



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABI
FACULTAD DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS INTERNACIONALES



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABI

**FACULTAD DE COMERCIO EXTERIOR
Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLANTACIÓN DE UNA
EMPRESA FACILITADORA DE LOS PROCESOS DE
EXPORTACIÓN MEDIANTE UNA PLATAFORMA VIRTUAL.”**

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN
COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORA:

PÁRRAGA PATIÑO NORMA VALERIA


DIRECTOR DE TESIS:

ING. MARJORIE CALDERÓN ZAMORA

Manta, Enero de 2014



IDENTIFICACION DEL EGRESADO

NOMBRES:	Norma Valeria	
APELLIDOS:	Párraga Patiño	
NACIONALIDAD:	Ecuatoriana	
LUGAR DE NACIMIENTO:	Manta	
FECHA DE NACIMIENTO:	15 de Marzo de 1987	
CEDULA DE IDENTIDAD:	131204034-6	
ESTADO CIVIL:	Soltera	
TELEFONOS:	0995182386 / 052610335	
CORREO ELECTRONICO	vparraga@manta.gob.ec	
RESIDENCIA:	Manabí, Manta, Lotización Costa Azul	
DIRECCION DOCIMICILIO:	Costa Azul mz C2	
TITULOS ACADEMICOS	Bachiller en Polivalente	
ESTUDIOS ACTUALES:	Egresada en Comercio Exterior y Negocios Internacionales	
COMPETENCIAS LABORALES:	Técnica en Compras Públicas	
EXPERIENCIA LABORAL:	Auxiliar Administrativo	
ACTIVIDADES ACTUALES:	Técnica en Compras Públicas en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Manta	
INTENCIONALIDAD E INTERESES CON EL PROYECTO DE GRADO	Identificar todos los aspectos que posee el proyecto para así posteriormente llevarlo a la práctica.	



NOTA DEL PROYECTO DE GRADO

En la ciudad de Manta, en las instalaciones de la Facultad de Comercio Exterior y Negocios Internacionales de la ULEAM, a los __ días del mes de _____ del año ____, a las __h__, previo el cumplimiento de los requisitos establecidos en el Reglamento de Grado, se presentó a defender su Proyecto de Grado: **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLANTACIÓN DE UNA EMPRESA FACILITADORA DE LOS PROCESOS DE EXPORTACIÓN MEDIANTE UNA PLATAFORMA VIRTUAL”** para obtener el título de Tercer Nivel de **INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS INTERNACIONALES** la estudiante **NORMA VALERIA PARRAGA PATIÑO** con C.I. #**131204034-6**

Una vez examinado sobre el tema se hacen acreedores a las siguientes notas:

- Nota del Trabajo escrito de Proyecto de Grado: __/10 (_____ sobre diez)
- Nota de Defensa del Proyecto de Grado: __/10 (_____ sobre diez)
- Nota Final Promedio del Proyecto de Grado: __/10 (_____ sobre diez)

Para constancia de lo actuado firman:

Dr. Orly Delgado García Mg. Sc.

Profesor miembro tribunal 1

Ing. Erick Menéndez

Coordinador de Carrera

Presidente tribunal de grado

Lcda. Ketty Cedeño Intriago Mg.Sc.

Profesor miembro tribunal 2

Ing. Marjorie Calderón Zamora

Director de tesis

Ing. Hugo Vera Santana.

Profesor miembro tribunal 3

Sindico(secretaria) de la facultad

Secretario general del tribunal



TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Ing. Erick Menéndez

Coordinador de Carrera de Comercio Exterior y Negocios Internacionales

Ing. Marjorie Calderón Zamora

Director de tesis

Dr. Orly Delgado García Mg.Sc.

Lector Principal

Lcda. Ketty Cedeño Intriago Mg.Sc.

Lector Principal

Ing. Hugo Vera Santana

Lector Principal

DECLARACIÓN

Yo Párraga Patiño Norma Valeria, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo el derecho de propiedad intelectual correspondiente a este trabajo, a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

Atentamente,

PÁRRAGA PATIÑO NORMA VALERIA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo de grado intitulado “PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLANTACIÓN DE UNA EMPRESA FACILITADORA DE LOS PROCESOS DE EXPORTACIÓN MEDIANTE UNA PLATAFORMA VIRTUAL”, ha sido desarrollado por la egresada, PÁRRAGA PATIÑO NORMA VALERIA, bajo mi supervisión y tutoría según designación realizada por el Consejo de Facultad mediante Oficio No.113 del 12 de Abril del 2012.

De igual manera, certifico que dicho trabajo ha sido concluido satisfactoriamente, cumple con todas las disposiciones legales establecidas por la normatividad institucional vigente, se encuentra listo para su defensa oral y cuenta con el aval de los profesores lectores del Proyecto de Grado, motivo por el cual dichos profesores también suscriben el presente documento.

Ing. Marjorie Calderón Zamora

DIRECTOR DEL PROYECTO

Dr. Orly Delgado García

PROFESOR LECTOR 1

Ing. Hugo Vera Santana

PROFESOR LECTOR 2

Lcda. Ketty Cedeño Intriago Mg.Sc.

PROFESOR LECTOR 3



DEDICATORIA

Gracias a esas personas importantes en mi vida, que siempre estuvieron listas para brindarme toda su ayuda y paciencia, ahora me toca regresar un poquito de todo lo inmenso que me han otorgado. Con todo mi cariño esta tesis se las dedico a ustedes:

Mi querido hijo John Adiel

Mi esposo John

Mi madre Norma



AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad hasta ahora; en segundo lugar a cada uno de los que son partes de mi familia en especial a mi querido hijo, esposo y madre; por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora.

Valeria Párraga Patiño.



