



FACULTAD DE ECONOMIA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA ZURIMAR S.A, DISTRUBUIDORA DE PRODUCTOS VETERINARIOS EN LA CIUDAD DE MILAGRO.

PLAN DE NEGOCIO QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO PARA OPTAR EL TITULO DE INGENIERO EN CIENCIAS EMPRESARIALES.

Autor

KARLA DENNISE ZURITA MARTILLO

Tutor

JOSE GABRIEL MACUY

SANBORONDÓN, SEPTIEMBRE DEL 2014

ÍNDICE

| | | |
|-------|---|----|
| 1. | Justificación..... | 1 |
| 2. | Problema..... | 2 |
| 3. | Objetivo general..... | 2 |
| 4. | Resumen ejecutivo..... | 3 |
| 5. | Misión y visión..... | 4 |
| 6. | Metas..... | 5 |
| 7. | Viabilidad legal..... | 5 |
| 8. | Análisis de mercado..... | 6 |
| 8.1. | Mercado objetivo..... | 6 |
| 8.2. | Análisis Pestal..... | 7 |
| 8.3. | Análisis FODA..... | 11 |
| 8.4. | Análisis de las 4ps..... | 12 |
| 8.5. | Análisis de demanda y oferta..... | 13 |
| 8.6. | Estrategia de diferenciación..... | 17 |
| 8.7. | Acción de Promoción..... | 18 |
| 8.8. | Canal de distribución..... | 19 |
| 9. | Análisis Operativo..... | 20 |
| 9.1. | Localización y descripción de las instalaciones..... | 20 |
| 9.2. | Métodos de Comercialización..... | 23 |
| 9.3. | Capacidad instalada..... | 24 |
| 9.4. | Cadena de abastecimiento Diagrama de flujo de procesos..... | 25 |
| 9.5. | Recursos humanos..... | 26 |
| 10. | Análisis financiero..... | 29 |
| 10.1. | Estado de resultados proyectado a 5 años..... | 29 |
| 10.2. | Flujo de caja proyectado a 5 años..... | 31 |
| 10.3. | Análisis del punto de equilibrio..... | 32 |
| 10.4. | Análisis de sensibilidad (dos escenarios 10.1 y 10.2)..... | 33 |

| | |
|--|----|
| 10.5. Análisis de Tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, Valor actual neto, retorno de la inversión. | 34 |
| 11. Viabilidad del proyecto (conclusiones) | 35 |
| Bibliografía | 38 |

1. Justificación.

ZURIMAR S.A es una PYME familiar creada hace 20 años en la ciudad de Milagro, dedicada a la comercialización y distribución de productos veterinarios (alimentos, balanceados, medicinas, accesorios, suministros, etc.). Al transcurrir de los años la empresa ha ido creciendo, y sus ventas anuales estimadas es del 35%, uno de los principales problemas que tiene en la actualidad es su infraestructura ya que no abastece a la demanda actual que tiene.

Esta es una razón fundamental para invertir en una nueva sucursal que brinde las facilidades y eficiencias pertinentes a los clientes. Siendo esta empresa una de las más importantes y sobresalientes en la ciudad de Milagro. Otra de las razones es Milagro crece significativamente a pasos agigantados, es la tercera ciudad más importante de la provincia del Guayas por sus dimensiones geográficas, y por la gran variedad de actividades económicas y ganadera.

La empresa ZURIMAR S.A tiene como prioridad satisfacer las necesidades de sus clientes eficientemente, este proyecto analizará cada uno de los procesos de ventas y distribución de dicha empresa valorando riesgo-beneficio. De acuerdo a los resultados obtenidos mediante la investigación de mercado demostraremos la factibilidad de la apertura de una nueva sucursal.

2. Problema

Este proyecto proponer dar una solución al problema actual de la empresa, el cual radica específicamente en abrir otro punto de venta en la ciudad de Milagro. En la actualidad el punto de venta no satisface en la atención de manera eficaz las necesidades de la gran cantidad de clientes que acuden a diario. Por lo cual se buscará otro punto estratégico de venta dentro de la misma ciudad, con esto se podría lograr un crecimiento aun mayor de la empresa.

La idea fundamental es ser mucho más competitivos y eficientes en cada uno de los procesos de venta por lo cual empezaremos con brindar una moderna y adecuada infraestructura. Implementando un supermercado específicamente de mascotas y todo lo que conlleva tener una, así mismo para las personas que se dedican a ganadería brindarles asesoría pertinente y adecuados alimentos para buscar que también alcancen la eficiencia en su negocio ganadero.

3. Objetivo general

Analizar la factibilidad de apertura de una sucursal de la empresa ZURIMAR S.A distribuidora de productos veterinarios en la ciudad de Milagro.

Objetivos específicos.

- Realizar estudio de mercado que justifique la apertura de una sucursal de la empresa ZURIMAR S.A en la ciudad de Milagro.
- Desarrollar un esquema operativo de la nueva sucursal de la empresa ZURIMAR S.A
- Determinar la factibilidad financiera de la apertura de una sucursal de la empresa ZURIMAR S.A en la ciudad de Milagro.

4. Resumen ejecutivo

ZURIMAR S.A desempeña sus funciones en base a la satisfacción de las necesidades percibidas en el mercado de las mascotas, el negocio consiste en abrir una sucursal para comercializar alimentos, accesorios y productos veterinarios relacionados al desarrollo y crianza de mascotas domésticas y animales de granjas. El presente trabajo tiene como finalidad el estudio de factibilidad de apertura de una sucursal. La principal fuente de ingresos son las ventas directa de gran variedad de productos a los consumidores, entre ellos reconocidas marcas a nivel nacional e internacional. Una sucursal que cuente con todas las comodidades pertinentes para los clientes como es: calidad de los productos, precios competitivos, personal capacitado, parqueo exclusivo, seguridad, ambiente climatizado. El target de la empresa son las personas de clase económica media alta y alta que tienen mascotas o animales de crianza en granjas, manejando un canal de distribución directo con los clientes. La sucursal estará ubicada en las calles avenida 17 de septiembre y Portoviejo en Milagro.

La productividad de la empresa radica en la atención rápida y eficiente al cliente, demostrándole que su tiempo es importante. Para llevar a cabo el proyecto se necesita \$ 126.900,00 de inversión inicial para remodelación, adecuación y gastos pre-operativos para la apertura de la sucursal, es importante destacar que no se necesita capital de trabajo debido que las compras a proveedores son realizadas a créditos y las ventas de contado.

Las ventas estimadas anuales son de \$ 279.279,00 en base a la información histórica, si existiera un crecimiento de 10% anual en ventas se lograra recuperar la inversión al cabo de un año y siete meses, por lo cual refleja un proyecto absolutamente atractivo y rentable.

5. Misión y visión

Misión: Somos una empresa amiga que brinda productos para la alimentación de mascotas y accesorios, contribuyendo a mantener una buena salud y un óptimo aspecto físico y emocional de la mascota, que permita una convivencia cómoda y feliz con su entorno.

Visión: ZURIMAR S.A tienen la visión desarrollarse a nivel nacional, posesionándose como líder en cada sucursal, siendo eficiente y eficaz en cada uno de sus procesos.

6. Metas

- Incrementar 10% anual las ventas
- Generar rentabilidad en el negocio, que permita el desarrollo del mismo.
- Satisfacer las necesidades de nuestros clientes y futuros clientes.

7. Viabilidad legal

Al ya ser una empresa formal y constituida como una sociedad anónima, nuestra obligación legal radica en juntar los requisitos pertinentes según lo estime la municipalidad de Milagro, tales como:

- Permisos de funcionamiento
- Permiso del cuerpo de bomberos
- Permisos del Ministerio de salud.
- Permiso de Agro calidad (Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro).

Uno de los permisos más importantes y relevantes para esta actividad económica es de Agro calidad, debido a sus regulaciones directas y exclusivas hacia toda actividad comercial relacionada a la sanidad agropecuaria.

ART. 2.3.3 REGISTRO DE INSUMOS PECUARIOS

Garantizar la calidad, eficacia e inocuidad de los productos veterinarios para controlar las enfermedades de los animales y producir alimentos inocuos.

Productos: Permiso de Funcionamiento de almacenes que expenden productos pecuarios.

Registro e inspección de empresas y personas vinculadas fabricación, formulación, envase, importación y exportación de productos de uso pecuario.

Certificación de usuarios de productos pecuarios de alta toxicidad (restringir las ventas de estos a personas capacitadas). Registro y Modificación de Registro de Insumos Pecuarios. Informe de Pruebas de Eficacia de Insumos Pecuarios por Registrarse. Listado Oficial de Insumos Pecuarios. Informe de Control de Comercialización de Insumos Pecuarios. Informe de Control Post-Registro de Insumos Pecuarios (pruebas de eficacia y cumplimiento post registro). Informe de Auditoría a Usuarios Certificados de Productos Pecuarios de Alta Toxicidad. Permiso de Importación de Insumos Pecuarios. (Agrocalidad, 2008)

Los contratos con el personal será estipulados y descritos más adelante estableciendo los sueldos y valores a cobrar.

8. Análisis de mercado

8.1. Mercado objetivo

El principal mercado objetivo son todas las personas que tienen mascotas y de nivel económico medio y medio alto con capacidad de pago, también los ganaderos que poseen criaderos especializados.

