para el desarrollo del proyecto para de esta manera captar la demanda insatisfecha óptima para maximizar las utilidades y rentabilidades del proyecto.

1.7.1 FACTORES QUE AFECTAN LA DEMANDA

- **Precio del Bien**

En general se acepta que la cantidad ofertada de un producto aumenta, conforme el precio aumenta. Los precios más altos son más atractivos para los productores, ya que generan mayores ganancias.

- **La Disponibilidad De Recursos**

A mayor disponibilidad de recursos, la oferta se incrementará; es decir, si el proyecto cuenta con trabajo, recursos naturales y capital en cantidad y calidad suficientes, propiciará el incremento de la oferta. Una disponibilidad limitada de factores productivos provocará un efecto contrario en la oferta.

- **La Tecnología**

A medida que la técnica para producir un bien se hace más eficiente, la oferta aumenta. En el proyecto estaremos limitados por las capacidades de los cuartos fríos y de los furgones frigoríficos.

- **Los Precios De Las Materias Primas**

Están referidos a los precios de los diferentes materiales e insumos que intervienen en el proceso productivo. Si estos precios se incrementan, los costos de producción se elevan y el empresario estará dispuesto a producir una menor cantidad.

- **La Competencia**

A medida que el número de empresas en una industria aumenta, la oferta de cada una de ellas tiende a disminuir.

No existe una competencia directa del servicio, es una idea nueva un depósito frío a precio de menores que el PVP. Los distribuidores actuales tienen un horario establecido y el producto entregado es al ambiente.

Una de las limitaciones de las tiendas minoristas es la capacidad del lugar para tener un gran abastecimiento del producto. Adicionalmente, no poseen un stock de producto frío suficiente para satisfacer su demanda, por esto nuestro servicio les da una solución a sus necesidades ya estaría listo para la venta.

1.8 COMERCIALIZACION

1.8.1 ESTRATEGIA DE VENTA

Identificamos a los clientes potenciales de acuerdo al nivel de venta que tengan y la cantidad de demanda insatisfecha según lo indicado en las encuestas.

Gráfica 1.8.1



Se establecen los contactos, primero haciendo un estudio de posibles consumidores en las zonas objetivas, de ahí hacemos marketing uno por uno, lo que son visitas personalizadas con propuestas de venta acordes a las necesidades de cada posible cliente, con lo cual ganamos posicionamiento como posibles

proveedores del producto. La base primordial de nuestras propuestas es la entrega del producto frío a domicilio, en el momento y en la cantidad que el cliente lo requiera, previa llamada del mismo para solicitarlo.

La fortaleza del proyecto es el servicio de entrega del producto helado al momento y de manera cumplida en las cantidades que se lo requiera, a cualquier hora del día. Esto se enfatizará en la venta. El precio de introducción esta en el rango de \$6,80 a \$7,10. Situando como precio fijo \$7,00 para las cajas familiares y \$15,00 para las cajas personales.

Como agente motivacional, aparte de los servicios personalizados, se implementaran promociones de enganche, como baja en los precios, docenas de trece, blitz, planes combinados de ventas, pre-venta de producto, etc.

La cobertura geográfica inicial corresponde a la zona norte de la Ciudad de Guayaquil. El grupo objetivo al que nos dirigiríamos serían los bares, cantinas, discotecas, peñas, karaokes y centros de diversión nocturna que se dedican al negocio de venta de cerveza. De manera que crezca el negocio iremos sectores aledaños.

1.8.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

Actualmente el precio de la competencia esta basado en la entrega de un producto al ambiente y con un descuento dependiendo de los volúmenes de compra. El precio de introducción del depósito frío será por encima de este precio, debido a que nuestro servicio se basa principalmente en la entrega a domicilio de un producto frío.

Gráfica 1.8.2



El precio lo definimos anteriormente y será de \$7 para las cajas familiares y \$15 para las personales , el cual fue aceptado por nuestro mercado y esta soportado en las encuestas realizadas a potenciales clientes, quienes nos permitieron observar mediante la misma que existe un gran desabastecimiento los fines de semana y en horas de la madrugada principalmente. Las encuestas fueron específicamente para nuestro target objetivo de primera fase (bares y centros de diversión nocturnos).

Por ser un depósito diferente a los demás esta es una ventaja comparativa, la cual la reforzaremos mediante nuestra ventaja competitiva que será por la entrega del producto frío, que va de la mano del excelente servicio que se brindará.

1.8.3 TACTICA DE VENTA

Gráfica 1.8.3.



Para empezar y captar clientela haré visitas a cada uno de los clientes potenciales. De acuerdo a como se vaya dando el crecimiento del negocio se contratara servicio Freelance de manera que abarquen las expectativas de expansión del negocio.

Mediante la venta personal se hará de los servicios que el proyecto ofrece, valiéndose tanto de la función informativa como la emocional al momento del trato con los clientes, está basada en:

- Mantener buenas relaciones personales con los clientes.
- Adoptar una orientación profesional.
- Uso de venta indirecta.
- Crear y mantener una imagen favorable.
- Hacer la compra fácil.

La promoción en los servicios puede ser realizada a través de:

- Material POP
- Flyers informativos
- Afiches

El precio está estandarizado para minoristas y mayoristas ya que contempla descuentos y beneficios para ellos.

Los objetivos que deberán cumplir los vendedores son:

- Cumplir con niveles de venta
- Tener y crear una cartera de clientes
- Mantener las cuentas.
- Crear un lazo de compromiso entre el cliente y el establecimiento
- Mantener una buena imagen del negocio en sí

1.8.4 ESTRATEGIA PROMOCIONAL

Los mecanismos que se emplearán para llamar la atención de los futuros clientes serán:

- Volantes informativos
- Material POP
- Plan combinado de blitz de distribución

En todo este material publicitario se manejará información de contacto con el proyecto, así como promociones de temporada y servicios disponibles.

Las promociones que manejaremos constantemente son:

- Cuento y recuento
- Docenas de trece
- Descuento en el producto

1.8.5 POLITICA DE SERVICIOS

En la primera etapa del negocio no existirán políticas de crédito con los clientes, es decir que las ventas serán de contado. Una vez que se tengan una clientela considerable y analizando su demanda se pensará fijar una política de crédito que no es aplicada en la actualidad por ningún depósito. Se solicitarán pagarés para dejar soportada la cartera y prevenir problemas futuros con los clientes.

1.8.6 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

Gráfica 1.8.6



Se hará entrega directa a los locales ubicados en la zona de cobertura del proyecto, las cuales son: los bares, cantinas, discotecas, peñas, karaokes y centros de diversión nocturna que se dedican al negocio de venta de cerveza.

El proyecto satisficará la necesidad de abastecimiento de los clientes potenciales mediante la venta y distribución, con servicios de entrega a domicilio, productos frío a los clientes.

Contamos con una infraestructura adecuada para la conservación del producto, lo cual evita los problemas de bodegaje. Adicionalmente se trabajara con el método FIFO (first in, first out) para la rotación de inventarios. El control se lo dará mediante la toma cíclica de inventarios que se realizara semanalmente.

1.8.7 PLANES DE CONTINGENCIA

En caso de que los resultados sean contrarios a los datos de los estudios realizados, el plan de contingencia más próximo a aplicar es:

- Ampliar los grupos objetivos.
- Ampliar las zonas de cobertura.
- Planteamiento de nuevas propuestas y promociones.
- Incremento de productos sustitutos en el stock de venta del proyecto.

2. ANALISIS DEL PRODUCTO

2.1 DEFINICION DEL PROYECTO

El proyecto es servicio de almacenamiento, conservación, distribución y despacho frío de cerveza que se encuentra localizado en la zona norte de la ciudad cuyos clientes potenciales son los bares, cantinas, discotecas, peñas, karaokes y centros de diversión que se dedican al negocio de venta de cerveza.

El proyecto nace con la finalidad de satisfacer la necesidad de abastecimiento de los clientes en horas pico con servicios de entrega a domicilio de productos fríos. El consiste en la entrega a domicilio del producto mediante furgones con frigoríficos para no romper la cadena de frío. La calidad del servicio y el tiempo de entrega serán primordiales al momento de satisfacer las necesidades de los clientes.

La propiedad de un producto debe transferirse de alguna manera del individuo u organización que lo elaboró al consumidor que lo necesita y esa es la premisa fundamental para el proyecto.

2.2 OBJETIVO DEL ESTUDIO

- **Objetivo General**

Mejorar la distribución de la cerveza mediante la construcción de un depósito frío de cerveza basado en la compra-venta de la misma y su servicio de entrega en frío.

- **Objetivo Específico**

- Elaboración de un estudio de factibilidad para el depósito y distribución en frío de la cerveza.
- Determinar la tecnología necesaria para optimizar la conservación y distribución de la cerveza en frío.
- Determinar los nichos de mercado que permitan la introducción de nuestro servicio.
- Medir la rentabilidad económica y financiera del proyecto.

2.3 ANALISIS DE SECTOR:

- **Factores Políticos**

La situación actual del país afecta cualquier tipo de negocio y la cerveza no está exenta de esta situación.

Se considera que el gobierno no interviene de forma directa en las microempresas pero si regula leyes, horarios de establecimientos de ventas y licencias de expendio de licores, etc. Esta medida incide directamente en los beneficios que se obtenían; como tasas de interés, impuestos y otros.

- **Factores Económicos⁶**

La cerveza por ser un producto que paga el Impuesto a Consumo Especiales (ICE) en cualquier momento se puede el incrementar el valor de este impuesto lo cual elevaría mi costo. La cerveza es un producto líder y de alta demanda aun cuando ese

⁶ Fuente: Datos del Banco Central del Ecuador - Boletín de Información Estadística Mensual No. 1852, Junio del 2006.

poder adquisitivo de los consumidores ha disminuido, lo cual es un punto fuerte del negocio.

Hasta mediados de este año, el PIB creció en un 3,84% con relación al año 2005, el rubro “Otros Servicios” que incluye el servicio de distribución en frío a tenido el siguiente crecimiento a través de los años, el incremento en el PIB se debe básicamente al incremento del precio del petróleo, al aumento de la demanda interna por la adquisición de los fondos de reserva y el aumento de los costos en los bienes finales.

TABLA 2.3.a

PRODUCTO INTERNO BRUTO POR INDUSTRIA
MILES DE DOLARES DE 2000

Período	PIB	Otros Servicios (3)
1994	14.941.494	1.928.201
1995	15.202.731	2.052.093
1996	15.567.905	2.144.778
1997	16.198.551	2.249.493
1998	16.541.248	2.412.362
1999	15.499.239	2.335.633
2000	15.933.666	2.421.362
2001	16.784.095	2.521.331
2002	17.496.669	2.627.250
2003(sd)	18.131.904	2.737.700
2004(p)	19.518.404	2.849.280
2005(p*)	20.285.433	2.944.715
2006(prev)	21.063.969	3.033.054

(sd) semidefinitivo

(p) provisional

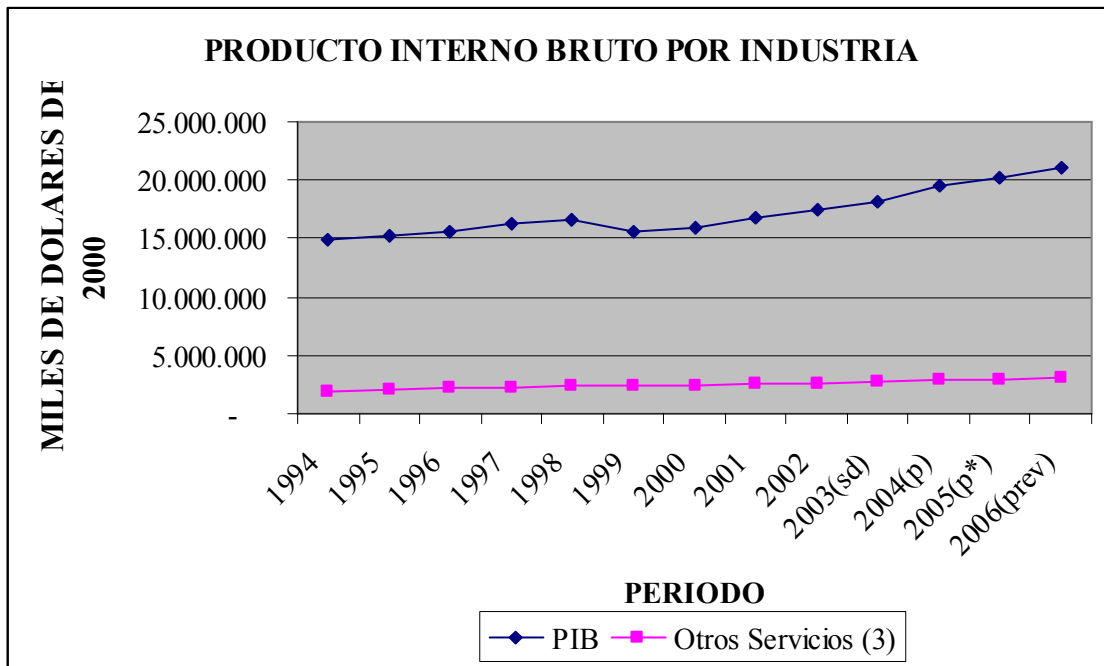
(p*) provisional; suma de trimestres

(prev) previsiones o proyecciones

(3) Incluye: hoteles, bares y restaurantes; Comunicaciones; Alquiler de vivienda; Servicios a las empresas y a los hogares; Educación y Salud.

Fuente: Banco Central del Ecuador

Gráfica 2.3.a



Fuente: Banco Central del Ecuador

La tasa de variación anual es la siguiente:

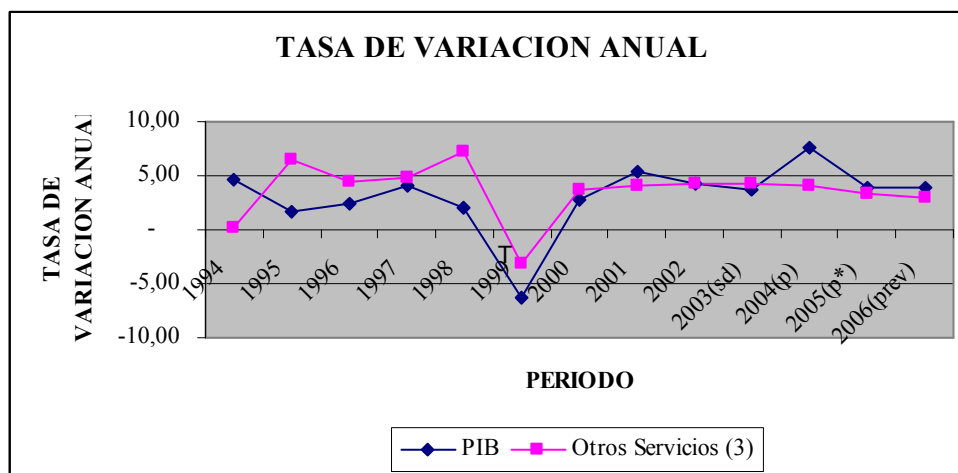
TABLA 2.3.b

TASA DE VARIACION ANUAL

Período	PIB	Otros Servicios (3)
1994	4,70	0,14
1995	1,75	6,43
1996	2,40	4,52
1997	4,05	4,88
1998	2,12	7,24
1999	-6,30	-3,18
2000	2,80	3,67
2001	5,34	4,13
2002	4,25	4,20
2003(sd)	3,63	4,20
2004(p)	7,65	4,08
2005(p*)	3,93	3,35
2006(prev)	3,84	3,00

Fuente: Banco Central del Ecuador

Gráfica 2.3.b



Fuente: Banco Central del Ecuador

- **Factores Legales**

Tendencias fiscales: Existe una ley que no permite que el expendio de licores esté cercano a las instituciones de educación primaria y secundaria.

Tendencias laborales: Regulaciones en el pago a trabajadores como aumentos en el salario mínimo vital (SMV)

- **Factores del Mercado** ⁷

La fuerte competencia entre dos Goliat en el Ecuador que son AMBEV y Compañía de Cerveza Nacionales podrían solicitar exclusividad de sus marcas al negocio, lo cual demostraría el poder de los proveedores.



La venta de bebidas alcohólicas que no son hechas a base de cebada, productos sustitutos, representan una competencia en el sector.

⁷ Fuente: <http://www.hoy.com.ec/zhechos/2004/libro/tema25.htm>

El mercado de la cerveza en el Ecuador se sacudió en 2004: la Compañía de Cervezas Nacionales C.A. (CCN), cuyo principal accionista es el grupo colombiano Bavaria, con presencia y dominio del campo desde 1922, ahora tiene un duro competidor en la Compañía de Bebidas de las Américas (Ambev), la empresa cervecera brasileña más grande del mundo, que llegó al Ecuador.