INDICE

CAPITULO 1 GENERALIDADES

1.1 INTRODUCCION	11
1.2 RESUMEN EJECUTIVO	14
1.3 ABSTRACT	16

CAPÍTULO 2 PLAN ESTRATEGICO

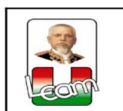
2.1 Objetivo del Capítulo	
2.2 Análisis Estratégico	16
2.2.1. ANÁLISIS DEL MACRO-ENTORNO	16
2.2.2. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA	20
2.2.3. ANÁLISIS INTERNO	21
2.2.4. ANÁLISIS FODA	22
2.2.5. VIABILIDAD ESTRATÉGICA DE INVERTIR	24
2.3 PLANTEAMIENTO ESTRATEGICO	
2.3.1. VISIÓN Y MISIÓN	24
2.3.2. OBJETIVO ESTRATÉGICO	24
2.3.3. ESTRATEGIAS	25
2.3.4. SISTEMA DE VALORES	25

CAPÍTULO 3 PLAN COMERCIAL

3.1. OBJETIVOS DEL CAPITULO	29
3.2. PLAN COMERCIAL	29
3.2.1. OBJETIVO DEL PLAN COMERCIAL	29
3.3. MIX DE MARKETING	30

CAPITULO 4 PLAN TÉCNICO- ORGANIZACIONAL

4.1. OBJETIVOS DEL CAPITULO	34
4.2. PLAN TÉCNICO	34
4.2.1. LOCALIZACIÓN	35
4.3. DISTRIBUCIÓN INSTALACIONES (LAYOUT)	36
4.4. GUÍA DE LAS PLATAFORMA VIRTUAL IMPLANTADA POR LA EMPRESA VALPAR	39
4.4.1. DIAGRAMA CONCEPTUAL	40
4.4.2. DESARROLLO	41



4.4.3. IMPLEMENTACIÓN	42
4.5. PLAN DE ABASTECIMIENTO DE TECNOLOGÍA DE PRODUCCIÓN	42
4.6. PLAN ORGANIZACIONAL	42
4.6.1. DATOS GENERALES DE LA EMPRESA	43
4.6.2. PROCESO DE TOMA DE DECISIONES	43
4.6.3. ARQUITECTURA ORGANIZACIONAL: ORGANIGRAMA	44
4.6.4. DISTRIBUCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	45
4.6.5. REQUERIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS PARA ÁREAS ADMINISTRATIVAS	46
4.6.6. REQUERIMIENTO DE PERSONAL PARA ÁREAS ADMINISTRATIVAS	49
4.6.7. MARCO LEGAL RELACIONADO A LA OPERACIÓN DE LA EMPRESA	49
4.7. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN	53
4.8. PLAN DE ACCIÓN DE CORTO PLAZO	54
4.9. PUESTA EN MARCHA	55
4.10. PLAN DE SALIDA	55
CAPITULO 5 PLAN FINANCIERO	
5.1. OBJETIVOS DEL CAPITULO	56
5.2. PLAN DE INVERSIÓN	56
5.3. PLAN DE FINANCIAMIENTO	62
5.4. Presupuestos de Costos y Gastos	64
5.5. PRESUPUESTO DE INGRESOS	68
5.6. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADOS	69
5.7. BALANCE DE SITUACION	71
5.8. Evaluación Microeconómica	73
CONCLUSIONES	83
RECOMENDACIONES	85
BIBLIOGRAFIA	86
ANEXOS	87



CAPITULO 1

GENERALIDADES

Introducción

En este mundo globalizado ya no se puede hablar solamente de negocios, sin mencionar la tecnología, el desarrollo acelerado obliga a las empresas estar actualizadas, siendo una herramienta fundamental el comercio electrónico.

En las negociaciones, la misma tecnología usada para la venta debe ser utilizada para exportar. Ante una exportación se debe tener en cuenta todos los procedimientos que se deben realizar para el envío legal de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo en el exterior, además de otros factores que se utilizaría para vender en el propio mercado, como; las barreras que va a encontrar en la Administración del país al que dirige las ventas, así como las técnicas propias de la venta, diseño, embalaje, transporte, contratación, etc.

En investigación realizada, las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) suelen tener barreras asociadas a limitaciones de recursos, dificultades operativas, restricciones de comercio y al temor de comercializar sus productos a mercados exteriores por el desconocimiento del mismo. Las PYMES al ir en busca de mercados extranjeros, el 34% no cuentan con un plan estratégico que les ayude a decidir en qué mercado invertir, cómo manejar su marca o cómo buscar socios¹. Para exportar necesitan algunos requisitos, mismos que llevan tiempo e inversión, y conocimientos sobre la tramitología en los procesos de exportación.

Lo antes dicho, refleja la importancia de la creación de empresas facilitadoras de procesos de exportación a través de una plataforma virtual, lo que sin duda dará a

¹www.piramidedigital.com



conocer las pequeñas y medianas empresas de la provincia de Manabí. Actualmente la falta de este tipo de empresas es una limitante en la promoción y publicidad de algunos productos ecuatorianos.

Con la plataforma virtual a implementar se podrá negociar productos a otros mercados internacionales sin que necesariamente se esté presente físicamente en el mercado que quiera adquirir el bien y a la vez se pueda fomentar la producción de productos de calidad para las ventas a otros mercados internacionales e incrementar ejes de empleo en el país.

Surge entonces, la necesidad de incursionar en nuevos campos como tecnologías en aras de fomentar e incrementar las ventas a través de varios esquemas, que permita ingresar a los mercados internacionales, ya que en la actualidad este medio es el más utilizado y ayuda a las empresas mantenerse competitivas logrando así que los inversionistas estén informados de las innovaciones de productos.

Con la ejecución de este proyecto las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas, facilitarían el desarrollo de los productos por medio de la plataforma virtual, ya que estarán actualizadas en cuanto a procesos de exportación y marketing online.

El presente proyecto de investigación tiene como propósito crear un sitio web, en la que además de ayudar en la tramitología de exportación, puedan los empresarios exponer, promocionar y hacer conocer las bondades de los productos artesanales de Ecuador, en donde interviene la ayuda de empresas gubernamentales como Correos del Ecuador

Para incursionar en Negocios Internacionales se requiere de reglas claras y definidas, para que las inversiones nacionales e internacionales sean atractivas y seguras.



La importancia de esta investigación, radica en generar fuente de trabajos, innovaciones de productos, motivar a empresas pequeñas a su crecimiento, que a la vez sea un aporte económico para el desarrollo social del país.

La elaboración de este proyecto se realiza previo a investigaciones realizadas a plataformas virtuales de nuestro país, y consultas a empresas de la ciudad de Manta, respecto los procesos de exportación y promoción de productos nacionales. Ya que en la actualidad mundial el mercado internacional siempre está en espera de productos innovadores y competitivos.

Se define como comercio internacional o mundial, al intercambio de bienes, productos y servicios entre dos o más países o regiones económicas.

Las economías que participan del Comercio Exterior se denominan *economías abiertas*. Este proceso de apertura externa se inició fundamentalmente en la segunda mitad del siglo XX, y de forma espectacular en la década de 1990, al incorporarse las economías latinoamericanas, de Europa del Este y el oriente asiático. Cada vez existe mayor interrelación entre lo que ocurre en los mercados internacionales y lo que sucede en la economía de un país determinado².