Capacidad de pago: Es decir, que el individuo, empresa u organización tiene los medios necesarios para realizar la adquisición. (Mankiu, 2004)

8.2. Análisis Pesta

Análisis político: Las fluctuaciones política actual no influye directamente a este tipo de negocio debido a que es una empresa comercializadora y distribuidora de productos veterinarios, alimentos y accesorios de mascotas. Sin embargo el alza de impuestos que se han dado en las importaciones si incrementa marginalmente los precios de algunos alimentos importados específicos. De acorde al COIP (Código Orgánico Integral la nueva ley de maltrato o muerte de mascotas o animales de compañía Código Orgánico Integral Penal (COIP)

ART. 249, "La persona que por acción u omisión cause daño, produzca lesiones, deterioro a la integridad física de una mascota o animal de compañía, será sancionado con pena de 50 a 100 horas de servicio comunitario. Si se causa la muerte del animal será sancionado con pena privativa de libertad de tres a siete días. Se exceptúan de esta disposición, las acciones tendientes a poner fin a sufrimientos ocasionados por accidentes graves, enfermedades o por motivos de fuerza mayor, bajo la supervisión de especialistas en la materia." (COIP, 2014)

Con esta ley vigente en Ecuador la población será más consciente del bienestar y calidad de vida a los animales y de las consecuencias que podría ocasionar un descuido forzado o involuntario.

En este ámbito político –jurídico se ha dado importancia a estos seres desprotegidos que en muchos de los casos son maltratados y mucho de ellos apenas pueden sobrevivir siendo

vendidos o explotados como es el caso de empresa de reconocidas marcas de maquillajes que los usan para realizar pruebas en ellos.

Análisis económico: La situación económica de la ciudad de Milagro es creciente por ser uno de los cantones más importantes de la provincia del Guayas. Según INEC las actividades veterinarias representan \$180.285 de dólares ingresos anuales percibidos por ventas de la actividad económica total del cantón Milagro.

TABLA 1. DESCRPCION CIU PRINCIPAL DE CUATRO DIGITOS

CEPAL/CELADE Redatam+ SP 9/9/2014

Base de datos
CENSO ECONOMICO

Ponderador
TOTAL DE INGRESOS ANUALES PERCIBIDOS POR VENTAS O PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Área Geográfica
INLINE SELECTION

Título
DESCRIPCION CIIU PRINCIPAL A CUATRO DIGITOS

Frecuencia
de DESCRIPCION CIIU PRINCIPAL A CUATRO DIGITOS

| DESCRIPCION CIIU PRINCIPAL A CUATRO DIGITOS | Casos | TOTAL DE INGRESOS ANUALES PERCIBIDOS POR VENTAS O PRESTACIÓN DE SERVICIOS | % Acumulado | % |
|---|-------|---|-------------|--------|
| Cultivo de frutas tropicales y subtropicales. | 1 | 57.552 | 0.009 | 0.009 |
| Cría de aves de corral. | 1 | 1.000 | 0.000 | 0.009 |
| Elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas. | 1 | 1.800 | 0.000 | 0.009 |
| Elaboración de productos de molinería. | 1 | 36.000 | 0.006 | 0.015 |
| Elaboración de productos de panadería. | 77 | 1,834.726 | 0.282 | 0.297 |
| Elaboración de azúcar. | 1 | 80,435.120 | 12.351 | 12.647 |
| Elaboración de comidas y platos preparados. | 12 | 198.182 | 0.030 | 12.678 |
| Servicio de acabado de productos textiles. | 3 | 10.160 | 0.002 | 12.679 |

| | | | | |
|--|----|------------|--------|--------|
| Actividades inmobiliarias realizadas con bienes propios o arrendados. | 1 | 0.680 | 0.000 | 84.689 |
| Actividades inmobiliarias realizadas a cambio de una retribución o por contrato. | 6 | 227.150 | 0.035 | 84.724 |
| Actividades jurídicas. | 54 | 308.028 | 0.047 | 84.771 |
| Actividades de contabilidad, teneduría de libros y auditorías; consultoría fiscal. | 14 | 876.236 | 0.135 | 84.906 |
| Actividades de arquitectura e ingeniería y actividades conexas de consultoría técnica. | 1 | 4.000 | 0.001 | 84.906 |
| Publicidad. | 9 | 96.486 | 0.015 | 84.921 |
| Actividades especializadas de diseño. | 2 | 75.600 | 0.012 | 84.933 |
| Actividades de fotografía. | 11 | 231.180 | 0.035 | 84.968 |
| Otras actividades profesionales, científicas y técnicas n.c.p. | 1 | 1.306 | 0.000 | 84.969 |
| Actividades veterinarias. | 7 | 180.285 | 0.028 | 84.996 |
| Alquiler de vehículos automotores. | 1 | 16.892 | 0.003 | 84.999 |
| Alquiler de cintas de video y discos. | 1 | 4.800 | 0.001 | 85.000 |
| Alquiler otros efectos personales y artículos de uso domésticos. | 7 | 57.580 | 0.009 | 85.008 |
| Actividades de agencias de viajes. | 2 | 30.960 | 0.005 | 85.013 |
| Actividades de seguridad privada. | 2 | 70,141.250 | 10.770 | 95.783 |

(INEC, INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS, 2010)

Por lo cual se lograra un aumento en la actividad económica ya que se brinda plazas nuevas de trabajo para los habitantes, mejorando calidad de vida, educación y bienestar para sus colaboradores internos. La ciudad también se verá envuelta en un dinamismo económico entre los consumidores y la empresa atrayendo la atención de la población.

Análisis social: Milagro cuenta con una población total de 166.634 habitantes. (INEC, INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS , 2010)

Dividida en 83.393 mujeres y 83.241 hombres. Alrededor de la tercera ciudad más poblada del Guayas. Con este proyecto se brinda una mejor calidad de vida a colaboradores de la empresa ZURIMAR S.A, así también como a los animales de nuestra ciudad. Por lo general por cada familia existe al menos una mascota en cada hogar, se está hablando de un alto número de personas que solicitan atención en este tipo de mercado y demanda. Damos la posibilidad de mantenernos cerca de cada hogar con el afán de satisfacer las necesidades tanto de sus amos como la de sus mascotas. En cuanto a salud, alimentación, vestuario, accesorios de juegos y medicina veterinaria.

Un supermercado de mascotas dirigido a un target consciente que las mascotas son parte de la familia que merece mucha atención y cuidado. La sociedad va a adquirir un mayor compromiso con sus mascotas además de todo encontrara en mismo lugar todo lo necesario para sus necesidades básicas y atención personalizada y capacitada.

Análisis tecnológico: el impacto tecnológico de ZURIMAR S.A es mínimo debido que no es necesario contar con mucha de tecnología, a menos de lo necesario para desarrollar un negocio.

Las instalaciones brindaran a los clientes una infraestructura moderna, climatizada acorde con las exigencias de los clientes actuales y futuros que proporcionen comodidad y satisfacción al momento de ingresar al nuevo supermercado de mascotas, sintiéndose como en casa.

8.3. Análisis FODA

Fortalezas.

- Alto reconocimiento de la marca
- Liderazgo
- Conocimiento del mercado
- Fidelidad de los clientes
- Pioneros en el mercado
- Distribución exclusiva de productos determinados.
- Recursos humanos motivados
- Satisfacción de clientes atendidos.

Oportunidades.

- Expansión en el mercado.
- Mercado mal atendido
- Buena relación con los clientes
- Cobertura del mercado

- Alto poder adquisitivo de el target dirigido
- Crecimiento acelerado del mercado

Debilidades.

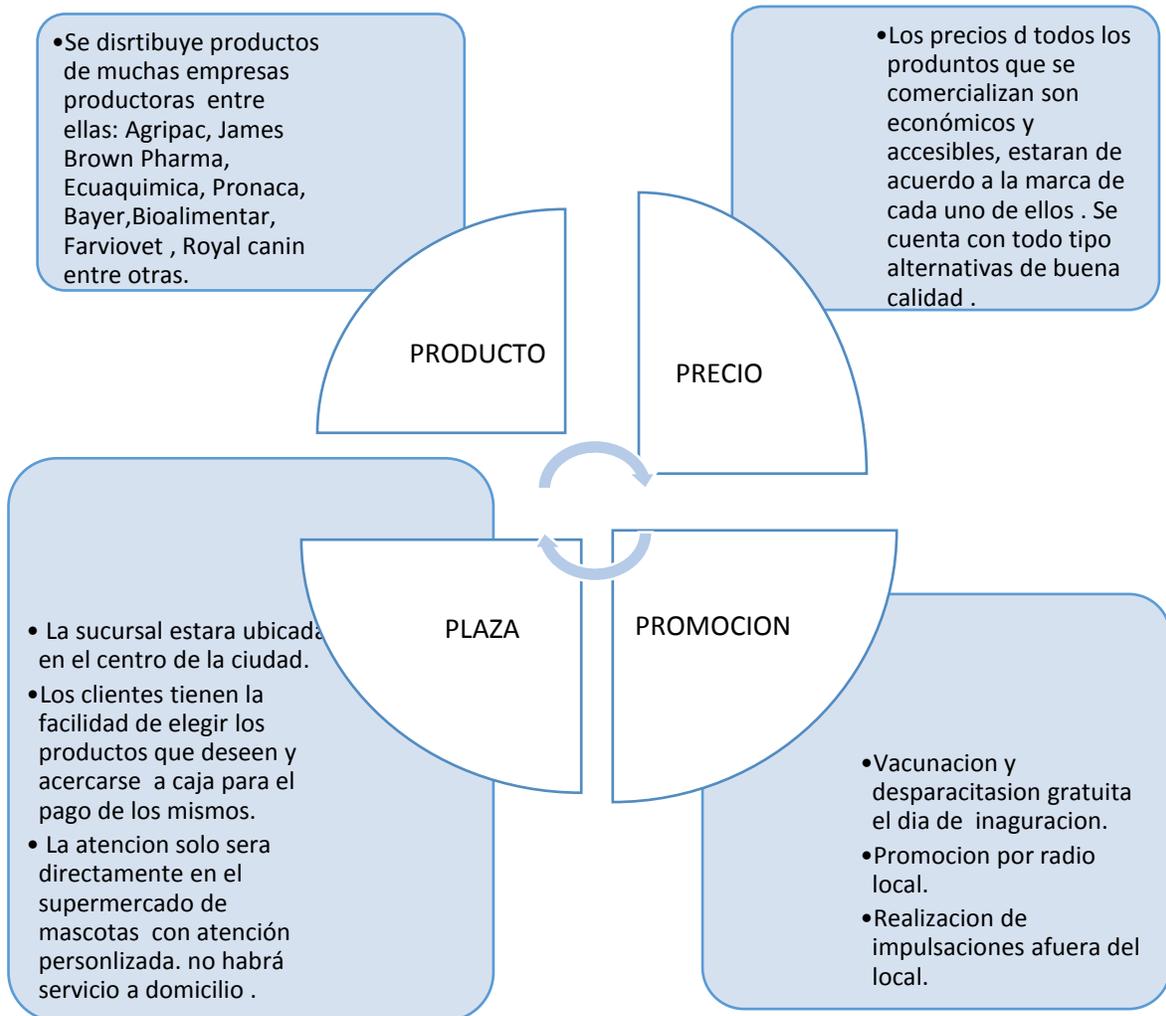
- Baja planificación en el sistema contable
- Alto índice de desperdicios
- No se delega eficientemente el trabajo a los colaboradores.
- No poseer parqueo para clientes.