Según los datos de la CCN, desde 1983 hasta el 2003, el promedio de consumo de cerveza anual por persona fue de 28 litros, cifra muy baja si la comparamos con la de Francia (41 litros por habitante), los Estados Unidos (64), Suiza (77), Dinamarca e Inglaterra (90 cada uno), pero que también habla de que existe un mercado que puede crecer, pese a la fuerte presencia de las bebidas alcohólicas como el vino, el champán, el ron, el vodka, el tequila, entre otras.

Los datos de la Cervecería Suramericana S.A. (Cervesura), que desde diciembre del año pasado es Ambev Ecuador, tampoco son nada despreciables. El año anterior, de acuerdo con cifras oficiales, registró ventas por \$84 millones, con la posesión de solo el 6% de los consumidores de cervezas. Se estima que, con la presencia de Ambev, se generarán unos 350 empleos en su planta, ubicada en el kilómetro 14,5 de la vía Daule-Guayaquil, sin contar con los puestos de trabajo que se crearán por la distribución y otras actividades conexas.

Además, sus ejecutivos han dicho que aspiran a apropiarse del 30% del mercado con uno de sus productos estrellas: Brahma, que ingresó oficialmente al mercado nacional el 6 de octubre pasado. Para ello, esperan poner a producir, en su máxima capacidad (900 mil hectolitros anuales), a la ex fábrica de Cervesura.

Ambev es propietaria del 80% de Cervecería Suramericana (el resto es de accionistas minoritarios, entre ellos, la familia guayaquileña Isaías Dassum) y la adquirió en \$36 millones, es decir, gastó \$50 por hectolitro de cerveza.

2.4 ANALISIS DE PORTER:

El punto de vista de Porter es que existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. La idea es que el negocio debe evaluar sus objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia industrial y el análisis de cada una de éstas nos indicará el grado de atractividad de dicho sector:

- **COMPETIDORES EN EL SECTOR INDUSTRIAL: RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES**

Para un negocio será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

Gráfica 2.4



Entre los puntos más importantes del mercado actual podemos mencionar:

- En la actualidad no existen competidores intervinientes en el sector.
- Nivel de ventas en leve crecimiento o prácticamente estabilizado.
- Intensa competencia en precios, con diferencias entre los productos cada vez más sutiles, tratando de convertirse en líder en costos por ser un producto de consumo masivo sin mucha diferenciación.
- Como consecuencia del punto anterior, se realizan fuertes inversiones en promoción y publicidad, teniendo como objetivo la diferenciación y la preservación de la lealtad a la marca.

Como conclusión se puede decir que el grado de rivalidad entre competidores del mercado actual es bajo con un promedio de 3.5

- **COMPETIDORES POTENCIALES: AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES**

El mercado o el segmento no es atractivo dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no de franquear por nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.

Entre los puntos más importantes del mercado actual podemos mencionar:

- Fuerte inversión de capital para la instalación de frigoríficos o congeladores. Adicionalmente se debe tomar en cuenta como inversión lo relacionado al transporte del producto para ofrecer el servicio mencionado.
- No existen subsidios por parte de entes gubernamentales.
- Acceso a canales de distribución: Al ser este un producto de consumo masivo, la nueva empresa deberá estar en condiciones de desarrollar un canal de distribución adecuado para asegurar que el producto llegue al cliente.

Como conclusión se puede decir el grado de amenaza de nuevos competidores es medio con un promedio de 2.9.

- **PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES**

Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo.

La situación será aun más crítica si al proveedor le conviene estratégicamente integrarse hacia delante.

Entre los puntos más importantes del mercado actual podemos mencionar:

- Existen dos proveedores a nivel local y exigen montos mínimos de compra para realizar el despacho de un ítem.
- Pueden pedir exclusividad en las ventas.
- Son marcas reconocidas las cuales son de gran aceptación por los consumidores ecuatorianos.

Como conclusión se puede decir el poder de negociación de los proveedores es alto con un promedio de 2.13.

• **PODER DE NEGOCIACION DE LOS CLIENTES**

Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, lo que permite que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo.

A mayor organización de los compradores mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad.

La situación se hace más crítica si a las organizaciones de compradores les conviene estratégicamente integrarse hacia atrás.

Entre los puntos más importantes del mercado actual podemos mencionar:

- Los principales compradores de este producto no son los consumidores finales por lo cual existe poca concentración de mercado al ser un producto de consumo masivo.
- Otros compradores importantes son las personas naturales para sus reuniones las cuales la realizan en volúmenes que deben ser considerados en nuestro estudio, en ocasiones especiales tales como: fiestas, matrimonios, reuniones o cualquier otro tipo de compromiso social.

Como conclusión se puede decir el poder de negociación de los clientes es medio con un promedio de 3.25.

- **SERVICIOS SUSTITUTOS**

Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos o servicios sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.

Para éste tipo de modelo tradicional, la defensa consistía en construir barreras de entrada alrededor de una fortaleza que tuviera la corporación y que le permitiera, mediante la protección que le daba ésta ventaja competitiva, obtener utilidades que luego podía utilizar en investigación y desarrollo, para financiar una guerra de precios o para invertir en otros negocios.

Entre los puntos más importantes del mercado actual podemos mencionar:

- Disponibilidad de Servicios de Servicios Sustitutos
- Costos por cambio de proveedor
- Factores que motivan a la sustitución

Como conclusión se puede decir la amenaza de productos sustitutos es media con un promedio de 3.71.

CONCLUSIÓN: El negocio es medianamente atractivo y está sustentado por los siguientes resultados, ver detalle en anexo 2.4:

FUERZA DE PORTER	PROMEDIO
RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES	3.50
AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES	2.90
PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES	2.13
PODER DE NEGOCIACION DE LOS CLIENTES	3.25
AMENAZA SERVICIOS SUSTITUTOS	3.71
GRADO DE ATRACTIVIDAD DEL NEGOCIO	3.10

3. ANALISIS TECNICO

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

A través del estudio técnico diseñaremos la función de producción óptima que mejor utiliza los recursos disponibles para brindar el servicio deseado. Para realizar este análisis se toman en los factores que más implicación tienen dentro del proyecto, entre los cuales mencionamos:

- **Mercado**

El mercado en nuestro proyecto no es considerado un factor restrictivo debido a que es un producto nuevo que tiene un mercado amplio dentro de la zona considerada como el target del negocio.

- **Disponibilidad de Recursos Financieros**

Este factor va a ser el de mayor incidencia dentro del proyecto ya que estará ligado a la capacidad económica de inversión que esté dispuesto a realizar el inversionista. Es muy factor restrictivo en el proyecto.

- **Disponibilidad de Mano de Obra, Tecnología y Servicios Básicos**

No se considera un factor restrictivo la mano de obra estará dada por personas que se encuentra en el mercado laboral, no es servicio que necesitará excelente preparación. La tecnología se encuentra en el país ya que se utilizarán cámaras de frío para mantener el producto helado. Adicionalmente el local se colocará en la zona urbana de la ciudad de Guayaquil por lo que los servicios básicos no serán una restricción.

- **Disponibilidad de Localización**

Se considera un factor restrictiva debido a que conseguir algún terreno en el sector a ubicar con las características necesarias para la construcción de la planta restringe al proyecto.

3.2 OPTIMIZACION DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño óptimo es aquel que permite que se maximice el valor neto de las diferentes opciones que se encuentren en le mercado.

Por tener el proyecto una demanda constante, la opción que exhiba el costo medio mínimo será la que maximice le VAN.

TABLA 3.2

Descripción	ANALISIS DE TAMAÑO				
	1	2	3	4	5
Capacidad Frigorífico (m3)	20	25	30	40	50
Precio Cajas Familiares (\$)	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
Precio Cajas Personales (\$)	14,80	14,80	14,80	14,80	14,80
No.Cajas Familiares Mensuales	1.361	1.701	2.042	2.722	3.403
No. Cajas Personales Mensuales	1.183	1.479	1.775	2.366	2.958
Ingresos Anuales	324.452,92	405.566,15	486.679,38	648.905,84	811.132,30
Costo Variable Anuales	-250.589,25	-313.236,56	-375.883,87	-501.178,50	-626.473,12
Costos Fijos Anuales	-18.600,00	-21.600,00	-32.160,00	-35.400,00	-47.520,00
Inversion	-16.595,01	-17.468,86	-29.181,37	-28.521,78	-44.877,23
Valor de desecho	0	0	0	0	0
VAN	38.669	53.261	49.454	83.805,56	92.261,95

Elaboración: Autor del Proyecto

Como podemos observar en la tabla 3.2, el tamaño que maximiza mi demanda la opción #5 por tener el mayor VAN, para el proyecto por motivos de inversión se trabajará con la premisa de un frigorífico con capacidad de 20 m3, en los costos de inversión del frigorífico está incluido el valor de la instalación. Ver en anexo 3.2 el detalle del análisis de tamaño.

3.3 LOCALIZACION DEL PROYECTO

La localización nos permitirá identificar los problemas de espacio con base a los problemas económicos de precios y costos ligados a la distancia, la optimización de la decisión se obtiene cuando el costo total de la actividad es mínimo.

- **Macrolocalización**

La macro localización del proyecto será la zona norte de la ciudad de Guayaquil ya que el mercado objetivo se encuentra localizado dentro de este sector. Adicionalmente existen distribuidores del producto a los alrededores lo cual nos permitirá colocarnos cerca de la materia prima esencial del servicio.

Es una zona muy transitada y con gran cantidad de servicio urbano lo cual permitirá el fácil traslado de los empleados, por ser parte de las zonas regeneradas cuenta con servicios básicos como lo es el servicio de agua potable, energía eléctrica y adicionalmente para utilizar el combustible en el furgón se encuentran gasolineras lo que da un indicio de que es una aceptable para la ubicación del local.

- **Microlocalización**

Para determinar la mejor zona en el norte donde se podrá ubicar el local se utilizará el método cualitativo por puntos asignándoles valores ponderados según su importancia a los mismos.

TABLA 3.3

No.	Factores	Peso	Alborada		Urbanor		Urdenor	
			Calificac.	%	Calificac.	%	Calificac.	%
1	Energía Eléctrica	25%	9	2,25	9	2,25	9	2,25
6	Materia Prima Disponible	20%	7	1,4	8	1,6	7	1,4
2	Cercanía de Mercado	12%	10	1,2	9	1,08	9	1,08
12	Terreno	10%	6	0,6	7	0,7	7	0,7
7	Combustible	6%	8	0,48	7	0,42	8	0,48
3	Disponibilidad de Mano de Obra	5%	6	0,3	6	0,3	7	0,35
4	Disponibilidad de Transporte	5%	8	0,4	7	0,35	6	0,3
9	Drenaje	5%	8	0,4	8	0,4	8	0,4
11	Serv. Seguridad	5%	5	0,25	6	0,3	4	0,2
5	Agua	4%	7	0,28	7	0,28	7	0,28
8	Apoyos Legales	1%	4	0,04	5	0,05	4	0,04
10	Servicios Médicos	1%	7	0,07	6	0,06	5	0,05
13	Restricciones Ambientales	1%	10	0,1	7	0,07	7	0,07
Total		100%	95	7,77	92	7,86	88	7,6

Elaboración: Autor del Proyecto

Como podemos observar por el proceso cualitativo de puntos el lugar más óptimo para la colocación del local es en la zona de Urbanor, y es aquí se logrará maximizar la utilizad del servicio.

3.4 INGENIERIA DEL PROYECTO

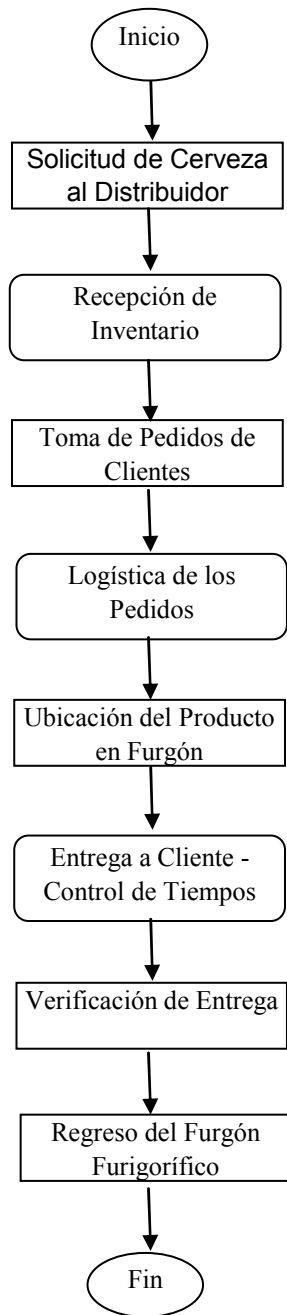
PROCESO DE PRODUCCION

- **Diagrama de Flujo**

Para la realización del diagrama de flujo del proyecto es muy importante tomar en cuenta la secuencia de las actividades.

Supervisión

Proceso



3.5 REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO

- **Terreno y Edificio:**

El depósito de frío posee en área de 85 metros cuadrados correspondiente al terreno y 70 metros cuadrados al inmueble, los cuales servirán para las desarrollo normal de las operaciones del mismo, en esté lugar estarán ubicadas las oficinas de atención la cliente, las bodegas y los refrigeradores.

TABLA 3.5

Infraestructura	Mts. Cuadrados
Oficina de Atención al Cliente (4 m. x 5m.)	20,00
Baño (3 m. x 3,5 m.)	10,50
Bodega y Frigoríficos	39,50
Total	70,00

Elaboración: Autor del Proyecto

- **Muebles de Oficina, Equipos y Herramientas:**

- ✓ **Muebles de Oficina:**

- 2 Escritorios
- 1 Sillones Ejecutivos
- 4 Sillas de Oficina
- 1 Archivador

- ✓ **Equipos:**

- Equipos de Operación:**

- 1 Cámara de Frío con capacidad de 25 metros cúbicos

Equipos de Computación:

- 1 Equipo de Computación
- 1 Impresora

Equipos de Oficina:

- 1 Equipo Celular
- 1 Teléfono Convencional

✓ **Herramientas y Materiales:**

- 5 Reguladores de Voltaje
- 1 Carrito Cargador de Jabas
- 3 Pares de Guantes
- 3 Protector para la espalda
- 1 Tanque de capacidad de 1,000 litros.

• **Vehículos:**

- 1 Furgón Frigorífico

Mano de Obra Directa, Mano de Obra Indirecta:

✓ **Mano de Obra Directa**

- **No Calificada**

Será utilizará un bodeguero con turnos para la estiba y entrega del los productos.
Se trabajará seis (6) días a la semana con descanso los días lunes.

- **Calificada**

Se necesitarán dos personas:

El Gerente-Propietario realizará las tareas designadas al manejo de la compañía.

Adicionalmente, se requerirá de un administrador el cual se encargará de la administración del local y responsable conjuntamente con el bodeguero y el chofer del inventario.

- ✓ **Mano de Obra Indirecta**

Se necesitará un chofer para las entregas nocturnas del furgón frigorífico a los locales solicitados.

Materiales Directos

- El un depósito frío de compra-venta de cerveza, el material directo serán las cajas de cerveza, las cuales mencionamos:
 - Cajas de Cerveza Familiares
 - Cajas de Cerveza Personales

Materiales Indirectos

- 1 Cámara de frío
- 1 Equipo de Computación con Impresora
- 1 Equipo Celular
- 1 Teléfono Convencional

Suministros y Servicios

✓ **Suministros**

- Suministros de Oficina (plumas, lápices, borradores, marcadores)
- Resmas de Papel
- Tableros Acrílicos
- Sumadora
- Calculadoras de Bolsillo

✓ **Servicios**

- Plan Celular tipo Postpago
- Energía Eléctrica
- Agua Potable
- Telefonía Pública
- Mantenimiento de los Congeladores

4. LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

4.1 LA EMPRESA

La empresa será constituida como una compañía anónima cumpliendo contados los requisitos exigidos por la ley y que se encuentran publicados en la Ley de Compañías.

Una vez que se encuentre formalizada la actividad comercial, se debe cumplir con las obligaciones que aseguran el buen funcionamiento del negocio, esta son:⁸

- **Facturación:**

Se debe obtener el RUC, y la persona natural o jurídica está en la obligación de solicitar al SRI, la autorización para la emisión de comprobantes de venta.

