



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO
FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE NEGOCIOS PARA ESTABLECER UNA ESTACIÓN DE SERVICIO
EN EL KM 8 DE LA VÍA A NARANJAL.

Trabajo de titulación que se presenta como requisito previo a optar el grado de:

INGENIERO EN CIENCIAS EMPRESARIALES

Nombre del Estudiante:

STEVEN JEFFERSON AMAY PIEDRA

Nombre del Tutor:

ING. CHRISTIAN MORAN MONTALVO

SAMBORONDÓN, AGOSTO 2018

Tabla de Contenidos

Justificación	2
Problema a resolver	3
Objetivo General.....	3
Objetivos Específicos	3
Visión	4
Misión.....	4
Metas	4
Análisis de mercado.....	4
Población	4
Muestra	5
Cuestionario de preguntas.....	6
Análisis PESTAL	10
Político	10
Económico	11
Social	12
Tecnológico	13
Legal/Ambiental	14
Análisis FODA	15
Fortalezas	15
Oportunidades	15
Debilidades	16
Amenazas.....	16
Análisis 4Ps	16
Producto	16
Precio	17
Plaza.....	18
Promoción.....	19
Análisis de oferta y demanda.....	20

Análisis de la demanda	20
Análisis de la oferta	21
Estrategia de diferenciación.....	22
Análisis operativo.....	22
Descripción de la planta y de las instalaciones	22
Método de producción y capacidad instalada	22
Recursos Humanos	25
Análisis Financiero	25
Estados de resultados proyectados a 5 años.....	25
Flujo de caja proyectado a 5 años	26
Análisis del punto de equilibrio	26
Análisis de sensibilidad	27
Análisis de TIR, índice de rentabilidad, Valor actual neto, Retorno de la inversión.....	27
Viabilidad del proyecto	29
Referencias	31

Justificación

La industria de las gasolineras o estaciones de servicio a lo largo de los años ha experimentado una modesta cantidad de volatilidad. Como cuestión de hecho, a medida que más ecuatorianos adquieren automóviles, los kilómetros recorridos en los vehículos aumentan y esto permite un aumento de la demanda de gasolina.

Así también, a medida que el ingreso disponible per cápita continúa aumentando, algunos propietarios de automóviles optarán por el combustible premium, que tiene un precio más alto que el combustible de octanaje más bajo.

Al igual que otros sectores, el de las estaciones de servicios también ha experimentado su parte justa de altibajos en los últimos cinco años. Como resultado del fortalecimiento de la economía doméstica y la mejora en el empleo en la primera parte de los últimos cinco años, la industria de la estación de servicio también experimentó una mejora en el rendimiento.

La industria de las estaciones de servicios es de hecho una industria muy grande y próspera en todas las partes del mundo. El gran avance en la industria de las estaciones de servicio se produjo como resultado del aumento en la propiedad de automóviles que se remonta a Henry Ford cuando comenzó a vender automóviles que la clase media podía pagar.

En un intento por mantenerse a flote en la industria altamente competitiva de las estaciones de servicio, los propietarios ahora hacen un esfuerzo adicional para garantizar que sus instalaciones sean acogedoras y propicias para los clientes.

Las estaciones de servicio ahora cuentan con servicios de vulcanización, lavado de autos, tiendas de conveniencia, cafeterías, cafeterías y una sala de puros dentro de sus instalaciones para aprovechar las oportunidades a su alrededor y generar más ingresos.

Problema a resolver

El presente trabajo tiene como objetivo fundamental presentar un plan de negocios para establecer una estación de servicio, en la cual las personas podrán llenar los tanques de su vehículo de gasolina, adquirir alimentos y bebidas y darse un receso del viaje.

El problema es la falta de estas estaciones de servicio a lo largo del camino, lo que en muchos casos puede causar que las personas tengan un malestar al momento de movilizarse en prolongados trayectos. Es importante investigar sobre los diferentes conceptos para realizar un plan de negocio que vaya de acorde con las necesidades de los potenciales clientes.

En el trayecto propuesto existen un par de gasolineras que funcionan, sin embargo, debido al tránsito de la zona y a las necesidades de los individuos es importante que se establezca una estación de servicio.

Después del análisis respectivo de los diferentes estudios de factibilidad que se tienen que realizar, se comenzará la obra dentro del terreno propuesto que es de propiedad familiar. Mediante la investigación se espera recopilar información por parte de los transeúntes para conocer más a fondo sus necesidades, y poder ofrecer un servicio de calidad.

Objetivo General

Desarrollar el plan de negocios para el establecimiento de una estación de servicios en el km 8 de la vía a Naranjal.

Objetivos Específicos

- Identificar la oferta y demanda de la estación de servicios.
- Determinar los procesos operativos que se incurren en una estación de servicios.
- Analizar la rentabilidad de la estación de servicios.

Visión

Nuestra visión es convertirnos en una marca importante de estaciones de servicio con una red que ofrece consistentemente precios bajos de combustible, estándares de calidad de combustible y una sólida imagen de marca.

Misión

Ofrece flexibilidad, atractivos precios de combustible, programas de valor agregado e identidad de marca sólida que los concesionarios y distribuidores necesitan para tener éxito, mientras les da a los consumidores combustible de calidad a precios bajos.

Metas

- Contribuir a la reducción de la contaminación en la Vía a Naranjal y los diferentes sectores aledaños.
- Aumentar continuamente el nivel de satisfacción del consumidor y proporcionar un servicio de calidad de valor agregado.
- Ser una empresa líder en rendimiento de salud y seguridad.
- Expandir el área de operaciones en Vía a Naranjal y más allá.

Análisis de mercado

Población

En lo que corresponde a la población, se ha escogido a los habitantes del cantón Naranjal, el cual se divide en las siguientes parroquias urbanas y rurales: Naranjal, Jesús María, San Carlos, Santa Rosa de Flandes, y Taura. La población objeto de estudio es de 69.012 habitantes, según el último censo de población y vivienda realizado por el INEC.

Tabla 1

Distribución de la población del Cantón Naranjal

Año	2010
Población Urbana	60.730
Población Rural	8.282
TOTAL	69.012

Fuente: INEC-Censo de Población y Vivienda

Elaboración Propia

Muestra

La muestra se define como una parte significativa de la población, la cual demuestra rasgos característicos de la misma. Debido a que no es posible realizar una encuesta de la población completa por motivos de tiempo y costos, se calcula la muestra para poblaciones conocidas. La fórmula se expresa de la siguiente manera:

$$n = \frac{Z^2pqN}{e^2(N - 1) + Z^2pq}$$
$$n = \frac{1.96^2(0.5)(0.5)(69012)}{(0.05)^2(69012 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$
$$n = 383$$

Para evitar que exista cualquier tipo de sesgo, se aplicó dentro de la investigación de la investigación de campo un método de muestreo aleatorio. Las encuestas fueron realizadas en las diferentes parroquias de este cantón para la obtener la perspectiva de ellos e identificar de manera oportuna los futuros consumidores. Las encuestas fueron realizadas entre el 19 de marzo y el 20 de abril del 2018; en promedio se realizaron 14 encuestas diarias

Cuestionario de preguntas

1. ¿Qué edad tiene?

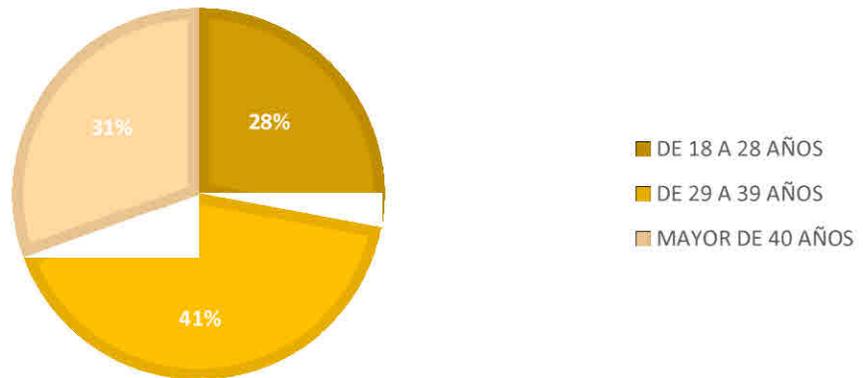


Gráfico 1. Edad de los encuestados.

2. ¿Cuál es su salario promedio?

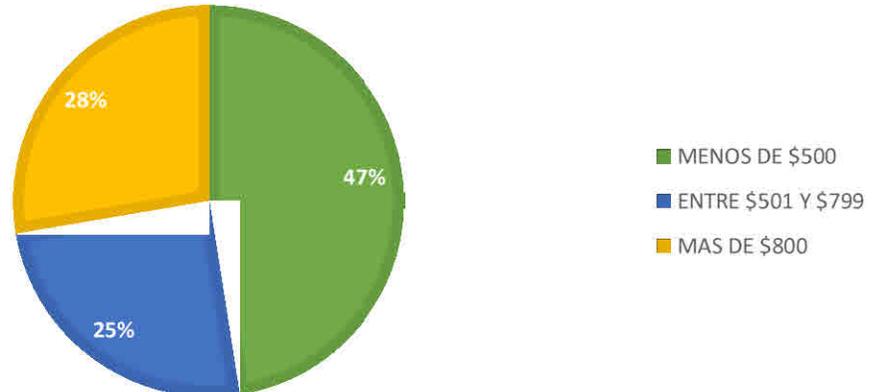


Gráfico 2. Salario promedio.

3. ¿Qué tipo de combustible utiliza?

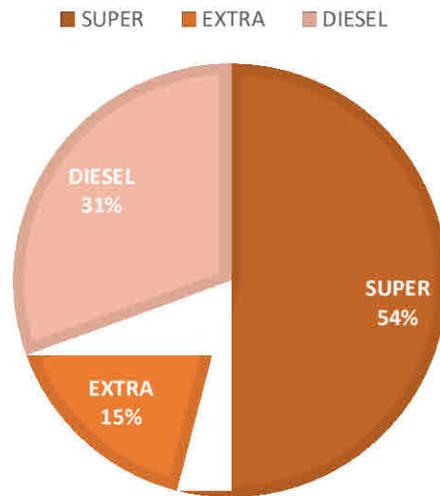


Gráfico 3. Tipo de combustible.

4. ¿Cuántas veces acude a una estación de servicio?

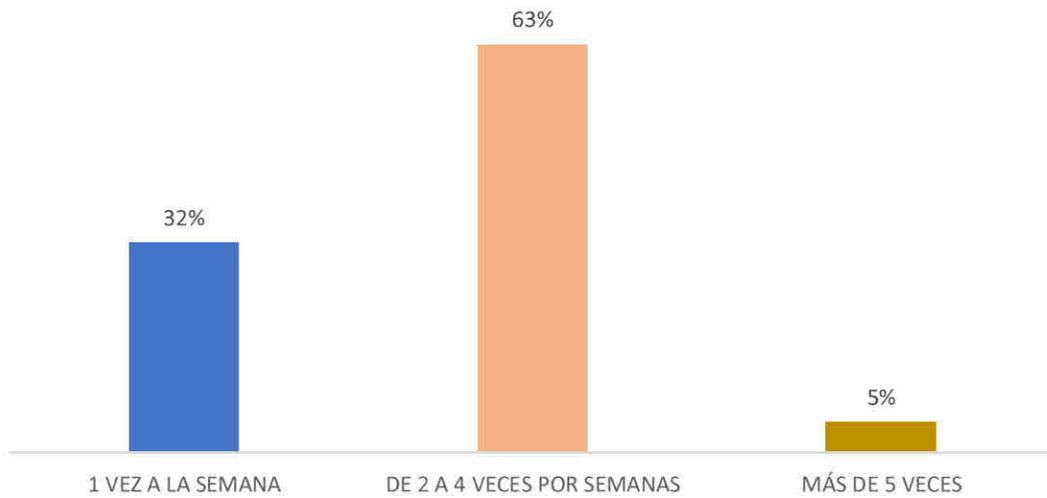


Gráfico 4. Frecuencia de visitas a estaciones de servicio.

5. ¿Cuánto gasta en combustible cada vez que va la estación de servicios?

■ MENOS DE 20 DÓLARES ■ ENTRE 21 Y 29 DÓLARES ■ MÁS DE 30 DÓLARES

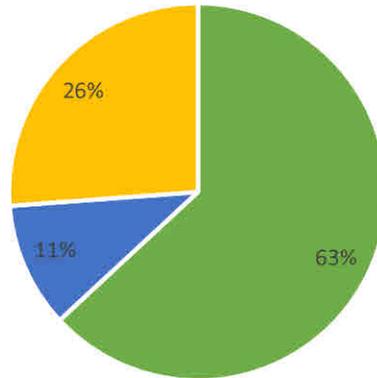


Gráfico 5. Gasto en combustible.

6. ¿Realiza chequeos o mantenimiento a su vehículo al momento de acudir a la estación de servicio?