Amenazas

- Competencia desleal.
- Posible entrada de nuevos competidores.
- Posible crecimiento de poder de negociación de proveedores.
- Aumento de precios de algunos productos importaciones.

8.4. Análisis de las 4ps

FIGURA 1. LAS CUATRO PS



ELABORACION AUTOR

8.5. Análisis de demanda y oferta

Demanda.

Al ya estar constituida la empresa ZURIMAR S.A lo que busca es satisfacer la demanda creciente con una nueva sucursal que cumpla todas las expectativas del mercado. Se está operando en un mercado relativamente pequeño al estar ubicado dentro de una ciudad no grande en extensión pero si fuerte en recursos y liquidez económica. Teniendo claro que la demanda de esta sucursal va a depender de factores claves del target como son la renta, gastos, expectativas de la población y precios de productos sustitutos, se conoce que los niveles de adquisición son fuertes por la información histórica de las ventas ya realizadas por ZURIMAR.

Por análisis de observación y datos históricos la demanda de estos productos no responde a demandas estacionarias, las fluctuaciones de las ventas se mantienen en constante crecimiento; es decir, no en algunas temporadas específicas del año suben las ventas drásticamente. Al tratarse de productos básicos de subsistencia para las mascotas las ventas son realizadas a diario, del 90 % de los productos. Dentro de los consumidores analizados varían y constan en edad, sexo, nivel de educación, nivel socioeconómico entre clase media alta y alta.

Mediante esta tabla generada por el censo económico 2010 del INEC, se establece que el 19,25 son casos de empresas medianas dedicadas a la venta de productos terminados en la actividad veterinarias y artículos en locales especializados por lo cual este dato es importante para establecer el crecimiento de la demanda en la ciudad de Milagro y tener directrices de cuanto puede incrementar las futuras ventas.

TABLA 2. TOTAL INGRESOS ANUALES PERCIBIDOS POR VENTAS.

| | | | |
|--|--------------|----------------|----------|
| Base de datos | | | |
| CENSO ECONOMICO | | | |
| Área Geográfica | | | |
| INLINE SELECTION | | | |
| Título | | | |
| TOTAL DE INGRESOS ANUALES PERCIBIDOS POR VENTAS O PRESTACIÓN DE SERVICIOS X PRODUCTO COMERCIALIZADO A 4 DÍGITOS | | | |
| Mediana | | | |
| de TOTAL DE INGRESOS ANUALES PERCIBIDOS POR VENTAS O PRESTACIÓN DE SERVICIOS por PRODUCTO COMERCIALIZADO A 4 DÍGITOS | | | |
| PRODUCTO COMERCIALIZADO A 4 DÍGITOS | Casos | Mediana | % |
| 6111 Servicios comerciales al por mayor de materias primas agrícolas y animales vivos, excepto los prestados a comisión | 2,257 | 8.40 | 46.78 |
| 6112 Servicios comerciales al por mayor de comidas, bebidas y tabaco, excepto los prestados a comisión o por contrato. | 19 | 38.40 | 0.39 |
| 6113 Servicios comerciales al por mayor de artículos textiles, prendas de vestir y calzado, excepto los prestados a comisión | 21 | 134.40 | 0.44 |
| 6114 Servicios comerciales al por mayor de aparatos, artículos y equipo domésticos, excepto los prestados a comisión o p | 4 | 73.00 | 0.08 |
| | 2 | 212.74 | 0.04 |

| | | | |
|--|-----|-------|------|
| 6221 Servicios comerciales al por menor de materias primas agrícolas y animales vivos, en tiendas especializadas. | 44 | 19.25 | 0.91 |
| 6222 Servicios comerciales al por menor de comidas, bebidas y tabaco, en tiendas especializadas. | 375 | 9.00 | 7.77 |
| 6223 Servicios comerciales al por menor de artículos textiles, prendas de vestir y calzado, en tiendas especializadas. | 189 | 18.00 | 3.92 |
| 6224 Servicios comerciales al por menor de aparatos, artículos y equipo domésticos, en tiendas especializadas. | 140 | 20.54 | 2.90 |
| 6225 Servicios comerciales al por menor de bienes de consumo diversos, en tiendas especializadas. | 98 | 9.96 | 2.03 |
| 6226 Servicios comerciales al por menor de materiales y equipo de construcción, en tiendas especializadas. | 90 | 27.50 | 1.87 |
| 6227 Servicios comerciales al por menor de productos agroquímicos y farmacéuticos, en tiendas especializadas. | 136 | 14.70 | 2.82 |
| 6228 Servicios comerciales al por menor de maquinaria, equipo y suplementos, en tiendas especializadas. | 21 | 19.60 | 0.44 |
| 6229 Servicios comerciales al por menor de otros productos, en tiendas especializadas. | 69 | 14.40 | 1.43 |
| 6242 Servicios comerciales al por menor de comidas, bebidas y tabaco, sin intervención de tiendas de venta. | 31 | 17.40 | 0.64 |
| 6243 Servicios comerciales al por menor de artículos textiles, prendas de vestir y calzado, sin intervención de tiendas | 5 | 7.68 | 0.10 |
| 6244 Servicios comerciales al por menor de aparatos, artículos y equipo domésticos, sin intervención de tiendas de venta | 7 | 12.00 | 0.15 |
| 6245 Servicios comerciales al por menor de bienes de consumo diversos, sin intervención de tiendas de venta. | 3 | 4.56 | 0.06 |
| 6246 Servicios comerciales al por menor de materiales y equipo de construcción, sin intervención de tiendas de venta. | 1 | 86.40 | 0.02 |
| 6247 Servicios comerciales al por menor de productos agroquímicos y farmacéuticos, sin intervención de tiendas de venta. | 5 | 48.00 | 0.10 |

(INEC, INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS, 2010)

Oferta.

La disponibilidad de ofertantes en el mercado de la ciudad de Milagro en cuanto a esta propuesta de negocio no es extensa, va a estar regida por factores de los productos que se van a ofrecer a los clientes. La alternativa o propuesta que ofrece esta sucursal es de comodidad, calidad y eficiencia en los productos y servicio de atención, así también sin descuidar el factor precio que es importante al momento de competir con las demás empresas o locales comerciales. ZURIMAR S.A tiene a disposición para la ciudadanía productos a precios accesibles con asesoría personalizada y capacitada para que los clientes tengan la certeza que están siendo atendidos por profesionales y no improvisados en el negocio. El principal objeto es satisfacer las necesidades en su totalidad de los clientes. Las principales competencia son las supermercados como "Mi Comisariato", almacenes distribuidoras de accesorios y alimentos de mascotas, principales veterinarias de la ciudad.

De acorde a datos del INEC en la ciudad de Milagro constan 14 casos locales comerciales oficialmente registrados, con un RUC establecido y facturando como lo establece la ley, según esta información se puede concluir que la mayoría de establecimientos comerciales o que desempeñen actividades veterinaria, alimentos de animales son responsables en el cumplimiento de pagos de impuestos y el buen implemento de contabilidad de sus negocios. Esto contribuye al crecimiento total de la ciudad. Esto también refleja que la ciudad en la actividad de mercado veterinario es atractivo y dinámico al contar con una variedad de establecimientos con los cuales la sociedad cuenta y puede elegir en cual consumir de acorde a sus necesidad y preferencias.