REQUISITOS	VIGENCIA	LUGAR
1. Estar al día en las obligaciones tributarias.	Doce meses, contados a partir de la autorización.	www.sri.gov.ec Establecimientos Gráficos Autorizados

- **Declaración de Impuestos**

Toda persona natural o jurídica está en la obligación de presentar y declarar sus impuestos, según las fechas señaladas por la entidad tributaria:

IMPUESTO	FORMULARIO	OBLIGACION
Impuesto a la Renta Sociedades	101	Anual
Retenciones en la Fuente	103	Mensual conforme al noveno dígito del RUC
IVA	104	Mensual conforme al noveno dígito del RUC
Anticipo del Impuesto a la Renta	106	Julio y Septiembre

- **Permisos de Funcionamiento de Locales comerciales**

Documento que aprueba la instalación de un determinado negocio en un sector de la ciudad.

REQUISITOS	VIGENCIA	LUGAR
1.- Pago de tasa de trámite 2.- Presentación de formulario en Departamento de Uso de Suelo	Se lo obtiene por una ocasión	Municipio de Guayaquil

- **Certificado de Seguridad del B. Cuerpo de Bomberos**

Todo establecimiento está en la obligación de obtener el referido certificado, para lo cual deberá adquirir un extintor o realizar la recarga anual. El tamaño y número de extintores dependerá de las dimensiones del local.

⁸ Fuente: Cámara de Comercio de Guayaquil

REQUISITOS	VIGENCIA	LUGAR
1.- Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente. 2.- Fotocopia nítida del RUC actualizado. 3.- Carta de autorización a favor de quien realiza el trámite. 4.- Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite. 5.- Nombramiento del representante legal de la compañía. 6.- Original y copia de la calificación artesanal. 7.- Señalar dimensiones del local.	Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.	Av. 9 de Octubre y Escobedo

- **Patentes Municipales**

La patente municipal es necesaria para toda persona natural o jurídica que realice una actividad comercial, industrial, financiera y de servicio, que opere habitualmente en el cantón Guayaquil, así como las que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

REQUISITOS	VIGENCIA	LUGAR
1.- Original y Copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos. 2.- RUC actualizado. 3.- Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica. 4.- Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local 5.- Nombramiento del representante legal de la compañía y copias de la escritura de constitución.	Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.	Municipio de Guayaquil

- **Tasa de Habilitación de Locales Comerciales, Industriales y de Servicios**

Este documento autoriza el funcionamiento del local comercial, previa inspección por parte del Municipio de Guayaquil.

REQUISITOS	VIGENCIA	LUGAR
1.- Pago de tasa de trámite por Tasa de Habilitación. 2.- Llenar formulario de Tasa de Habilitación. 3.- Original y Copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de	Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.	Municipio de Guayaquil

<p>Bomberos.</p> <p>4.- Original y Copia de la patente del comerciante del año a tramitar.</p> <p>5.- RUC actualizado.</p> <p>6.- Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite.</p> <p>7.- Autorización a favor de quien realiza el trámite.</p> <p>8.- Croquis del lugar donde está ubicado el negocio.</p> <p>9.- Nombramiento del representante legal de la compañía y copias de la escritura de constitución.</p>		
--	--	--

4. 2. BASE FILOSOFICA DE LA EMPRESA

El proyecto es un depósito frío de compra-venta de cerveza cuyos clientes potenciales serían bares, cantinas, discotecas, peñas, karaokes y centros de diversión donde deseen brindar cerveza.

El proyecto nace con la finalidad de satisfacer la necesidad de abastecimiento de los clientes potenciales mediante la venta y distribución, con servicios de entrega a domicilio en frío. La propiedad de un producto debe transferirse de alguna manera del individuo u organización que lo elaboró al consumidor que lo necesita y esa es la premisa fundamental para el proyecto.

4.3 MISION

Proporcionar a nuestros clientes la confianza necesaria para abastecerse del producto frío brindando un servicio eficiente y oportuno para satisfacer sus necesidades.

4.4 VISION

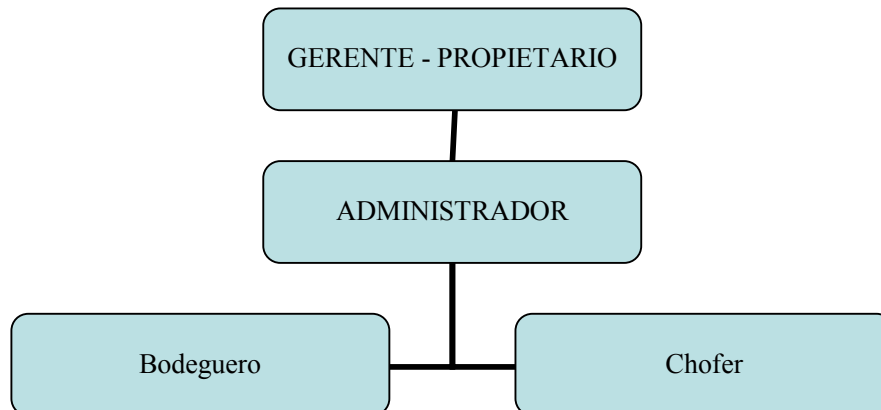
Incrementar y consolidar las ventas con la finalidad de convertirse en un centro de distribución frío del producto y seguir satisfaciendo las necesidades de los clientes en forma integral.

4.5 VALORES

- **BUEN EJEMPLO:** Practicar lo que se predica. Es la forma como el líder transmite sus valores y principios.
- **CONFIANZA-AMISTAD:** Condición para lograr compromiso con la empresa y autonomía para crear. Estimula la eficiencia y evita limitarse a señalar los errores, sino por el contrario, ayuda a corregirlos y superarlos. Es la base para trabajar en equipo.
- **TRABAJO EN EQUIPO:** Asociación de esfuerzos. Los miembros del equipo comparten los objetivos, planes, estrategias y errores, haciendo que los objetivos del conjunto prevalezcan sobre los objetivos individuales.
- **MORALIDAD DE LOS ACTOS:** Es actuar respetando la ley, sin incurrir en actos deshonestos o de dudosa negociación ("no al soborno").

4.6 ORGANIZACIÓN

- **Organigrama Estructural**



- **Funciones de Personal**

- **Nombre del Cargo:** Propietario
Supervisa a: Administrador
Bodeguero

Áreas de Responsabilidad:

- Gerencia y Supervisión
- Comercialización del Producto
- Negociación con los Clientes
- Gestión de Cobro
- Otras



Funciones y Responsabilidades:

- Coordinar y controlar las ventas de productos.
- Efectuar el seguimiento al proceso de facturación diaria del negocio.
- Determinar negocios nuevos y/o alcanzar estrategias, con el fin de aumentar los servicios de la compañía.
- Coordinar y liderar las estrategias de comercialización.
- Discutir y definir presupuesto.
- Atender los requerimientos de los clientes tales como solicitudes de crédito.
- Supervisar y controlar el monitoreo de las estrategias de la competencia.
- Efectuar recuperación de cartera con los clientes.
- Solicitar crédito a los proveedores.
- Controlar, supervisar y evaluar las actividades del personal a su cargo.
- Administrar los recursos destinados para cupo de crédito por producto.
- Controlar adecuadamente el saldo de inventarios
- Revisión de Caja Chica
- Revisión de pagos

- **Nombre del Cargo:** **Administrador**
Supervisa a: Bodeguero

Áreas de Responsabilidad:

- Ventas de productos
- Niveles de Inventarios óptimos y excelente rotación de los mismos.
- Excelente funcionamiento, seguridad y condiciones adecuadas de infraestructura de la bodega.
- Caja Chica
- Pago de Nómina
- Gestión Administrativa



Funciones y Responsabilidades:

- Brindar atención a sus clientes en sus requerimientos.
- Informar a los clientes sobre el precio de los productos.
- Realizar la facturación del producto.
- Elaborar comunicaciones.
- Revisar los ingresos y egresos de Inventarios.
- Revisar los documentos exigidos por Ley.
- Elaborar reportes semanales.
- Supervisa y controla las actividades del personal a su cargo.
- Revisión de Saldo diario de inventario de la bodega.
- Coordina con la Gerencia los arreglos de la infraestructura.
- Planifica y realiza la toma física de inventario.
- Mantiene el stock necesario para su despacho.
- Elaboración de reporte para la Gerencia.
- Solicitar suministros de oficina.
- Reportar a Gerencia la utilización de utilización de fondos de caja chica
- Tramitar los pagos y requisitos solicitados por la ley.
- Realizar el control de los gastos por servicios públicos
- Realizar el control de activos fijos.
- Preparar el presupuesto para aprobación.

• **Nombre del Cargo: Bodeguero**

Areas de Responsabilidad:

- Bodega
- Otros

Funciones y Responsabilidades:

- Manejo y manipulación de productos
- Registrar ingresos y egresos de Inventarios
- Receptar y despachar mercadería.
- Estibar de forma adecuada el producto.
- Revisa la cantidad de producto que ingresa a la bodega.

- Informa al administrativo alguna novedad encontrada en la recepción del producto.
- Participa en la toma física de inventario.
- Realizar depósitos y trámites bancarios
- Entrega y recepción de documentos.
- Atención a visitantes con café, varios, agua en la oficina.

- **Nombre del Cargo:** Chofer

Areas de Responsabilidad:

- Furgón Frigorífico

Funciones y Responsabilidades:

- Manejo y manipulación de productos
- Entrega a tiempo de producto a los clientes.
- Buen trato a los clientes
- Recepción directa de las sugerencias de los clientes

4.7 CONTROL



El control es aquel proceso que consiste en la medición y corrección del rendimiento de los componentes del negocio, para implementar herramientas de control es necesario analizar cuales son los riesgos del negocio, en este caso, el mayor riesgo son los inventarios.

Entre las herramientas de control que implantaría el negocio tenemos las siguientes:

- Toma Física Semanal de Inventario
- Análisis Semanal de Ventas
- Análisis de Clientes
- Análisis Semanal y Mensual de Gastos y Servicios Básicos.
- Evaluación de Satisfacción al Cliente

Esta información será evaluada por la Gerencia y el área Administrativa para tomar las medidas correctivas o preventivas del caso.

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 PRESUPUESTOS

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

5.1. 2 Inversiones:

- **Activos Fijos**

Los activos fijos a considerar en el proyecto son los siguientes mostrados en la tabla

5.1.2:

TABLA 5.1.2

Inversión Inicial

Activos Fijos				
Concepto	Unidad de Medida	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Terreno y Edificio				
Terreno	Metros Cuadrados	85	117,65	10.000,00
Infraestructura	Metros Cuadrados	70	107,14	7.500,00
Total Terreno y Edificio				17.500,00
Equipos				
Equipos de computación				
Computadora	Unidad	1	700,00	700,00
Impresora	Unidad	1	50,00	50,00
Total Equipos de Comput.				750,00
Equipos de Oficina				
Teléfono Fax	Unidad	1	75,00	75,00
Teléfono Celular	Unidad	1	30,00	30,00
Total Equipos de Oficina				105,00
Equipos de Operación				
Cámara de Frío	Unidad	1	12.000,00	12.000,00
Total de Equipos de Operación				12.000,00
Muebles de Oficina				
Escritorio Ejecutivo	Unidad	1	100,00	100,00
Escritorio Oficina	Unidad	1	65,00	65,00
Silla Ejecutiva	Unidad	1	40,00	40,00
Sillas de Oficina	Unidad	4	25,00	100,00
Archivador	Unidad	1	60,00	60,00
Total Muebles de Oficina				365,00
Vehículos				
Vehículos	Unidad	1	24.500,00	24.500,00
Total Vehículos				24.500,00
Total Activos Fijos				55.220,00
Activos Intangibles				
Concepto	Unidad de Medida	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Constitución Empresa	Unidad	1	800,00	800,00
Patentes	Unidad	1	200,00	200,00
Licencia	Unidad	1	200,00	200,00
Total Activos Intangibles				1.200,00
Inversión Inicial				56.420,00

Elaboración: Autor del Proyecto

5.1.3 Depreciaciones, Costos y Gastos

▪ Depreciaciones

En cuanto a las depreciaciones, se ha considerado el valor de estos rubros utilizando el método de la depreciación por línea recta, considerando los valores totales del proyecto menos el 10% del valor residual de cada una de las cuentas de los activos fijos del presente proyecto se indican las siguientes depreciaciones, en el anexo 5.1.3 veremos el cuadro completo de la depreciación:

TABLA 5.1.3.a

Depreciación	Vida Útil	Valor en \$USD	Valor Residual	Depreciación Anual
Total Equipos Computación y Oficina	3	855,00	85,50	256,50
Total Equipos	10	12.000,00	1.200,00	1.080,00
Total Mueles y Enseres	5	365,00	36,50	65,70
Total Vehículos	5	24.500,00	2.450,00	4.410,00
Total Edificios	20	7.500,00	750,00	337,50

Elaboración: Autor del Proyecto

▪ Calendario de Reinversiones

TABLA 5.1.3.b

CALENDARIO DE REINVERSIONES					
Concepto	1	2	3	4	5
Computadora			700,00		
Impresora			50,00		
Teléfono Fax			75,00		
Teléfono Celular			30,00		
CALENDARIO	-	-	855,00	-	-

Elaboración: Autor del Proyecto

5.1.4 Costos de Producción

El costo de producción abarca todos los rubros que intervienen directamente en el proceso productivo, los cuales son los siguientes:

- **Mano de Obra Directa**

- **No Calificada**

El bodeguero percibirá un sueldo de mínimo de \$160 mensuales durante el desarrollo de sus labores, por lo tanto un sueldo anual de \$1,920.

- **Calificada**

El Gerente-Propietario percibirá un sueldo mensual de \$400 mientras que el administrador será de \$250, por lo tanto anualmente el gasto correspondiente a este rubro será de \$ 7,800.

TABLA 5.1.4.a

Costos de Mano de Obra Directa				
Descripción	Cantidad	Valor Mensual	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
No Calificada				
Bodeguero	1	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 1.920,00
Calificada				
Gerente	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Administrador	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Total \$ USD			\$ 810,00	\$ 9.720,00

Elaboración: Autor del Proyecto

- **Mano de Obra Indirecta**

El chofer del camión tendrá un salario fijo de \$160 al mes, este rubro representa \$1,920 anual.

TABLA 5.1.4.b

Costo de Mano de Obra Indirecta				
	Cantidad	Valor Mensual	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Chofer	1	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 1.920,00
Total \$ USD			\$ 160,00	\$ 1.920,00

Elaboración: Autor del Proyecto

- **Equipos y Materiales**

A continuación, se presentan las tablas con los costos de los equipos de oficina, equipos de comunicación, muebles, enseres, materiales y herramientas:

TABLA 5.1.4.c

Costo de Equipos			
Descripción	Cantidad	Valor Mensual	Valor Total
Computadora	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Impresora	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Teléfono Fax	1	\$ 75,00	\$ 75,00
Teléfono Celular	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Total \$ USD			\$ 855,00

Elaboración: Autor del Proyecto

TABLA 5.1.4.d

Costo de Muebles de Oficina			
Descripción	Cantidad	Valor Mensual	Valor Total
Escritorio Ejecutivo	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Escritorio Oficina	1	\$ 65,00	\$ 65,00
Silla Ejecutiva	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Sillas de Oficina	4	\$ 25,00	\$ 100,00
Archivador	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Total \$ USD			\$ 365,00

Elaboración: Autor del Proyecto

TABLA 5.1.4.e

Costo de Materiales y Herramientas			
Descripción	Cantidad	Valor Mensual	Valor Total
Reguladores de Voltaje	5	\$ 70,00	\$ 350,00
Carrito Cargador de Jabas	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Pares de Guantes	3	\$ 4,00	\$ 12,00
Protectores de Espalda	3	\$ 20,00	\$ 60,00
Tanque de capacidad de 1,000 litros.	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Total \$ USD			\$ 552,00

Elaboración: Autor del Proyecto

- **Servicios**

Dentro de este rubro se considera los servicios de energía, agua, telefonía celulares.