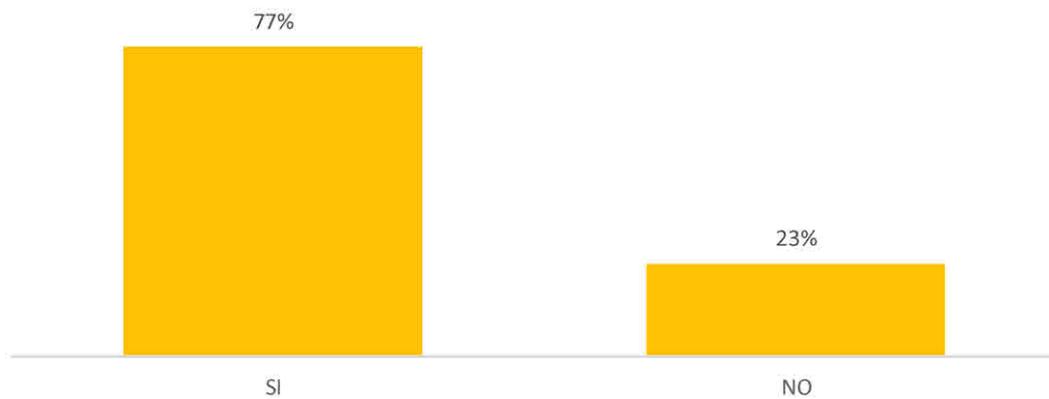


Gráfico 6. Mantenimiento en la estación de servicio

7. Aparte de gasolina, ¿qué otros productos adquieren en las estaciones de servicio?

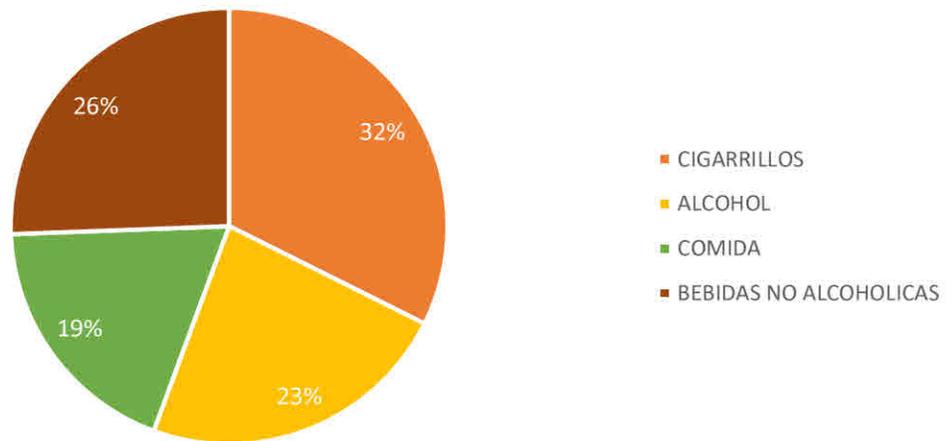


Gráfico 7. Productos adquiridos en estaciones de servicio.

8. ¿De qué cantón proviene?

■ Naranjal ■ El Triunfo ■ La Troncal ■ Camilo Ponce ■ Balao

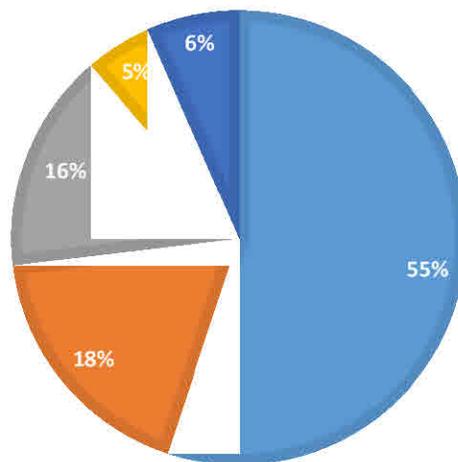


Gráfico 8. Cantón de procedencia

Análisis PESTAL

Político

Los factores políticos están representados por la influencia de una entidad política a nivel nacional, regional o internacional. La mayoría de los países consideran que la industria petrolera es un punto estratégico en las necesidades políticas, económicas y sociales de un país, porque esta industria tiene una gran influencia en la capacidad de transporte, producción de energía, producción industrial, producción química, agricultura y bienestar social. La independencia energética es un objetivo prioritario de todos los países que desean liberarse de un chantaje político de otros países u organizaciones internacionales (Villegas, 2009).

La organización más influyente en la producción de petróleo es la OPEP (Organización de Países Exportadores de Petróleo) que tiene más del 42,8% de la producción mundial de petróleo, otros productores considerables de petróleo o de otro sustituto, los productos son los Estados Unidos de América, los países de Europa Unión, Rusia, China, Canadá y Brasil. Los consumidores que tienen una gran influencia en los mercados del petróleo son los Estados Unidos de América, China y los países de la Unión Europea occidental (Sánchez & Reyes, 2016).

Para el beneficio mutuo, algunos países hacen un acuerdo comercial para el intercambio de recursos energéticos por dinero, tecnología, otros recursos o incluso protección. Una influencia poderosa sobre la producción de petróleo y el precio se debe a la situación inestable de Medio Oriente, donde cada conflicto puede perturbar la producción y el transporte de petróleo, lo que resulta en el aumento del precio del petróleo.

Otra región que tiene una gran influencia en el mercado petrolero es el espacio ex soviético, donde las disputas probablemente se resuelvan mediante un chantaje energético y político.

Económico

Los factores económicos están representados por: las influencias de la oferta y la demanda sobre el precio del petróleo; influencias de la oferta o demanda de los bienes complementarios; influencia de la oferta y demanda de recursos sustitutos; el tipo de cambio del USD; el precio del barril de petróleo en las bolsas de valores importantes; situación económica en etapas regionales y globales; valor de las reservas conocidas, tasa de interés para el financiamiento; valor de los índices bursátiles (Tas & Togay, 2014).

La demanda de combustibles está influenciada por la variación de las actividades de transporte que representan casi el 60%, la industria petroquímica, otras industrias, la agricultura y la producción de energía.

Tabla 2

Indicadores macroeconómicos del Ecuador a diciembre 2016

Indicador	Valor
PIB	101 mil millones
Inflación anual	1.12%
Deuda Externa (% PIB)	26.7%
Balanza comercial	1 mil 201 millones
Remesas	667 millones
Riesgo País	647
IPC	101.60
Desempleo	6.68%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración Propia

La variación de la necesidad de actividades de transporte por carretera está influenciada por el número de vehículos automotores utilizados por la población u organizaciones; las ganancias de cada propietario de automóvil, la frecuencia de usar su propio automóvil, la cultura del cliente por el efecto del combustible en el medioambiente, la infraestructura vial, las estaciones, las actividades de turismo (Beltrán-Saavedra, 2015).

Tabla 3

Otros indicadores macroeconómicos del Ecuador a diciembre 2016

Indicador	Valor
Tasa de pobreza	14.5%
Salario unificado nominal	366 dólares
Recaudación tributaria	14 mil millones
Precio promedio WTI	46.86 dólares

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración Propia

La aviación es uno de los sectores del transporte que creció muy rápidamente, representando el 6% de la demanda total de petróleo (OPEP, 2011), dos tercios de ellos representados por la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos). La demanda de petróleo para el transporte naval está representada en gran proporción por buques de carga que transportan bienes de países en desarrollo (productores de bienes y recursos) a países desarrollados (productores de servicios) (Toro, Garavito, López, & Montes, 2015).

Social

Los factores sociales están representados por demografía, cultura, estructura étnica, estructura religiosa, relación intercultural, estructura de la familia, visión ideológica, alfabetización, urbanización, distribución del ingreso, migración, uso de tecnología de comunicación, visión cultural de los diferentes productos (Zibecchi, 2013).

En todo el mundo, no existe una cultura que esté en contra de la explotación petrolera y para usar los productos derivados del petróleo, la mayoría de la población considera que la industria petrolera es una necesidad para el desarrollo y el bienestar, pero son segmentos de la población que ven a la industria petrolera como un factor importante de contaminación del medio ambiente (Rubio, 2016).

La población que tiene una cultura de protección del medio ambiente natural se encuentra en los países desarrollados, porque no necesita una alta tasa de desarrollo. En los

países donde las poblaciones son más amigables con el medio ambiente; el gobierno impone tarifas de contaminación y leyes y normas de reducción de la contaminación a la industria del petróleo y las industrias complementarias (Usach & Freddo, 2016).

Muchas empresas que fabrican productos complementarios, como automóviles, invierten en la reducción del consumo de combustible o comienzan a producir productos híbridos. En los países en desarrollo, las poblaciones ven la necesidad de desarrollo y la creciente tasa de bienestar más importante que la protección del medio ambiente; aceptan la contaminación como un costo para el crecimiento económico (Ramousse & Salin, 2014).

Tecnológico

Los factores tecnológicos están representados por tecnologías, técnicas y métodos que influyen en las actividades dentro de una organización. Los factores tecnológicos podrían influir en una organización desde el interior de la industria, haciendo necesaria la adquisición de las últimas tecnologías (mediante la compra de equipos), técnicas y métodos.

Una vez adquiridos, estos factores influirán en la organización desde adentro. En la industria petrolera, las tecnologías se utilizan exploración, explotación, transporte (carreteras, tanques de petróleo, tuberías), en refinerías, en el almacenamiento, en la promoción de estrategias de comercialización, en la venta; en la investigación y desarrollo de los productos nuevos o en la actualización de los antiguos, en la reducción del tiempo de producción y las pérdidas del proceso de producción (Lazo, Rojas, & Bacalla, 2014).

Las tecnologías y técnicas secundarias podrían utilizarse en la protección del medio ambiente, la protección del trabajador, en la mejora de la eficiencia de la gestión mediante el uso de nuevo software y hardware, mejorando las actividades de mantenimiento y reparación. Todos estos factores podrían usarse contra una compañía petrolera, si una compañía rival los posee como una ventaja competitiva.

Por eso dará como resultado una carrera perpetua para adquirir las noticias y las tecnologías, técnicas y métodos más eficientes que tendrán los resultados de las tomas una mayor participación del mercado descendente y una mayor participación del mercado ascendente., para adquirir más reservas de petróleo o para imponer el precio.

Legal/Ambiental

Los factores ambientales están representados por la posición geográfica, la forma de relieve, el clima, la fauna, la flora, la estructura rocosa y los recursos naturales que se producen en el caso de las compañías petroleras representadas por las reservas de petróleo.

La posición geográfica influye en la actividad de las compañías petroleras porque define las distancias entre la explotación, los refinadores y los consumidores (por ejemplo, el petróleo de Medio Oriente puede transportarse a la mitad del mundo, la explotación a refinadores) o puede influir en la demanda de petróleo debido a los transportes del comercio internacional y migración (Lucas, 2016).

La forma de relieve influye en la dificultad de la explotación, el transporte a los refinadores y los consumidores; la demanda está influenciada por el consumo de combustible en terrenos pesados. El clima influye en la dificultad de la explotación del petróleo en tiempos de la estación fría en climas del norte, o temporadas cálidas de clima desértico, demanda de petróleo cultivado en invierno debido al tráfico de baja velocidad o el consumo de energía.

La influencia de la flora y la fauna cuesta la explotación del petróleo debido a la existencia de reservas de petróleo en los parques naturales, o debido a la existencia de áreas de difícil acceso debido a la vegetación y los animales peligrosos. La estructura de Rock dificulta las actividades de exploración y explotación del petróleo (Brosio, 2013).

Análisis FODA

Fortalezas

Las estaciones de servicio generan flujos de ingresos extremadamente predecibles a partir de las ventas continuas de gasolina y pequeños alimentos en sus ubicaciones. Las barreras de entrada para una nueva estación de servicio son extremadamente altas. Esto se debe al hecho de que las estaciones de servicio deben estar debidamente divididas en zonas para tener tanques de almacenamiento de combustible subterráneos.

Los costos iniciales de una nueva estación de servicio van de \$ 250,000 a \$ 1'000,000 dependiendo de la ubicación y si la ubicación está franquiciada o no. Una vez establecidas, las estaciones de servicio pueden generar a través de varios medios. Primero, generan ingresos por la venta de gasolina y diésel.

En segundo lugar, pueden generar márgenes brutos sustanciales a partir de las ventas de productos alimenticios que se pueden ofrecer en una tienda de conveniencia en el sitio. No hay muchos riesgos operativos relacionados con la operación de una estación de servicio.

Oportunidades

La mejor manera de aumentar los ingresos de una estación de servicio es mantener una tienda de conveniencia en el sitio que pueda vender alimentos y bebidas al público en general. Los márgenes brutos generados por estos productos son mucho más sustanciales que lo que se puede ganar con la venta de gasolina y diésel.

El establecimiento de ubicaciones adicionales siempre es una opción para la expansión de la estación de servicio. Cabe señalar que algunas instalaciones han comenzado a instalar estaciones de carga de vehículos eléctricos. Como esta es la ola del futuro, los propietarios de estaciones de servicio se benefician al proporcionar servicios de carga. Los propietarios de estos negocios también pueden beneficiarse al tener servicios de reparación de automóviles en el lugar.

Debilidades

Los precios de la energía son altamente volátiles. Dependiendo de la estructura de la estación de servicio, el propietario puede ser responsable de comprar costosos inventarios de combustible que se venden al público en general. Esto puede causar cambios dramáticos en las ganancias de un negocio. Este riesgo puede remediarse trabajando con un franquiciador a nivel nacional. En este caso, los ingresos generados por las ventas de gasolina son administrados por la compañía de franquicias.

Amenazas

Muchos fabricantes de automóviles están desarrollando autos eléctricos. Como tal, se espera que la necesidad de gasolina disminuya sustancialmente en los próximos 10 años. Los propietarios de las gasolineras pueden necesitar reorganizar sus operaciones para tener en cuenta las necesidades de estos propietarios de vehículos. Esta es una de las principales amenazas que el propietario de una estación de servicio debe tener en cuenta. Sin embargo, se espera que este cambio sea lento, por lo que hay mucho tiempo para enfrentar esta situación.

Análisis 4Ps

Producto

Un producto puede ser un bien o un servicio. Al considerar el producto como un elemento de marketing, cuestiones como la marca, la calidad, el diseño y el embalaje son muy importantes. Una empresa debe idear estrategias para impulsar la demanda de su producto a fin de tener éxito en el mercado. La marca debe ser aceptable para el cliente; la calidad debe ser alta para que la lealtad del comprador se pueda ganar a través de la satisfacción (Pérez, 2007).