Las Pequeñas y Medianas empresas son un tema clave para el desarrollo del país, ya que su participación en la economía representa un gran porcentaje en las empresas en el país pero existe la problemática que gran parte de las PYMES operan en el lado de la informalidad, aun existen trabas burocráticas que dificultan las formalidad de una empresa y un costo elevado que debe asumir el emprendedor al momento de iniciar su gestión empresarial.

El presente estudio analiza las barreras existentes que obstaculizan su formalización e impiden su competitividad y pretende plantear alternativas para solucionar dicha problemática.

²Obtenido la información: <http://es.wikipedia.org/economiainternacional>

1.2. RESUMEN EJECUTIVO

El servicio de internet se ha desarrollado rápidamente en los últimos años a nivel mundial. El uso del espacio virtual es prioritario en las actividades de las personas más aún de las empresas pues se constituye en su principal herramienta de comunicación.

El presente proyecto de la empresa VALPAR tiene las capacidades para facilitar los procesos de exportación (tramitología) y brinda los servicios de promoción de productos artesanales de PYMES de Manta a mercados internacionales mediante una plataforma virtual.

En los capítulos I y II se realiza varios análisis, se considera la situación de Ecuador en relación a la utilización del comercio electrónico es decir en una plataforma virtual. Adicionalmente se analizan factores económicos entre los cuales se destacan los siguientes: la inflación, el PIB, tasa de crecimiento, etc.

En el Capítulo III se hace un análisis del Plan Comercial que está enfocado a brindar servicio a las PYMES, este capítulo ayuda a orientar las actividades de VALPAR para la satisfacción de las necesidades del cliente.

En el Capítulo IV se exponen las bases principales, estas bases tienen un origen técnico que proporciona la información económica para preparar el proyecto.

En el Capítulo V se realiza el estudio económico financiero el mismo que recopila los datos de los capítulos anteriores y nos permite elaborar el presupuesto de inversiones para estimación del desembolso inicial necesario para empezar la operación.

1.3. ABSTRACT

The internet service has been developed rapidly in recent years worldwide. The use of virtual space is a priority in the activities of those companies even more because it is their main communication tool.

This draft VALPAR Company has the capabilities to facilitate the export process (red tape) and provide services promoting handicrafts SME Manta international markets through virtual platform.

Chapters I and II several analysis is performed, considering the situation of Ecuador in relation to the use of electronic commerce that is on a virtual platform. Inflation, GDP, growth rate, etc.: further economic factors among which are the following analyzes.

In Chapter III an analysis of the business plan that is focused on providing services to SMEs is, this chapter helps guide VALPAR activities to satisfy customer needs.

In Chapter IV the main bases are exposed, these bases have a technical origin providing financial information to prepare the project.

In Chapter V the same financial economic study that collects data from the previous chapters and allows us to make the investment budget for initial estimate of the expenditure required to start the operation is performed.

CAPITULO 2

PLAN ESTRATÉGICO

2.1. OBJETIVO DEL CAPITULO

Realizar un análisis de los ambientes que permitan determinar la viabilidad de la plataforma virtual e implementar un Plan estratégico para el direccionamiento del negocio.

2.2. ANÁLISIS ESTRATEGICOS:

Para que la empresa logre tener ventaja competitiva en el mercado internacional, debe permanecer vigilante, y buscar los cambios que se producen en su entorno. Por tal razón se debe estar al día de todas las estrategias que están alrededor para el negocio no decaiga.

2.2.1. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

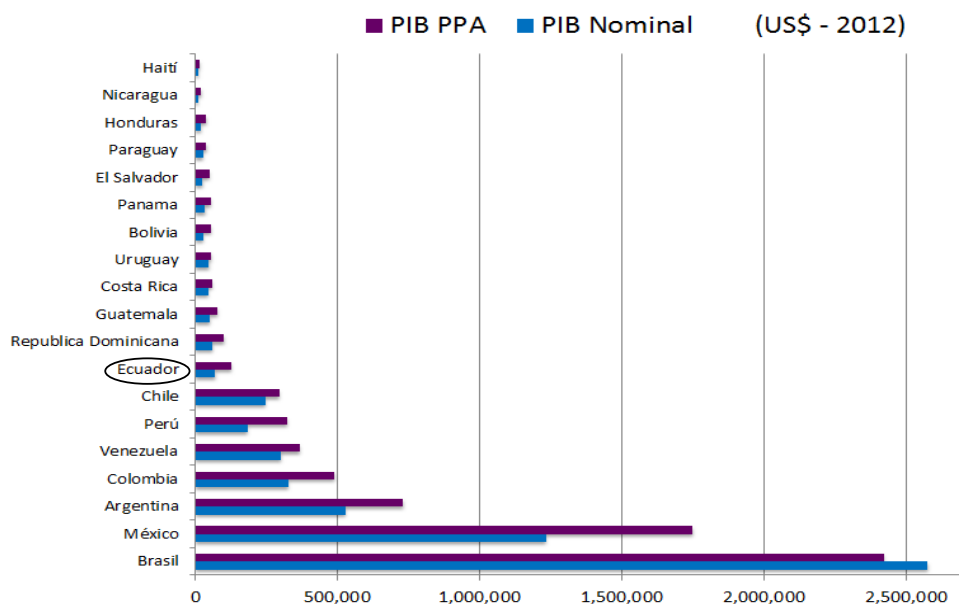
En el análisis del Macroentorno nacional incluye los siguientes aspectos:

- **2.2.1.1. Economía:** El aspecto económico es una de las metas de toda sociedad y el mismo implica un incremento notable de los ingresos, y de la forma de vida de todos los individuos de una sociedad. En la actualidad la economía de Ecuador se encuentra en el octavo lugar de los países de América Latina³. Con el actual gobierno del Eco. Rafael Correa, la economía ecuatoriana ha evolucionado en los

³ [http://es.wikipedia.org/wiki/Am%C3%A9rica_Latina#Econom.C3.ADa](http://es.wikipedia.org/wiki/Am%C3%A9rica_Latina#Econom.C3.ADa;);
http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_Ecuador;

últimos años y a la vez existen tratados comerciales que facilitan la comercialización de productos a otros mercados.