TABLA 3. ESTABLECIMIENTOS CON RUC

CEPAL/CELADE Redatam+ SP 9/9/2014

Base de datos

CENSO ECONOMICO

Área Geográfica

INLINE SELECTION

Crosstab

de NOMBRE DE CANTON

por DESCRIPCION CIIU PRINCIPAL A TRES DIGITOS

por TIENE RUC EL ESTABLECIMIENTO

NOMBRE DE CANTON DESCRIPCION CIIU PRINCIPAL A TRES DIGITOS TIENE RUC EL ESTABLECIMIENTO

| MILAGRO | | Sí | No | Total |
|---------|---|------|------|-------|
| | Cultivo de plantas perennes. | 0.02 | - | 0.02 |
| | Ganadería. | 0.02 | - | 0.02 |
| | Elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas. | - | 0.02 | 0.02 |
| | Elaboración de productos de molinería, almidones y productos derivados del almidón. | 0.02 | - | 0.02 |

| | | | |
|---|------|------|------|
| Otras actividades de telecomunicaciones. | 2.95 | 1.29 | 4.24 |
| Procesamiento de datos, hospedaje y actividades conexas; portales web. | 0.04 | - | 0.04 |
| Intermediación monetaria. | 0.12 | - | 0.12 |
| Otras actividades de servicios financieros, excepto las de seguros y fondos de pensiones. | 0.04 | - | 0.04 |
| Seguros. | 0.04 | - | 0.04 |
| Actividades inmobiliarias realizadas con bienes propios o arrendados. | 0.04 | - | 0.04 |
| Actividades inmobiliarias realizadas a cambio de una retribución o por contrato. | 0.10 | 0.02 | 0.12 |
| Actividades jurídicas. | 0.32 | 0.81 | 1.13 |
| Actividades de contabilidad, teneduría de libros y auditoría; consultoría fiscal. | 0.26 | 0.02 | 0.28 |
| Actividades de arquitectura e ingeniería y actividades conexas de consultoría técnica. | 0.02 | - | 0.02 |
| Publicidad. | 0.14 | 0.04 | 0.18 |
| Actividades especializadas de diseño. | 0.04 | 0.02 | 0.06 |
| Actividades de fotografía. | 0.18 | 0.04 | 0.22 |
| Otras actividades profesionales, científicas y técnicas n.c.p. | 0.02 | - | 0.02 |
| Actividades veterinarias. | 0.14 | 0.02 | 0.16 |
| Alquiler de vehículos automotores. | 0.02 | - | 0.02 |
| Alquiler de efectos personales y artículos de uso doméstico. | 0.08 | 0.08 | 0.16 |
| Actividades de agencias de viajes y operadores turísticos. | 0.04 | - | 0.04 |
| Actividades de seguridad privada. | 0.04 | - | 0.04 |
| Actividades de limpieza. | 0.04 | - | 0.04 |
| Actividades administrativas y de apoyo de oficina. | 0.38 | 0.02 | 0.40 |

(INEC, INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS, 2010)

8.6. Estrategia de diferenciación

La diferenciación que se ha logrado mantener y desarrollar radica específicamente en la eficiente atención al cliente. Se hace mucho énfasis en la amabilidad, educación, rapidez y capacitación al momento de atender a nuestros clientes. La empresa ZURIMAR S.A a detectados que los clientes se sienten muy felices y complacidos al momento de ser atendidos con eficiencia y eficacia.

La diferenciación de dicha empresa también se concentra en brindar productos de calidad y disponer de todo lo necesario en stock, el cliente no necesita buscar de tienda en tienda todo lo que podría necesitar para sus mascotas en ZURIMAR S.A le da total confianza que va a encontrar todo lo que podría necesitar en varias marcas, presentaciones a gusto y satisfacción del cliente. Para la empresa es imposible decirle al cliente que no encontrara lo que busca, en la filosofía empresarial esa palabra no existe. La ventaja de diferenciación de la empresa son los precios competitivos, conocimiento de la actividad económica, fidelidad de los clientes y reconocimiento de la marca (empresa), además de la eficacia y productividad en los procesos.

8.7. Acción de Promoción

La acción de promoción está enfocado directamente con el consumidor y proveedores preferenciales. Cuando hablamos de los proveedores preferenciales están dirigido con los que se mantiene mayor relación comercial en cuanto a unidades de pedidos y sumas de dinero comprado mes a mes. Por contar con instalación grande y moderna, con ellos se ha llegado a un acuerdo de publicitar sus marca y productos en grandes banner en el parqueo de nuestra sucursal. Diseñada previamente y aprobadas por nuestra empresa, a cambio de esto se recibirá impulsaciones continuas por parte de las empresas proveedoras publicitando sus productos y

nuestra marca como distribuidora exclusiva. Dichas impulsaciones deberán realizarse al menos una vez por mes y ellos serán responsables de todos los gastos que esto ocasionara.

En cuanto a la promoción directa con los clientes o futuros consumidores. Está planificado realizar publicidad por medio de radio, periódico local de la ciudad, hacer una campaña de desparasitación y vacunación gratuita para toda la ciudad con el afán de disminuir los casos de mascotas descuidadas y reducir el índice de animales de la calle, por lo que también se ha planificado un rescate animal y podrán adoptar mascotas en las mismas instalaciones de ZURIMAR S.A.

El día de la inauguración se llevara a cabo un show y concursos en vivo de animales y sus destrezas por categorías, que ya son parte de la cartera de clientes, además estarán invitadas shows caninos de la Fuerza Aérea Ecuatoriana (FAE). Cabe destacar que cada ganador va a recibir sus premios entre los cuales se ha destinado un mes, seis meses y hasta un año de comida gratuita dependiendo de los lugares ganados.

8.8. Canal de distribución

Al momento de elegir el canal de distribución idóneo, fue analizado mediante las variables de fijación de precios, capacidad financiera, logística. Al ser una empresa distribuidora y comercializadora de productos, se realizara alianzas estratégicas con varias empresas veterinarias; por lo tanto, el canal de distribución es de venta directa al consumidor final. De la propiedad del fabricante pasa a ZURIMAR y luego al consumidor final.

9. Análisis Operativo.

9.1. Localización y descripción de las instalaciones

La ubicación de la sucursal ZURIMAR S.A esta en la avenida 17 de septiembre y Portoviejo en la ciudad de Milagro. Junto al paseo shopping Milagro.

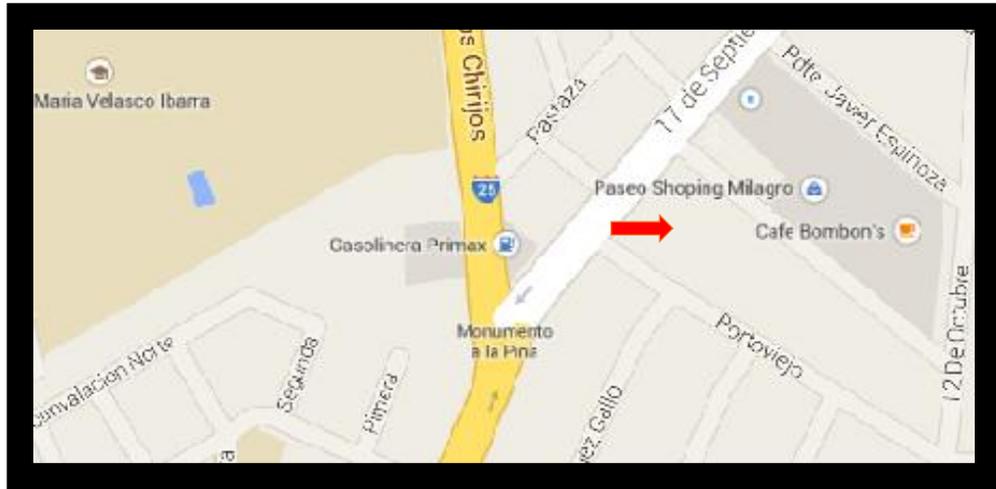
Ubicado en una de las principales avenidas de la ciudad y comerciales.

FIGURA 2. CROQUIS DE LA LOCALIZACION DE LA SUCURSAL



ELABORACION AUTOR

FIGURA 3. MAPA DE UBICACIÓN DE ZURIMAR



(GOOGLE MAP, 2014)

El terreno es financiado por el banco de Pichincha, el cual deben realizarse arreglos de acuerdo a la necesidad empresarial de ZURIMAR S.A. Una vez llevado a cabo todas las remodelaciones y adecuaciones pertinentes tanto en la parte interna y externa.

- Remodelación con adoquines al piso parqueo
- Remodelación de paredes
- Implementación de 36 perchas
- Colocación de vallas publicitarias
- Instalación de lámparas exclusivas de supermercados
- Remodelación del tumbado

- Colocación de dos cajeros
- Colocación de muebles y enseres
- Colocación del letrero luminoso principal
- Adecuación de oficina
- Instalación de aires acondicionados centrales.

FIGURA 3. SUCURSAL REMODELADA



ELABORACION AUTOR

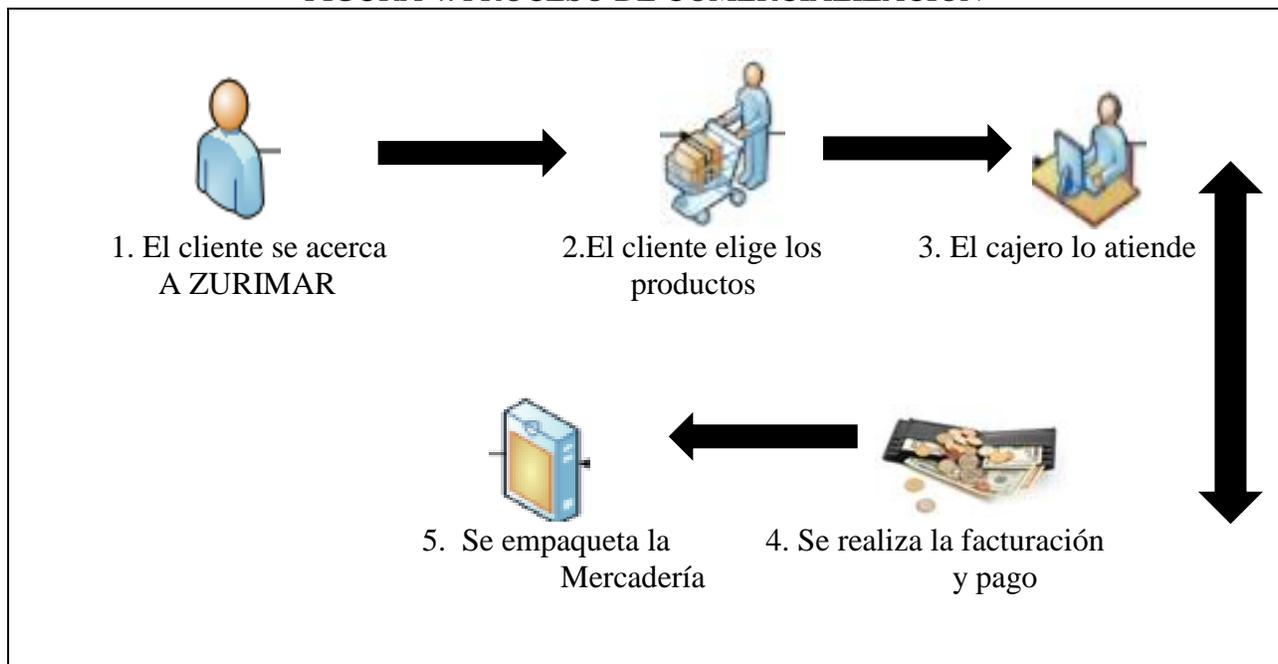
La instalación estará estructurada por:

Un amplio salón en el cual estará dividida por 5 pasillo con perchas surtidos de mercadería, alimentos y accesorios de mascotas, con sala de espera y cafetería, una oficina para la

administración y recibir proveedores, 2 cajas registradoras para el cobro, un amplio parqueo para nuestros clientes y proveedores.