Para los combustibles automotrices, el producto es uniforme (homogéneo) pero la calidad puede variar según el proceso de transporte, almacenamiento y la tentación de

adulterar para aumentar los márgenes de ganancia. Los distribuidores (comercializadores) a este respecto deben asegurarse de mantener y atraer la lealtad de los clientes a su estación de servicio al vender productos derivados del petróleo de alta calidad para garantizar una mayor vida útil del motor y más kilómetros de secado (López & Carmen, 2010).

Estas son las consideraciones que deben tomar los comercializadores de petróleo para obtener la ventaja completa en el mercado. Los motores de los motores requieren combustibles de automatización de alta calidad para un mejor servicio y manejo sin problemas.

Las características de calidad de un producto incluyen información sobre el uso, la importancia del producto para diferentes clientes y su capacidad para marcar la diferencia. La investigación demuestra que existe una relación entre las cualidades del producto y la lealtad del cliente. La relación es positiva entre marca, calidad y diseño. De forma similar a la publicidad, la actividad del producto (por ejemplo, innovaciones, cambios de forma, etc.) mejora la calidad percibida de una marca, aumenta la probabilidad de compra y genera equidad (Blanco, Herrera, & Blanco, 2007).

Precio

El elemento principal de esto es la cantidad que un cliente paga por un producto. Esta cantidad determina el nivel de ganancia para una empresa y, en consecuencia, su supervivencia. El precio de carga tiene un profundo impacto en la estrategia de mercadotecnia, y la elasticidad del precio del producto que luego afecta la demanda y las ventas. Por lo tanto, el precio debe establecerse para complementar otros elementos del marketing mix.

Los cambios de precio tienen una relación inversa con las ventas (demanda) de un bien normal y otras cosas asumidas. Los precios incluyen: descuento, bonificación y crédito.

La investigación indica que existe una relación positiva entre los precios adecuados y la lealtad del cliente. Debe recordarse que los clientes que son leales a una marca o empresa siempre serán menos sensibles al precio. En esta industria, los precios no difieren significativamente dentro de la misma ubicación (Aguar, 2004).

Por lo tanto, para que las estaciones de servicio retengan a sus clientes y atraigan a otros, la calidad del servicio será la diferenciación junto con las ubicaciones. Los combustibles automotrices, diésel, súper, regular deben tener un precio apropiado según lo ordenado por la comisión que fija el precio máximo. Si no se refleja esto, la bomba alejará a los clientes.

Tabla 4
Precio de combustibles comercializados

Combustible	Precio
Gasolina Súper	\$ 2.98
Eco país	\$ 1.68
Diésel	\$ 1.23

Plaza

Las empresas deben decidir el lugar de compra o dónde y cómo distribuir el producto al cliente. El consumidor estaría satisfecho si los productos están disponibles en el momento correcto, en el lugar correcto y en la cantidad correcta. Los mercadotécnicos necesitan ubicar estratégicamente sus estaciones para que los automovilistas puedan acceder fácilmente a ellas, ya sea en la ciudad o fuera de la ciudad.

Por ejemplo, dado que los automovilistas demandan combustibles automotrices, su suministro debe ser en lugares convenientes para los automovilistas (a lo largo de carreteras

o carreteras congestionadas). Las estaciones no tienen que estar ampliamente dispersas, sino que deben guiarse por el volumen de tráfico a lo largo de una carretera determinada.

La amplitud de la distribución (el porcentaje de distribución que lleva una marca) puede afectar el rendimiento de la marca, pero al igual que con el producto, la evidencia empírica y teórica de estos efectos es limitada. Los aumentos en la amplitud de la distribución conducen a mayores ventas base ya que la disponibilidad más amplia facilita la capacidad de los consumidores para encontrar la marca.

El producto disponible en un lugar conveniente debe estar en cantidades adecuadas y ser suministrado constantemente. Esto se debe a que los combustibles para motores son productos que se mueven rápidamente debido a la falta de sustitutos. Por lo tanto, garantizar un suministro estable se relacionaría positivamente con la satisfacción del cliente y la lealtad, otras cosas iguales (De-Juan-Vigaray, 2012).

En consecuencia, es importante que se establezca un procedimiento adecuado de gestión de inventarios, transporte y sistema de almacenamiento. Si una estación de servicio se va a quedar sin combustible regularmente, entonces no será confiable. Los automovilistas no optarán por volver a llenar sus tanques en dichas estaciones.

Promoción

La promoción implica una variedad de actividades emprendidas por una empresa para comunicar los méritos de sus productos y persuadir al consumidor objetivo para comprarlos. Esto incluye actividades como publicidad, promoción de ventas, venta personal y publicidad. Las técnicas promocionales comunes a la industria petrolera han sido descuentos en los precios, obsequios y obsequios, anuncios en la prensa y servicio posventa como buscar petróleo, limpiar ventanas, proteger contra el viento, lavar autos y romper fluidos (Screti, 2011).

La emisión de tarjetas de afiliación permite que los usuarios disfruten de descuentos y regalos variados. Muchas de las actividades promocionales se llevan a cabo en el sitio. Esto es probablemente porque son particulares de cierta estación de servicio. Lo que es importante recordar es que las estaciones de servicio están franquiciadas por individuos, otras son propiedad de los vendedores de petróleo (Toro & Pavia, 2013).

El objetivo de la promoción es comunicar los beneficios del uso de un producto o servicio para atraer a más clientes. Las estrategias empleadas son publicidad, promoción de mercaderías (promoción de ventas) y venta directa se han aplicado para recordar a los usuarios sobre el producto y aumentar la demanda del producto. Cada producto o servicio requiere una combinación única de actividades promocionales para obtener el máximo efecto (Cabezas, 2014).

Análisis de oferta y demanda

Análisis de la demanda

La demanda de combustible se encuentra principalmente dentro del Cantón Naranjal, se determinó a través de las encuestas realizada que más del 50% de los conductores que transitaban por esta vía provenían de este cantón. El mercado objetivo está conformado por individuos mayores a 18 años, sin distinción de sexo, los cuales poseen un vehículo propio, prestado, o perteneciente a una institución pública o privada.

Se debe tener en cuenta que la población del cantón Naranjal ha tenido un crecimiento importante en los últimos años, y considerando los resultados de las encuestas se espera que haya un tránsito fluido, y que en promedio cada vehículo haga más de una parada por semana en una estación de servicio. Esto representa una gran oportunidad al momento de establecer una estación de servicios en esta zona; a lo que también debe considerarse la cantidad promedio que cada individuo gasta en la compra de combustible.

Análisis de la oferta

La oferta está compuesta por diferentes estaciones de servicio y gasolineras que se encuentran dentro de la vía y en sitios aledaños, entre las cuales se encuentran:

- Primax
- PDV
- Terpel
- Petróleos y Servicios
- Masgas

Estas estaciones de servicios y gasolineras en su mayoría se encuentran dentro de la parroquia Naranjal, y en sectores aledaños como Puerto Inca, La Troncal, Balao, etc. Sin embargo, no existe una dentro de la vía a naranjal que pueda satisfacer una potencial demanda, y no perder un importante segmento de mercado.



Figura 1. Gasolineras cercanas al km 8 de la vía a Naranjal.

Se debe tener en consideración que las diferentes estaciones de servicio ubicadas en esta zona geográfica pertenecen a grandes multinacionales, por lo cual poseen una eficiente infraestructura y garantizan que la logística de la entrega de combustible se realice de manera adecuada. Muchas de estas también cuentan con locales donde se comercializan alimentos preparados, snacks, y bebida tanto alcohólicas como no alcohólicas.

Estrategia de diferenciación

Las estrategias de enfoque son las estrategias que las estaciones de servicio aplican para obtener un enfoque estrecho o amplio en el liderazgo de costos o la diferenciación. Estas estrategias ayudan a dar a las estaciones un cierto enfoque sobre cómo operar. Las estaciones pueden centrarse pueden tener un enfoque estrecho en estrategias de diferenciación, lo que significa que se concentran solo en ciertos elementos de diferenciación mientras que por otro lado pueden tener un enfoque más amplio en liderazgo de costos lo que significa que están aplicando numerosas medidas de reducción de costos

Análisis operativo

Descripción de la planta y de las instalaciones

Las instalaciones de la estación de servicio estarán ubicadas en el Km 8 vía a Naranjal. Constará con un terreno de construcción de 800 metros cuadrados. Las instalaciones contarán con islas despachadoras de combustible, islas de lavados de vehículos, estación de aire y agua, un taller de lubricantes y un mini market.



Figura 2. Localización geográfica de la estación de servicios

Método de producción y capacidad instalada



Figura 3. Esquema de la instalación de las bombas y dispensadores de combustible.



Figura 4. Dispensadores de combustible.



Figura 5. Máquina de alineación y balanceo de neumáticos.



Figura 6. Elevadores eléctricos.

Recursos Humanos

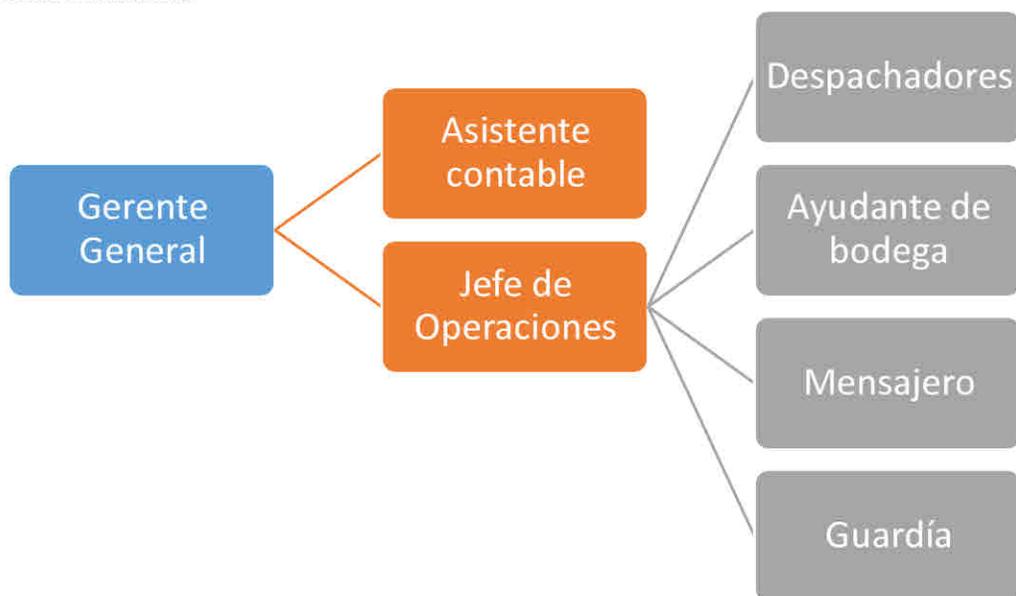


Figura 7. Organigrama de la estación de servicios.

Análisis Financiero

Estados de resultados proyectados a 5 años

ESTACIÓN DE SERVICIOS 'VILLA NUEVA'						
ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS						
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		\$ 2,342,400.00	\$ 2,693,760.00	\$ 3,097,824.00	\$ 3,562,497.60	\$ 4,096,872.24
(-) Costo de Venta		\$ (1,917,472.26)	\$ (2,198,272.26)	\$ (2,521,192.26)	\$ (2,892,550.26)	\$ (3,319,611.96)
(=) Utilidad Bruta		\$ 424,927.74	\$ 495,487.74	\$ 576,631.74	\$ 669,947.34	\$ 777,260.28
(-) Gastos Administrativos		\$ (120,105.76)	\$ (114,635.26)	\$ (114,657.01)	\$ (114,679.00)	\$ (114,701.23)
(-) Gastos de Ventas		\$ (4,800.00)	\$ (4,853.76)	\$ (4,908.12)	\$ (4,963.09)	\$ (5,018.68)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 300,021.98	\$ 375,998.72	\$ 457,066.61	\$ 550,305.25	\$ 657,540.37
(-) Gastos Financieros		\$ (29,329.46)	\$ (23,818.17)	\$ (17,808.41)	\$ (11,255.08)	\$ (4,109.03)
(=) UAIT		\$ 270,692.52	\$ 352,180.54	\$ 439,258.20	\$ 539,050.17	\$ 653,431.34
(-) Participación Trabajadores	15%	\$ (40,603.88)	\$ (52,827.08)	\$ (65,888.73)	\$ (80,857.53)	\$ (98,014.70)
(-) Impuesto a la Renta	22%	\$ (50,619.50)	\$ (65,857.76)	\$ (82,141.28)	\$ (100,802.38)	\$ (122,191.66)
UTILIDAD NETA		\$ 179,469.14	\$ 233,495.70	\$ 291,228.19	\$ 357,390.26	\$ 433,224.98

Figura 7. Estado de resultados proyectados a 5 años.

Flujo de caja proyectado a 5 años

ESTACIÓN DE SERVICIOS 'VILLA NUEVA'

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN FIJA*	\$ (299,677.00)					
UAIT		\$ 270,692.52	\$ 352,180.54	\$ 439,258.20	\$ 539,050.17	\$ 653,431.34
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (40,603.88)	\$ (52,827.08)	\$ (65,888.73)	\$ (80,857.53)
Pago de IR		\$ -	\$ (50,619.50)	\$ (65,857.76)	\$ (82,141.28)	\$ (100,802.38)
EFFECTIVO NETO		\$ 270,692.52	\$ 260,957.17	\$ 320,573.36	\$ 391,020.16	\$ 471,771.43
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00
(+) Aporte Accionistas	\$ 150,000.00					
(+) Préstamo concedido	\$ 365,000.00	\$ (60,934.56)	\$ (66,445.86)	\$ (72,455.62)	\$ (79,008.95)	\$ (86,155.00)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ 215,323.00	\$ 231,225.65	\$ 215,979.01	\$ 269,585.44	\$ 333,478.91	\$ 407,084.13
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 215,323.00	\$ 446,548.65	\$ 662,527.66	\$ 932,113.10	\$ 1,265,592.00
(=) FLUJO ACUMULADO	\$ 215,323.00	\$ 446,548.65	\$ 662,527.66	\$ 932,113.10	\$ 1,265,592.00	\$ 1,672,676.13

Figura 8. Flujo de caja proyectado a 5 años.