A continuación se presenta la tabla con sus respectivos valores:

TABLA 5.1.4.f

Costo de Servicios		
Descripción	Mensual	Anual
Plan Celular tipo Postpago	\$ 30,00	\$ 360,00
Energía Eléctrica	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Agua Potable	\$ 50,00	\$ 600,00
Telefonía Pública	\$ 30,00	\$ 360,00
Mantenimiento de los Congeladores	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Gasolina	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Total \$ USD		\$ 4.920,00

Elaboración: Autor del Proyecto

A partir de los valores mencionados anteriormente podemos concluir que nuestros costos fijos y variables se desglosan de la siguiente manera:

TABLA 5.1.4.g

Costos Fijos Mensuales	
Descripción	Valor \$USD
Bodeguero	\$ 160,00
Gerente	\$ 400,00
Administrador	\$ 250,00
Chofer	\$ 160,00
Energía Eléctrica	\$ 200,00
Agua Potable	\$ 50,00
Telefonía Pública	\$ 30,00
Gasolina	\$ 200,00
Mantenimiento Frogoríficos	\$ 100,00
Total Costos Fijos	\$ 1.550,00

Elaboración: Autor del Proyecto

TABLA 5.1.4.h

Costos Variables Unitario		
Descripción	Valor Unit.	
Cajas 12 unids.	\$ 5,52	\$ 5,52
Cajas 24 unids.	\$ 11,30	\$ 11,30

Elaboración: Autor del Proyecto

5.1.5 Gastos

- **Gastos Administrativos, Operacionales, Venta y Varios**

A continuación se presentan las tablas correspondientes a los gastos que se va incurrir anualmente en el proyecto, se debe tomar en cuenta un rubro mensual de \$100 para gastos varios y cualquier imprevisto:

TABLA 5.1.5.a

Gastos Administrativos				
Descripción	Cantidad	Valor Mensual	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Bodeguero	1	160,00	160,00	1.920,00
Gerente	1	400	400,00	4.800,00
Administrador	1	250	250,00	3.000,00
Chofer	1	160	160,00	1.920,00
Total \$ USD			970,00	11.640,00

Elaboración: Autor del Proyecto

TABLA 5.1.5.b

Gastos Operacionales		
Descripción	Mensual	Anual
Plan Celular tipo Postpago	30,00	360,00
Energía Eléctrica	200,00	2.400,00
Agua Potable	50,00	600,00
Telefonía Pública	30,00	360,00
Mantenimiento de los Congeladores	100,00	1.200,00
Gasolina	200,00	2.400,00
Total \$ USD	410,00	4.920,00

Elaboración: Autor del Proyecto

TABLA 5.1.5.c

Gastos de Venta		
Descripción	Mensual	Anual
Publicidad	200,00	2.400,00
Imprevistos	100,00	1.200,00
Total \$ USD	300,00	3.600,00

Elaboración: Autor del Proyecto

5.1.6 Capital de Trabajo

Este es el considerado como la cantidad de recursos necesarios para producir, es decir las provisiones necesarias en el año 0 para obtener la demanda de recursos y que opere el proyecto. Para proyecto se ha tomado en cuenta el Capital de Trabajo a partir del ciclo productivo es cual consiste en el período desde el momento que hago el primer desembolso hasta que hago el ingreso por venta. Debido a que es el proyecto consiste en un negocio dinámico en el cual el ciclo productivo es de siete días ya que en el fin de semana comenzarán las ventas a los locales las cuales serán al contado se obtuvo que el capital de trabajo es de \$2,000 para la compra de las cajas de cerveza necesarias para la venta.

5.1.7 Fuentes y Usos de Fondos

En el siguiente podemos observar la cantidad de recursos que son propios y los que están financiados.

TABLA 5.1.7

Inversión	Total	Recursos	
		Propios	Crédito
Terreno	10.000,00	x	
Infraestructura	7.500,00	x	
Computadora	700,00	x	
Impresora	50,00	x	
Teléfono Fax	75,00	x	
Teléfono Celular	30,00	x	
Cámara de Frío	12.000,00	x	
Escritorio Ejecutivo	100,00	x	
Escritorio Oficina	65,00	x	
Silla Ejecutiva	40,00	x	
Sillas de Oficina	100,00	x	
Archivador	60,00	x	
Vehículos	24.500,00		x
Constitución Empresa	800,00	x	
Patentes	200,00	x	
Licencia	200,00	x	
Materiales y Suministros	552,00	x	
Capital de Trabajo	2.000,00	x	
TOTAL	58.972,00		

Elaboración: Autor del Proyecto

5.1.8 Estructura de Financiamiento

Para el proyecto se ha financiado en un 42% mediante un préstamo a una entidad bancaria el cual permitirá cubrir el costo del furgón frigorífico y evitar una deuda para el pago de intereses y amortización.

Las características del préstamo se ajustan a la facilidad de pago de los contratantes, los desembolsos puntuales, permiten costear la operación del servicio.

Las características del préstamo que se asignaría son las siguientes:

- Monto del Préstamo: \$ 25,000
- Pago de Amortización: Anual
- Plazo: 3 años – 36 meses
- Tasa de Interés: 13,83%⁹
- Pago de Interés: Anual

El capital y el interés a pagar se realizan según tabla de amortización mostrada en el anexo 5.1.8.a.

5.1.9 Costo Promedio Ponderado de Capital

El proyecto será financiado mediante deuda, para calcular la tasa de descuento utilizaremos el método del Weight Average Cost of Capital (WACC), el cual obtendremos mediante la siguiente fórmula:

$$\text{WACC} (\text{Wd} * \text{Kd} * (1 - \text{t}) + (\text{We} * \text{Rp}))$$

- Porcentaje de Deuda sobre Financiamiento (Wd)
- Tasa de Financiamiento (Kd)
- Tasa de Interés Corporativa
- Porcentaje de Capital sobre Financiamiento (We)
- Tasa Riesgo País (Rp)

⁹ Tasa Máxima Referencial para préstamos comerciales en vigencia a partir del 1 de Diciembre 2006 según la Superintendencia de Bancos. Ver anexo 5.1.8.b

La tasa de riesgo país utilizada para el cálculo es la del 4 de Diciembre del 2006 y esta es de 6,86% según anexo 5.1.9 . La tasa de descuento obtenida para nuestro proyecto es de 8,34 %. El cálculo lo obtenemos en la tabla 5.1.9 mostrada a continuación:

TABLA 5.1.9

CALCULO DEL WACC	
WACC ($Wd \cdot Kd \cdot (1-t) + (We \cdot Rp)$)	
Porcentaje de Deuda sobre Financiamiento (Wd)	42%
Tasa de Financiamiento (Kd)	13,83%
Tasa de Interés Corporativa	25%
Porcentaje de Capital sobre Financiamiento (We)	58%
Tasa Riesgo País (Rp)	6,86%
WACC	8,34%

Elaboración: Autor del Proyecto

5.2 PUNTO DE EQUILIBRIO POR LÍNEA DE PRODUCTO

Una vez realizado el análisis de los costos en los cuales va a incurrir el negocio, procedemos a determinar el punto de equilibrio, es decir el punto mínimo de producción al que se debe operar para no tener pérdidas, es decir que se lleguen a cubrir los costos fijos.

El punto de equilibrio se ha obtenido de la razón que existe entre los costos fijos y el precio menos el costo variable unitario de cada uno de las líneas según su respectiva participación de mercado.

TABLA 5.2

Punto de Equilibrio									
Línea	%Part	Precio	CV	MC	MP	PEL	Venta	CV	CM
Caja Cervezas Familiar	60,00%	7,00	5,52	1,48	0,89	406	2845,28	2243,71	601,57
Caja Cervezas Personales	40,00%	14,80	11,30	3,50	1,40	271	4010,49	3062,06	948,43
	100,00%	21,80	16,82		2,29	677	6855,77	5305,77	1550,00

Elaboración: Autor del Proyecto

5. 3 ESTADOS FINANCIEROS PRO FORMA

- **Estado de Pérdidas y Ganancia**

TABLA 5.3.a

ESTADO DE RESULTADOS					
	1	2	3	4	5
Venta	324.452,92	324.452,92	324.452,92	324.452,92	324.452,92
Costo de Venta	269.189,25	269.189,25	269.189,25	269.189,25	269.189,25
Utilidad Bruta	55.263,67	55.263,67	55.263,67	55.263,67	55.263,67
Gastos Oper. y Adm.					
Sueldos y Salarios	11.640,00	11.640,00	11.640,00	11.640,00	11.640,00
Gastos Operacionales	4.920,00	4.920,00	4.920,00	4.920,00	4.920,00
Gastos de Ventas	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Gastos Varios	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Depreciación	6.149,70	6.149,70	6.149,70	6.149,70	6.149,70
Amortización Intangible	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Total Gastos Oper. y Adm.	26.549,70	26.549,70	26.549,70	26.549,70	26.549,70
Utilidad Operacional	28.713,97	28.713,97	28.713,97	28.713,97	28.713,97
Otros Egresos					
Gasto Int. Préstamo	3.011,38	1.947,48	726,75	-	-
Total Otros Egresos	3.011,38	1.947,48	726,75	-	-
UAIP	25.702,59	26.766,49	27.987,22	28.713,97	28.713,97
15% Parti. Trabajadores	3.855,39	4.014,97	4.198,08	4.307,10	4.307,10
UAI	21.847,20	22.751,52	23.789,14	24.406,87	24.406,87
25% Impuesto a la Renta	5.461,80	5.687,88	5.947,28	6.101,72	6.101,72
Utilidad Neta	16.385,40	17.063,64	17.841,85	18.305,16	18.305,16

Elaboración: Autor del Proyecto

Como podemos observar en el Estado de Resultados según la tabla 5.3.a el proyecto por ser dinámico y corresponde a la venta de un producto de consumo masivo. Como podemos observar el costo más considerable es el costo de venta que representa aproximadamente el 83%, la generación de utilidades del negocio se basa en la el volumen de venta que genere el mismo

A partir del primer año el negocio genera utilidad, durante los tres primeros años del negocio se realiza el desembolso de los intereses del préstamo . La utilidad neta generada en el quinto año es de \$18,305. En el tabla 5.3.a se puede observar el Estado de Resultados.

- **Balance General**

TABLA 5.3.b

BALANCE GENERAL						
	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS						
Activos Corrientes						
Caja-Bancos	2.000,00	17.557,94	32.730,22	47.459,99	71.299,85	123.073,70
Materiales y Suministros	552,00	552,00	552,00	552,00	552,00	552,00
Total Activos Corrientes	2.552,00	18.109,94	33.282,22	48.011,99	71.851,85	123.625,70
Activos Fijos						
Terreno	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Infraestructura	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00
Equipos de Computación	750,00	750,00	750,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Equipos de Oficina	105,00	105,00	105,00	210,00	210,00	210,00
Equipos de Operación	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00
Muebles de Oficina	365,00	365,00	365,00	365,00	365,00	365,00
Vehículos	24.500,00	24.500,00	24.500,00	24.500,00	24.500,00	24.500,00
Depreciación Acumulada		6.149,70	12.299,40	18.449,10	24.598,80	30.748,50
Activos Intangibles	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Amortización Activos Intangibles	-	240,00	480,00	720,00	960,00	1.200,00
Total Activos	58.972,00	68.140,24	76.922,82	86.117,89	103.568,05	148.952,20
PASIVOS						
Cuentas por Pagar				855,00		
Deuda Bancaria	25.000,00	17.782,84	9.501,78	-	-	-
Total Pasivos	25.000,00	17.782,84	9.501,78	855,00	-	-
PATRIMONIO						
Capital Social	33.972,00	33.972,00	33.972,00	33.972,00	33.972,00	61.051,00
Utilidades Retenidas	-	16.385,40	33.449,04	51.290,89	69.596,05	87.901,20
Total Pasivo y Capital	58.972,00	68.140,24	76.922,82	86.117,89	103.568,05	148.952,20

Elaboración: Autor del Proyecto

Como podemos observaren la tabla 5.3.b nuestro proyecto posee activos corrientes y fijos de \$58,972 al iniciar el negocio que corresponde a la inversión inicial cuya valores más representativos son los activos para iniciar el negocio.

No existe una deuda a largo plazo sino a mediano plazo correspondiente al préstamo incurrido para el financiamiento del furgón frigorífico

Las utilidades retenidas se muestran en el balance el flujo de efectivo generado en el negocio permite incrementar nuestros activos totales hasta \$148,952 al final del quinto año.

5.4 FLUJO DE FONDOS

- **Flujo de Fondos del Proyecto**

TABLA 5.4.a

FLUJO DE FONDO DEL PROYECTO						
	0	1	2	3	4	5
Ingresos		324.452,92	324.452,92	324.452,92	324.452,92	324.452,92
Costos Variables		250.589,25	250.589,25	250.589,25	250.589,25	250.589,25
Costos Fijos		18.600,00	18.600,00	18.600,00	18.600,00	18.600,00
Sueldos y Salarios		11.640,00	11.640,00	11.640,00	11.640,00	11.640,00
Gastos Operacionales		4.920,00	4.920,00	4.920,00	4.920,00	4.920,00
Gastos de Venta		2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Gastos Varios		1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Depreciación		6.149,70	6.149,70	6.149,70	6.149,70	6.149,70
Amortización Intangible		240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
UAIP		28.713,97	28.713,97	28.713,97	28.713,97	28.713,97
15% Parti. Trabajadores		4.307,10	4.307,10	4.307,10	4.307,10	4.307,10
UAI		24.406,87	24.406,87	24.406,87	24.406,87	24.406,87
25% Impuesto a la Renta		6.101,72	6.101,72	6.101,72	6.101,72	6.101,72
Ingreso Neto		18.305,16	18.305,16	18.305,16	18.305,16	18.305,16
Readición Deprec.		6.149,70	6.149,70	6.149,70	6.149,70	6.149,70
Readiccion Amortiz.		240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Inversión Inicial	-56.972,00					
Capital de Trabajo	-2.000,00					
Inversión de Reemplazo					-855,00	
Valor de Salvamento						27.079,00
Flujo Neto de Efectivo	-58.972,00	24.694,86	24.694,86	24.694,86	23.839,86	51.773,86
TIR		36,39%				
VAN		\$ 51.939,87				

Elaboración: Autor del Proyecto

Como podemos observar en la tabla 5.4.a se mide la rentabilidad de toda la inversión en donde no importa de donde viene el dinero, lo que se mide es la rentabilidad del proyecto el cual nos muestra un VAN de \$51,939 y una TIR de 36,39%.

Mientras que en el flujo del inversionista mostrado a continuación en la tabla 5.4.b podemos observar como al diversificar el riesgo por medio del financiamiento nos permite tener un escudo fiscal adicional el cual es el pago de intereses, es por este motivo que se tiene una VAN de \$52,509 y una TIR de 48,43%.

- **Flujo de Fondos del Inversionista**

TABLA 5.4.b

FLUJO DE FONDO						
	0	1	2	3	4	5
Ingresos		324.452,92	324.452,92	324.452,92	324.452,92	324.452,92
Costos Variables		250.589,25	250.589,25	250.589,25	250.589,25	250.589,25
Costos Fijos		18.600,00	18.600,00	18.600,00	18.600,00	18.600,00
Sueldos y Salarios		11.640,00	11.640,00	11.640,00	11.640,00	11.640,00
Gastos Operacionales		4.920,00	4.920,00	4.920,00	4.920,00	4.920,00
Gastos de Venta		2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Gastos Varios		1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Interes Préstamo		3.011,38	1.947,48	726,75		
Depreciación		6.149,70	6.149,70	6.149,70	6.149,70	6.149,70
Amortización Intangible		240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
UAIP		25.702,59	26.766,49	27.987,22	28.713,97	28.713,97
15% Parti. Trabajadores		3.855,39	4.014,97	4.198,08	4.307,10	4.307,10
UAI		21.847,20	22.751,52	23.789,14	24.406,87	24.406,87
25% Impuesto a la Renta		5.461,80	5.687,88	5.947,28	6.101,72	6.101,72
Ingreso Neto		16.385,40	17.063,64	17.841,85	18.305,16	18.305,16
Readición Deprec.		6.149,70	6.149,70	6.149,70	6.149,70	6.149,70
Readiccion Amortiz.		240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Inversión Inicial	-56.972,00					
Capital de Trabajo	-2.000,00					
Préstamo	\$ 25.000,00					
Inversión de Reemplazo					-855,00	
Amortización Préstamo		-7.217,16	-8.281,06	-9.501,78		
Valor de Salvamento						27.079,00
Flujo Neto de Efectivo	-33.972,00	15.557,94	15.172,28	14.729,77	23.839,86	51.773,86
TIR		48,43%				
VAN		\$ 52.509,53				

Elaboración: Autor del Proyecto

5.5 CRITERIOS DE VALUACION

- **VAN y TIR**

La Tasa Interna de Retorno fue calculada en Excel, tomando en cuenta que la deuda es la principal fuente de endeudamiento del proyecto y su valor fue de 48,43% para toda la vida útil del proyecto. Este el rendimiento real de la inversión realizada. Mientras que el Valor Actual Neto que permite probar la factibilidad del proyecto fue positivo con un valor de \$52,509, lo cual ratifica el resultado de la TIR.

Los datos que se utilizaron para obtener el VAN y la TIR se encuentran en le gráfico a continuación. Estos criterios de valuación son claros indicadores de la rentabilidad del proyecto.