Grafico 1: Evolución de la Economía de Ecuador
(Periodo 2012)



Fuente: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:PIB_2012_Am%C3%A9rica_Latina.png

Ecuador ha presenta numerosos e importantes aspectos económicos los mismos que se detallan a continuación:

- ✓ EL PIB \$ 134.7 mil millones (5.01%) en el 2012
- ✓ PIB per cápita \$ 8.800mil millones 2012
- ✓ El Gasto de consumo final de los hogares están un estimativo de 6.5% en el 2012
- ✓ PIB (tasa de cambio oficial) 70.84 mil millones dólares 2012
- ✓ Tasa de crecimiento real 4% 2012
- ✓ Impreso familiar promedio 10% más pobre: 1%; 10% más rico: 35.3%
- ✓ Las exportaciones en el 2012 sumaron 23.77 millones de dólares
- ✓ Las importaciones en el 2012 sumaron 24.67 millones de dólares



- ✓ La balanza de pago hubo déficit de -0.06% 2012 en relación al (PIB)
- ✓ La tasa de inflación 6.12% año 2012

Fuente: www.bece.fin.ec Banco Central del Estado;

www.elfinanciero.com/economia/tema...2012/economia_01_2012.pdf; www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/mejora-el-resultado-de-la-cuenta-corriente.html

- **2.2.1.2. Política:** La política de Ecuador ha tenido una gran evolución con el actual gobierno ya que se ha vivido varios cambios para el mejoramiento de vida de los ciudadanos es decir el Buen Vivir, se ha implantado nuevos sistemas políticos interno así como intercambio político con otros países y así tener beneficios con otros Estados.

El país en el 2007 ha tenido varios cambios con las propuestas políticas del gobierno que se baso en cinco ejes como revolución constitucional y democrática, combate frontal a la corrupción, economía y productiva, educación y salud y por la dignidad, la soberanía y la integración productiva.

De los ejes propuesto por el actual gobierno aquel que beneficia directamente al Plan de Negocio para la implantación de una empresa facilitadora de los procesos de exportación a través de una plataforma virtual es el de la Revolución económica productiva, ya que esta proponen una transformación social y económica que ayuda a los ciudadanos trabajadores que crean riquezas por sus propias manos, con su creatividad y su capacidad como empresarios, obreros y artesanales.

Los impuestos principales en el Ecuador son los siguientes: Impuesto sobre la renta, ganancias y activos: Impuesto a la renta, Impuesto sobre activos totales, contribuciones a las entidades reguladoras, Impuesto a la propiedad urbana, Impuesto especial al capital neto de sociedades, Impuestos sobre transacciones, Impuesto al Valor Agregado, Impuesto a los consumos especiales, Impuesto a la Transferencia de títulos de propiedad de bienes raíces, Impuestos aduaneros. La nueva decisión 578 del Acuerdo Cartagena estipula que las empresas domiciliadas en cualquier país miembro de la Comunidad Andina que mantenga negocios u operen en otros países miembros, únicamente pagaran impuestos sobre la renta en el país en el cual este domiciliado.



- **2.2.1.3. Infraestructura:** En Ecuador existe una amplia gama de aéreas de explotación, que a su vez ha sido aprovechado y en la actualidad se ha desarrollado en un ámbito más objetivo, focalizado, ordenado y orientado a conservacionismo ambiental y rentabilidad a corto y largo plazo.

En cuanto a la vialidad, en los últimos años Ecuador ha sufrido grandes cambios, puesto que la inversión en este sector no ha sido escatimada, obteniendo resultados favorables y ubicando al país en uno de los mejores en América del Sur.

Los aeropuertos internacionales de Quito y Guayaquil han sufrido un alto aumento que ha requerido su modernización, actualmente se halla en desarrollo la implementación del aeropuerto internacional en Manta, el mismo que va facilitar la comercialización de producto manabitas.

Los puertos marítimos son un notable punto en el comercio y turismo, es por eso que su modernización en los últimos años ha permitido que puertos como el de Manta lleguen cruceros de gran enclada, así como barcos de carga entre otros.

- **2.2.1.4. Socio-Cultural:** En la actualidad los ciudadanos ecuatorianos no tiene la capacitación adecuada para estar a la par en el mercado virtual como otros países ya que en la actualidad son pocas las personas que están poniendo al nivel de la actualidad, la sociedad no tienen mucho conocimiento de cómo realizar transacción bancaria, negociación electrónica, comercio electrónico ya mismo por desconocimiento o por temor de estafas, pero con capacitaciones y brinda un servicio de confianza cada persona va estar interesada en estar en este mundo que cada día se va actualizando y incrementado nuevas herramientas virtuales.
- **2.2.1.5. Tecnología:** El uso de la Tecnología y comunicación actual tiene importantes ventajas: agilidad de adaptación al cambio, cercanía al mercado local e internacional.



En cuanto a la tecnología que respaldaría la implantación de una empresa facilitadora de los procesos de exportación mediante una plataforma virtual es importante mencionar que en la actualidad la tendencia es aplicar el servicio que se brindará a las PYMES en la localidad por medio de internet sea a nivel provincial y dar a conocer los productos a mercados extranjeros. Ya que es importante mencionar que en la actualidad el comercio electrónico genera ventaja competitiva dentro del sector de comercialización de las empresas ya que el proyecto va a facilitar el proceso de exportación y comercialización de pequeñas empresas de productos artesanales de la localidad ya que estos productos tiene buenas aceptación en el mercado internacional y los compradores podrían adquirirlo con facilidades y menores costo y a la vez hacer conocer al mundo los innovadores productos que existen en Ecuador.

Lo que el proyecto pretende potenciar mediante la plataforma virtual es:

- Hacer más sencilla la labor de los negocios con los clientes.
 - Acelerar las operaciones del negocio.
 - Ayudar a diseñar una estrategia de relaciones con los clientes a nivel internacional.
- **2.2.1.6. Legal:** El obtener los permisos y autorizaciones correspondientes, para la ejecución del proyecto, implica el cumplimiento previo de la documentación presentada para los permisos de funcionamiento de la empresa y a la vez como una empresa es facilitar la exportación y negociación de productos artesanales mediante una página web es comprar el hosting que es un permiso que se lo cancela anualmente para el funcionamiento de la página virtual y el tenga acceso al usuario internacional.

2.2.2. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

El proyecto se direcciona a guiar las PYMES a la exportación de sus productos y a la vez promocionar los que ellos ofrece mediante una plataforma virtual.



2.2.2.1 Antecedentes generales y evolución de la industria

Ecuador cuenta con potencia para la industria en una gran variedad de sectores como los artesanales por medio de las conformadas PYMES.

Las PYMES en el Ecuador aportan un porcentaje del PIB total que representa a la exportación de productos no tradicionales y a la vez representa un buen porcentaje de la producción bruta del País y genera aproximadamente unos 250.000 puestos de trabajo.