Elaboración Propia

Análisis del punto de equilibrio

PE =	222,558	galones al año	\$ 439,923.67
PE =	18,547	galones al mes	\$ 36,660.31

Figura 9. Análisis del punto de equilibrio.

Análisis de sensibilidad

ESTACIÓN DE SERVICIOS 'VILLA NUEVA'							
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD 'OPTIMISTA'							
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	VARIACIÓN
INVERSIÓN TOTAL	\$ (515,080.07)						
VENTAS		\$ 2,389,248.00	\$ 2,747,635.20	\$ 3,159,780.48	\$ 3,633,747.55	\$ 4,178,809.68	2.00%
(-) Costo de Venta		\$ (1,821,598.65)	\$ (2,088,358.65)	\$ (2,395,132.65)	\$ (2,747,922.75)	\$ (3,153,631.36)	-5.00%
(=) Utilidad Bruta		\$ 567,649.35	\$ 659,276.55	\$ 764,647.83	\$ 885,824.81	\$ 1,025,178.32	
(-) Gastos Administrativos		\$ (120,105.76)	\$ (114,635.26)	\$ (114,657.01)	\$ (114,679.00)	\$ (114,701.23)	
(-) Gastos de Ventas		\$ (4,800.00)	\$ (4,853.76)	\$ (4,908.12)	\$ (4,963.09)	\$ (5,018.68)	
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 442,743.59	\$ 539,787.53	\$ 645,082.70	\$ 766,182.71	\$ 905,458.41	
(-) Gastos Financieros		\$ (29,329.46)	\$ (23,818.17)	\$ (17,808.41)	\$ (11,255.08)	\$ (4,109.03)	
(=) UAIT		\$ 413,414.13	\$ 515,969.36	\$ 627,274.30	\$ 754,927.64	\$ 901,349.38	
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (62,012.12)	\$ (77,395.40)	\$ (94,091.14)	\$ (113,239.15)	
Pago de IR		\$ -	\$ (77,308.44)	\$ (96,486.27)	\$ (117,300.29)	\$ (141,171.47)	
EFFECTIVO NETO		\$ 413,414.13	\$ 376,648.80	\$ 453,392.62	\$ 543,536.20	\$ 646,938.77	
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 192,338.50	
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 209,911.07	
(+) Préstamo concedido		\$ (60,934.56)	\$ (66,445.86)	\$ (72,455.62)	\$ (79,008.95)	\$ (86,155.00)	
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (515,080.07)	\$ 373,947.26	\$ 331,670.64	\$ 402,404.70	\$ 485,994.95	\$ 984,501.04	
TIR	74.08%						
VAN	\$ 889,764.02						
Pay Back	1.43	años					

Figura 10. Análisis de sensibilidad – escenario optimista

ESTACIÓN DE SERVICIOS 'VILLA NUEVA'							
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD 'PESIMISTA'							
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	VARIACIÓN
INVERSIÓN TOTAL	\$ (515,080.07)						
VENTAS		\$ 2,295,552.00	\$ 2,639,884.80	\$ 3,035,867.52	\$ 3,491,247.65	\$ 4,014,934.80	-2.00%
(-) Costo de Venta		\$ (2,013,345.87)	\$ (2,308,185.87)	\$ (2,647,251.87)	\$ (3,037,177.77)	\$ (3,485,592.56)	5.00%
(=) Utilidad Bruta		\$ 282,206.13	\$ 331,698.93	\$ 388,615.65	\$ 454,069.87	\$ 529,342.24	
(-) Gastos Administrativos		\$ (120,105.76)	\$ (114,635.26)	\$ (114,657.01)	\$ (114,679.00)	\$ (114,701.23)	
(-) Gastos de Ventas		\$ (4,800.00)	\$ (4,853.76)	\$ (4,908.12)	\$ (4,963.09)	\$ (5,018.68)	
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 157,300.37	\$ 212,209.90	\$ 269,050.52	\$ 334,427.78	\$ 409,622.33	
(-) Gastos Financieros		\$ (29,329.46)	\$ (23,818.17)	\$ (17,808.41)	\$ (11,255.08)	\$ (4,109.03)	
(=) UAIT		\$ 127,970.90	\$ 188,391.73	\$ 251,242.11	\$ 323,172.71	\$ 405,513.30	
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (19,195.64)	\$ (28,258.76)	\$ (37,686.32)	\$ (48,475.91)	
Pago de IR		\$ -	\$ (23,930.56)	\$ (35,229.25)	\$ (46,982.27)	\$ (60,433.30)	
EFFECTIVO NETO		\$ 127,970.90	\$ 145,265.54	\$ 187,754.10	\$ 238,504.12	\$ 296,604.10	
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 192,338.50	
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 209,911.07	
(+) Préstamo concedido		\$ (60,934.56)	\$ (66,445.86)	\$ (72,455.62)	\$ (79,008.95)	\$ (86,155.00)	
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (515,080.07)	\$ 88,504.04	\$ 100,287.38	\$ 136,766.17	\$ 180,962.86	\$ 634,166.37	
TIR	23.06%						
VAN	\$ 49,591.53						
Pay Back	5.25	años					

Figura 11. Análisis de sensibilidad – escenario pesimista

Análisis de TIR, índice de rentabilidad, Valor actual neto, Retorno de la inversión

Viabilidad del proyecto

En la elaboración del plan de negocios para el establecimiento de la Estación de Servicios ‘Villanueva’ se realizó en la etapa inicial una encuesta dirigida a una muestra de 383 personas que circulan por la vía a Naranjal. De estas encuestas pudimos conocer ciertas características de la población en general, que está compuesta por casi 70 mil que habitan en el cantón Naranjal.

Entre lo que puede destacar de las encuestas podemos identificar la cantidad de veces que las personas acuden a una gasolinera, si realizan cualquier tipo de servicio de mantenimiento a su vehículo, las características demográficas de la población y otros aspectos importantes. Es importante destacar que la mayoría de los individuos que transitan en esta vía son del cantón Naranjal y en un 63% acuden a una gasolinera entre 2 y 4 veces por semana.

El análisis de la oferta nos dio a conocer que existen diferentes tipos de estaciones de servicios en los diferentes cantones, más no en la vía a Naranjal por lo cual habría una oportunidad de servir a potenciales clientes con prontitud. La demanda para combustibles, y de estaciones de servicios donde puedan realizar un cambio de aceite, balanceo, alineación, y reparaciones de mecánica básica es importante dentro de una vía transitada. Por ende, el establecimiento de esta estación de servicio es imperativa.

Las estrategias de diferenciación están enfocadas en una promoción del producto directa, lo cual significa la entrega de volantes ofreciendo diferentes promociones. De la misma manera, existen herramientas de marketing, como la emisión de tarjetas que asocian a los individuos con el establecimiento, y pueden acceder a la acumulación de puntos o para redimirlos por productos o servicios ofertados en la estación de servicios.

Es importante destacar que uno de los atractivos más importantes de la estación de servicios, es que no solo ofrece la venta de gasolina sino que también se puede realizar chequeos y mantenimientos de vehículos. Se contarán con estaciones dedicadas a la mecánica básica, de vulcanización, y el lavado de los vehículos. Este tipo de servicios son importantes en vías transitadas, en las cuales los conductores son vulnerables a cualquier tipo de contratiempo sin encontrar ningún tipo de establecimiento donde acudir.

En cuanto a lo que refiere al análisis financiero, podemos destacar que la mayor parte de la inversión está destinada a la infraestructura, en las cuales se necesitan las bombas, los dispensadores y otros. Cuando analizamos lo calculado en el estado de resultados y en el flujo de caja ambos proyectados a cinco años, hay un alto nivel de rentabilidad, el cual se debe principalmente al nivel de tráfico de esta zona. En este tipo de negocios, el nivel de rentabilidad de la venta de combustible es alto.

La factibilidad del proyecto está respaldada por los diferentes puntos analizados anteriormente, y también por el análisis de sensibilidad realizado en tres escenarios diferentes. Si analizamos el periodo de recuperación es corto en los escenarios, en los cuales muestra un período inferior a los 3 años; de igual manera lo referente a la tasa interna de retorno que muestra niveles superiores al 35% incluso en el escenario más pesimista.

En conclusión, el establecimiento de la Estación de Servicios ‘Villa Nueva’ es viable y factible, desde un punto de vista de conveniencia, de necesidad por parte de los conductores que transitan por la vía, y finalmente como un proyecto altamente rentable que tiene un gran potencial en un mediano y largo plazo. El negocio de la venta de combustible siempre será rentable hasta que se encuentren otros medios para movilizarnos, y se establezcan los parámetros para un cambio en la mentalidad de las personas.

Referencias

- Aguiar, F. (2004). Teoría de la decisión e incertidumbre: modelos normativos y descriptivos. *EMPIRIA: Revista de Metodología de Ciencias Sociales*(8), 139-160. Recuperado el 4 de 7 de 2018, de <http://digital.csic.es/bitstream/10261/7734/1/eserv.pdf>
- Beltrán-Saavedra, P. A. (2015). *Precio del petróleo y el ajuste de las tasas de interés en las economías emergentes*. Recuperado el 4 de 7 de 2018, de <https://ideas.repec.org/p/bdr/borrec/901.html>
- Blanco, J. E., Herrera, C. F., & Blanco, C. F. (2007). *Calidad percibida: factor clave en la satisfacción y lealtad del consumidor de aceite de oliva con DOP*. Recuperado el 4 de 7 de 2018, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2486872.pdf>
- Brosio, G. (2013). *Interacciones intergubernamentales entre los impuestos sobre el petróleo y el gas y la protección ambiental*. Recuperado el 4 de 7 de 2018, de <https://ideas.repec.org/p/ecr/col037/5362.html>
- Cabezas, L. E. (2014). *Estrategias de promoción y publicidad internacional [11 de junio de 2014]*. Recuperado el 4 de 7 de 2018, de <http://repositorio.promperu.gob.pe/repositorio/handle/123456789/706>
- De-Juan-Vigaray, M. D. (2012). *Fundamentos de Marketing. Tema 1: Introducción al marketing*. Recuperado el 4 de 7 de 2018, de http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/20592/1/tema1_marketing_stud.pdf
- Lazo, O. R., Rojas, J. R., & Bacalla, J. S. (2014). Situación energética de los hidrocarburos en el Perú. *Industrial Data*, 9(2), 21-32. Recuperado el 4 de 7 de 2018, de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/indata/vol9_n2/a05.pdf
- López, M., & Carmen, B. d. (2010). *El papel del marketing en la conducta de compra del consumidor*. Recuperado el 4 de 7 de 2018, de http://cdigital.uv.mx/bitstream/123456789/28734/1/morales_lopez.pdf
- Lucas, F. L. (2016). *Biorremediación de petróleo*. Recuperado el 4 de 7 de 2018, de <https://morebooks.de/store/gb/book/biorremediacion-de-petroleo/isbn/978-3-639-60491-7>
- Pérez, A. M. (2007). *Componente actitudinal de la lealtad del consumidor moderada por factores sociales*. Recuperado el 4 de 7 de 2018, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2524958.pdf>
- Ramousse, D., & Salin, E. (2014). *Patrimonio y Petróleo en Venezuela: articulación del modelo petrolero con una economía residencial y turística en Ciudad Bolívar*.

Recuperado el 4 de 7 de 2018, de
<http://revistaespacios.com/a14v35n01/14350103.html>

Rubio, J. R. (2016). *El petróleo en el imaginario social mexicano a 75 años de la expropiación petrolera*. Recuperado el 4 de 7 de 2018, de
<http://imagonautas.webs.uvigo.gal/index.php/imagonautas/article/download/24/36>

Sánchez, L., & Reyes, O. (2016). *La demanda de gasolinas, gas licuado de petróleo y electricidad en el Ecuador: elementos para una reforma fiscal ambiental*. Recuperado el 4 de 7 de 2018, de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/40629>

Screti, F. (2011). Publicidad y propaganda: terminología, ideología, ingenuidad. *Razón y Palabra*, 16(78), 46. Recuperado el 4 de 7 de 2018, de
http://razonypalabra.org.mx/varia/n78/2a parte/40_screti_v78.pdf

Tas, B. K., & Togay, S. (2014). Efectos de la dolarización oficial en una pequeña economía abierta: el caso de Ecuador. *Investigacion Economica*, 73(290), 51-86. Recuperado el 4 de 7 de 2018, de
<https://sciencedirect.com/science/article/pii/S0185166715300084>

Toro, J. A., & Pavia, C. F. (2013). La comunicación estratégica de la responsabilidad social corporativa. *Razón y Palabra*(83), 513-533. Recuperado el 4 de 7 de 2018, de
http://razonypalabra.org.mx/n/n83/v83/20_orozcoferre_v83.pdf

Toro, J., Garavito, A., López, D. C., & Montes, E. (2015). *El choque petrolero y sus implicaciones en la economía colombiana*. Recuperado el 4 de 7 de 2018, de
<http://repositorio.banrep.gov.co/handle/20.500.12134/6217>

Usach, N., & Freddo, B. (2016). Dispersión y fragmentación socioespacial en el crecimiento reciente de una ciudad petrolera de la Patagonia argentina. *Papeles De Poblacion*, 22(90), 265-301. Recuperado el 4 de 7 de 2018, de
<http://scielo.org.mx/pdf/pp/v22n90/2448-7147-pp-22-90-00265.pdf>