9.2. Métodos de Comercialización.

FIGURA 4. PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN



ELABORACION AUTOR.

ZURIMAR S.A por ser una empresa exclusivamente de comercialización y ventas al cliente final no posee un proceso de producción como tal, es decir; su ciclo interno para llegar al cliente final es mucho más sencillo. El proceso comienza cuando los clientes se acercan a las instalaciones de ZURIMAR S.A con el objeto de realizar una compra, luego de su ingreso el cliente se encarga de escoger los productos que requiere de las perchas con la ayuda y atención de los vendedores disponibles en la sucursal, una vez realizado la obtención de productos los clientes se acercan al cajero, el cual es el encargado de facturar y realizar el cobro de los bienes. Finalmente

se realiza el empaquetado o embalado cuidado de los dichos productos. Llegando así, a un cliente feliz y satisfaciendo sus necesidades.

9.3. Capacidad instalada

Enfocado al proyecto la sucursal posee una instalación para atender a más de 800 personas diariamente, cuya eficiencia está estimada en 85% y una capacidad instalada (capacidad disponible permanente) de 75%.

Se determinó la capacidad diseñada con 800 clientes por 12 horas de trabajo y por 6 días a la semana, con el resultado de 57600 clientes por semana como capacidad de diseño, ahora se multiplica la capacidad efectiva y la eficiencia para hallar la producción estimada.

$$800 * 12 * 6 = 57600 \text{ semanal}$$

PRODUCCION ESTIMADA: Capacidad Proyectada* Capacidad Efectiva*Eficiencia

$$57600 * 0.80 * 0.90 = 41472 \text{ clientes por semana}$$

9.4. Cadena de abastecimiento Diagrama de flujo de procesos.

FIGURA 5. CADENA DE ABASTECIMIENTO



ELABORACION AUTOR

La cadena de producción de ZURIMAR S.A está estructurada por los proveedores de los productos que se comercializan ya listos para la venta, los pedidos son realizados mensualmente en el cual cada vendedor de las compañías productoras son responsables de acercarse a las instalaciones de ZURIMAR S.A (departamento de compras) para que se lleve a cabo la fijación de cantidad de mercadería requerida para mantener las bodegas estoqueadas.

El siguiente paso conlleva el inventario y embodegado de la mercadería que es entregada por los proveedores 3 días después de haber realizado el pedido. Clasificada y ordenada respectivamente en las bodegas. Se procede a realizar el perchado de la mercadería manteniendo siempre

estoqueadas las perchas, durante todo el día es responsabilidad de los vendedores de ZURIMAR mantener surtidas y limpias las perchas del supermercado.

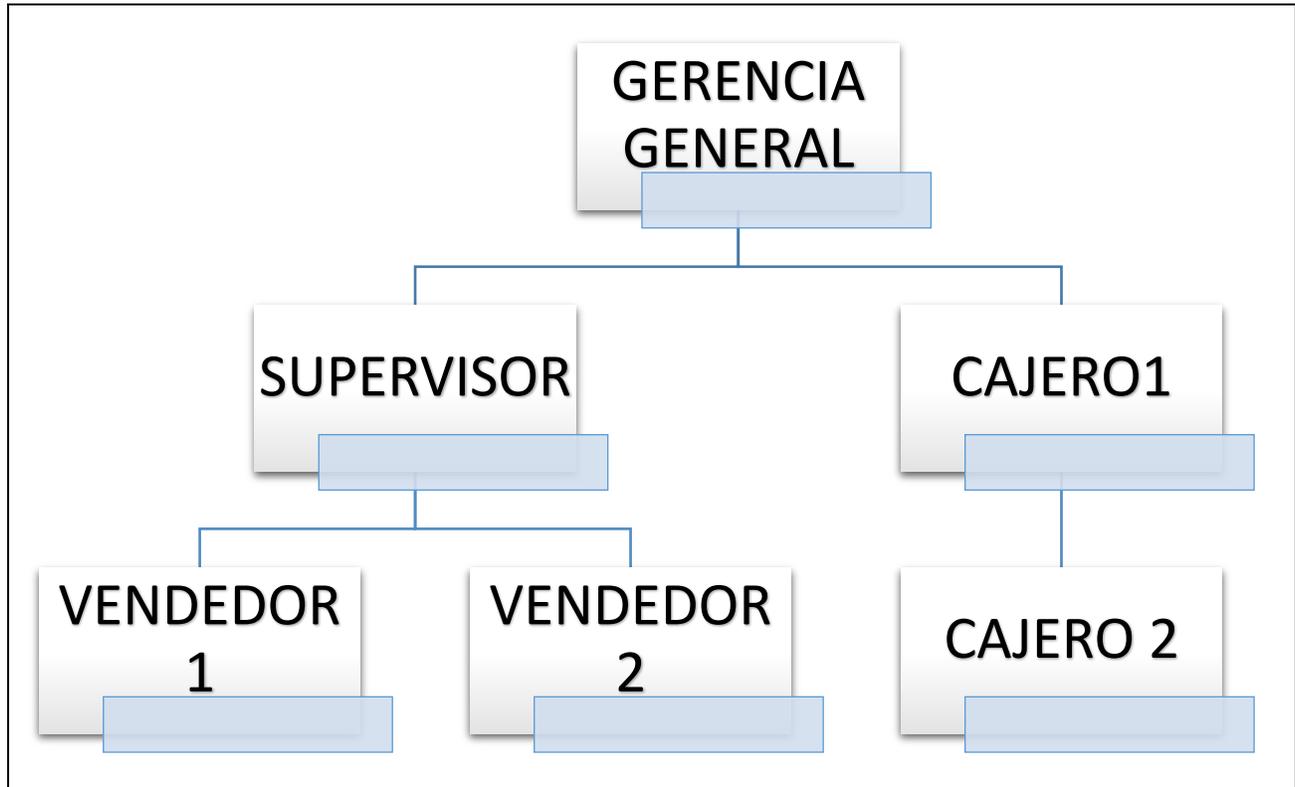
Como paso final se realiza la facturación de los productos requeridos por los clientes. Este proceso se lo realiza a diario, a cada instante, debido a la gran cantidad de proveedores y clientes con los que cuenta ZURIMAR.

9.5. Recursos humanos

La valor intrínseco que se poseen los talentos humanos para cualquier empresa es sin duda el pilar fundamental para conformar una organización estable y sostenible , no solo al momento de contar con personas que realizan las labores operativas sino más allá , la confianza depositada con los accionistas en hacer crecer la organización conjuntamente con los empleados y todo lo que tiene que ver con ellos , es decir; siendo una empresa responsablemente social con sus colaboradores , familias y además de la comunidad y sociedad.

“El ente humano es aquel que contribuye directamente con la productividad y eficiencia de la empresa dicha gestión debe estar íntimamente relacionada con la dirección y objetivos generales de la empresa, de manera que su finalidad primordial y genérica debe ser facilitar el rendimiento”. (Byars & Rue, 1997)

FIGURA 6. ORGANIGRAMA DE LA SUCURSAL



ELABORACION AUTOR

ZURIMAR S.A empezará a funcionar sus actividades con un supervisor encargado de vigilar que todos procesos del negocio estén encaminados hacia los objetivos de la empresa así también como de mantener el orden y estoqueada las perchas y el establecimiento. Dos personas encargadas de atención a los clientes, dichos vendedores estarán capacitados e informados para satisfacer necesidades o dudas de los clientes siendo amables en todo momento.

Las personas encargadas de servicio al cliente estarán a cargo del perfecto estado de las perchas y productos, además de dos cajeros que brindarán eficiencia y eficacia en sus labores diarias agilizado los procesos de cobros, también es importante la seguridad de los clientes y el local por lo cual se contratara un guardia de seguridad debidamente formalizados. Las personas encargadas de servicio al cliente estarán a cargo del perfecto estado de las perchas y productos

El desarrollo del capital humano es realmente importante y funcional desde el ámbito estratégico de ZURIMAR debido a que se puede disponer de gran variedad de habilidades y aptitudes de acorde a los objetivos de la empresa, así también los conocimientos y habilidades sean empleados o desarrollados en medida de sus crecimiento en su desempeño laboral . Esto ayuda a formar una escuela a los futuros colaboradores.

Es evidente que dentro de los diversos recursos con que cuenta cualquier empresa, el recurso humano, es el fundamental, no solo por razones ontológicas. Si no por razones pragmáticas que pudieran acudir, porque es el único recurso que es capaz de utilizar la relación personal. (Reina, Diaz, & Hernandez, 2013)

Los beneficios de los empleados además de los económicos es desempeñar sus funciones en un ambiente de trabajo dinámico y placentero en donde tienen la libertad de ser ellos de acorde a su personalidad sin descuidar las funciones establecidas.