Pero unos de los sectores industriales que el país no es potencial es el sector virtual ya que en la actualidad el Ecuador 7 de cada persona 10 ecuatorianos usan el internet regularmente para diversos fines como correos electrónicos, comercio electrónico, práctica laborales, ocio, información, etc. Si bien, la penetración de internet es baja comparado con la mayoría de los países latinoamericanos, Ecuador cuenta con un numero interesante de usuarios de redes sociales, y páginas web especializadas. Según Facebook, a noviembre del 2012, Ecuador posee 5'077.060 de usuarios, lo cual la ubica en la posición 35 a nivel mundial de países con más usuarios de esta red social. A su vez, Ecuador posee páginas especializadas con varios años en el mercado, como multitabajos.com, plusvalia.com, patiodeautos.com, tucompras.com, entre otras. Algunas de ellas se han vendido a empresas internacionales como www.multiprojects.com, la cual fue adquirida por Bumeran, una empresa multilatinas con sede en Buenos Aires, Argentina⁴.

2.2.3. ANÁLISIS INTERNO

El análisis interno de la empresa se evalúa a través de los factores que afectan directamente a la organización y demostrar cuales son controlables y cuáles no para de este modo llegar a la armonía el negocio.

- **2.2.3.1. Proveedores.-** En la actualidad en el país existen varias operadoras de distribución de internet que trabajan en todo el territorio nacional y en el estudio realizado la más adecuada para nuestra servicio que brindamos es CNT ya que nos brinda un buen servicio, se puede acceder a internet desde una conexión por línea

⁴<http://es.wikipedia.org/wiki/Ecuador>)

conmutada, banda ancha, fija (a través de cable coaxial, cables de fibra óptica o cobre), vía satelital.

- **2.2.3.2. Competencia.**- En investigación obtenida se detecto que este es un punto importante pero lo que favorece que en la ciudad no hay empresas conformadas mediante la realización de una página web para la promoción de productos artesanales y ayudar a los proceso de exportación de las PYMES que están ubicadas en Manta y Montecristi.
- **2.2.3.3. Clientes.**- Se garantiza al cliente local, nacional y extranjero productos no más allá que aquello que se pueda brindar con el objetivo de no crear expectativas superiores a las que son posibles satisfacer.
- **2.2.3.4. Marketing.** Se genera ofertas acordes a las necesidades identificadas, tanto para el mercado nacional como internacional, dar conocer al cliente las características y ventajas del producto.

2.2.4. ANÁLISIS FODA

A continuación se realiza un análisis FODA detallado de la implantación de la empresa:

Cuadro 1.
ANALISIS FORTALEZA, OPORTUNIDAD, DEBILIDAD Y AMENAZA (FODA)

ANALISIS FODA	FORTALEZA	DEBILIDADES
Análisis Interno	*Agiles en los servicios de facilitación al momento de realizar un proceso de exportación	*Inseguridad en cuanto al manejo de trámites en línea.
	*Fácil manejo de la plataforma virtual	*Limitado acceso a la tecnología
	* Tener experiencia en negociaciones al momento de ofrecer los productos	*Pocos operadores de internet
	* Centro de manejo informático	* Poco conocimiento del negocio electrónico de las PYMES
	* Alto porcentaje de pequeñas empresas que desean exportar	* Incipiente penetración de PYMES al mercado internacional
	* Contar con un buen medio de exportación de los productos	
	* Alianza estratégicas con la Empresa Pública Correos del Ecuador	
	* Manejo del Marketing	
Análisis Externo	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	* Amplio mercado internacional	* Políticas arancelarias internacionales
	* Apoyo de instituciones gubernamentales, mediante la asistencia técnica de exportación para PYMES	* Menor costo de producción en otros países
	* Amplia variedad de productos artesanales	* Desconocimiento de las pequeñas empresas

	* Ferias Internacionales	* Desconfianza y socio-tecnología en los ciudadanos
	* Acelerado crecimiento tecnológico	

FUENTE: Autor del Proyecto

2.2.5. VIABILIDAD ESTRATÉGICA DE INVERTIR

La estrategia de inversión resultante del análisis FODA (que muestra las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) y que permitirá lograr objetivos, nos indica que el presente proyecto es viable en todas sus condiciones.

2.3. PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO

2.3.1. VISIÓN Y MISIÓN

2.3.1.1 Misión:

Comercializar a nivel internacional productos artesanales de Manta y Montecristi, contribuyendo a fomentar el desarrollo mercantil e incentivar la productividad del sector artesanal de nuestro país, a través de procesos virtuales.

2.3.1.2 Visión:

Ser una empresa líder en tramitación de los procesos de exportación, mediante promoción de productos artesanales de pequeñas empresas de nuestra provincia a través de una plataforma virtual.

2.3.2. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Lograr confianza y un crecimiento progresivo mediante la presentación de los diferentes servicios que serán de apoyo para las PYMES de la ciudad y provincia, en donde se incluye la tramitación necesaria de comercio exterior que se requiere para dar a conocer

los productos y exportarlos usando como medio de la plataforma virtual de la empresa VALPAR.

2.3.3. ESTRATEGIAS

2.3.3.1 Estrategia de Posicionamiento

Brindar agilidad en los procesos de exportación y realizar una excelente promoción de sus productos para captar la atención de clientes de mercados internacionales.

2.3.3.2. Estrategia de Demanda Primaria

Aplicar en el proyecto se enfoca en la captación de clientes elaboradores de productos artesanales que se animen a dar sus productos innovadores a otros mercados.

2.3.3.2. Estrategia de Demanda Selectiva

Captar nuevos mercados para las PYMES y hagan conocer sus productos, obtener clientes en potencia.

2.3.4. SISTEMA DE VALORES

2.3.4.1. Cadena de Valor de Servicio

La plataforma virtual propuesta, al tratarse de un lugar donde básicamente se va a promocionar y es el punto donde se va llegar a realizar la negociación de los productos artesanales, hacer conocer al mundo de estos productos, demanda que se enfoca para el análisis de la cadena de valor sea el de servicios.