Villegas, J. R. (2009). *Escasez o agotamiento del petróleo: una visión desde los Contratos de Futuros*. Recuperado el 4 de 7 de 2018, de
<http://economia.unam.mx/publicaciones/econinforma/pdfs/359/07jaime.pdf>

Zibecchi, C. (2013). Organizaciones comunitarias y cuidado en la primera infancia: un análisis en torno a las trayectorias, prácticas y saberes de las cuidadoras. *Trabajo y Sociedad*(20), 427-447. Recuperado el 4 de 7 de 2018, de
http://scielo.org.ar/scielo.php?pid=s1514-68712013000100028&script=sci_arttext

ESTACIÓN DE SERVICIOS 'VILLA NUEVA'

ACTIVO NO CORRIENTE	Cantidad	Valor Unitario	Valor con IVA Total	Vida Útil	Depreciación Anual	Depreciación mensual
ÁREA DE PRODUCCIÓN						
Pabellon de estructura de acero	1	\$ 12,130.00	\$ 12,130.00	10	\$ 1,213.00	\$ 101.08
Tanques de combustible	1	\$ 19,441.00	\$ 19,441.00	10	\$ 1,944.10	\$ 162.01
Bombas dispensadoras de combustible	4	\$ 4,022.50	\$ 16,090.00	10	\$ 1,609.00	\$ 134.08
Sistema de plomería funcional	1	\$ 8,490.00	\$ 8,490.00	10	\$ 849.00	\$ 70.75
Sistema de lubricación de bombas	1	\$ 7,374.00	\$ 7,374.00	10	\$ 737.40	\$ 61.45
Sistema de lubricación de compresores	1	\$ 18,355.00	\$ 18,355.00	10	\$ 1,835.50	\$ 152.96
Generador en espera	1	\$ 17,413.00	\$ 17,413.00	10	\$ 1,741.30	\$ 145.11
Drenaje funcional	1	\$ 8,680.00	\$ 8,680.00	10	\$ 868.00	\$ 72.33
Sistema de contingencia	1	\$ 12,124.00	\$ 12,124.00	10	\$ 1,212.40	\$ 101.03
Terreno	1	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00	20	\$ 7,500.00	\$ 625.00
TOTAL			\$ 270,097.00		\$ 19,509.70	\$ 1,625.81
ÁREA ADMINISTRATIVA						
Computadores	1	\$ 700.00	\$ 700.00	5	\$ 140.00	\$ 11.67
Muebles y Enseres	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	10	\$ 200.00	\$ 16.67
Impresora Multifuncional	1	\$ 300.00	\$ 300.00	5	\$ 60.00	\$ 5.00
Teléfonos	1	\$ 100.00	\$ 100.00	5	\$ 20.00	\$ 1.67
Archivadores	1	\$ 80.00	\$ 80.00	10	\$ 8.00	\$ 0.67
Acondicionares de Aire	1	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	5	\$ 240.00	\$ 20.00
Adecuaciones del terreno	1	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	20	\$ 1,250.00	\$ 104.17
Otros equipos administrativos	1	\$ 200.00	\$ 200.00	5	\$ 40.00	\$ 3.33
TOTAL			\$ 29,580.00		\$ 1,958.00	\$ 163.17
TOTAL INVERSIÓN FIJA			\$ 299,677.00		\$ 21,467.70	\$ 1,788.98

GASTOS PRE-OPERATIVOS	Valor Total
Patente	\$ 50.00
Permisos de funcionamiento/ suelo/ bomberos	\$ 52.00
Gastos de Adecuación del Local	\$ 4,710.00
Gastos de Investigación de Mercado	\$ 680.00
TOTAL GASTOS PRE-OPERACIONALES	\$ 5,492.00

INVERSIÓN INICIAL	Valor Total
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 299,677.00
TOTAL GASTOS PRE-OPERACIONALES	\$ 5,492.00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 209,911.07
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$ 515,080.07

ESTACIÓN DE SERVICIOS 'VILLA NUEVA'

INGRESO POR VENTA DE GALONES DE COMBUSTIBLE

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Galones Vendidos al Mes					
Super	40,000	46,000	52,900	60,835	69,960
Ecopaís	30,000	34,500	39,675	45,626	52,470
Diesel	20,000	23,000	26,450	30,418	34,980
Precio de Venta					
Super	\$ 2.98	\$ 2.98	\$ 2.98	\$ 2.98	\$ 2.98
Ecopaís	\$ 1.70	\$ 1.70	\$ 1.70	\$ 1.70	\$ 1.70
Diesel	\$ 1.25	\$ 1.25	\$ 1.25	\$ 1.25	\$ 1.25
Ingresos Mensuales	\$ 195,200.00	\$ 224,480.00	\$ 258,152.00	\$ 296,874.80	\$ 341,406.02
INGRESOS ANUALES	\$ 2,342,400.00	\$ 2,693,760.00	\$ 3,097,824.00	\$ 3,562,497.60	\$ 4,096,872.24

ESTACIÓN DE SERVICIOS 'VILLA NUEVA'

COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Material Directo por unidad					
Super	\$ 2.50	\$ 2.50	\$ 2.50	\$ 2.50	\$ 2.50
Ecopaís	\$ 1.20	\$ 1.20	\$ 1.20	\$ 1.20	\$ 1.20
Diesel	\$ 1.00	\$ 1.00	\$ 1.00	\$ 1.00	\$ 1.00
Unidades al mes					
Super	40,000	46,000	52,900	60,835	69,960
Ecopaís	30,000	34,500	39,675	45,626	52,470
Diesel	20,000	23,000	26,450	30,418	34,980
Costo Material Directo / Mes	\$ 156,000.00	\$ 179,400.00	\$ 206,310.00	\$ 237,256.50	\$ 272,844.98
Costo Material Directo / Año	\$ 1,872,000.00	\$ 2,152,800.00	\$ 2,475,720.00	\$ 2,847,078.00	\$ 3,274,139.70

MANO DE OBRA DIRECTA (FIJA)	No. de personal	Sueldo mensual Bruto	Remuneración mensual	% Beneficios sociales	Costo MOD mensual
Despachadores	2	\$ 380.00	\$ 760.00	41.3%	1,073.88
Supervisor/Jefe	1	\$ 500.00	\$ 500.00	41.3%	706.50
TOTAL	3		1,260.00		1,780.38

COSTO TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo MOD / mes	\$ 1,780.38	\$ 1,780.38	\$ 1,780.38	\$ 1,780.38	\$ 1,780.38
Costo MOD / Año	\$ 21,364.56				

PRESUPUESTO EN COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía Eléctrica para Prod.	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00
Agua para limpieza de área de trabajo	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00
Combustibles y Lubricantes	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00
Mantenimiento Equipos	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00
Depreciación PP&E	\$ 1,788.98	\$ 1,788.98	\$ 1,788.98	\$ 1,788.98	\$ 1,788.98
CIF Mensuales	\$ 2,008.98	\$ 2,008.98	\$ 2,008.98	\$ 2,008.98	\$ 2,008.98
CIF ANUALES	\$ 24,107.70				

COSTO DE PRODUCCIÓN TOTAL

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Material Directo / Año	\$ 1,872,000.00	\$ 2,152,800.00	\$ 2,475,720.00	\$ 2,847,078.00	\$ 3,274,139.70
Costo MOD / Año	\$ 21,364.56	\$ 21,364.56	\$ 21,364.56	\$ 21,364.56	\$ 21,364.56
CIF ANUALES	\$ 24,107.70	\$ 24,107.70	\$ 24,107.70	\$ 24,107.70	\$ 24,107.70
COSTO PRODUCCIÓN TOTAL	\$ 1,917,472.26	\$ 2,198,272.26	\$ 2,521,192.26	\$ 2,892,550.26	\$ 3,319,611.96

Sueldos y Salarios	No. de personal	Sueldo mensual Bruto	Valor Horas Extras	Remuneración mensual	% Beneficios sociales	Gasto Total Sueldos y Salarios
Administrador	1	\$ 1,200.00	\$ -	\$ 1,200.00	41.3%	1,695.60
Asistente contable	1	\$ 500.00	\$ -	\$ 500.00	41.3%	706.50
Ayudante de bodega	1	\$ 4,000.00	\$ -	\$ 4,000.00	41.3%	5,652.00
Mensajero	1	\$ 380.00	\$ -	\$ 380.00	41.3%	536.94
Guardia	1	\$ 380.00	\$ -	\$ 380.00	41.3%	536.94
TOTAL	5			\$ 1,700.00		\$ 9,127.98

Presupuesto de SUELDOS y SALARIOS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios / mes	\$ 9,127.98	\$ 9,127.98	\$ 9,127.98	\$ 9,127.98	\$ 9,127.98
Sueldos y Salarios / año	\$ 109,535.76				

Presupuesto de Servicios Básicos para la Administración

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Serv. Básicos / mes	\$ 60.00	\$ 60.67	\$ 61.35	\$ 62.04	\$ 62.73
Serv. Básicos / año	\$ 720.00	\$ 728.06	\$ 736.22	\$ 744.46	\$ 752.80

Presupuesto de Suministros de Oficina

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros al mes	\$ 40.00	\$ 40.45	\$ 40.90	\$ 41.36	\$ 41.82
Suministros al año	\$ 480.00	\$ 485.38	\$ 490.81	\$ 496.31	\$ 501.87

Presupuesto de Asesorías Contables y Legales

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Asesoría / mes	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00
Asesoría / año	\$ 1,200.00				

Presupuesto de Internet y Celular

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Internet y Celular / mes	\$ 60.00	\$ 60.67	\$ 61.35	\$ 62.04	\$ 62.73
Internet y Celular	\$ 720.00	\$ 728.06	\$ 736.22	\$ 744.46	\$ 752.80

Presupuesto de Depreciación Área Administrativa

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Deprec. Área Adm. / mes	\$ 163.17	\$ 163.17	\$ 163.17	\$ 163.17	\$ 163.17
Deprec. Área Adm. / año	\$ 1,958.00				

GASTOS ADMINISTRATIVOS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios / año	\$ 109,535.76	\$ 109,535.76	\$ 109,535.76	\$ 109,535.76	\$ 109,535.76
Serv. Básicos / año	\$ 720.00	\$ 728.06	\$ 736.22	\$ 744.46	\$ 752.80
Suministros al año	\$ 480.00	\$ 485.38	\$ 490.81	\$ 496.31	\$ 501.87
Asesoría / año	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
Internet y Celular	\$ 720.00	\$ 728.06	\$ 736.22	\$ 744.46	\$ 752.80
Deprec. Área Adm. / año	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00
Gastos Pre-operacionales	\$ 5,492.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL GASTOS ADM.	\$ 120,105.76	\$ 114,635.26	\$ 114,657.01	\$ 114,679.00	\$ 114,701.23

Presupuesto de Publicidad

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad / mes	\$ 400.00	\$ 404.48	\$ 409.01	\$ 413.59	\$ 418.22
Publicidad anual	\$ 4,800.00	\$ 4,853.76	\$ 4,908.12	\$ 4,963.09	\$ 5,018.68

GASTOS DE VENTAS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad anual	\$ 4,800.00	\$ 4,853.76	\$ 4,908.12	\$ 4,963.09	\$ 5,018.68
TOTAL G. VENTAS	\$ 4,800.00	\$ 4,853.76	\$ 4,908.12	\$ 4,963.09	\$ 5,018.68

CAPITAL DE TRABAJO

	Año 1
COSTO DE VENTA	\$1,917,472.26
GASTOS ADM.	\$ 120,105.76
GASTOS VENTA	\$ 4,800.00
CAO	\$2,042,378.02

CAPITAL DE TRABAJO \$ 209,911.07

CICLO DE EFECTIVO

Días de Adquisición y Producción	30
Días de Venta	7
Días de Cobro	30
(-) Días de Pago	30
CICLO EFECTIVO EN DÍAS	37

Inversión Total

INVERSIÓN FIJA	\$	299,677.00	
GASTOS PRE-OPERACIONALE	\$	5,492.00	
CAPITAL DE TRABAJO	\$	209,911.07	
			\$ 515,080.07

Capital Propio **\$150,000.00**

CAPITAL REQUERIDO **\$ 365,080.07**

Condiciones del Crédito

Valor del Préstamo	\$	365,000.00
Periodos de pago		60
Tasa de interés		8.69%
Forma de capitalización		mensual a 5 años