10. Análisis financiero

10.1. Estado de resultados proyectado a 5 años

TABLA 4. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

| ZURIMAR S.A | | | | | | |
|--|------------|-----------------------|-----------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS | | | | | | |
| | | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO3 | AÑO 4 | AÑO5 |
| VENTAS | | \$ 279.279,00 | \$ 307.206,90 | \$ 337.927,59 | \$ 371.720,35 | \$ 408.892,38 |
| (-) Costo de Venta | | \$ 215.044,83 | \$ 236.549,31 | \$ 260.204,24 | \$ 286.224,67 | \$ 314.847,14 |
| (=) Utilidad Bruta | | \$ 64.234,17 | \$ 70.657,59 | \$ 77.723,35 | \$ 85.495,68 | \$ 94.045,25 |
| (-) Gastos Administrativos | | \$ 39.324,58 | \$ 39.324,58 | \$ 39.324,58 | \$ 39.324,58 | \$ 39.324,58 |
| (-) Gastos de Ventas | | \$ 18.200,00 | \$ 22.000,00 | \$ 22.000,00 | \$ 22.000,00 | \$ 22.000,00 |
| (=) UTILIDAD OPERACIONAL | | \$ 6.709,59 | \$ 9.333,01 | \$ 16.398,76 | \$ 24.171,10 | \$ 32.720,67 |
| (=) UAIT | | \$ 6.709,59 | \$ 9.333,01 | \$ 16.398,76 | \$ 24.171,10 | \$ 32.720,67 |
| (-) Participación Trabajadores | 15% | \$ 1.006,44 | \$ 1.399,95 | \$ 2.459,81 | \$ 3.625,66 | \$ 4.908,10 |
| (-) Impuesto a la Renta | 22% | \$ 1.476,11 | \$ 2.053,26 | \$ 3.607,73 | \$ 5.317,64 | \$ 7.198,55 |
| (-)Reserva legal | 10% | \$ 670,96 | \$ 933,30 | \$ 1.639,88 | \$ 2.417,11 | \$ 3.272,07 |
| UTILIDAD NETA | | \$ 4.227,04 | \$ 5.879,79 | \$ 10.331,22 | \$ 15.227,79 | \$ 20.614,02 |
| | | | | | | |

ELABORACION AUTOR

Según datos reflejados en el Estados de resultados integrales proyectados establece que ZURIMAR S.A en el año 1 poseerá ventas del\$ 279.279,00 el valor incrementará 10% anual logrando ventas del \$ 408.892,38 en el año 5. Ocurre de manera similar en la utilidad neta producida por la empresa en el año 1 se produce una utilidad de \$ 4.227,04 , al cabo del año 5 se logra cifra de \$ 20.614,02. . Cabe destacar la importancia del costo de venta fue calculado a partir del 23% de las ventas. En relación a los gastos por venta, gastos administrativos está estimado su incremento n en función al índice de inflación promedio de los últimos dos años que equivale a 3.33%.

10.2. Flujo de caja proyectado a 5 años

TABLA 5. FLUJO DE CAJA PROYECTADOS

| FLUJO DE CAJA ANUAL | | | | | | |
|--------------------------------|-----------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| DETALLE | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO4 | AÑO 5 |
| Inversión | - 126900,00 | | | | | |
| Ingresos | | \$ 279.279,00 | \$ 307.206,90 | \$ 337.927,59 | \$ 371.720,35 | \$ 408.892,38 |
| Egresos | | \$ 79.621,91 | \$ 83.421,91 | \$ 83.421,91 | \$ 83.421,91 | \$ 83.421,91 |
| Gastos Administrativos | | \$ 39.324,58 | \$ 39.324,58 | \$ 39.324,58 | \$ 39.324,58 | \$ 39.324,58 |
| Gastos de Ventas | | \$ 18.200,00 | \$ 22.000,00 | \$ 22.000,00 | \$ 22.000,00 | \$ 22.000,00 |
| Mano de Obra Directa | | \$ 3.000,00 | \$ 3.000,00 | \$ 3.000,00 | \$ 3.000,00 | \$ 3.000,00 |
| Materiales Directos | | \$ - | \$ - | | \$ - | \$ - |
| CIF anuales | | \$ 19.097,33 | \$ 19.097,33 | \$ 19.097,33 | \$ 19.097,33 | \$ 19.097,33 |
| Flujo Operacional | | \$ 199.657,09 | \$ 223.784,99 | \$ 254.505,68 | \$ 288.298,43 | \$ 325.470,47 |
| (-) Amortizaciones | | \$ 21.501,95 | \$ 23.286,60 | \$ 25.219,38 | \$ 27.312,57 | \$ 29.579,50 |
| (-) Depreciaciones | | \$ 8.357,33 | \$ 8.357,33 | \$ 8.357,33 | \$ 8.357,33 | \$ 8.357,33 |
| Flujo no Operacional | | \$ 29.859,28 | \$ 31.643,93 | \$ 33.576,71 | \$ 35.669,91 | \$ 37.936,84 |
| UAI | | \$ 169.797,80 | \$ 192.141,05 | \$ 220.928,97 | \$ 252.628,53 | \$ 287.533,63 |
| 15% Participación trabajadores | | \$ 25.469,67 | \$ 28.821,16 | \$ 33.139,34 | \$ 37.894,28 | \$ 43.130,05 |
| 22% Impuesto a la Renta | | \$ 40.751,47 | \$ 46.113,85 | \$ 53.022,95 | \$ 60.630,85 | \$ 69.008,07 |
| 10% Reserva legal | | \$ 16.979,78 | \$ 19.214,11 | \$ 22.092,90 | \$ 25.262,85 | \$ 28.753,36 |
| Utilidad Neta | | \$ 86.596,88 | \$ 97.991,94 | \$ 112.673,77 | \$ 128.840,55 | \$ 146.642,15 |
| (+) Depreciaciones | | \$ 8.357,33 | \$ 8.357,33 | \$ 8.357,33 | \$ 8.357,33 | \$ 8.357,33 |
| (-) Amortización de deuda | | \$ 21.501,95 | \$ 23.286,60 | \$ 25.219,38 | \$ 27.312,57 | \$ 29.579,50 |
| FLUJO NETO DE EFECTIVO | - 126900,00 | \$ 73.452,26 | \$ 83.062,67 | \$ 95.811,73 | \$ 109.885,31 | \$ 125.419,98 |
| saldo periodo de Recuperación | - 126900,00 | -\$ 53.447,74 | \$ 136.510,41 | -40698,68 | 150583,99 | -25164,00 |

ELABORACION AUTOR

El flujo de caja presenta información de manejo del dinero de ZURIMAR S.A. Esta reflejados los valor de inversión inicial y los ingresos y egresos en cada periodo de la empresa. Es importante mencionar que no se ven reflejados los valores de depreciación y amortización de loa pagos de préstamos como gastos reales, ya que solo su pago son netamente para objetivos contables. La importancia del flujo radica en la toma de decisiones inmediatas y en dar a conocer la liquidez de la empresa.

10.3. Análisis del punto de equilibrio

TABLA 6. PUNTO DE EQUILIBRIO

| | |
|----------------------------|------|
| PUNTO DE EQUILIBRIO | 1,37 |
|----------------------------|------|

ELABORACION AUTOR

El punto de equilibrio establece las cantidades mínimas que debe vender para ala menos cubrir gastos y costos de la empresa para evitar pérdidas en la empresa. En este caso al ser una empresa comercializadora de gran variedad de productos se obtuvo el punto de equilibrio a partir del promedio de ventas anuales de los principales productos que se comercializan. Por lo cual los resultados obtenidos con este análisis establecen que la empresa debería vender al menos 1,37 veces de unidades al año para llegar al punto de equilibrio, o alcanzando un nivel de ventas al año por \$ 50.778,00.

10.4. Análisis de sensibilidad

TABLA 7. ANALISIS DE SENSIBILIDAD

| ZURIMAR S.A | | | | | | |
|--------------------------------------|------------------------|------------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| ANALISIS DE SENSIBILIDAD | | | | | | |
| | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| INVERSIÓN TOTAL | \$ (126.900,00) | | | | | |
| VENTAS | | \$ 279.279,00 | \$ 345.120,00 | \$ 345.120,00 | \$ 345.120,00 | \$ 345.120,00 |
| (-) Costo de Venta | | \$ 215.044,83 | \$ (293.352,00) | \$ (293.352,00) | \$ (293.352,00) | \$ (293.352,00) |
| (=) Utilidad Bruta | | 64.234,17 | \$ 51.768,00 | \$ 51.768,00 | \$ 51.768,00 | \$ 51.768,00 |
| (-) Gastos Administrativos | | 39.324,58 | 39.324,58 | 39.324,58 | 39.324,58 | 39.324,58 |
| (-) Gastos de Ventas | | 18.200,00 | 22.000,00 | 22.000,00 | 22.000,00 | 22.000,00 |
| (=) UTILIDAD OPERACIONAL | | \$ 6.709,59 | \$ 113.092,58 | \$ 113.092,58 | \$ 113.092,58 | \$ 113.092,58 |
| (-) Gastos Financieros | | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| (=) UAIT | | \$ 6.709,59 | \$ 113.092,58 | \$ 113.092,58 | \$ 113.092,58 | \$ 113.092,58 |
| Pago Part. Trabajadores | | \$ - | \$ (1.006,44) | \$ (16.963,89) | \$ (16.963,89) | \$ (16.963,89) |
| Pago de IR | | \$ - | \$ (1.425,79) | \$ (24.032,17) | \$ (24.032,17) | \$ (24.032,17) |
| EFFECTIVO NETO | | \$ 6.709,59 | \$ 110.660,36 | \$ 72.096,52 | \$ 72.096,52 | \$ 72.096,52 |
| (+) Deprec. Área Prod. | | \$ 4.552,00 | \$ 4.552,00 | \$ 4.552,00 | \$ 4.552,00 | \$ 4.552,00 |
| (+) Deprec. Área Adm. | | \$ 3.805,33 | \$ 3.805,33 | \$ 3.805,33 | \$ 3.805,33 | \$ 3.805,33 |
| Préstamo concedido | | \$ (21.501,95) | \$ (23.286,60) | \$ (25.219,38) | \$ (27.312,57) | \$ (29.579,50) |
| (+) Amortización. G. Pre-Operac. | | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| FLUJO NETO DEL PERIODO | \$ (126.900,00) | \$ (6.435,03) | \$ 95.731,09 | \$ 55.234,48 | \$ 53.141,28 | \$ 50.874,35 |
| Saldo Periodo de Recuperación | \$ (126.900,00) | \$ (133.335,03) | \$ (37.603,94) | | | |