Como conclusión, podemos decir que mientras la tasa de descuento sea menor a la TIR el VAN será positivo.

TABLA 5.5.a

FLUJO DE FONDO						
	0	1	2	3	4	5
Ingresos		324.452,92	324.452,92	324.452,92	324.452,92	324.452,92
Costos Variables		250.589,25	250.589,25	250.589,25	250.589,25	250.589,25
Costos Fijos		18.600,00	18.600,00	18.600,00	18.600,00	18.600,00
Sueldos y Salarios		11.640,00	11.640,00	11.640,00	11.640,00	11.640,00
Gastos Operacionales		4.920,00	4.920,00	4.920,00	4.920,00	4.920,00
Gastos de Venta		2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Gastos Varios		1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Interes Préstamo		3.011,38	1.947,48	726,75		
Depreciación		6.149,70	6.149,70	6.149,70	6.149,70	6.149,70
Amortización Intangible		240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
UAIP		25.702,59	26.766,49	27.987,22	28.713,97	28.713,97
15% Parti. Trabajadores		3.855,39	4.014,97	4.198,08	4.307,10	4.307,10
UAI		21.847,20	22.751,52	23.789,14	24.406,87	24.406,87
25% Impuesto a la Renta		5.461,80	5.687,88	5.947,28	6.101,72	6.101,72
Ingreso Neto		16.385,40	17.063,64	17.841,85	18.305,16	18.305,16
Readición Deprec.		6.149,70	6.149,70	6.149,70	6.149,70	6.149,70
Readiccion Amortiz.		240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Inversión Inicial	-56.972,00					
Capital de Trabajo	-2.000,00					
Préstamo	\$ 25.000,00					
Inversión de Reemplazo					-855,00	
Amortización Préstamo		-7.217,16	-8.281,06	-9.501,78		
Valor de Salvamento						27.079,00
Flujo Neto de Efectivo	-33.972,00	15.557,94	15.172,28	14.729,77	23.839,86	51.773,86
TIR		48,43%				
VAN		\$ 52.509,53				

Elaboración: Autor del Proyecto

- **Período de Recuperación del Capital**

Este método nos permite el tiempo mínimo en que se va a recuperar el desembolso inicial del proyecto, en el proyecto será de 3,93 años como lo mostramos a continuación:

TABLA 5.5.b

Año (t)	Valor en t	Valor Actual
0	-33.972,00	-33.972,00
1	15.348,72	14.167,18
2	14.883,93	12.680,60
3	14.333,66	11.271,73
4	23.839,86	17.304,07
5	51.773,86	34.686,97

P. Recupe. 2,63

Elaboración: Autor del Proyecto

- **Análisis de Riesgo por Escenarios**

Para este proyecto hemos hecho el análisis con respecto a los precios y al costo, puesto que son las variables que cumplen el rol más importante para su óptimo desarrollo. Se han determinado diferentes escenarios optimistas y pesimistas para cada una de estas variables. A continuación la tabla 5.5.c y 5.5.d se muestran los valores del VAN y la TIR en cada uno de los escenarios antes mencionados:

TABLA 5.5.c

VARIACION EN PRECIOS							
	-6%	-5%	-4%	-2%	0%	2%	4%
TIR	13,75%	19,47%	25,21%	36,77%	48,42%	60,16%	71,97%
VAN	844,81	7.282,86	13.720,91	26.597,01	39.473,11	52.349,21	65.225,31
TMAR	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%

Elaboración: Autor del Proyecto

TABLA 5.5.d

VARIACION EN COSTOS							
	-5%	-3%	0%	5%	6%	8%	10%
TIR	71,15%	57,48%	48,42%	26,01%	21,57%	12,73%	3,95%
VAN	64.335,06	49.417,89	39.473,11	14.611,17	9.638,78	-306,00	-10.250,78
TMAR	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%

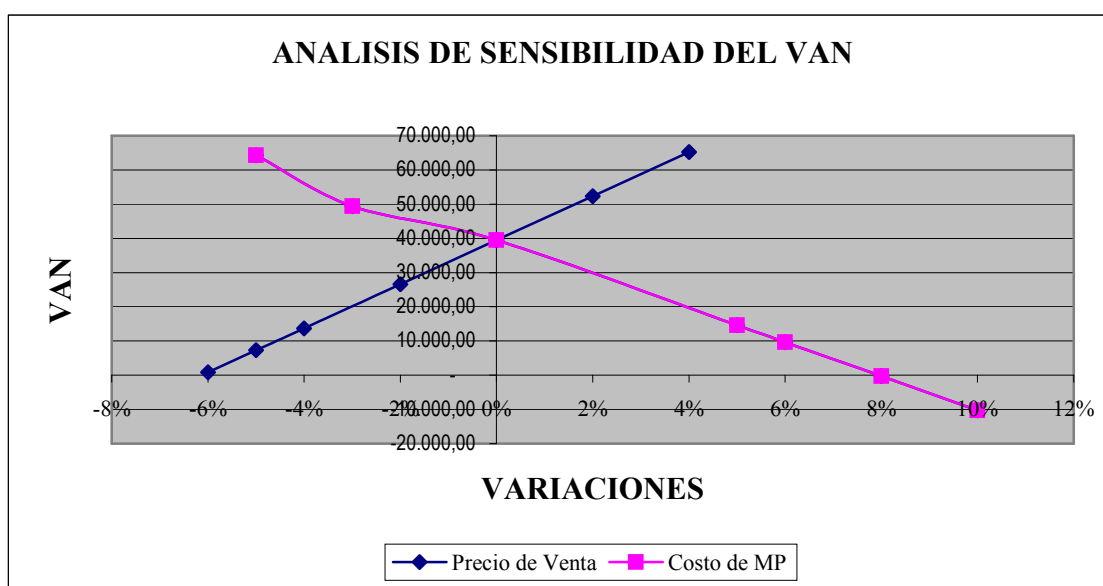
Elaboración: Autor del Proyecto

Como podemos observar , las variaciones en el precio afectan más al proyecto que las variaciones en el costo. Si hubiera un alza del 6% en el costo el proyecto aún sería rentable, puesto que el VAN es positivo y la TIR es mayor que la TMAR. En cambio una caída del 6% en los precios, haría que el proyecto ya no sea rentable, dado que la TIR es igual a 15,75%, es decir menor al 15% exigido por los inversionistas.

- **Análisis de Sensibilidad**

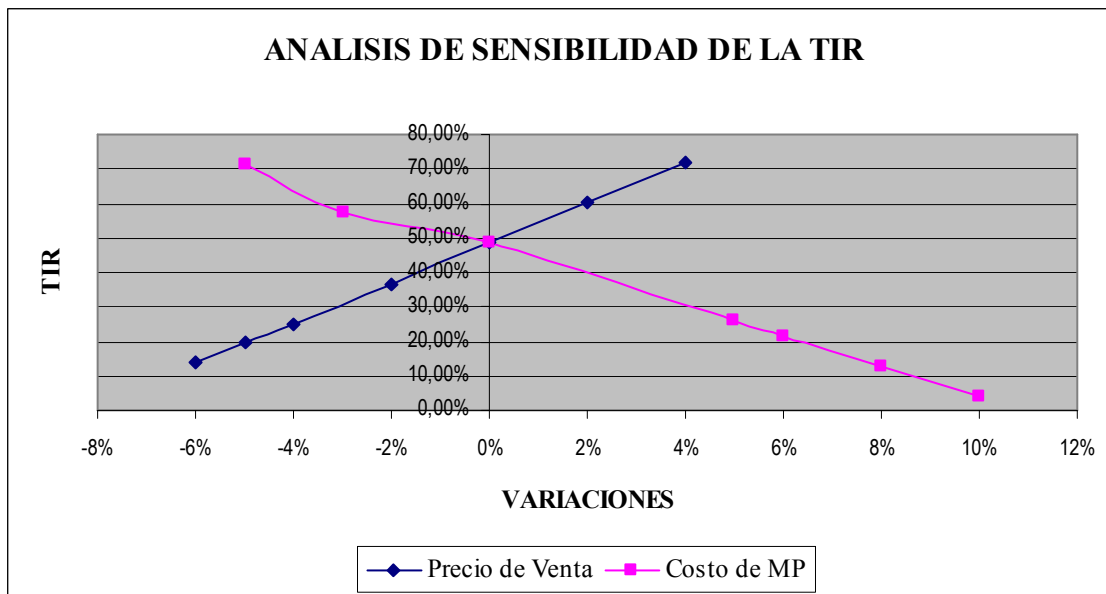
Este análisis se lo realiza graficando los resultados obtenidos en el análisis de riesgos por escenarios, y se lo aplica para determinar el grado de sensibilidad del VAN y TIR con respecto a las variables más relevantes. A continuación se muestra los gráficos de la sensibilidad del VAN y TIR respectivamente:

Gráfica 5.5.e



Elaboración: Autor del Proyecto

Gráfica 5.5.f



Elaboración: Autor del Proyecto

Dado que las pendientes del precio son mayores, se concluye que tanto el VAN como la TIR del proyecto, son más sensibles a variaciones en los precios que a variaciones en el costo de producción.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

- El mercado de la cerveza en el Ecuador es una fuente importante de ingresos para el país y para las microempresas que se dedican a este negocio debido al gran consumo por parte de sus adeptos.
- El servicio es un servicio innovador que permitirá mejorar la distribución a nivel local de las compañías cerveceras.
- El negocio tiene una ubicación preferente ya que está rodeado de locales que se dedican a la comercialización del producto.
- La competencia interna de los productores de cerveza podría ser una barrera para la comercialización de ambos productos, por lo que se tiene que realizar un análisis del mercado para conocer cual de las marcas es la preferida en el sector para realizar la mejor selección.
- La forma de comunicación, el estilo de liderazgo y el esquema de motivación van a ser fundamentales para poder comprometer a los empleados con el negocio.
- El cliente es el punto más importante dentro del negocio y por eso es que éste va a evaluar el trato recibido con el fin de obtener puntos de mejora.
- Las políticas de crédito a los clientes deben quedar establecidas para evitar futuros contratiempos con los mismos.



- La demanda insatisfecha es un gran motivador para emprender este tipo de negocios en la ciudad de Guayaquil, es una ciudad que tiene un gran número de consumidores cerveceros.

6.2 RECOMENDACIONES

- Las compañías cerveceras deben analizar nuevas alternativas de distribución para satisfacer la demanda de mercado insatisfecha que se encuentra en el país.
- Las compañías cerveceras deben invertir más en Investigación y Desarrollo para analizar las mejores alternativas de frigoríficos para llevar a cabo este servicio, lo cual permitirá un mejor empoderamiento del mismo en los locales.
- Este proyecto por utilizar en su mayoría mano de obra no calificada debe brindar las seguridades del caso para la estiba realizada del producto, no debe ser tomada a la ligera la salud de los empleados.

BIBLIOGRAFIA

Textos:

- “Principios de Finanzas Corporativas” Richard A. Brealey, Stewart C. Myers; 5ta. Edición, 1998.
- “Administración Financiera Corporativa” Douglas R. Emery, John D. Finnerty; 1ra. Edición, 2000.
- “Introducción a Contabilidad Financiera” Horngren, Sundem, Elliot; 5ta. Edición, 1994.
- “Contabilidad de Costos: Un enfoque Gerencial” Horngren, Foster, Datar; 8ta. Edición, 1994.
- “Preparación y Evaluación de Proyectos” Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain; 4ta. Edición, 2005.
- “Evaluación de Proyectos de Inversión en la Empresa” Nassir Sapag Chain; 1ra. Edición, 2001.
- “Promoción de Ventas” José Luis Chong; 2da. Edición, 2000.

Internet

- www.bce.fin.ec
- www.sri.gov.ec
- <http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/ciencia/capsulas1.htm>

- <http://www.ccn.com.ni/misc/carbon.html>
- <http://www.monografias.com/trabajos29/cerveza-cristal/cerveza-cristal.shtml>
- <http://www.monografias.com/trabajos11/polar/polar.shtml>
- <http://www.monografias.com/trabajos13/erve/erve.shtml>
- http://www.hoy.com.ec/NotiDinero.asp?row_id=205004
- <http://www.notengoidea.com.ar/colegio/consumoydemanda.htm>

INDICE DE ANEXOS

ANALISIS DE MERCADO

Anexo 1.1

Investigación de Campo: Encuesta

ANALISIS DEL PRODUCTO

Anexo 2.4.

Análisis de las cinco fuerzas de Porter

ANALISIS TECNICO

Anexo 3.2.

Análisis de Costos y Gastos para determinar el tamaño óptimo

ANALISIS LEGAL

Anexo 4.1.

Obligaciones del Comerciante según la Cámara de Comercio de Guayaquil

ESTUDIO FINANCIERO

Anexo 5.1.8.a

Tabla de Amortización del Préstamo

Anexo 5.1.8.b

Tasa Máxima Referencial para préstamos comerciales en vigencia a partir del 1 de Diciembre 2006 según la Superintendencia de Bancos

Anexo 5.1.9

Tasa de Riesgo País según el Banco Central del Ecuador

Anexo 5.2.

Punto de Equilibrio en Unidades Monetarias y Unidades Físicas

ENCUESTA

1.- Enumere del 1 al 4 la bebida que mayor demanda tiene en su local.

Cerveza Vodka
 Whisky Ron Otras _____

2.- ¿El abastecimiento actual de cerveza que lo ofrece su distribuidor lo satisface?

Si No Por qué? _____

Si su respuesta a la pregunta anterior fue "SI", siga a la pregunta 9, continúe con la siguiente pregunta si la respuesta es "NO".

3.- ¿Le gustaría que le entreguen en su local el producto solicitado al momento que Ud. Lo requiera?

Si No Por qué? _____

Si su respuesta a la pregunta anterior fue "NO", siga a la pregunta 9, continúe con la siguiente pregunta si la respuesta es "SI".

4.- ¿Cómo preferiría que le entreguen el producto solicitado?

Helado Ambiente Ambas

5.- ¿Cuál es el día de la semana que tiene mayor desabastecimiento del producto?

Lunes Martes Miércoles Jueves
 Viernes Sábado Domingo

6.- ¿En qué horario le gustaría que le entreguen el producto?