PAGO **\$ 7,522.00**

No.	Principal	Intereses	Pago	Amort. Prést.
0			\$ 7,522.00	\$ 365,000.00
1	\$ 4,878.79	\$ 2,643.21	\$ 7,522.00	\$ 360,121.21
2	\$ 4,914.12	\$ 2,607.88	\$ 7,522.00	\$ 355,207.08
3	\$ 4,949.71	\$ 2,572.29	\$ 7,522.00	\$ 350,257.37
4	\$ 4,985.56	\$ 2,536.45	\$ 7,522.00	\$ 345,271.81
5	\$ 5,021.66	\$ 2,500.34	\$ 7,522.00	\$ 340,250.16
6	\$ 5,058.02	\$ 2,463.98	\$ 7,522.00	\$ 335,192.13
7	\$ 5,094.65	\$ 2,427.35	\$ 7,522.00	\$ 330,097.48
8	\$ 5,131.55	\$ 2,390.46	\$ 7,522.00	\$ 324,965.93
9	\$ 5,168.71	\$ 2,353.29	\$ 7,522.00	\$ 319,797.22
10	\$ 5,206.14	\$ 2,315.86	\$ 7,522.00	\$ 314,591.09
11	\$ 5,243.84	\$ 2,278.16	\$ 7,522.00	\$ 309,347.25
12	\$ 5,281.81	\$ 2,240.19	\$ 7,522.00	\$ 304,065.44
13	\$ 5,320.06	\$ 2,201.94	\$ 7,522.00	\$ 298,745.37
14	\$ 5,358.59	\$ 2,163.41	\$ 7,522.00	\$ 293,386.79
15	\$ 5,397.39	\$ 2,124.61	\$ 7,522.00	\$ 287,989.39
16	\$ 5,436.48	\$ 2,085.52	\$ 7,522.00	\$ 282,552.91
17	\$ 5,475.85	\$ 2,046.15	\$ 7,522.00	\$ 277,077.06
18	\$ 5,515.50	\$ 2,006.50	\$ 7,522.00	\$ 271,561.56
19	\$ 5,555.44	\$ 1,966.56	\$ 7,522.00	\$ 266,006.12
20	\$ 5,595.67	\$ 1,926.33	\$ 7,522.00	\$ 260,410.44
21	\$ 5,636.20	\$ 1,885.81	\$ 7,522.00	\$ 254,774.25
22	\$ 5,677.01	\$ 1,844.99	\$ 7,522.00	\$ 249,097.23
23	\$ 5,718.12	\$ 1,803.88	\$ 7,522.00	\$ 243,379.11
24	\$ 5,759.53	\$ 1,762.47	\$ 7,522.00	\$ 237,619.58
25	\$ 5,801.24	\$ 1,720.76	\$ 7,522.00	\$ 231,818.34
26	\$ 5,843.25	\$ 1,678.75	\$ 7,522.00	\$ 225,975.09
27	\$ 5,885.57	\$ 1,636.44	\$ 7,522.00	\$ 220,089.52
28	\$ 5,928.19	\$ 1,593.81	\$ 7,522.00	\$ 214,161.33
29	\$ 5,971.12	\$ 1,550.88	\$ 7,522.00	\$ 208,190.21
30	\$ 6,014.36	\$ 1,507.64	\$ 7,522.00	\$ 202,175.86
31	\$ 6,057.91	\$ 1,464.09	\$ 7,522.00	\$ 196,117.94

32	\$ 6,101.78	\$ 1,420.22	\$ 7,522.00	\$ 190,016.16
33	\$ 6,145.97	\$ 1,376.03	\$ 7,522.00	\$ 183,870.19
34	\$ 6,190.48	\$ 1,331.53	\$ 7,522.00	\$ 177,679.72
35	\$ 6,235.31	\$ 1,286.70	\$ 7,522.00	\$ 171,444.41
36	\$ 6,280.46	\$ 1,241.54	\$ 7,522.00	\$ 165,163.95
37	\$ 6,325.94	\$ 1,196.06	\$ 7,522.00	\$ 158,838.01
38	\$ 6,371.75	\$ 1,150.25	\$ 7,522.00	\$ 152,466.26
39	\$ 6,417.89	\$ 1,104.11	\$ 7,522.00	\$ 146,048.37
40	\$ 6,464.37	\$ 1,057.63	\$ 7,522.00	\$ 139,584.00
41	\$ 6,511.18	\$ 1,010.82	\$ 7,522.00	\$ 133,072.82
42	\$ 6,558.33	\$ 963.67	\$ 7,522.00	\$ 126,514.49
43	\$ 6,605.83	\$ 916.18	\$ 7,522.00	\$ 119,908.66
44	\$ 6,653.66	\$ 868.34	\$ 7,522.00	\$ 113,255.00
45	\$ 6,701.85	\$ 820.15	\$ 7,522.00	\$ 106,553.15
46	\$ 6,750.38	\$ 771.62	\$ 7,522.00	\$ 99,802.77
47	\$ 6,799.26	\$ 722.74	\$ 7,522.00	\$ 93,003.50
48	\$ 6,848.50	\$ 673.50	\$ 7,522.00	\$ 86,155.00
49	\$ 6,898.10	\$ 623.91	\$ 7,522.00	\$ 79,256.91
50	\$ 6,948.05	\$ 573.95	\$ 7,522.00	\$ 72,308.85
51	\$ 6,998.37	\$ 523.64	\$ 7,522.00	\$ 65,310.49
52	\$ 7,049.05	\$ 472.96	\$ 7,522.00	\$ 58,261.44
53	\$ 7,100.09	\$ 421.91	\$ 7,522.00	\$ 51,161.35
54	\$ 7,151.51	\$ 370.49	\$ 7,522.00	\$ 44,009.84
55	\$ 7,203.30	\$ 318.70	\$ 7,522.00	\$ 36,806.54
56	\$ 7,255.46	\$ 266.54	\$ 7,522.00	\$ 29,551.08
57	\$ 7,308.00	\$ 214.00	\$ 7,522.00	\$ 22,243.08
58	\$ 7,360.93	\$ 161.08	\$ 7,522.00	\$ 14,882.15
59	\$ 7,414.23	\$ 107.77	\$ 7,522.00	\$ 7,467.92
60	\$ 7,467.92	\$ 54.08	\$ 7,522.00	\$ 0.00

Años	Principal	Intereses
1er.	\$ 60,934.56	\$ 29,329.46
2do.	\$ 66,445.86	\$ 23,818.17
3er.	\$ 72,455.62	\$ 17,808.41
4to.	\$ 79,008.95	\$ 11,255.08
5to.	\$ 86,155.00	\$ 4,109.03
TOTAL	\$ 365,000.00	\$ 86,320.15

ESTACIÓN DE SERVICIOS 'VILLA NUEVA'

ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	\$ 2,342,400.00	\$ 2,693,760.00	\$ 3,097,824.00	\$ 3,562,497.60	\$ 4,096,872.24
(-) Costo de Venta	\$ (1,917,472.26)	\$ (2,198,272.26)	\$ (2,521,192.26)	\$ (2,892,550.26)	\$ (3,319,611.96)
(=) Utilidad Bruta	\$ 424,927.74	\$ 495,487.74	\$ 576,631.74	\$ 669,947.34	\$ 777,260.28
(-) Gastos Administrativos	\$ (120,105.76)	\$ (114,635.26)	\$ (114,657.01)	\$ (114,679.00)	\$ (114,701.23)
(-) Gastos de Ventas	\$ (4,800.00)	\$ (4,853.76)	\$ (4,908.12)	\$ (4,963.09)	\$ (5,018.68)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 300,021.98	\$ 375,998.72	\$ 457,066.61	\$ 550,305.25	\$ 657,540.37
(-) Gastos Financieros	\$ (29,329.46)	\$ (23,818.17)	\$ (17,808.41)	\$ (11,255.08)	\$ (4,109.03)
(=) UAIT	\$ 270,692.52	\$ 352,180.54	\$ 439,258.20	\$ 539,050.17	\$ 653,431.34
(-) Participación Trabajadores	15% \$ (40,603.88)	\$ (52,827.08)	\$ (65,888.73)	\$ (80,857.53)	\$ (98,014.70)
(-) Impuesto a la Renta	22% \$ (50,619.50)	\$ (65,857.76)	\$ (82,141.28)	\$ (100,802.38)	\$ (122,191.66)
UTILIDAD NETA	\$ 179,469.14	\$ 233,495.70	\$ 291,228.19	\$ 357,390.26	\$ 433,224.98

ESTACIÓN DE SERVICIOS 'VILLA NUEVA'

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN FIJA*	\$ (299,677.00)					
UAIT		\$ 270,692.52	\$ 352,180.54	\$ 439,258.20	\$ 539,050.17	\$ 653,431.34
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (40,603.88)	\$ (52,827.08)	\$ (65,888.73)	\$ (80,857.53)
Pago de IR		\$ -	\$ (50,619.50)	\$ (65,857.76)	\$ (82,141.28)	\$ (100,802.38)
EFFECTIVO NETO		\$ 270,692.52	\$ 260,957.17	\$ 320,573.36	\$ 391,020.16	\$ 471,771.43
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00
(+) Aporte Accionistas	\$ 150,000.00					
(+) Préstamo concedido	\$ 365,000.00	\$ (60,934.56)	\$ (66,445.86)	\$ (72,455.62)	\$ (79,008.95)	\$ (86,155.00)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ 215,323.00	\$ 231,225.65	\$ 215,979.01	\$ 269,585.44	\$ 333,478.91	\$ 407,084.13
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 215,323.00	\$ 446,548.65	\$ 662,527.66	\$ 932,113.10	\$ 1,265,592.00
(=) FLUJO ACUMULADO	\$ 215,323.00	\$ 446,548.65	\$ 662,527.66	\$ 932,113.10	\$ 1,265,592.00	\$ 1,672,676.13

ESTACIÓN DE SERVICIOS 'VILLA NUEVA'

CÁLCULO DE TIR Y VAN

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (515,080.07)					
UAIT		\$ 270,692.52	\$ 352,180.54	\$ 439,258.20	\$ 539,050.17	\$ 653,431.34
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (40,603.88)	\$ (52,827.08)	\$ (65,888.73)	\$ (80,857.53)
Pago de IR		\$ -	\$ (50,619.50)	\$ (65,857.76)	\$ (82,141.28)	\$ (100,802.38)
EFFECTIVO NETO		\$ 270,692.52	\$ 260,957.17	\$ 320,573.36	\$ 391,020.16	\$ 471,771.43
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 192,338.50
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 209,911.07
(+) Préstamo concedido		\$ (60,934.56)	\$ (66,445.86)	\$ (72,455.62)	\$ (79,008.95)	\$ (86,155.00)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (515,080.07)	\$ 231,225.65	\$ 215,979.01	\$ 269,585.44	\$ 333,478.91	\$ 809,333.71
Saldo Periodo de Recuperación	\$ (515,080.07)	\$ (283,854.42)	\$ (67,875.42)	\$ 201,710.02	\$ 535,188.93	

TIR	48.66%
VAN	\$469,677.78
Pay Back	2.31 años

ESTACIÓN DE SERVICIOS 'VILLA NUEVA'

ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADOS

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS						
A. CORRIENTE						
Efectivo	\$ 215,323.00	\$ 446,548.65	\$ 662,527.66	\$ 932,113.10	\$ 1,265,592.00	\$ 1,672,676.13
Total Activo Corriente	\$ 215,323.00	\$ 446,548.65	\$ 662,527.66	\$ 932,113.10	\$ 1,265,592.00	\$ 1,672,676.13
A. NO CORRIENTE						
Pabellon de estructura de ac	\$ 12,130.00	\$ 12,130.00	\$ 12,130.00	\$ 12,130.00	\$ 12,130.00	\$ 12,130.00
Tanques de combustible	\$ 19,441.00	\$ 19,441.00	\$ 19,441.00	\$ 19,441.00	\$ 19,441.00	\$ 19,441.00
Bombas dispensadoras de cc	\$ 16,090.00	\$ 16,090.00	\$ 16,090.00	\$ 16,090.00	\$ 16,090.00	\$ 16,090.00
Sistema de plomería funcion	\$ 8,490.00	\$ 8,490.00	\$ 8,490.00	\$ 8,490.00	\$ 8,490.00	\$ 8,490.00
Sistema de lubiración de bor	\$ 7,374.00	\$ 7,374.00	\$ 7,374.00	\$ 7,374.00	\$ 7,374.00	\$ 7,374.00
Sistema de lubricación de co	\$ 18,355.00	\$ 18,355.00	\$ 18,355.00	\$ 18,355.00	\$ 18,355.00	\$ 18,355.00
Generador en espera	\$ 17,413.00	\$ 17,413.00	\$ 17,413.00	\$ 17,413.00	\$ 17,413.00	\$ 17,413.00
Drenaje funcional	\$ 8,680.00	\$ 8,680.00	\$ 8,680.00	\$ 8,680.00	\$ 8,680.00	\$ 8,680.00
Sistema de contingencia	\$ 12,124.00	\$ 12,124.00	\$ 12,124.00	\$ 12,124.00	\$ 12,124.00	\$ 12,124.00
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Terreno	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00
(-) Deprec. Acum. Área Prod.	\$ -	\$ (19,509.70)	\$ (39,019.40)	\$ (58,529.10)	\$ (78,038.80)	\$ (97,548.50)
Computadores	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00
Muebles y Enseres	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
Impresora Multifuncional	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00
Teléfonos	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00
Archivadores	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00
Acondicionares de Aire	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
Adecuaciones del terreno	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00
Otros equipos administrativo:	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00
(-) Deprec. Acum. Área Adm.	\$ -	\$ (1,958.00)	\$ (3,916.00)	\$ (5,874.00)	\$ (7,832.00)	\$ (9,790.00)
Total Activo NO Corriente	\$ 299,677.00	\$ 278,209.30	\$ 256,741.60	\$ 235,273.90	\$ 213,806.20	\$ 192,338.50
TOTAL ACTIVOS	\$ 515,000.00	\$ 724,757.95	\$ 919,269.26	\$ 1,167,387.00	\$ 1,479,398.20	\$ 1,865,014.63
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
Porción Corriente de la Deuc	\$ 60,934.56	\$ 66,445.86	\$ 72,455.62	\$ 79,008.95	\$ 86,155.00	\$ -
Particip. De Trab. Por Pagar	\$ -	\$ 40,603.88	\$ 52,827.08	\$ 65,888.73	\$ 80,857.53	\$ 98,014.70
Imp. A la Renta por Pagar	\$ -	\$ 50,619.50	\$ 65,857.76	\$ 82,141.28	\$ 100,802.38	\$ 122,191.66
Total Pasivo Corriente	\$ 60,934.56	\$ 157,669.23	\$ 191,140.47	\$ 227,038.97	\$ 267,814.91	\$ 220,206.36
PASIVO NO CORRIENTE						
Deuda a Largo Plazo	\$ 304,065.44	\$ 237,619.58	\$ 165,163.95	\$ 86,155.00	\$ -	\$ -
Total Pasivo NO Corriente	\$ 304,065.44	\$ 237,619.58	\$ 165,163.95	\$ 86,155.00	\$ -	\$ -
Total PASIVO	\$ 365,000.00	\$ 395,288.81	\$ 356,304.42	\$ 313,193.97	\$ 267,814.91	\$ 220,206.36
PATRIMONIO						
Capital	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00
Utilidad Retenidas	\$ -	\$ 179,469.14	\$ 412,964.84	\$ 704,193.03	\$ 1,061,583.29	\$ 1,494,808.27
Total PATRIMONIO	\$ 150,000.00	\$ 329,469.14	\$ 562,964.84	\$ 854,193.03	\$ 1,211,583.29	\$ 1,644,808.27
TAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 515,000.00	\$ 724,757.95	\$ 919,269.26	\$ 1,167,387.00	\$ 1,479,398.20	\$ 1,865,014.63
<i>Diferencia A - PyP</i>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