ELABORACION AUTOR

| | |
|-----------------|--------------|
| TIR | 23,67% |
| VAN | \$ 66.747,19 |
| PAY BACK | 2,33 AÑOS |

En cuanto al análisis de sensibilidad con una variación de 0% en incremento de ventas, es decir; las ventas son constantes reflejando el mismo valor en los 5 años se lograría una tasa interna de retorno del 23,67% y un valor actual neto de \$ 66.747,19 por lo cual se concluye en base a análisis que este proyecto es sensible a cambios en cuanto a ingresos ya sean por precio o cantidades comerciadas. Si no ocurrieran aumentos de ventas el periodo de recuperación será al cabo de 2 años y cuatro meses. En este análisis de sensibilidad se está siendo conservador.

10.5. Análisis de Tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, Valor actual neto, retorno de la inversión.

TABLA 8. INDICES DE RENTABILIDAD ZURIMAR

| | |
|--------------------------------|-----------------------------|
| TIR | 62% |
| VAN | \$ 301.441,84 |
| PUNTO DE EQUILIBRIO | 1,3711 |
| COSTOS VARIABLES | \$ 22.097,33333 |
| FIJOS | \$ 39.324,58 |
| PRECIO DE VENTA | \$ 50.778 P.V.P PROMEDIO |
| PERIODO DE RECUPERACION | 1,64 AÑOS |

ELABORACION AUTOR

En el cálculo del Estado de Resultados Proyectados con aumento en ventas del 10% anual refleja una tasa interna de retorno del 62% y un valor actual neto de \$ 301.441,84, logrando así un periodo de recuperación de 1 año y siete meses. Lo cual establece que es el proyecto es rentable y de rápida recuperación de la inversión.

11. Viabilidad del proyecto (conclusiones)

El presente proyecto percibe de manera general una viabilidad sostenida para emprender el negocio. Por lo tanto se concluye:

La idea principal del plan de negocio consiste en el Analizar la factibilidad de apertura de una sucursal distribuidora de productos veterinarios en la ciudad de Milagro. Mediante el análisis de mercado realizado establece que el target son las personas de clase media alta y alta que poseen mascotas domesticas o animales de crianzas en granjas. Teniendo como fortaleza precios competitivos y la eficiencia en los procesos operativos como valor agregado. Los clientes tendrán accesibilidad a realizar sus compras en un establecimiento cómodo, moderno y seguro. La ventaja competitiva de la empresa son el conocimiento en la actividad económica, innovación en los procesos operativos y ventas, fidelidad de los clientes y reconocimiento de la empresa como marca.

El nivel de aceptación de los clientes se ve reflejado continuamente por ls quejas y sugerencias de expansión del establecimiento por parte de los clientes incluso proveedores de la empresa. El esquema operativo de la sucursal diferenciado por la comodidad que se le brinda al cliente, es decir; el cliente es el que se acerca a las perchas a escoger los productos que desea, pudiendo revisar las características y composición de los mismos con total comodidad asistido por los vendedores, continuando con el procesos se acercan a caja en el cual se le realiza la facturación y empaquetado.

Para llevara a cabo este proyecto es necesario una inversión inicial de \$ 126.900,00. Esta inversión inicial es solo para adecuaciones, remodelación y gastos pre operativo, debido a que

este proyecto no requiere de capital de trabajo por que las compras son realizas a crédito y ventas al contado. Es un proyecto rentable según los datos reflejados en el análisis arrojando una tasa interna de retorno de 62% y un van de \$ 301.441,84. Sumado a esto se concluye que es atractivo por su periodo de recuperación corto al obtener un pay back de un año y siete meses. Por lo tanto el proyecto es completamente viable y real.

Bibliografía

- Agrocalidad. (2 de Diciembre de 2008). *AGENCIA ECUATORIANA DE LA CALIDAD DE AGRO*,. Obtenido de http://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/normativa_lotaip.pdf
- Byars, L., & Rue, L. (1997). *Gestion de Recursos Humanos*. España: McGraw Hill.
- COIP. (10 de Febrero de 2014). *REGISTRO OFICIAL ORGANICO DEL GOBIERNO DEL ECUADOR*. Obtenido de <http://www.asambleanacional.gob.ec/documentos/asamblea2013-2017/sala-prensa/coip-registro-oficial-180.pdf>
- GOOGLE MAP. (23 de Septiembre de 2014). Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/place/17+de+septiembre,+17+de+Septiembre,+Milagro/@-2.1378365,-79.5971222,17z/data=!4m2!3m1!1s0x902d47bd44fc7a59:0xbbd3dedb4ec49821>
- INEC. (2010). *INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS*. Obtenido de <http://redatam.inec.gob.ec/>
- INEC. (2010). *INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS*. Obtenido de <http://redatam.inec.gob.ec/>
- INEC. (2010). *INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS*. Obtenido de <http://redatam.inec.gob.ec/>
- INEC. (2010). *INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS* . Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Mankiu, G. (2004). Principios de Economía. En G. Mankiu, *Peincipios de Economía* (pág. 42). España: Mc Graw Hill.

Reina, C., Diaz, L., & Hernandez, F. (2013). La importancia de la morivacion e incentivo para los trabajadores . *Observatorio de la Economia Latinoamericana*, 185. Obtenido de Observatorio de la Economia Latinoamericana.

ANEXOS

LEY DE SANIDAD ANIMAL, CODIFICACION

Registro Oficial Suplemento # 315

Fecha: 16-4-2004

H. CONGRESO NACIONAL

LA COMISION DE LEGISLACION Y CODIFICACION

Resuelve: EXPEDIR LA SIGUIENTE CODIFICACION DE LA LEY DE SANIDAD ANIMAL
NORMAS FUNDAMENTALES

Art. 1.- Corresponde al Ministerio de Agricultura y Ganadería, realizar la investigación relativa a las diferentes enfermedades, plagas y flagelos de la población ganadera del país y diagnosticar el Estado sanitario de la misma. Estas tareas las emprenderá planificadamente con la participación de las unidades administrativas y técnicas, entidades dependientes y adscritas y en estrecha coordinación con las instituciones públicas o privadas, nacionales o internacionales, vinculadas al sector.

Art. 2.- El Ministerio adoptará las medidas encaminadas a conservar la salud de la ganadería nacional, prevenir el aparecimiento de enfermedades, controlar las que se presentaren y erradicarlas. En la ejecución de estas medidas también participará el sector privado, de conformidad con la presente Ley y sus Reglamentos.

Art. 3.- El Ministerio de Agricultura y Ganadería, desarrollará permanente actividad de educación sanitaria, emprenderá en las campañas de divulgación que fueren necesarias y propenderá a la capacitación y adiestramiento de su personal y de los núcleos de productores, de manera especial de los sectores campesinos organizados.

Art. 4.- El Ministerio de Agricultura y Ganadería ejercerá el control sanitario de las explotaciones ganaderas, establecimientos de preparación de alimentos para el consumo animal, fábricas de productos químicos y biológicos de uso veterinario y de su almacenamiento,

transporte y comercialización. Para la efectividad de dicho control, requerirá el concurso de las autoridades y agentes de policía.

Art. 13.- El Ministerio de Agricultura y Ganadería, controlará y reglamentará la movilización y transporte del ganado que salga de las explotaciones con destino a ferias, plazas, exposiciones, camales o lugares de venta como medio de evitar la propagación de enfermedades infecto contagiosas.

Art. 14.- Los propietarios y tenedores de animales y aves, así como los propietarios o administradores de fábricas, plantas procesadoras y establecimientos a que se refiere la presente Ley, permitirán obligatoriamente, con fines de control, el libre acceso de los funcionarios y empleados de Sanidad Animal, debidamente identificados.

DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES ADMINISTRATIVAS

Art. 26.- Los médicos veterinarios en función pública, que dejaren de cumplir las obligaciones que les impone la presente Ley, serán sancionados con la suspensión del cargo que desempeñaren, por el lapso de 30 días; y, en caso de reincidencia, con la destitución del mismo. Los médicos veterinarios en libre ejercicio de la profesión, que incurrieren en igual infracción, serán sancionados con multa de veinte centavos a dos dólares de los Estados Unidos de América. En caso de reincidencia, se aplicará el máximo de dicha multa.

Art. 27.- Las personas naturales, los representantes o administradores de las personas jurídicas o establecimientos que incumplieren lo dispuesto en esta Ley o sus Reglamentos, tanto en el manejo de los productos biológicos y sus derivados, como en la debida preparación de los mismos, o de los principios para la elaboración de productos alimenticios de origen animal planteados en los códigos, guías de prácticas y normas técnicas ecuatorianas, elaboradas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) o cualquier otra regulación, serán sancionadas

con multa de cuarenta centavos a cuatro dólares de los Estados Unidos de América y la clausura temporal o definitiva del establecimiento en su caso.