Diurno Matutino
 Vespertino Amanecer

7.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un producto helado que le sería entregado a cualquier hora en su local y cuál sería el producto de su elección?

	de 6,60 a 6,80		de 14,80 a 15
Cajas Familiares	de 6,81 a 7,10	Cajas Personales	de 15,01 a 16,0
	de 7,11 a 7,30		de 16,01 a 17,30

8.- ¿Cuánto cajas de cerveza estaría Ud. dispuesto a solicitar por mes ?

de 10 a 15 de 16 a 25 de 26 a 35

9.- Datos del Encuestado: Sexo: Hombre Mujer
 Actividad: _____

EMPRESA: DEPOSITO FRIO DE CERVEZA "EL GALPON"

ANALISIS DE PORTER

Factores Estratégicos		1	2	3	4	5		
1	Número de Competidores	Muchos			X	Pocos		
2	Existencia de Competidor Importante o Líder	No	X			Si		
3	Crecimiento del Sector	Bajo	X			Alto		
4	Tipo de Servicio	Estándar	X			Diferenciado		
5	Exceso de Capacidad Instalada (Frigoríficos)	Si			X	No		
Barreras de Salida:								
6	Especialización de Activos	Alta		X		Baja		
7	Intereses Estratégicos	Muchos			X	Pocos		
8	Barreras Emocionales	Muchas			X	Pocas		
9	Restricciones Sociales o de Gobierno	Existen				X No Existen		
10	Ciclo de Vida del Producto	Decadente			X	Introducción		
11	Grado de Encubrimiento del Mercado	Alto		X		Bajo		
12	Grado de Innovación	Poco		X		Mucho		
RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES		ALTA	0	2	15	20	5	BAJA
PROMEDIO		3,50						

Factores Estratégicos		1	2	3	4	5		
Barreras de Ingreso								
1	Tipo de Servicio	Estándar		X		Diferenciado		
2	Requisitos de Capital	Bajos			X	Altos		
3	Costos por Cambio de Proveedor	Bajos			X	Altos		
4	Acceso a Canales de Distribución	Bajos			X	Altos		
Desventaja en costos por:								
5	Acceso a tecnología	Fácil		X		Restringida		
6	Subsidios Gubernamentales	No existe	X			Existe		
7	Curva de aprendizaje y experiencia	Fácil		X		Difícil		
8	Atención del mercado por la industria	Deficiente			X	Excelente		
9	Reacción esperada de la industria	Pocas			X	Muchas		
10	Innovación del Servicio	Lento			X	Rápido		
AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES		ALTA	1	2	18	8	0	BAJA
PROMEDIO		2,90						

EMPRESA: DEPOSITO FRIO DE CERVEZA "EL GALPON"

ANALISIS DE PORTER

Factores Estratégicos		1	2	3	4	5			
1	Exclusividad de Venta	Alta		X		Baja			
2	Número de Proveedores	Pocos	X			Muchos			
3	Tiempos de Entrega	Rápido		X		Lento			
4	Facilidad de Crédito	Poco	X			Mucho			
5	Marcas Reconocidas	Alta	X			Baja			
6	Costos por Cambio de Proveedor	Bajos			X	Altos			
7	Canales de Distribución	Bajos		X		Altos			
8	Tipo de Servicio	Estándar		X		Diferenciado			
PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES		PROMEDIO	ALTA	3	4	6	4	0	BAJA
			2,13						

Factores Estratégicos		1	2	3	4	5			
1	Concentración de los Clientes	Alta				X	Baja		
2	Volumen de Compra de los Clientes	Alto		X			Baja		
3	Tipo de Servicio	Estándar		X			Diferenciado		
4	Costos por Cambio de Proveedor	Bajos			X		Altos		
5	Importancia de Calidad del Servicio	Alta	X				Baja		
6	Necesidad del Servicio para el Cliente	Alta	X				Baja		
7	Utilidad del Cliente	Baja			X		Alta		
8	Disponibilidad de Información por parte del cliente de de costos y demanda del proveedor	Alta					X	Baja	
PODER DE NEGOCIACION DE LOS CLIENTES		PROMEDIO	ALTA	2	0	6	8	10	BAJA
			3,25						

Descripción	ANALISIS DE TAMAÑO				
	1	2	3	4	5
Capacidad Frigorífico (m3)	20	25	30	40	50
Precio Cajas Familiares (\$)	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
Precio Cajas Personales (\$)	14,80	14,80	14,80	14,80	14,80
No.Cajas Familiares Mensuales	1.361	1.701	2.042	2.722	3.403
No. Cajas Personales Mensuales	1.183	1.479	1.775	2.366	2.958
Ingresos Anuales	324.452,92	405.566,15	486.679,38	648.905,84	811.132,30
Costo Variable Anuales	-250.589,25	-313.236,56	-375.883,87	-501.178,50	-626.473,12
Costos Fijos Anuales	-18.600,00	-21.600,00	-32.160,00	-35.400,00	-47.520,00
Inversion	-16.595,01	-17.468,86	-29.181,37	-28.521,78	-44.877,23
Valor de desecho	0	0	0	0	0
VAN	38.669	53.261	49.454	83.805,56	92.261,95

Costos Fijos Mensuales Descripción	ANALISIS DE TAMAÑO				
	1	2	3	4	5
Bodeguero	160,00	160,00	320,00	320,00	480,00
Gerente	400,00	400,00	500,00	500,00	500,00
Administrador	250,00	250,00	350,00	350,00	400,00
Chofer	160,00	160,00	320,00	320,00	480,00
Energía Eléctrica	200,00	300,00	350,00	450,00	500,00
Agua Potable	50,00	50,00	80,00	130,00	200,00
Telefonía Pública	30,00	30,00	60,00	80,00	100,00
Gasolina	200,00	300,00	500,00	500,00	800,00
Mantenimiento Frogorificos	100,00	150,00	200,00	300,00	500,00
Total Costos Fijos Mensual	1.550,00	1.800,00	2.680,00	2.950,00	3.960,00
Total Costos Fijos Anual	18.600,00	21.600,00	32.160,00	35.400,00	47.520,00

Inversión	ANALISIS DE TAMAÑO				
	1	2	3	4	5
Terreno	10.000,00	10.000,00	14.000,00	18.000,00	20.000,00
Infraestructura	7.500,00	7.500,00	9.000,00	10.000,00	12.000,00
Computadora	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
Impresora	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Teléfono Fax	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
Teléfono Celular	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Cámara de Frío	12.000,00	15.000,00	18.000,00	20.000,00	22.000,00
Escritorio Ejecutivo	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Escritorio Oficina	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00
Silla Ejecutiva	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Sillas de Oficina	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Archivador	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Vehículos	24.500,00	24.500,00	56.000,00	56.000,00	112.000,00
Constitución Empresa	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
Patentes	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Licencia	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Reguladores de Voltaje	350,00	350,00	500,00	1.000,00	1.000,00
Carrito Cargador de Jabas	60,00	60,00	120,00	250,00	250,00
Pares de Guantes	12,00	12,00	12,00	50,00	50,00
Protectores de Espalda	60,00	60,00	60,00	100,00	100,00
Tanque de capacidad de 1,000 litros.	70,00	70,00	70,00	300,00	300,00
Total	56.972,00	59.972,00	100.182,00	108.120,00	170.120,00
CAE Inversión	\$ 16.595,01	\$ 17.468,86	\$ 29.181,37	\$ 28.521,78	\$ 44.877,23



CAMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL

OBLIGACIONES DEL COMERCIANTE

Los actos de comercio pueden ser realizado por personas naturales y personas jurídicas.

- o Las personas naturales que hacen del comercio su profesión habitual, deben obtener la matrícula de comercio y cumplir con las disposiciones establecidas en el Código de Comercio; y,
- o Las personas jurídicas para ejecutar actos de comercio deben estar constituidas como compañías o sociedades comerciales, para lo cual deben sujetarse a las normas de la Ley de Compañías.

Una vez que se ha formalizado la actividad comercial, deben cumplirse con obligaciones que asegurarán el buen funcionamiento de su negocio. Estas son:

FACTURACIÓN

- Una vez obtenido el RUC, la persona natural o jurídica está en la obligación de solicitar al SRI, la autorización para la emisión de comprobantes de venta.

REQUISITOS	VIGENCIA	LUGAR
1. Estar al día en obligaciones tributarias	Doce meses, contados a partir de la fecha de autorización.	www.sri.gov.ec . Establecimientos gráficos autorizados

DECLARACIÓN DE IMPUESTOS

- Toda persona natural o jurídica está en la obligación de presentar y declarar sus impuestos, según las fechas señaladas por la entidad tributaria:

IMPUESTO	FORMULARIO	OBLIGACIÓN
IMPUESTO A LA RENTA Sociedades	101	Anual
IMPUESTO A LA RENTA Personas naturales	102	Anual
RETENCIONES EN LA FUENTE	103	Mensual Conforme el noveno dígito del RUC
IVA	104	Mensual. Conforme el noveno dígito del RUC
Anticipo del impuesto a la Renta P. Naturales obligadas a llevar contabilidad y P. Jurídicas	106	Julio y septiembre

CONTRIBUCIONES AÑO 2005

- Las compañías sujetas al control de la Superintendencia de Compañías deben pagar a ésta, el valor correspondiente al uno por mil de sus activos reales. El pago deberá realizarse hasta el 30 de septiembre del 2005 en la cuenta corriente rotativa de ingresos No. 346497-0 del Banco del Pacífico, a nombre de la Superintendencia de Compañías.
- Si las compañías tienen activos reales iguales o inferiores a doce mil dólares de los Estados Unidos de América para el presente año, tendrán una contribución con tarifa cero dólares de los Estados Unidos de América.

PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO DE LOCALES COMERCIALES

USO DE SUELO

- Documento que aprueba la instalación de un determinado negocio, en un sector de la ciudad.

REQUISITOS	VIGENCIA	LUGAR
1 - Pago de tasa de trámite 2 - Presentación de formulario en Departamento de Uso de Suelo	Se lo obtiene por una sola ocasión.	Municipio de Guayaquil, Segundo piso Malecón y 10 de agosto

CERTIFICADO DE SEGURIDAD DEL B. CUERPO DE BOMBEROS

- Todo establecimiento está en la obligación de obtener el referido certificado, para lo cual deberá adquirir un extintor o realizar la recarga anual. El tamaño y número de extintores dependerá de las dimensiones del local.

REQUISITOS	VIGENCIA	LUGAR
1 - Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente 2 - Fotocopia nítida del RUC actualizado 3 - Carta de autorización a favor de quien realiza trámite 4 - Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite 5 - Nombramiento del representante legal si es compañía 6 - Original y copia de la calificación artesanal 6 - Señalar dimensiones del local	Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.	Ave 9 de Octubre y Escobedo, Segundo piso

PATENTES MUNICIPALES

- Toda persona natural o jurídica que realice actividad comercial, industrial, financiera y de servicio, que opere habitualmente en el cantón Guayaquil, así como las que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

REQUISITOS	VIGENCIA	LUGAR
1 - Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos 2 - RUC actualizado 3 - Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica 4 - Copia cédula y certificado de votación del dueño del local 5 - Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución, si es compañía.	Anual, hasta 31 de diciembre de cada año	Municipio de Guayaquil, Malecón y 10 de agosto

TASA DE HABILITACIÓN DE LOCALES COMERCIALES, INDUSTRIALES Y DE SERVICIOS

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

REQUISITOS	VIGENCIA	LUGAR
1 - Pago de tasa de trámite por Tasa de Habilitación 2 - Llenar formulario de Tasa de Habilitación 3 - Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos 4 - Original y copia de la patente de comerciante del año a tramitar 5 - Copia del RUC actualizado 6 - Copia cédula y certificado de votación del dueño del local y de quien realiza el trámite 7 - Autorización a favor de quien realiza el trámite 8 - Croquis del lugar donde está ubicado el negocio 9 - Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución, si es compañía	Anual, hasta 31 de diciembre de cada año	Municipio de Guayaquil, Malecón y 10 de agosto

TABLA DE DEPRECIACION

Descripción	Valor Total	Valor Residual	Tiempo (Meses)	Depreciación Mensual	Año 1 2007	Año 2 2008	Año 3 2009	Año 4 2010	Año 5 2011	Año 6 2012	Año 7 2013	Año 8 2014	Año 9 2015	Año 10 2016	Año 11 2017	Año 12 2018	Año 13 2019	Año 14 2020	Año 15 2021	Año 16 2021	Año 17 2021	Año 18 2024	Año 19 2025	Año 20 2026		
Infraestructura	3,500.00	350.00	240.00	28.13	337.50	337.50	337.50	337.50	337.50	337.50	337.50	337.50	337.50	337.50	337.50	337.50	337.50	337.50	337.50	337.50	337.50	337.50	337.50	337.50		
Total Infraestructura	3,500.00	350.00																								
Equipos / Muebles y Emseres																										
Equipos de computación																										
Computadores	700.00	70.00	36.00	19.44	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	
Impresoras	50.00	5.00	8.00	6.25	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	
Total Equipos de Comput.	750.00	75.00																								
Equipos de Oficina																										
Teléfonos Fija	25.00	2.50	36.00	1.88	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50
Escritorios	30.00	3.00	36.00	0.75	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00	
Total Equipos de Oficina	55.00	5.50																								
Equipos de Oficina																										
Reemplazos de In. Comp. y Ofic.	105.00	10.50																								
Total Equipos de Oficina	105.00	10.50																								
Equipos de Operación																										
Camara de Fijo	12,000.00	1,200.00	120.00	90.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	
Total de Equipos de Operación	12,000.00	1,200.00																								
Muebles de Oficina																										
Escritorio Ejecutivo	100.00	10.00	60.00	1.66	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	
Escritorio Oficina	60.00	6.00	60.00	1.00	7.20	7.20	7.20	7.20	7.20	7.20	7.20	7.20	7.20	7.20	7.20	7.20	7.20	7.20	7.20	7.20	7.20	7.20	7.20	7.20	7.20	
Sillas de Oficina	100.00	10.00	60.00	1.66	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	18.00	
Archivador	60.00	6.00	60.00	0.90	10.80	10.80	10.80	10.80	10.80	10.80	10.80	10.80	10.80	10.80	10.80	10.80	10.80	10.80	10.80	10.80	10.80	10.80	10.80	10.80	10.80	
Total Muebles de Oficina	360.00	36.00																								
Vehiculos																										
Vehiculos	24,500.00	2,450.00	60.00	407.50	4,410.00	4,410.00	4,410.00	4,410.00	4,410.00	4,410.00	4,410.00	4,410.00	4,410.00	4,410.00	4,410.00	4,410.00	4,410.00	4,410.00	4,410.00	4,410.00	4,410.00	4,410.00	4,410.00	4,410.00	4,410.00	
Total Vehiculos	24,500.00	2,450.00																								
Total Activos Fijos	83,120.00	8,312.00																								
Total Depreciación																										
Depreciación Acumulada																										
					6,149.70	6,149.70	6,149.70	6,149.70	6,149.70	6,149.70	6,149.70	6,149.70	6,149.70	6,149.70	6,149.70	6,149.70	6,149.70	6,149.70	6,149.70	6,149.70	6,149.70	6,149.70	6,149.70	6,149.70	6,149.70	
					6,149.70	12,299.40	18,449.10	24,598.80	30,748.50	36,898.20	43,047.90	49,197.60	55,347.30	61,497.00	67,646.70	73,796.40	79,946.10	86,095.80	92,245.50	98,395.20	104,544.90	110,694.60	116,844.30	122,994.00	129,143.70	

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Valor Actual	\$ 25.000,00
Tasa	13,83%
Plazo años	3
Periodo por año	12
Anualidades	\$ 852,38

Tabla de Amortización del Furgón				
Periodo	Pago	Interes	Amortización	Saldo Insoluto
0				\$ 25.000,00
1	\$ 852,38	\$ 288,13	\$ 564,25	\$ 24.435,75
2	\$ 852,38	\$ 281,62	\$ 570,76	\$ 23.864,99
3	\$ 852,38	\$ 275,04	\$ 577,33	\$ 23.287,66
4	\$ 852,38	\$ 268,39	\$ 583,99	\$ 22.703,67
5	\$ 852,38	\$ 261,66	\$ 590,72	\$ 22.112,95
6	\$ 852,38	\$ 254,85	\$ 597,53	\$ 21.515,42
7	\$ 852,38	\$ 247,97	\$ 604,41	\$ 20.911,01
8	\$ 852,38	\$ 241,00	\$ 611,38	\$ 20.299,63
9	\$ 852,38	\$ 233,95	\$ 618,42	\$ 19.681,21
10	\$ 852,38	\$ 226,83	\$ 625,55	\$ 19.055,66
11	\$ 852,38	\$ 219,62	\$ 632,76	\$ 18.422,90
12	\$ 852,38	\$ 212,32	\$ 640,05	\$ 17.782,84
13	\$ 852,38	\$ 204,95	\$ 647,43	\$ 17.135,41
14	\$ 852,38	\$ 197,49	\$ 654,89	\$ 16.480,52
15	\$ 852,38	\$ 189,94	\$ 662,44	\$ 15.818,08
16	\$ 852,38	\$ 182,30	\$ 670,07	\$ 15.148,00
17	\$ 852,38	\$ 174,58	\$ 677,80	\$ 14.470,21
18	\$ 852,38	\$ 166,77	\$ 685,61	\$ 13.784,60
19	\$ 852,38	\$ 158,87	\$ 693,51	\$ 13.091,09
20	\$ 852,38	\$ 150,87	\$ 701,50	\$ 12.389,58
21	\$ 852,38	\$ 142,79	\$ 709,59	\$ 11.679,99
22	\$ 852,38	\$ 134,61	\$ 717,77	\$ 10.962,23
23	\$ 852,38	\$ 126,34	\$ 726,04	\$ 10.236,19
24	\$ 852,38	\$ 117,97	\$ 734,41	\$ 9.501,78
25	\$ 852,38	\$ 109,51	\$ 742,87	\$ 8.758,91
26	\$ 852,38	\$ 100,95	\$ 751,43	\$ 8.007,48
27	\$ 852,38	\$ 92,29	\$ 760,09	\$ 7.247,39
28	\$ 852,38	\$ 83,53	\$ 768,85	\$ 6.478,54
29	\$ 852,38	\$ 74,67	\$ 777,71	\$ 5.700,83
30	\$ 852,38	\$ 65,70	\$ 786,68	\$ 4.914,15
31	\$ 852,38	\$ 56,64	\$ 795,74	\$ 4.118,41
32	\$ 852,38	\$ 47,46	\$ 804,91	\$ 3.313,49
33	\$ 852,38	\$ 38,19	\$ 814,19	\$ 2.499,31
34	\$ 852,38	\$ 28,80	\$ 823,57	\$ 1.675,73
35	\$ 852,38	\$ 19,31	\$ 833,07	\$ 842,67
36	\$ 852,38	\$ 9,71	\$ 842,67	\$ -0,00
TOTAL	\$ 852,38	\$ 5.685,61	\$ 25.000,00	