El modelo aplicarse el de Michael Porter una estructura a seguir el cual radica en los eslabones primarios y secundarios y al mismo tiempo muestran una clasificación adicional en lo que respecta a las posibilidades de Control



Grafico 2: Modelo de Cadena de Valor de Servicio



Fuente: Modelo realizado por el profesor Michael Porter

2.3.4.2. Marketing

- Generar ofertas acordes a los intereses para el mercado internacional.
- Dar a conocer a las pequeñas empresas los beneficios que ganarían estar aliada con la empresa.
- Mostrar a otros mercados las características y ventajas del producto que se ofrece mediante la plataforma virtual.
- Contar con políticas adecuadas del costo del servicio acorde a la negociación que se lleve con la pequeña empresa negociadora con el lugar de destino
- Ser una empresa facilitadora en los procesos de exportación de promociones de producto artesanal bien posesionada en nuestro medio.

2.3.4.3. Logística

- Contar con el adecuado recurso humano capacitado y con los sistemas envíos adecuados para un buen desempeño.
- Trabajar conjuntamente con la empresa Correos del Ecuador para exportar los productos artesanales ya que nuestro objetivos es ofrecer servicio eficaz y seguro
- Contar con una adecuada logística para la promoción de productos artesanales mediante nuestra plataforma virtual
- Tener un personal capacitado para promocionar los servicios de la empresa a las PYMES.

2.3.4.4. Clientes

- Se realizará una retroalimentación en la página web en innovaciones de productos para captar la atención de clientes fijos y a la vez ganar nuevos clientes.
- El sitio web incluirá una página de sugerencias y comentarios, que a la vez permitirá al usuario emitir sus quejas y reclamos de los clientes con la finalidad de tener una idea general de la calidad del producto y servicio brindado como a nuestros aliados (PYMES) como nuestros clientes de mercados internacionales.

2.3.4.5. Dirección General y de Recursos Humanos

- Crear y manejar una cultura de servicio al cliente y calidad en todos los servicios.
- Realizar una búsqueda y contratación adecuada del personal a laborar.
- Realizar la adecuada clasificación de PYMES que trabajara con nosotros.

2.3.4.6. Organización interna y tecnológica

- Realizar una buena infraestructura y diseño a la página web.
- Contar con seguridad tecnológica para brindar confianza a nuestros clientes y puedan tranquilamente vivir la experiencia de comprar en un sitio seguro.
- Contar con una adecuada administración general, planeación finanzas, contabilidad, asunto legal, etc., todos a cargo de profesionales que conozcan de su profesión y de las actividades que desempeña nuestra empresa.

2.4.4.7. Abastecimiento

- Contar con todas las PYMES asociadas con la empresa para contar con una adecuada logística de abastecimiento ya que se trata de una actividad crítica para el correcto funcionamiento y servicio al cliente.
- Contar con personal destinado para los procesos de exportación, manejo de la página web y negociadores con PYMES para mantener nuestra página siempre activa y con variedad actualizaciones siempre.

CAPITULO 3

PLAN COMERCIAL

3.1 OBJETIVO DEL CAPITULO

Los objetivos principales a conseguir en el desarrollo del siguiente capítulo es el siguiente:

- Realizar un plan de negocio, que contenga un análisis de marketing para obtener el mix de marketing.
- Integrar y asesorar a las PYMES para que sea parte de nuestro proyecto y a la vez hacer conocer sus productos a otros mercados.
- Realizar un análisis del mercado de referencia que permita identificar, caracterizar y cuantificar la demanda que atenderá el proyecto.
- Diagramar una plataforma virtual que capte la atención de clientes nacionales e internacionales y a la vez mostrar un sencillo manejo de la página web.

3.2 PLAN COMERCIAL

3.2.1 OBJETIVOS DEL PLAN COMERCIAL

Los principales objetivos del Plan Comercial son:

- ✓ Realizar un estudio de mercado en el que pueda identificar claramente las PYMES que desean hacer sus productos a otros mercados.
- ✓ Analizar las características y comportamiento del cliente frente a los productos novadores artesanales de la localidad.
- ✓ Análisis de clientes potenciales; que demostrar seguridad en nuestro proceso de negociación y de exportación a las PYMES

- ✓ Definir el plan de marketing-mix a implementar para alcanzar las metas comerciales del plan de marketing

3.2.1 PÚBLICO OBJETIVO:

El público objetivo que atenderá el presente proyecto será para las empresas de mercado internacional en general, que gusta de productos artesanales innovadores y que valoran su calidad e imagen de marca del país.

3.3 MIX MARKETING

3.3.1 OBJETIVO DEL MARKETING

- Alcanzar gran porcentajes de PYMES asociadas a la empresa para facilitarle la promoción y exportación de sus productos.
- Expandir el servicio a otras PYMES de otros cantones de la provincia de Manabí.
- Desarrollar análisis y estrategias de marketing para promocionar los productos artesanales de las PYMES asociada al proyecto.

3.3.2 MEZCAL DE MERCADOTECNIA

3.3.2.1 Producto

El proyecto en su conjunto contará con varios servicios, pero unos de los principales será facilitar los procesos de exportación, realizar la negociación con otros mercados y promocionar los productos artesanales de la PYMES de la ciudad, como actividad secundaria estará el servicio de marketing para buscar otros mercado para la exportación de productos de la PYMES asociadas con el proyectos el que pretende contribuir al crecimiento de las pequeñas empresas e ingresos de divisas a la sociedad.



En lo que respecta al servicio de facilitar los procesos de exportación es ayudar y agilizar a las PYMES toda la tramitología que conlleva la exportación de sus productos artesanales y promocionar sus productos artesanales mediante una plataforma virtual la misma que se requiere seleccionar los mejores e innovadores productos artesanales que llame la atención a otros mercados, con diseños ecológicos, costumbristas, creativos, exclusivo con buen acabado y que satisfagan las exigencias de calidad para el mercado internacional para así realizar las conexiones con mercados interesados a los productos presentados en nuestra página web.

Los productos artesanales que se ofrecerá mediante la plataforma virtual serán diversos, tratando de mostrar la mayor cantidad de productos artesanales que elaboren las PYMES asociadas al proyecto. Estos diseños deben ser innovadores para captar la atención de clientes extranjeros, en diseños, motivos, identidad y otros relacionados con las artesanías, básicamente los productos a comercializarse a través de la página web están agrupados en elementos decorativos y de regalos, artesanías de madera, cuero, cerámicas, tagua, paja toquilla, etc.

3.3.2.2. Precio

La fijación del precio es un elemento clave en la estrategia de una empresa y por lo tanto es importante conocer los objetivos, ya que el precio afecta la posición competitiva de la empresa y su participación en el mercado.