Art. 28.- Los propietarios o tenedores de animales o aves, así como los administradores de los establecimientos a que se refiere la presente Ley que obstaculizaren los controles contemplados en ella y sus reglamentos, serán sancionados con multa de dos centavos a dos dólares de los Estados Unidos de América, según la gravedad de la falta.

En caso de reincidencia, se les impondrá el doble de la multa anteriormente prevista y la clausura del respectivo establecimiento.

Art. 32.- Los fabricantes, distribuidores o expendedores de productos biológicos, químicos, farmacéuticos y demás artículos de uso veterinario que no cumplieren con las disposiciones sanitarias legales, reglamentarias o administrativas, serán sancionados con multa de cuarenta centavos a cuatro dólares de los Estados Unidos de América según la gravedad de la falta.

| FINANCIAMIENTO POR CREDITO | |
|-----------------------------------|----------------------|
| | |
| Valor a prestar | \$ 126.900,00 |
| Periodo de pago | 60 |

| | |
|--------------------------------|-------------------|
| Tasa | 8% |
| Forma de capitalización | 5 años |
| Pagos | \$2.573,07 |

ELABORACION AUTOR

AMORTIZACION DE DEUDA

| No | PRINCIPAL | INTERES | PAGO | AMORTIZACION /A PAGAR |
|-----------|------------------|----------------|-------------|----------------------------------|
| | | | \$ 2.573,07 | \$ 126.900,00 |
| 1 | \$ 1.727,07 | \$ 846,00 | \$ 2.573,07 | \$ 125.172,93 |
| 2 | \$ 1.738,59 | \$ 834,49 | \$ 2.573,07 | \$ 123.434,34 |
| 3 | \$ 1.750,18 | \$ 822,90 | \$ 2.573,07 | \$ 121.684,16 |
| 4 | \$ 1.761,85 | \$ 811,23 | \$ 2.573,07 | \$ 119.922,31 |
| 5 | \$ 1.773,59 | \$ 799,48 | \$ 2.573,07 | \$ 118.148,72 |
| 6 | \$ 1.785,42 | \$ 787,66 | \$ 2.573,07 | \$ 116.363,30 |
| 7 | \$ 1.797,32 | \$ 775,76 | \$ 2.573,07 | \$ 114.565,98 |
| 8 | \$ 1.809,30 | \$ 763,77 | \$ 2.573,07 | \$ 112.756,68 |
| 9 | \$ 1.821,36 | \$ 751,71 | \$ 2.573,07 | \$ 110.935,32 |
| 10 | \$ 1.833,51 | \$ 739,57 | \$ 2.573,07 | \$ 109.101,81 |
| 11 | \$ 1.845,73 | \$ 727,35 | \$ 2.573,07 | \$ 107.256,08 |
| 12 | \$ 1.858,03 | \$ 715,04 | \$ 2.573,07 | \$ 105.398,05 |
| 13 | \$ 1.870,42 | \$ 702,65 | \$ 2.573,07 | \$ 103.527,63 |
| 14 | \$ 1.882,89 | \$ 690,18 | \$ 2.573,07 | \$ 101.644,74 |
| 15 | \$ 1.895,44 | \$ 677,63 | \$ 2.573,07 | \$ 99.749,30 |
| 16 | \$ 1.908,08 | \$ 665,00 | \$ 2.573,07 | \$ 97.841,22 |
| 17 | \$ 1.920,80 | \$ 652,27 | \$ 2.573,07 | \$ |

| | | | | |
|----|-------------|-----------|-------------|--------------|
| | | | | 95.920,42 |
| 18 | \$ 1.933,60 | \$ 639,47 | \$ 2.573,07 | \$ 93.986,81 |
| 19 | \$ 1.946,50 | \$ 626,58 | \$ 2.573,07 | \$ 92.040,32 |
| 20 | \$ 1.959,47 | \$ 613,60 | \$ 2.573,07 | \$ 90.080,85 |
| 21 | \$ 1.972,54 | \$ 600,54 | \$ 2.573,07 | \$ 88.108,31 |
| 22 | \$ 1.985,69 | \$ 587,39 | \$ 2.573,07 | \$ 86.122,62 |
| 23 | \$ 1.998,92 | \$ 574,15 | \$ 2.573,07 | \$ 84.123,70 |
| 24 | \$ 2.012,25 | \$ 560,82 | \$ 2.573,07 | \$ 82.111,45 |
| 25 | \$ 2.025,66 | \$ 547,41 | \$ 2.573,07 | \$ 80.085,79 |
| 26 | \$ 2.039,17 | \$ 533,91 | \$ 2.573,07 | \$ 78.046,62 |
| 27 | \$ 2.052,76 | \$ 520,31 | \$ 2.573,07 | \$ 75.993,85 |
| 28 | \$ 2.066,45 | \$ 506,63 | \$ 2.573,07 | \$ 73.927,40 |
| 29 | \$ 2.080,23 | \$ 492,85 | \$ 2.573,07 | \$ 71.847,18 |
| 30 | \$ 2.094,09 | \$ 478,98 | \$ 2.573,07 | \$ 69.753,09 |
| 31 | \$ 2.108,05 | \$ 465,02 | \$ 2.573,07 | \$ 67.645,03 |
| 32 | \$ 2.122,11 | \$ 450,97 | \$ 2.573,07 | \$ 65.522,92 |
| 33 | \$ 2.136,25 | \$ 436,82 | \$ 2.573,07 | \$ 63.386,67 |
| 34 | \$ 2.150,50 | \$ 422,58 | \$ 2.573,07 | \$ 61.236,17 |
| 35 | \$ 2.164,83 | \$ 408,24 | \$ 2.573,07 | \$ 59.071,34 |
| 36 | \$ 2.179,27 | \$ 393,81 | \$ 2.573,07 | \$ 56.892,07 |
| 37 | \$ 2.193,79 | \$ 379,28 | \$ 2.573,07 | \$ 54.698,28 |
| 38 | \$ 2.208,42 | \$ 364,66 | \$ 2.573,07 | \$ 52.489,86 |
| 39 | \$ 2.223,14 | \$ 349,93 | \$ 2.573,07 | \$ 50.266,72 |
| 40 | \$ 2.237,96 | \$ 335,11 | \$ 2.573,07 | \$ 48.028,76 |
| 41 | \$ 2.252,88 | \$ 320,19 | \$ 2.573,07 | \$ 45.775,87 |
| 42 | \$ 2.267,90 | \$ 305,17 | \$ 2.573,07 | \$ 43.507,97 |
| 43 | \$ 2.283,02 | \$ 290,05 | \$ 2.573,07 | \$ 41.224,95 |

| | | | | |
|----|-------------|-----------|-------------|--------------|
| 44 | \$ 2.298,24 | \$ 274,83 | \$ 2.573,07 | \$ 38.926,71 |
| 45 | \$ 2.313,56 | \$ 259,51 | \$ 2.573,07 | \$ 36.613,15 |
| 46 | \$ 2.328,99 | \$ 244,09 | \$ 2.573,07 | \$ 34.284,16 |
| 47 | \$ 2.344,51 | \$ 228,56 | \$ 2.573,07 | \$ 31.939,65 |
| 48 | \$ 2.360,14 | \$ 212,93 | \$ 2.573,07 | \$ 29.579,50 |
| 49 | \$ 2.375,88 | \$ 197,20 | \$ 2.573,07 | \$ 27.203,62 |
| 50 | \$ 2.391,72 | \$ 181,36 | \$ 2.573,07 | \$ 24.811,91 |
| 51 | \$ 2.407,66 | \$ 165,41 | \$ 2.573,07 | \$ 22.404,25 |
| 52 | \$ 2.423,71 | \$ 149,36 | \$ 2.573,07 | \$ 19.980,53 |
| 53 | \$ 2.439,87 | \$ 133,20 | \$ 2.573,07 | \$ 17.540,66 |
| 54 | \$ 2.456,14 | \$ 116,94 | \$ 2.573,07 | \$ 15.084,53 |
| 55 | \$ 2.472,51 | \$ 100,56 | \$ 2.573,07 | \$ 12.612,01 |
| 56 | \$ 2.488,99 | \$ 84,08 | \$ 2.573,07 | \$ 10.123,02 |
| 57 | \$ 2.505,59 | \$ 67,49 | \$ 2.573,07 | \$ 7.617,43 |
| 58 | \$ 2.522,29 | \$ 50,78 | \$ 2.573,07 | \$ 5.095,14 |
| 59 | \$ 2.539,11 | \$ 33,97 | \$ 2.573,07 | \$ 2.556,03 |
| 60 | \$ 2.556,03 | \$ 17,04 | \$ 2.573,07 | \$ 0,00 |

ELABORACION AUTOR

| AÑOS | PRINCIPAL | INTERES | TOTAL |
|-------------|------------------|--------------------|--------------|
| 1er. | \$ 21.501,95 | \$ 9.374,94 | \$ 30.876,89 |
| 2do. | \$ 23.286,60 | \$ 7.590,29 | \$ 30.876,89 |

| | | | |
|--------------|----------------------|---------------------|----------------------|
| 3er. | \$ 25.219,38 | \$ 5.657,52 | \$ 30.876,89 |
| 4to. | \$ 27.312,57 | \$ 3.564,32 | \$ 30.876,89 |
| 5to. | \$ 29.579,50 | \$ 1.297,39 | \$ 30.876,89 |
| | | | |
| TOTAL | \$ 126.900,00 | \$ 27.484,47 | \$ 154.384,47 |

ELABORACION AUTOR