CATEGORIA	TIPO DE SUJETO	COMERCIAL				CONSUMO	VIVIENDA	MICROEMPRESA
		CORPORAT.	EMPRESAR.	PE'S	PERSONAL			
TASAS DE INTERÉS	Tasa Máxima	13.83%	13.83%	13.83%	13.83%	13.83%	13.83%	13.83%
	Fija					12.00%		
		Crédito Autoseguro 1 (A)				13.83%		
		Prestamo Preferencial Diners PPD (A)						
		Crédito Productivo - (Garantía Quirografana) 1 (A)			12.05%			
		Crédito Factoring max 180 días (B)	12.00%		12.00%			
		Crédito de Empresas		12.05%				
		Crédito Corporativo	12.00%					
		Vanables				12.05%		
						12.05%		
		Crédito Preciso- (Garantía Quirografana) 1 (A)					10.00%	
		Crédito Línea Abierta (garantía hipotecana) (A)					11.00%	
		Crédito Habitar 10 años (1) (2) (A)					12.00%	
		Crédito Habitar 15 años (1) (2) (A)					12.00%	
		Crédito Habitar 20 años (1) (2) (A)					12.05%	
	Crédito para adquisición de terrenos(hasta 5 años)				12.05%			
	Crédito Multihipoteca (1) (A)			12.00%				
	Crédito Productivo (garantía hipotecana) 1 (A)	12.00%	12.05%	12.05%				
	Crédito Leasing (B)							
	Crediflé en base a monto por rangos (A)						12.05%	
		De \$300 a \$1 000					12.05%	
		De \$1 001 a \$2 500					12.05%	
		De \$2 501 a \$3 500					12.05%	
		De \$3 501 a \$5 000					12.05%	
		De \$5 001 a \$10 000					12.05%	
	Crédito Construir (A)		12.00%					
	Plan de Pagos	TABLAS DE AMORTIZACIÓN DE CADA PRODUCTO						
	(A)	OPERACIÓN A TERMINO						
	(B)							
SOBREGIROS	OCASIONALES:	Notas (2) y (3)						
		Tasas	12.77%	12.77%	12.77%	12.77%		12.77%
		Comisiones	9.00%	9.00%	9.00%	9.00%		9.00%
	CONTRATADO:	TASA DE INTERÉS						
		Línea de Sobregiro	12.77%	12.77%	12.77%			
		Línea de sobregiro contratada Privada				12.77%		
		Línea de sobregiro contratada Preferencial				12.77%		
		Línea de sobregiro contratada Masivo Personal				12.77%		
		Línea de sobregiro contratada Consumo				12.77%		
		Línea de sobregiro contratada Transaccional				12.77%		
		COMISION						
	Línea de Sobregiro	2.00%	4.00%	5.00%				
	Línea de sobregiro contratada Privada				5.00%			
	Línea de sobregiro contratada Preferencial				5.00%			
	Línea de sobregiro contratada Masivo Personal				6.00%			
	Línea de sobregiro contratada Consumo				8.00%			
	Línea de sobregiro contratada Transaccional				8.00%			
TASA EN MORA	FECHA DE APLICACIÓN	LA TASA DE MORA SERA 1.1 VECESA LA TASA VIGENTE DE CADA CREDITO AL MOMENTO DEL VENCIMIENTO						
	% ADICIONAL DE INTERÉS	SE COBRARA EL 2% SOBRE EL CAPITAL DEL DIVIDENDO VENCIDO POR MAS DE 3 DIAS, MINIMO \$3						
	GASTOS DE COBRANZA	CREDITOS DE VENCIMIENTO UNICO MINIMO \$50						
CARGOS ASOCIADOS AL CREDITO	COMISIONES POR ASESORAMIENTO						\$ 10.00	
	COMISIONES DE CREDITO							
		Crédito Preciso- (Garantía Quirografana) (1)				5.00% (*)		
		Crédito Autoseguro				2.00% (*)		
		Prestamo Preferencia Diners PPD				N/A		
		Crédito Productivo - (Garantía Quirografana) (1)			4.74% (**)			
		Crédito Factoring PES max 180 días (1)	N/A	N/A	5.50% (**)			
		Crédito de Empresas						
		Crédito Corporativo	N/A	N/A				
		Crédito Línea Abierta (garantía hipotecana)				5.00% (*)		
		Crédito Habitar 10, 15 y 20 años (1)					2.00% (*)	
		Crédito para adquisición de terrenos					5.00% (*)	
		Crédito Multihipoteca (1)				5.00% (*)	5.00% (*)	
		Crédito Productivo (garantía hipotecana hasta 1 año) (1)			4.00% (**)			
		Crédito Leasing PES	N/A	N/A	3.00% (*)			
	Crediflé en base a monto por rangos (4)						1.10% (***)	
		De \$300 a \$1 000					0.60% (***)	
		De \$1 001 a \$2 500					0.55% (***)	
		De \$2 501 a \$3 500					0.50% (***)	
		De \$3 501 a \$5 000					0.45% (***)	
		De \$5 001 a \$10 000						
	De desgravamen	Costo			1.2 X 1 000	1.2 X 1 000	0.030%	
	Contra accidentes	Frecuencia	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		Costo						
	De salud	Frecuencia	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		Costo						
	De Robo	Frecuencia	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		Costo						
	Incendio	Frecuencia	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		Costo						
	Auto	Frecuencia	N/A	N/A	N/A	0.023%	0.023%	N/A
		Costo				Término	Mensual	N/A
		Frecuencia				N/A	N/A	N/A
		Costo					5.22%	
		Frecuencia					Mensual	
	IMPUESTO UNICO SOLCA 1%		1%	1%	1%	1%	1%	1%
OTROS SERVICIOS	AVALUOS (5):						Monto máximo	
		30 000 a 50 000					\$ 86.00	
		50 001 a 70 000					\$ 112.00	
		70 001 a 100 000					\$ 130.00	
		100 001 en adelante					\$ 400.00	
	Trámites y gastos legales (Inscripción, impuestos, honorarios, abogados)						\$ 140.00	

NOTAS:
 1) Cliente asumirá el costo del seguro de desgravamen (Aplicable solo a personas naturales)
 2) El valor mínimo de la comisión no podrá ser inferior a usd 4
 3) Si el sobregiro no ha sido cubierto en 20 días desde el inicio del mismo, se aplicará una comisión del 1% flat sobre el valor (por una sola vez)
 4) En caso de Micro Créditos la comisión es por el plazo, si este supera los 12 meses el factor de tiempo sera siempre 12 meses
 5) Existen condiciones especiales en ciertos avalúos
 6) Incluye la prima del seguro más el costo del débito automático
 7) Forma de cobro de la comisión Flat/originación
 **) Forma de cobro de la comisión Anualizada/originación
 ***) Forma de cobro de la comisión Mensual

DETALLE		INTERES	
CUENTA CORRIENTE CORPORATIVA/EMPRESARIAL/PERSONAL		0%	
CUENTA DE AHORROS		CUENTA GANADOLAR	AHORROS EMPRESAS
DE 1 A 100	0.00%	DE 1 A 100	0.00%
DE 100,01 A 400	0.50%	DE 100,01 A 500	0.50%
DE 400,01 A 1.000	1.50%	DE 500,01 A 1.000	1.25%
DE 1.000,01 A 2.500	1.75%	DE 1.000,01 A 2.500	1.50%
DE 2.500,01 A 10.000	2.00%	DE 2.500,01 A 5.000	1.75%
DE 10.000,01 A 50.000	2.25%	DE 5.000,01 A 50.000	2.00%
DE 50.000,01 A 100.000	2.50%	DE 50.000,01 A 250.000	2.50%
DE 100.000,01 EN ADELANTE	3.00%	MAS DE 250.000,01	3.00%
			DE 0 A 100
			DE 100,01 A 500
			DE 500,01 A 1.000
			DE 1.000,01 A 2.500
			DE 2.500,01 A 5.000
			DE 5.000,01 A 50.000
			DE 50.000,01 A 250.000
			DE 250.000,01 EN ADELANTE

INTERES A PAGAR POR MONTOS

POLIZAS DE ACUMULACIÓN	MONTOS DE INVERSIÓN							
	DE 500 A 4.999	DE 5.000 A 9.999	DE 10.000 A 49.999	DE 50.000 A 99.999	DE 100.000 A 199.999	DE 200.000 A 499.999	DE 500.000 A 999.999	DE 1'000.000 ADELANTE
CERTIFICADOS DE AHORRO								
DE 30 A 59 DIAS	2.75%	2.75%	2.75%	3.00%	3.25%	3.50%	3.75%	4.25%
DE 60 A 89 DIAS	2.85%	3.00%	3.10%	3.35%	3.60%	3.85%	4.10%	4.60%
DE 90 A 119 DIAS	3.00%	3.13%	3.25%	3.50%	3.75%	4.00%	4.25%	4.75%
DE 120 A 179 DIAS	3.00%	3.13%	3.25%	4.00%	4.75%	5.00%	5.25%	5.75%
DE 180 A 269 DIAS	3.50%	3.63%	3.75%	5.00%	5.25%	5.50%	5.75%	6.25%
DE 270 A 364 DIAS	3.75%	3.88%	4.00%	5.25%	5.50%	5.75%	6.00%	6.50%
DE 365 A 720 DIAS	4.00%	4.13%	4.25%	5.50%	5.75%	6.00%	6.25%	6.75%
DE 721 DIAS O MAS	4.25%	4.38%	4.50%	5.75%	6.00%	6.25%	6.50%	7.00%
A.R.M.A. AHORRO RENTA MENSUAL								
DE 90 A 119 DIAS	2.99%	3.12%	3.24%	3.49%	3.74%	3.99%	4.24%	4.73%
DE 120 A 179 DIAS	2.99%	3.12%	3.24%	3.98%	4.72%	4.97%	5.22%	5.71%
DE 180 A 269 DIAS	3.47%	3.60%	3.72%	4.95%	5.19%	5.44%	5.68%	6.17%
DE 270 A 364 DIAS	3.70%	3.83%	3.95%	5.16%	5.40%	5.64%	5.88%	6.36%
DE 365 A 720 DIAS	3.93%	4.05%	4.17%	5.37%	5.60%	5.84%	6.08%	6.55%
DE 721 DIAS O MAS	4.13%	4.25%	4.36%	5.53%	5.76%	5.99%	6.22%	6.67%

NOTAS:

- (1) CON CREDITO MENSUAL DE INTERES
- (2) CAPITALIZACIÓN DIARIA DE INTERES
- (3) TASAS DE INTERES APLICABLES SOLO A PERSONAS NATURALES
- (4) PAGO DE INTERES EN FUNCIÓN DE SALDOS PROMEDIOS

SIMULACIÓN

CREDITOS DE CONSUMO (Ejemplos)

12 MESES (PAGOS MENSUALES)

MONTO A FINANCIAR	MONTO EFECTIVO (*)	CARGA FINANCIERA	VALOR CUOTA	TASA MAXIMA	COMISION MAXIMA	PRIMA
\$ 2,000.00	\$ 1,844.60	\$ 269.46	\$ 177.84	12.05%	6.77%	0.10%
\$ 5,000.00	\$ 4,611.50	\$ 673.64	\$ 444.59	12.05%	6.77%	0.10%
\$ 10,000.00	\$ 9,223.00	\$ 1,347.28	\$ 889.19	12.05%	6.77%	0.10%

18 MESES (PAGOS MENSUALES)

MONTO A FINANCIAR	MONTO EFECTIVO (*)	CARGA FINANCIERA	VALOR CUOTA	TASA MAXIMA	COMISION MAXIMA	PRIMA
\$ 2,000.00	\$ 1,844.60	\$ 333.26	\$ 122.10	12.05%	6.77%	0.10%
\$ 5,000.00	\$ 4,611.50	\$ 833.16	\$ 305.26	12.05%	6.77%	0.10%
\$ 10,000.00	\$ 9,223.00	\$ 1,666.31	\$ 610.52	12.05%	6.77%	0.10%

1.8. MICROCREDITOS (Ejemplos)

12 MESES (PAGOS MENSUALES)

MONTO A FINANCIAR	MONTO EFECTIVO (*)	CARGA FINANCIERA	VALOR CUOTA	TASA MAXIMA	COMISION MAXIMA	PRIMA
\$ 2,000.00	\$ 1,836.00	\$ 265.12	\$ 177.74	12.05%	7.20%	0.00%
\$ 5,000.00	\$ 4,650.00	\$ 611.33	\$ 444.36	12.05%	6.00%	0.00%
\$ 10,000.00	\$ 9,360.00	\$ 1,170.10	\$ 888.72	12.05%	5.40%	0.00%

18 MESES (PAGOS MENSUALES)

MONTO A FINANCIAR	MONTO EFECTIVO (*)	CARGA FINANCIERA	VALOR CUOTA	TASA MAXIMA	COMISION MAXIMA	PRIMA
\$ 2,000.00	\$ 1,836.00	\$ 328.38	\$ 122.01	12.05%	7.20%	0.00%
\$ 5,000.00	\$ 4,650.00	\$ 769.47	\$ 305.03	12.05%	6.00%	0.00%
\$ 10,000.00	\$ 9,360.00	\$ 1,486.39	\$ 610.05	12.05%	5.40%	0.00%

NOTAS:

- a) Para tomar un crédito no es necesario tomar ni contratar otros servicios adicionales a los valorizados en la pizarra
 - b) La tasa máxima convencional vigente asciende a 12.77% anual
 - c) La carga financiera corresponde al costo que el cliente absorbe por encima del monto del crédito que se le concede
 - d) Los impuestos y gastos notariales no se consideran para el cálculo de la carga financiera
 - e) La institución cuenta con un folleto de tarifas a disposición de sus clientes
 - f) En caso de reclamos, la institución cuenta con el Servicio de atención al cliente
 - g) Una vez agotada ante el servicio señalado en el literal anterior, el cliente puede acudir a la Superintendencia de Bancos y Seguros
 - h) Los clientes de servicios financieros realizan sus operaciones al amparo de la normativa expedida por la Junta Bancaria sobre transparencia de la información al consumidor, cuya observancia es controlada por la Superintendencia de Bancos y Seguros
- (*) Se refiere al monto líquido que el cliente obtiene, no al saldo del préstamo