ESTACIÓN DE SERVICIOS 'VILLA NUEVA'

COSTOS FIJOS

MOD (fija)	\$ 21,364.56
Deprec. Planta	\$ 19,509.70
Sueldos y Salarios / año	\$ 109,535.76
Serv. Básicos / año	\$ 720.00
Suministros al año	\$ 480.00
Asesoría / año	\$ 1,200.00
Internet y Celular	\$ 720.00
Permisos / año	\$ -
Deprec. Área Adm. / año	\$ 1,958.00
Transporte / año	\$ -
Gastos Pre-operacionales	\$ 5,492.00
Publicidad anual	\$ 4,800.00
Gastos financieros	\$ 29,329.46
COSTO FIJO TOTAL	\$ 195,109.48

COSTOS VARIABLES

Super	\$ 576,000.00
Ecopaís	\$ 900,000.00
Diesel	\$ 288,000.00
TOTAL	\$ 1,764,000.00

Unidades Prod. / Año 7,281,772

Costo Variable Unitario **\$ 1.10**

Precio de Venta Unitario **\$ 1.98**

$$PE = CF / (P - CVU)$$

PE = 222,558 unidades al año **\$ 439,923.67**

PE = 18,547 unidades al mes **\$ 36,660.31**

19%

ESTACIÓN DE SERVICIOS 'VILLA NUEVA'

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (515,080.07)					
VENTAS		\$ 2,342,400.00	\$ 2,693,760.00	\$ 3,097,824.00	\$ 3,562,497.60	\$ 4,096,872.24
(-) Costo de Venta		\$ (1,917,472.26)	\$ (2,198,272.26)	\$ (2,521,192.26)	\$ (2,892,550.26)	\$ (3,319,611.96)
(=) Utilidad Bruta		\$ 424,927.74	\$ 495,487.74	\$ 576,631.74	\$ 669,947.34	\$ 777,260.28
(-) Gastos Administrativos		\$ (120,105.76)	\$ (114,635.26)	\$ (114,657.01)	\$ (114,679.00)	\$ (114,701.23)
(-) Gastos de Ventas		\$ (4,800.00)	\$ (4,853.76)	\$ (4,908.12)	\$ (4,963.09)	\$ (5,018.68)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 300,021.98	\$ 375,998.72	\$ 457,066.61	\$ 550,305.25	\$ 657,540.37
(-) Gastos Financieros		\$ (29,329.46)	\$ (23,818.17)	\$ (17,808.41)	\$ (11,255.08)	\$ (4,109.03)
(=) UAIT		\$ 270,692.52	\$ 352,180.54	\$ 439,258.20	\$ 539,050.17	\$ 653,431.34
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (40,603.88)	\$ (52,827.08)	\$ (65,888.73)	\$ (80,857.53)
Pago de IR		\$ -	\$ (50,619.50)	\$ (65,857.76)	\$ (82,141.28)	\$ (100,802.38)
EFFECTIVO NETO		\$ 270,692.52	\$ 260,957.17	\$ 320,573.36	\$ 391,020.16	\$ 471,771.43
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 192,338.50
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 209,911.07
(+) Préstamo concedido		\$ (60,934.56)	\$ (66,445.86)	\$ (72,455.62)	\$ (79,008.95)	\$ (86,155.00)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (515,080.07)	\$ 231,225.65	\$ 215,979.01	\$ 269,585.44	\$ 333,478.91	\$ 809,333.71

VARIACIÓN

0.00%

0.00%

TIR	48.66%
VAN	\$ 469,677.78
Pay Back	2.48 años

INDICES DE RENTABILIDAD

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ROS	7.66%	8.67%	9.40%	10.03%	10.57%
ROA	34.85%	32.22%	31.68%	30.61%	29.28%
ROE	54.47%	41.48%	34.09%	29.50%	26.34%
ROI	32.00%	34.00%	35.00%	36.00%	37.00%

ESTACIÓN DE SERVICIOS 'VILLA NUEVA'

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD 'PESIMISTA'

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (515,080.07)					
VENTAS		\$ 2,295,552.00	\$ 2,639,884.80	\$ 3,035,867.52	\$ 3,491,247.65	\$ 4,014,934.80
(-) Costo de Venta		\$ (2,013,345.87)	\$ (2,308,185.87)	\$ (2,647,251.87)	\$ (3,037,177.77)	\$ (3,485,592.56)
(=) Utilidad Bruta		\$ 282,206.13	\$ 331,698.93	\$ 388,615.65	\$ 454,069.87	\$ 529,342.24
(-) Gastos Administrativos		\$ (120,105.76)	\$ (114,635.26)	\$ (114,657.01)	\$ (114,679.00)	\$ (114,701.23)
(-) Gastos de Ventas		\$ (4,800.00)	\$ (4,853.76)	\$ (4,908.12)	\$ (4,963.09)	\$ (5,018.68)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 157,300.37	\$ 212,209.90	\$ 269,050.52	\$ 334,427.78	\$ 409,622.33
(-) Gastos Financieros		\$ (29,329.46)	\$ (23,818.17)	\$ (17,808.41)	\$ (11,255.08)	\$ (4,109.03)
(=) UAIT		\$ 127,970.90	\$ 188,391.73	\$ 251,242.11	\$ 323,172.71	\$ 405,513.30
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (19,195.64)	\$ (28,258.76)	\$ (37,686.32)	\$ (48,475.91)
Pago de IR		\$ -	\$ (23,930.56)	\$ (35,229.25)	\$ (46,982.27)	\$ (60,433.30)
EFFECTIVO NETO		\$ 127,970.90	\$ 145,265.54	\$ 187,754.10	\$ 238,504.12	\$ 296,604.10
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 192,338.50
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 209,911.07
(+) Préstamo concedido		\$ (60,934.56)	\$ (66,445.86)	\$ (72,455.62)	\$ (79,008.95)	\$ (86,155.00)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (515,080.07)	\$ 88,504.04	\$ 100,287.38	\$ 136,766.17	\$ 180,962.86	\$ 634,166.37

VARIACIÓN

-2.00%

5.00%

TIR	23.06%
VAN	\$ 49,591.53
Pay Back	5.25 años

ESTACIÓN DE SERVICIOS 'VILLA NUEVA'

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD 'OPTIMISTA'

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (515,080.07)					
VENTAS		\$ 2,389,248.00	\$ 2,747,635.20	\$ 3,159,780.48	\$ 3,633,747.55	\$ 4,178,809.68
(-) Costo de Venta		\$ (1,821,598.65)	\$ (2,088,358.65)	\$ (2,395,132.65)	\$ (2,747,922.75)	\$ (3,153,631.36)
(=) Utilidad Bruta		\$ 567,649.35	\$ 659,276.55	\$ 764,647.83	\$ 885,824.81	\$ 1,025,178.32
(-) Gastos Administrativos		\$ (120,105.76)	\$ (114,635.26)	\$ (114,657.01)	\$ (114,679.00)	\$ (114,701.23)
(-) Gastos de Ventas		\$ (4,800.00)	\$ (4,853.76)	\$ (4,908.12)	\$ (4,963.09)	\$ (5,018.68)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 442,743.59	\$ 539,787.53	\$ 645,082.70	\$ 766,182.71	\$ 905,458.41
(-) Gastos Financieros		\$ (29,329.46)	\$ (23,818.17)	\$ (17,808.41)	\$ (11,255.08)	\$ (4,109.03)
(=) UAIT		\$ 413,414.13	\$ 515,969.36	\$ 627,274.30	\$ 754,927.64	\$ 901,349.38
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (62,012.12)	\$ (77,395.40)	\$ (94,091.14)	\$ (113,239.15)
Pago de IR		\$ -	\$ (77,308.44)	\$ (96,486.27)	\$ (117,300.29)	\$ (141,171.47)
EFFECTIVO NETO		\$ 413,414.13	\$ 376,648.80	\$ 453,392.62	\$ 543,536.20	\$ 646,938.77
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 192,338.50
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 209,911.07
(+) Préstamo concedido		\$ (60,934.56)	\$ (66,445.86)	\$ (72,455.62)	\$ (79,008.95)	\$ (86,155.00)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (515,080.07)	\$ 373,947.26	\$ 331,670.64	\$ 402,404.70	\$ 485,994.95	\$ 984,501.04

VARIACIÓN

2.00%
-5.00%

TIR	74.08%
VAN	\$ 889,764.02
Pay Back	1.43 años

ESTACIÓN DE SERVICIOS “VILLA NUEVA”



AUTOR: STEVEN JEFFERSON AMAY PIEDRA



TUTOR: ING. CHRISTIAN MORÁN MONTALVO

INTRODUCCIÓN

- ▶ La industria de las gasolineras o estaciones de servicio a lo largo de los años ha experimentado una modesta cantidad de volatilidad.
- ▶ Falta de estaciones de servicio a lo largo del camino, lo que en muchos casos puede causar que las personas tengan un malestar al momento de movilizarse en prolongados trayectos.

GENERAL

- Desarrollar el plan de negocios para el establecimiento de una estación de ~~servicios en el km 8 de la vía a Naranjal.~~

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar la oferta y demanda de la estación de servicios.
- Determinar los procesos operativos que se incurren en una estación de servicios.
- Analizar la rentabilidad de la estación de servicios.

- a) El comprobante de pago correspondiente a los derechos por servicios de regulación y control a nombre de la Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero;
- b) El Título de Propiedad del lote debidamente inscrito o prueba del correspondiente acto jurídico que demuestre la tenencia o propiedad del inmueble donde se emplazaría el nuevo centro de distribución en el sitio propuesto del solicitante;
- c) El certificado de compatibilidad de "Uso de Suelo", emitido por el Ministerio de Transporte y Obras Públicas, en caso que el proyecto se ubique en caminos primarios y secundarios, y que estén fuera de las zonas urbanas y/o por los Gobiernos Autónomos Descentralizados correspondientes a su jurisdicción;
- d) El certificado de emplazamiento del Cuerpo de Bomberos de la localidad o el que corresponda a esa jurisdicción;
- e) Plano de Ubicación del Predio en donde se pretende emplazar el nuevo centro de distribución de combustibles líquidos derivados de hidrocarburos, donde se detalle en un radio mínimo de 5.000 (cinco mil) metros los centros de distribución que abastezcan la zona y las edificaciones cercanas (de aglomeración humana), el mismo que se demostrará en un plano a escala 1:20.000 (uno: veinte mil) (referencia: Carta Topográfica del I.G.M.);
- f) Estudio de mercado, que justifique la comercialización de combustibles líquidos derivados de los hidrocarburos, biocombustibles y sus mezclas, así como los centros de distribución mixtos (segmento automotriz), en la zona de influencia al proyecto propuesto, basado en la densidad poblacional, el parque automotor, industrial, pesquero o naviero (según el segmento del centro de distribución a emplazar), considerando la oferta y demanda de combustibles a través de los centros de distribución cercanos al proyecto.

VIABILIDAD LEGAL

FORTALEZAS

- Las estaciones de servicio generan flujos de ingresos extremadamente predecibles a partir de las ventas continuas de gasolina y diesel.
- Pueden generar márgenes brutos en ventas de productos alimenticios.

OPORTUNIDADES

- La mejor manera de aumentar los ingresos de una estación de servicio es mantener una tienda de conveniencia.
- Se puede obtener mas beneficios al tener servicios de reparación de automóviles en el lugar.

DEBILIDADES

- Los precios de la energía son altamente volátiles. Dependiendo de la estructura de la estación de servicios.

AMENAZAS

- Muchos fabricantes de automóviles están desarrollando autos eléctricos.

FODA

POLÍTICO

- Los factores políticos están representados por la influencia de una entidad política a nivel nacional, regional o internacional.

ECONÓMICO

- Los factores económicos están representados por: las influencias de la oferta y la demanda sobre el precio del petróleo; influencias de la oferta o demanda de los bienes complementarios.

SOCIAL

- Los factores sociales están representados por demografía, cultura, estructura étnica, estructura religiosa, relación intercultural, estructura de la familia, visión ideológica, etc.

TECNOLÓGICO

- Los factores tecnológicos están representados por técnicas y métodos que influyen en las actividades dentro de una organización.

AMBIENTAL/LEGAL

- Los factores ambientales están representados por la posición geográfica.

PRECIO

- El elemento principal de esto es la cantidad que un cliente paga por un producto. Esta cantidad determina el nivel de ganancia para una empresa y, en consecuencia, su supervivencia.

PRODUCTO

- Un producto puede ser un bien o un servicio. Al considerar el producto como un elemento de marketing, cuestiones como la marca, la calidad, el diseño y el embalaje son muy importantes.

PLAZA

- Las empresas deben decidir el lugar de compra o dónde y cómo distribuir el producto al cliente. El consumidor estaría satisfecho si los productos están disponibles en el momento correcto, en el lugar correcto y en la cantidad correcta.

PROMOCIÓN

- La promoción implica una variedad de actividades emprendidas por una empresa para comunicar los méritos de sus productos y persuadir al consumidor objetivo para comprarlos.