El precio de los servicios no solo se basa en su coste de producción con la adición de un margen determinado. La empresa de servicios para fijar el precio se va reconocer las condiciones de tiempo, el esfuerzo físico y mental profesional de cada proceso de exportación que se realice con cada PYMES depende de la negociación que se llegue con el cliente extranjero y el proceso de exportación de va a determinar el precio del servicio brindado.

3.3.2.3. Plaza

Se pretende llegar a todas PYMES que desean expandirse y crecer a nivel internacional con sus productos para facilitarle todo el proceso de exportación, promoción y negociación de sus productos consiguiéndoles clientes potenciales extranjeros.

3.3.2.4. Promoción

Se pretende dar a conocer a las empresas pequeña de la localidad de los servicios que brinda la empresa mediante reuniones, exposiciones demostrando los beneficio que obtendrán, folletos, certificados, todo esto con el fin de proyectar seguridad creando confianza hacia la empresa para que se asocien con el proyecto y demostrarles que sus ingresos van aumentar con las ventas de sus productos al momento de hacerlos conocer a mercados internacionales.

3.3.2.4.1. Objetivos de la Promoción

- ✓ Animar a las pequeñas empresas que haga la prueba de nuestros servicios.
- ✓ Persuadir a las PYMES que sean nuestros clientes para que continúen usando el servicio, incrementando sus frecuencias de negociar con la empresa por mediante contratos.
- ✓ Comunicar los beneficios distintivos del servicio.
- ✓ Reforzar la publicidad del servicio y atraer la atención de las pequeñas empresas y obtener la atención de compradores extranjeros de los productos que se ofrecen en la plataforma virtual.

3.3.3. Distribución de bienes de las PYMES

Para facilitar la exportaciones de los bienes de las Pequeñas y Medianas Empresas que están asociadas a la organización, es mediante Correo del Ecuador con el servicio que brinda dominado Exporta Fácil ya que es una herramienta que facilita la exportación ecuatoriana; orientada a fomentar la inclusión de las micro, pequeña, medianas empresas

(MIPYMEs) y artesanos en los mercados internacionales, contribuyendo con la competitividad de los productos del Ecuador y beneficiando su economía⁵.

Los requisitos que necesitan para exportar por este medio son:

- Tener RUC
- Registrarse como exportador en: www.exportafacil.gob.ec
- Llenar la DAS (Declaración Aduanera Simplificada)
- Cumplir con los documentos obligatorios:
 - Factura Comercial (autorizada por el SRI)
 - Packing list (lista de empaque)
- Autorizaciones previas que dependerán del producto si se requieren o no.
- Opcional: presentación del Certificado de Origen.

⁵ <http://www.exportafacil.gob.ec/como-funciona/ique-es-exporta-facil>



CAPITULO 4

PLAN TÉCNICO – ORGANIZACIONAL

4.1. OBJETIVO DEL CAPÍTULO

Determinar la posibilidad técnica de prestar el servicio, el plan técnico proveerá información para cuantificar el monto de la inversión y de los costos de operación pertinentes, para así definir el tamaño y ubicación del proyecto, definir el plan organizacional, identificar el proceso más idóneo para llevar a cabo la exportación de los clientes y a la vez realizar un análisis del marco legal relacionado al proyecto.

4.2. PLAN TÉCNICO

El estudio técnico será de ayuda para verificar la posibilidad técnica del servicio que se pretende entregar, analizar y determinar el tamaño, la localización, los equipos a utilizar, las instalaciones y la organización requerida para brindar el servicio, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

4.2.1 LOCALIZACIÓN

Este es el primer paso en el estudio técnico ya que contribuye a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital, pues se debe equilibrar costos de arrendamiento o de inversión en inmuebles, oportunidad de negocios, la zonificación, uso del suelo, entre otros.



4.2.1.1 Macro Localización

La macro localización es la visualización panorámica o general de la zona donde se instalará el proyecto. Este proyecto se concentrará en la Provincia de Manabí, en el Cantón Manta en el centro de la Ciudad.

Grafico 3: Macro Localización del Proyecto



Fuente: Ministerio de Turismo

4.2.1.2. Micro Localización

La micro localización busca un análisis minucioso y reducido de factores que favorezcan un adecuado desenvolvimiento e ejecución del proyecto, entre los factores analizados son: estar en el centro del área de influencia, facilidades de movilización, disponibilidad y como resultado el proyecto será ubicado en el centro de la ciudad.