FOLLETO SUPERINTENDENCIA DE BANCOS
 VIGENCIA DESDE EL 1 DE NOVIEMBRE 2008
 INFORMACIÓN DE REMUNERACIONES POR SERVICIO

	PRODUCTOS				
	CUENTA DE AHORROS		CUENTA CORRIENTE		
	TRADICIONAL/ OTROS DEPOSITOS A LA VISTA	GANADOLAR	CORPORATIVO	EMPRESARIAL	PERSONAL
SERVICIOS BANCARIOS					
Monto Mínimo de Apertura	\$100,00	\$500,00	\$2,000,00	\$2,000,00	\$200,00
Mantenimiento de Cuentas, en función de saldos promedio					
Menor a USD\$ 200					\$3,00
De USD\$ 200,01 a USD\$ 500					\$1,50
De USD\$ 500,01 a USD\$ 1.000					\$1,00
Mayor a USD\$ 1.000,01					Sin costo
Menor a USD\$ 2.000			\$6,00	\$6,00	
De USD\$ 2.000,01 a USD\$ 5.000			\$4,00	\$4,00	
Mayor a USD\$ 5.000,01			Sin costo	Sin costo	
Mantenimiento de Cuentas de Ahorro en función de saldos promedio					
Clientes mayores de 60 años	Sin costo	Sin costo			
Clientes con saldos promedio mayores a \$10 y que hayan incrementado su saldo promedio durante el mes y tengan hasta dos retiros en ventanilla	Sin costo	Sin costo			
Mantenimiento de otros depósitos a la vista en función de saldos promedio					
Menor a USD\$ 100	\$2,00	\$1,50			
De USD\$ 100,01 a USD\$ 200	\$1,50	\$1,50			
De USD\$ 200,01 a USD\$ 300	\$1,00	\$1,50			
De USD\$ 300,01 a USD\$ 500	\$0,50	\$1,50			
Mayor a USD\$ 500,01	\$0,00	Sin costo			
Costo por retrodebito en ventanillas por saldos promedio					
Menos de USD\$ 300		3	\$1,00		
De USD\$ 300,01 a USD\$ 500		3	\$0,90		
De USD\$ 500,01 a USD\$ 1.000		5	\$0,80		
De USD\$ 1.000,01 a USD\$ 5.000		5	\$0,70		
De USD\$ 5.000,01 a USD\$ 10.000		10	\$0,60		
De USD\$ 10.000,01 a USD\$ 50.000		20	\$0,50		
Mayor a USD\$ 50.000,01		Sin límite	\$0,00		
Costo por Cambio de Cartilla	\$1,50	Sin costo			
Servicio Transaccional en Cuentas de Pago Virtual	\$0,88				
Servicio de Cheques					
Formulario de Cheque (1)			\$0,34	\$0,34	\$0,34
Cheque de Gerencia					
Sobre al exterior	\$5,00	\$5,00	\$5,00	\$5,00	\$5,00
Nacional	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00
Protesto de cheques (2)					
De 0 a 1.000			\$25,00	\$25,00	\$25,00
De 1.000 a 5.000			\$60,00	\$60,00	\$60,00
De 5.000 a 50.000			\$100,00	\$100,00	\$100,00
Más de 50.000			\$200,00	\$200,00	\$200,00
Certificación de Cheque	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00
Entrega cheque devuelto en Agencia	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00
Entrega de cheque devuelto a domicilio	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00
Cheque Devuelto (Internacional)	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00
Cheque Devuelto por forma (Internacional)	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00
Revocatoria (3)			1,00%	1,00%	1,00%
Servicios de Cheques del Exterior					
Compra de Cheques (por cheque)	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00
Cobranzas (por cheque)	\$250,00	\$250,00	\$250,00	\$250,00	\$250,00
Cortes de Cuenta en Oficinas	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00
Consulta de Saldos en Oficinas	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00
Entrega de Estados de Cuenta en Oficinas	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00
Entrega de Estado de Cuenta a Domicilio/Casilla/Trabajo	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00
Entrega de Efectos a Domicilio	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00
Prohibición de Cartilla en Oficinas	\$5,00				
Referencias Bancarias	\$3,00	\$3,00	\$3,00	\$3,00	\$3,00
Copias de Documentos					
Microfilm por hoja (cada documento)	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00
Estado de Cuenta por hoja	\$0,50	\$0,50	\$0,50	\$0,50	\$0,50
Copia otros documento por hoja	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00
Valores en Custodia					
Cobranzas del interior sin custodia	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%
Documentos recibidos en garantía con gestión de cobro fuera del Banco sin custodia	0,50%	0,50%	0,50%	0,50%	0,50%
Valores en custodia con administración (6)	0,50%	0,50%	0,50%	0,50%	0,50%
Valores en custodia sin cuantía	\$25,00	\$25,00	\$25,00	\$25,00	\$25,00
TRANSFERENCIAS					
Manuales en Oficina Cuentas del Banco	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00
Manuales en Oficina a cuentas de otro banco (SPI)	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00
Transferencias recibidas del Banco Central	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo
Transferencia enviadas a través del Banco Central por swift	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00	\$15,00
Notas de débito manuales	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00
Pago en efectivo o cheque (4)	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%
Credito a cuenta con saldo promedio menor a \$ 500,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00
Credito a cuenta con saldo promedio mayor a \$ 500,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00
Trabex (Banco Popular España y Francia)					
Pago en efectivo o cheque (5)	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%
Credito a cuenta	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo
Giros Enviados					
América	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00
Resto del mundo	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00
Colombia (Inversora Pichincha)	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00
Perú (Financiero del Perú)	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00
España (Banco Popular España y Francia)	\$16,00	\$16,00	\$16,00	\$16,00	\$16,00
Giros al exterior en euros	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00
Intermediación cuando el ordenante del giro asume todos los gastos por envío	\$16,00	\$16,00	\$16,00	\$16,00	\$16,00
CAJEROS AUTOMATICOS					
Costo de Tarjeta					
Emisión principal y adicional Xperta Nacional (verde)	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00
Emisión principal y adicional Xperta Internacional (azul)	\$5,00	\$5,00	\$5,00	\$5,00	\$5,00
Reposición Xperta Nacional (verde)	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00
Reposición Xperta Internacional (azul)	\$5,00	\$5,00	\$5,00	\$5,00	\$5,00
Mantenimiento semestral Xperta Nacional (verde) y Nexo (verde)	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00	\$4,00
Mantenimiento semestral Xperta Internacional (azul) y Nexo (gris)	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00
Retiro en Cajeros Automaticos					
Cupo máximo					
Nexo (verde)	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00
Nexo (gris)	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00
Xperta Nacional (verde)	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00
Xperta Internacional (azul)	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00
Misma entidad cajero Nexo					
Instalados en las oficinas del Banco					
De lunes a viernes de 9:00 a 18:00 horas	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo
Fuera de horario (de 18:01 a 8:59 del siguiente día), fines de semana y feriados	\$0,25	\$0,25	\$0,25	\$0,25	\$0,25
Banco de Loja en propias oficinas Pichincha y Loja	\$0,25	\$0,25	\$0,25	\$0,25	\$0,25
Nexo transaccional en cualquier horario a partir de la 4ta. Transacción	\$0,25				
Instalados fuera de las oficinas del Banco	\$0,25	\$0,25	\$0,25	\$0,25	\$0,25
Clientes del Banco de Loja	\$0,50	\$0,50	\$0,50	\$0,50	\$0,50
Clientes otros bancos en cajeros Nexo (7)	\$1,50	\$1,50	\$1,50	\$1,50	\$1,50
Clientes del Banco en otras entidades	\$0,75	\$0,75	\$0,75	\$0,75	\$0,75
Transacciones internacionales en redes Plus o Cirrus	\$5,00	\$5,00	\$5,00	\$5,00	\$5,00
Uso de Red Internacional en Cajeros red Visa Plus (8)	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%
Consulta en Cajeros Automaticos	\$0,10	\$0,10	\$0,10	\$0,10	\$0,10
Se imprime en horario de oficina en cajero oficina	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo
Se imprime en cualquier horario en cajeros salas	\$0,10	\$0,10	\$0,10	\$0,10	\$0,10
Se imprime fuera de horario de oficina	\$0,10	\$0,10	\$0,10	\$0,10	\$0,10

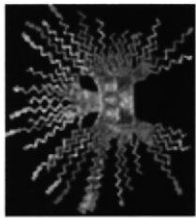
	PRODUCTOS					
	CUENTA DE AHORROS		CUENTA CORRIENTE			
	TRADICIONAL/ OTROS DEPOSITOS A LA VISTA	GANADOLAR	CORPORATIVO	EMPRESARIAL	PERSONAL	
Costo de la consulta sin imprimir	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo	
Nexo Transaccional en cualquier horario a partir de la 4ta transacción	\$ 0.25					
Compra en Establecimientos						
Cupo máximo						
Nexo (gts)	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	
Xperta Nacional (verde)	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	
Xperta Internacional (azul)	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	
Transacciones						
Compra	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo	
Gasolineras	\$ 0.30	\$ 0.30	\$ 0.30	\$ 0.30	\$ 0.30	
Uso de Red Internacional en Establecimientos Visa Electron (8) Min. \$2	1.00%	1.00%	1.00%	1.00%	1.00%	
BANCA ELECTRONICA Y TELEFONICA						
Cortes de Cuenta						
Telexeso personalizado (fax/mail)			\$ 0.50	\$ 0.50	\$ 0.50	
Telexeso automático			Sin costo	Sin costo	Sin costo	
TODO 1			Sin costo	Sin costo	Sin costo	
Consulta de Saldos						
En oficinas	\$ 2.00	\$ 2.00	\$ 2.00	\$ 2.00	\$ 2.00	
En cajeros automáticos (impresión)	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo	
Telexeso personalizado	\$ 0.50	\$ 0.50	\$ 0.50	\$ 0.50	\$ 0.50	
Telexeso automático	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo	
TODO 1	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo	
Entrega de Estado de Cuenta por TODO 1						
Envío de Movimientos por Swift			\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	
Transferencias						
Telexeso Personalizado	\$ 0.50	\$ 0.50	\$ 0.50	\$ 0.50	\$ 0.50	
Telexeso Automático	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo	
Cajeros Automáticos Nexo	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo	
Internet a cuentas propias	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo	Sin costo	
Internet a cuentas de otros bancos (SP1)	\$ 0.70	\$ 0.70	\$ 0.70	\$ 0.70	\$ 0.70	
Transferencias SWIFT CASH Electrónicas Bancos Locales(10)	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00	
Transferencias SWIFT CASH Electrónicas Bancos Exterior(10)	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	
CASILLEROS DE SEGURIDAD						
Extra Grandes	\$ 70.00	\$ 70.00	\$ 70.00	\$ 70.00	\$ 70.00	
Grandes	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	
Medianos	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	
Pequeños	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	
Garantía Llave y Cerradura	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	
OPERACIONES CONTINGENTES						
		COMISION	MINIMO	RECO FIRMAS	NEGOCIACION	TELEX/SWIFT
Avales	No se cuenta con el producto					
Garantías	Bancarias	4% Anual	\$ 60.00	\$ 6.00		
	Aduaneras	4% Anual	\$ 60.00	\$ 6.00		
Cartas de Crédito	De importación	4% Anual	\$ 100.00	\$ 6.00	0.50% flat	\$ 20.00
	Stand by	4% Anual	\$ 100.00			\$ 20.00
	Doméstica	4% Anual	\$ 60.00	\$ 6.00	0.50% flat	\$ 20.00
	De exportación		\$ 100.00		0.50% flat	\$ 25.00
	De aviso		\$ 30.00			
	De confirmación	0.25% Trimestral				
Otras cuentas contingentes	Cobranzas de importación		0.50% FLAT	\$ 100.00		
	Cobranzas emitidas al exterior		0.25% FLAT	\$ 30.00		
	Servicios de corresponsalia					
	Aprobación DUI A		\$ 7.00			
	Aprobación DUI B		\$ 10.00			
	Aprobación FUE		\$ 7.00			
	Corpe		\$ 3.00			
	Anulación de FUE		\$ 7.00			
	Registro de importador/exportador		\$ 7.00			
	Declaración juramentada SRI		\$ 14.00			
	Certificación de DUI/FUE por pérdida		\$ 7.00			
	Tarjeta de identificación import report		\$ 1.00			
	Documento unico de importación A o B		\$ 1.50			
	Formulario unico de exportación		\$ 1.00			
	Autorización previa		\$ 0.80			
	Registro de firmas importador tarjeta individual		\$ 0.25			
	Registro de firmas juego completo		\$ 1.00			

SERVICIOS DE PAGOS Y COBROS

Pagos: Pago de Nómina, Proveedores y Terceros

Forma de pago	Número de transacciones mensuales			
	1 a 50	51 a 150	151 a 500	Más 500
Acreditación automática a cuenta Banco del Pichincha	\$ 0.55	\$ 0.50	\$ 0.45	\$ 0.40
Acreditación automática a cuenta otros Bancos locales	\$ 0.70	\$ 0.65	\$ 0.60	\$ 0.50
Efectivo	\$ 0.90	\$ 0.90	\$ 0.70	\$ 0.70
Cheque de Garantía	\$ 1.00	\$ 1.00	\$ 0.90	\$ 0.90
Acreditación automática a cuenta Bco Pichincha incluye impresión de comprobantes de retención (Pago a Proveedores)	\$ 0.75	\$ 0.70	\$ 0.65	\$ 0.60
Acreditación automática a cuenta otros Bancos locales incluye impresión de comprobantes de retención (Pago a Proveedores)	\$ 0.90	\$ 0.85	\$ 0.80	\$ 0.70
Efectivo incluye impresión de comprobante de retención (Pago a Proveedores)	\$ 1.10	\$ 1.10	\$ 0.90	\$ 0.90
Cheque de Garantía incluye impresión de comprobante de retención (Pago a Proveedores)	\$ 1.20	\$ 1.20	\$ 1.10	\$ 1.10
Pagos Pequeñas Empresas				
Acreditación automática a cuenta Banco del Pichincha	\$ 0.40			
Acreditación automática a cuenta otros Bancos locales	\$ 0.55			
Cobros: Cobranzas con débito a cuenta				
Débito automático a cuenta Banco del Pichincha	\$ 0.50	\$ 0.45		
Recaudaciones, Transferencias y Depósitos Identificados				
Transferencia cuentas Banco del Pichincha	\$ 0.30	\$ 0.25		
Transferencia cuentas Banco del Pichincha	\$ 0.50	\$ 0.50		
Transferencia cuentas Banco del Pichincha	ATM	\$ 0.40	\$ 0.35	
Transferencia cuentas Banco del Pichincha	IVR	\$ 0.35	\$ 0.30	
Depósito en Efectivo o Cheque	Ventanilla	\$ 0.70	\$ 0.60	
Cargo a tarjeta de crédito	Ventanilla	\$ 0.70	\$ 0.60	
Depósito en Efectivo o Cheque incluye impresión de Factura / Nota de Venta	Ventanilla	\$ 0.90	\$ 0.80	
Cargo a tarjeta de crédito incluye impresión de Factura / Nota de venta	Ventanilla	\$ 0.90	\$ 0.80	
Pagos Aportas Patronales IESS		\$ 0.45		
Pagos Regionales de Bancos del Exterior				
Credito automático		\$ 0.60		
Ventanilla		\$ 1.50		
Swift local		\$ 3.00		
Swift exterior		\$ 25.00		

(1) Incluye impuesto y a este valor se sumará el 0.021% por INNFA
 (2) Adicional la multa legal. La cuenta se cierra a partir del tercer cheque protestado
 (3) Por unidad (costo mínimo \$ 3.00 costo máximo \$ 20.00)
 (4) Costo mínimo \$ 10.00
 (5) Costo mínimo \$ 5.00
 (6) Costo mínimo \$ 20.00
 (7) El costo por transacción en Cajeros Nexo para clientes Banco Rumifanhu será el que éste publike
 (8) Aplica para transacciones en el exterior de retro en monedas diferentes a dólar americano
 (10)Fee mensual de \$10.00



Diciembre-06-2006

Ayudas

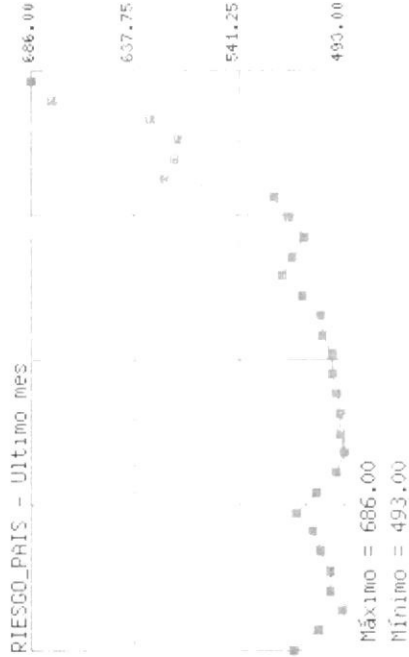
- [Ayúdenos a mejorar](#)
- [Calendario Mercados Financieros Internacionales](#)
- [Conozca al BCE](#)
- [Guía de navegación en web BCE](#)
- [Mapa del Sitio](#)
- [Preguntas frecuentes](#)
- [Sitios de interés](#)
- [Tarifas](#)

Página Principal

Indice de Banners

NACIONAL | **INTERNACIONAL** | **Inflación Anual (Octubre2005/Octubre2006): 3.21%** | **Tasa de inter** | **DETENER**
RIESGO_PAIS - Ultimo mes | **Riesgo Pais (diciembre-04-2006): 686.00** | **Indice Dow Jones (dicier** | **DETENER**

Seleccione otro indicador



RIESGO PAIS (EMBI Ecuador)

El riesgo país es un concepto económico que ha sido abordado académica y empíricamente mediante la aplicación de metodologías de la más variada índole: desde la utilización de índices de mercado como el índice EMBI de países emergentes de Chase-Jpmorgan hasta sistemas que incorpora variables económicas, políticas y financieras. El Embi se define como un índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera. Se la expresa como un índice ó como un margen de rentabilidad sobre aquella implícita en bonos del tesoro de los Estados Unidos.



Octubre-26-2006 502.00
Octubre-25-2006 494.00
Octubre-24-2006 509.00
Octubre-23-2006 524.00

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR - Copyright©2006 - **AVISO LEGAL**
Av. Amazonas N34-451 y Av. Atahualpa Telfs. (593) 2 2255777 - (593) 2 2264529
Call Center (593) 2 2-246100

Anexo 5.2

Punto de Equilibrio										
Línea	% Part	Precio	CV	MC	MCP	PEUL	Venta	CV	CM	
Caja Cervezas Familiar	60,00%	7,00	5,52	1,48	0,89	406	2.845,28	2.243,71	601,57	
Caja Cervezas Personales	40,00%	14,80	11,30	3,50	1,40	271	4.010,49	3.062,06	948,43	
	100,00%	21,80	16,82		2,29	677	6.855,77	5.305,77	1.550,00	