4PS

COMBUSTIBLE	Precio
ECOPAIS	\$ 1.48
SUPER	\$ 2.00
DIESEL	\$1.03

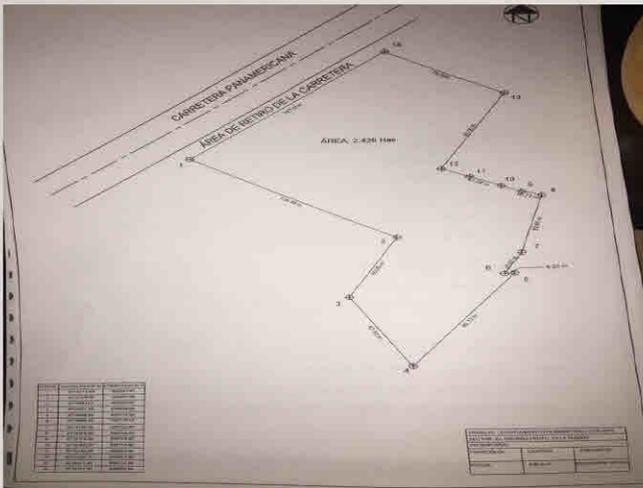


Localización geográfica de la estación de servicios “villa nueva”

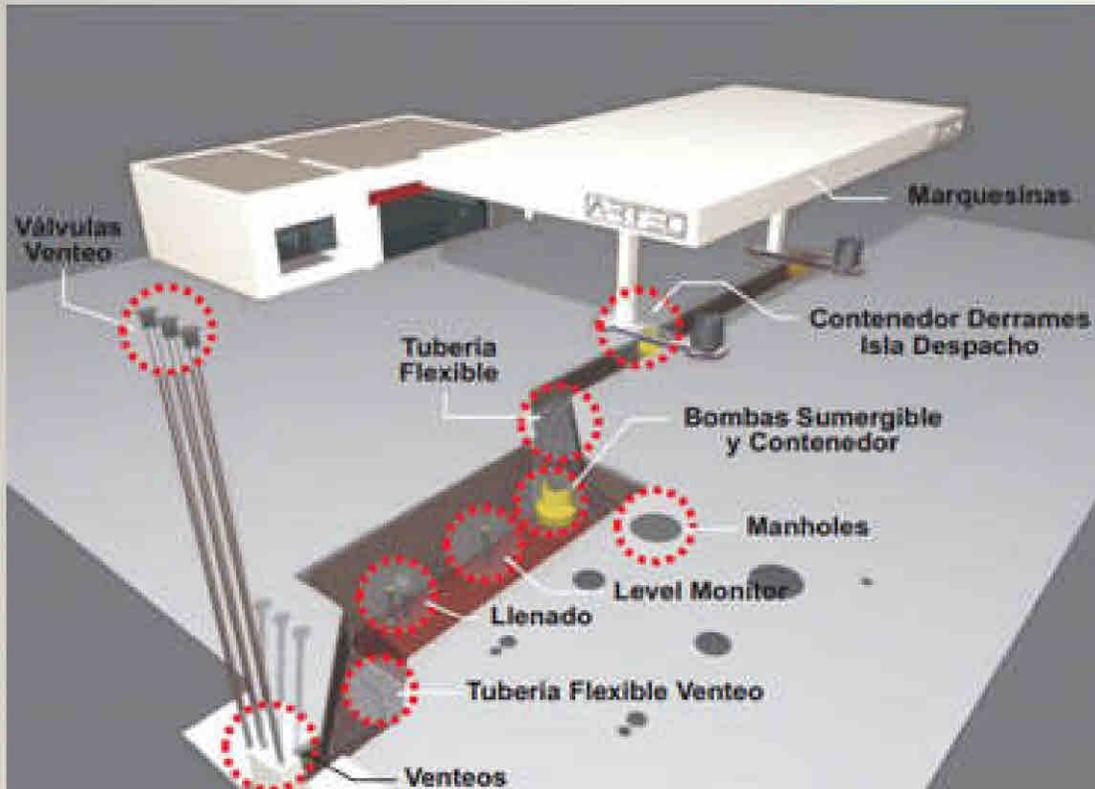


ANÁLISIS OPERATIVO

- Las instalaciones de la estación de servicios “villa nueva” Km 8 vía a Naranjal.
- Constará con un terreno de construcción de 800 metros cuadrados. Las instalaciones contarán con islas despachadoras de combustible, islas de lavados de vehículos, estación de aire y agua, un taller de lubricantes y un mini Market.



Esquema de la instalación de las bombas y dispensadores de combustible



Dispensadores de combustible.



INVERSIÓN INICIAL		Valor Total
TOTAL INVERSIÓN FIJA		\$ 299,677.00
TOTAL GASTOS PRE-OPERACIONALES		\$ 5,492.00
CAPITAL DE TRABAJO		\$ 209,911.07
TOTAL INVERSIÓN INICIAL		\$ 515,080.07

ESTACIÓN DE SERVICIOS 'VILLA NUEVA'					
INGRESO POR VENTA DE GALONES DE COMBUSTIBLE					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Galones Vendidos al Mes					
Super	40,000	46,000	52,900	60,835	69,960
Ecopaís	30,000	34,500	39,675	45,626	52,470
Diesel	20,000	23,000	26,450	30,418	34,980
Precio de Venta					
Super	\$ 2.98	\$ 2.98	\$ 2.98	\$ 2.98	\$ 2.98
Ecopaís	\$ 1.70	\$ 1.70	\$ 1.70	\$ 1.70	\$ 1.70
Diesel	\$ 1.25	\$ 1.25	\$ 1.25	\$ 1.25	\$ 1.25
Ingresos Mensuales	\$ 195,200.00	\$ 224,480.00	\$ 258,152.00	\$ 296,874.80	\$ 341,406.02
INGRESOS ANUALES	\$ 2,342,400.00	\$ 2,693,760.00	\$ 3,097,824.00	\$ 3,562,497.60	\$ 4,096,872.24

ANÁLISIS FINANCIERO

ESTACIÓN DE SERVICIOS 'VILLA NUEVA'

ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		\$ 2,342,400.00	\$ 2,693,760.00	\$ 3,097,824.00	\$ 3,562,497.60	\$ 4,096,872.24
(-) Costo de Venta		\$ (1,917,472.26)	\$ (2,198,272.26)	\$ (2,521,192.26)	\$ (2,892,550.26)	\$ (3,319,611.96)
(=) Utilidad Bruta		\$ 424,927.74	\$ 495,487.74	\$ 576,631.74	\$ 669,947.34	\$ 777,260.28
(-) Gastos Administrativos		\$ (120,105.76)	\$ (114,635.26)	\$ (114,657.01)	\$ (114,679.00)	\$ (114,701.23)
(-) Gastos de Ventas		\$ (4,800.00)	\$ (4,853.76)	\$ (4,908.12)	\$ (4,963.09)	\$ (5,018.68)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 300,021.98	\$ 375,998.72	\$ 457,066.61	\$ 550,305.25	\$ 657,540.37
(-) Gastos Financieros		\$ (29,329.46)	\$ (23,818.17)	\$ (17,808.41)	\$ (11,255.08)	\$ (4,109.03)
(=) UAIT		\$ 270,692.52	\$ 352,180.54	\$ 439,258.20	\$ 539,050.17	\$ 653,431.34
(-) Participación Trabajadores	15%	\$ (40,603.88)	\$ (52,827.08)	\$ (65,888.73)	\$ (80,857.53)	\$ (98,014.70)
(-) Impuesto a la Renta	22%	\$ (50,619.50)	\$ (65,857.76)	\$ (82,141.28)	\$ (100,802.38)	\$ (122,191.66)
UTILIDAD NETA		\$ 179,469.14	\$ 233,495.70	\$ 291,228.19	\$ 357,390.26	\$ 433,224.98

ANÁLISIS FINANCIERO

ESTACIÓN DE SERVICIOS 'VILLA NUEVA'

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN FIJA*	\$ (299,677.00)					
UAIT		\$ 270,692.52	\$ 352,180.54	\$ 439,258.20	\$ 539,050.17	\$ 653,431.34
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (40,603.88)	\$ (52,827.08)	\$ (65,888.73)	\$ (80,857.53)
Pago de IR		\$ -	\$ (50,619.50)	\$ (65,857.76)	\$ (82,141.28)	\$ (100,802.38)
EFFECTIVO NETO		\$ 270,692.52	\$ 260,957.17	\$ 320,573.36	\$ 391,020.16	\$ 471,771.43
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00
(+) Aporte Accionistas	\$ 150,000.00					
(+) Préstamo concedido	\$ 365,000.00	\$ (60,934.56)	\$ (66,445.86)	\$ (72,455.62)	\$ (79,008.95)	\$ (86,155.00)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ 215,323.00	\$ 231,225.65	\$ 215,979.01	\$ 269,585.44	\$ 333,478.91	\$ 407,084.13
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 215,323.00	\$ 446,548.65	\$ 662,527.66	\$ 932,113.10	\$1,265,592.00
(=) FLUJO ACUMULADO	\$ 215,323.00	\$ 446,548.65	\$ 662,527.66	\$ 932,113.10	\$1,265,592.00	\$1,672,676.13

ANÁLISIS FINANCIERO

ESTACIÓN DE SERVICIOS 'VILLA NUEVA'

CÁLCULO DE TIR Y VAN

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (515,080.07)					
UAIT		\$ 270,692.52	\$ 352,180.54	\$ 439,258.20	\$ 539,050.17	\$ 653,431.34
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (40,603.88)	\$ (52,827.08)	\$ (65,888.73)	\$ (80,857.53)
Pago de IR		\$ -	\$ (50,619.50)	\$ (65,857.76)	\$ (82,141.28)	\$ (100,802.38)
EFFECTIVO NETO		\$ 270,692.52	\$ 260,957.17	\$ 320,573.36	\$ 391,020.16	\$ 471,771.43
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 192,338.50
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 209,911.07
(+) Préstamo concedido		\$ (60,934.56)	\$ (66,445.86)	\$ (72,455.62)	\$ (79,008.95)	\$ (86,155.00)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (515,080.07)	\$ 231,225.65	\$ 215,979.01	\$ 269,585.44	\$ 333,478.91	\$ 809,333.71
Saldo Periodo de Recuperación	\$ (515,080.07)	\$ (283,854.42)	\$ (67,875.42)	\$ 201,710.02	\$ 535,188.93	
TIR	48.66%					
VAN	\$469,677.78					
Pay Back	2.31	años				

ESTACIÓN DE SERVICIOS 'VILLA NUEVA'

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD 'OPTIMISTA'

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (515,080.07)					
VENTAS		\$ 2,389,248.00	\$ 2,747,635.20	\$ 3,159,780.48	\$ 3,633,747.55	\$ 4,178,809.68
(-) Costo de Venta		\$ (1,821,598.65)	\$ (2,088,358.65)	\$ (2,395,132.65)	\$ (2,747,922.75)	\$ (3,153,631.36)
(=) Utilidad Bruta		\$ 567,649.35	\$ 659,276.55	\$ 764,647.83	\$ 885,824.81	\$ 1,025,178.32
(-) Gastos Administrativos		\$ (120,105.76)	\$ (114,635.26)	\$ (114,657.01)	\$ (114,679.00)	\$ (114,701.23)
(-) Gastos de Ventas		\$ (4,800.00)	\$ (4,853.76)	\$ (4,908.12)	\$ (4,963.09)	\$ (5,018.68)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 442,743.59	\$ 539,787.53	\$ 645,082.70	\$ 766,182.71	\$ 905,458.41
(-) Gastos Financieros		\$ (29,329.46)	\$ (23,818.17)	\$ (17,808.41)	\$ (11,255.08)	\$ (4,109.03)
(=) UAIT		\$ 413,414.13	\$ 515,969.36	\$ 627,274.30	\$ 754,927.64	\$ 901,349.38
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (62,012.12)	\$ (77,395.40)	\$ (94,091.14)	\$ (113,239.15)
Pago de IR		\$ -	\$ (77,308.44)	\$ (96,486.27)	\$ (117,300.29)	\$ (141,171.47)
EFFECTIVO NETO		\$ 413,414.13	\$ 376,648.80	\$ 453,392.62	\$ 543,536.20	\$ 646,938.77
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70	\$ 19,509.70
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00	\$ 1,958.00
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 192,338.50
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 209,911.07
(+) Préstamo concedido		\$ (60,934.56)	\$ (66,445.86)	\$ (72,455.62)	\$ (79,008.95)	\$ (86,155.00)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (515,080.07)	\$ 373,947.26	\$ 331,670.64	\$ 402,404.70	\$ 485,994.95	\$ 984,501.04
TIR	74.08%					
VAN	\$ 889,764.02					
Pay Back	1.43	años				

ANÁLISIS FINANCIERO

1. la elaboración del plan de negocios para el establecimiento de la Estación de Servicios 'Villanueva' se realizó en la etapa inicial una encuesta dirigida a una muestra de 383 personas que circulan por la vía a Naranjal.
2. Es importante destacar que la mayoría de los individuos que transitan en esta vía son del cantón Naranjal y en un 63% acuden a una gasolinera entre 2 y 4 veces por semana.
3. Es importante destacar que uno de los atractivos más importantes de la estación de servicios, es que no solo ofrece la venta de gasolina sino que también se puede realizar cheques y mantenimientos de vehículos. .
4. Se determinó que el proyecto tendría una alta rentabilidad de más del 30%, y El período de recuperación es inferior a los cinco años.

VIABILIDAD DEL PROYECTO

CONCLUSIONES

En conclusión, el establecimiento de la Estación de Servicios 'Villa Nueva' es viable y factible, desde un punto de vista de conveniencia, de necesidad por parte de los conductores que transitan por la vía, y finalmente como un proyecto altamente rentable que tiene un gran potencial en un mediano y largo plazo.