Grafico 4: *Micro-localización del proyecto*



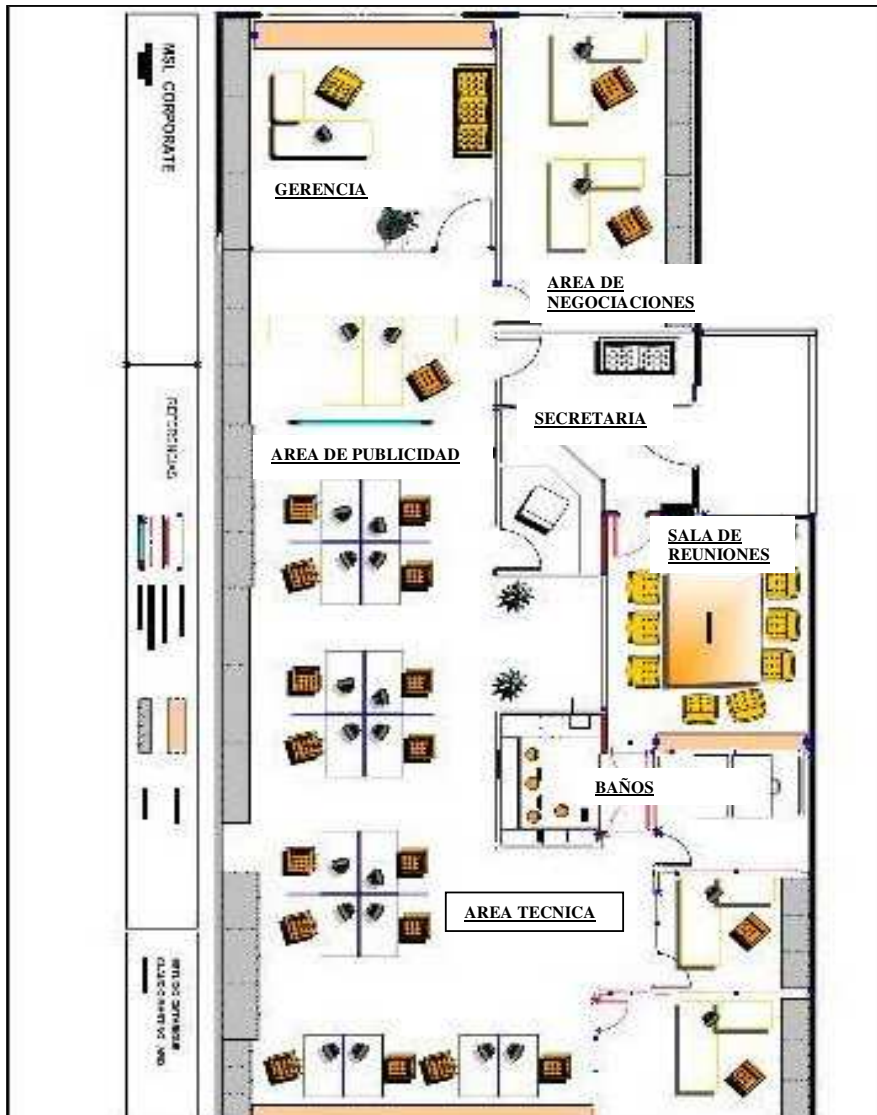
Fuente: www.manabi.gob.ec

4.3. DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES (LAYOUT)

Para establecer una distribución de la oficina e infraestructura de la empresa VALPAR, se debe tomar en cuenta los valores obtenidos en los cálculos de actividades o áreas consideradas para la oficina y determinar la proximidad que debe existir entre las diferentes áreas y en función de un adecuado repartimiento de las instalaciones, se observa en el siguiente mapa (layout) la estructura del lugar de trabajo.



Grafico 5: Infraestructura de LAYOUT del Proyecto



Fuente: Autor de proyecto.

A continuación se presenta la estructura de la plataforma virtual.

Imagen 1



Imagen 2



Imagen 3



4.4 GUÍA DE LA PLATAFORMA VIRTUAL IMPLANTADA POR LA EMPRESA VALPAR

Indiscutiblemente la tecnología ha movilizó nuestra forma de relacionarnos, ha revolucionado el estilo de adquirir bienes, servicios y de negociar.

En la actualidad para promocionar, negociar productos y servicios en el mercado internacional el medio más utilizado es mediante sitios web ya que con una página de internet las empresas no se limitan a un mercado local, tiene la opción a un mercado exterior, pero además de llegar a millones de consumidores ubicados en distintas partes del mundo, tener una plataforma virtual permite ofrecer sus servicios las 24 horas del día, los 365 días del año, así mismo que muestra los datos de la empresa VALPAR, permitiendo que los consumidores puedan comunicarse rápidamente para cualquier consulta que tenga sobre la empresa y productos que se están promocionando.

El diseño de la plataforma virtual no se requirió mayor esfuerzo ya que la empresa cuenta con un Diseñador de sitios web y para mantener una página virtual no se necesita incurrir en mayores costos tales como realizar pagos mínimos anualmente por servicio de hosting y dominio.

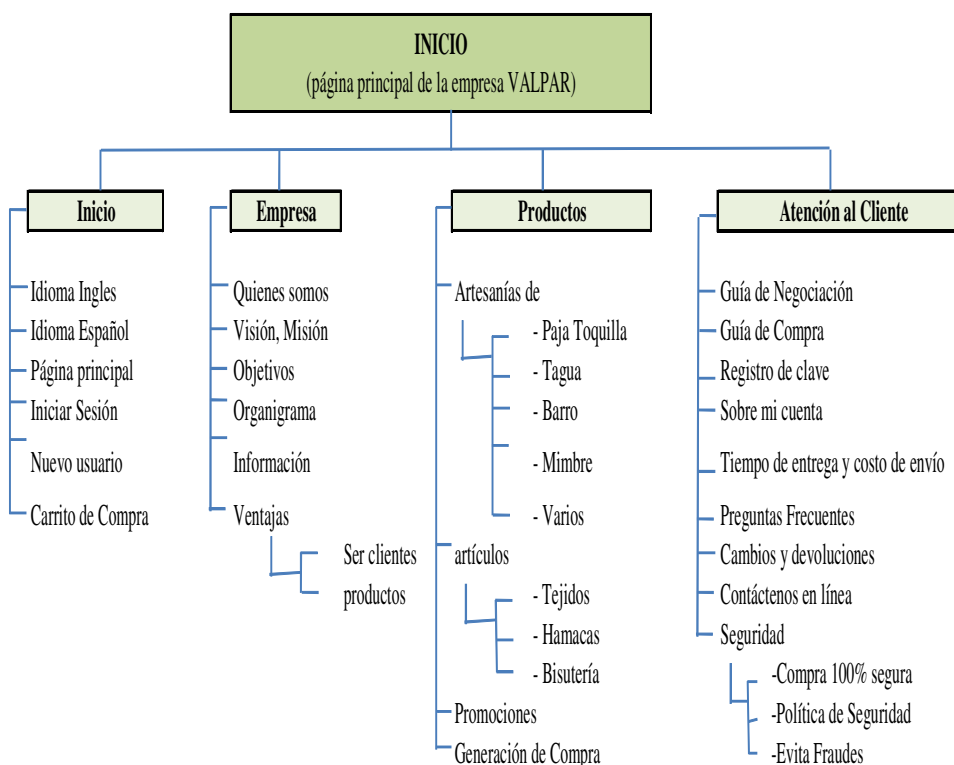
La plataforma tecnológica de la empresa VALPAR está diseñada para ser utilizada con tecnología 100% WEB accesible desde cualquier equipo conectado a un servicio de internet.

Para medir el rendimiento de la plataforma virtual se utilizarán herramientas de control de tráfico y de análisis de visitantes en el sitio para poder obtener información de los contenidos más visitados, y así tener un reporte en función de analizar el tráfico que genera el sitio web en el internet.

4.4.1. DIAGRAMA CONCEPTUAL

A continuación se muestra el mapa de la plataforma virtual de la empresa VALPAR donde detalla las opciones que encontrarán en el sitio web:

Grafico 6: Diagrama de la Plataforma Virtual



Fuente: Autor del Proyecto

El contenido que se genera en el mapa web presentado, se adapta a las características y los objetivos del presente proyecto. Por ello es importante, ya que las opciones que se establece en la página web serán beneficiosas para la empresa VALPAR, ya que el consumidor podrá acceder fácilmente e interactuar con la organización captando la atención al mercado internacional en el consumo de productos ecuatorianos.

Los elementos básicos de la plataforma virtual son:

- **Inicio.-** Contiene las opciones de cambio de idioma ya que los idiomas más utilizados en todo medio es el inglés y el español y a la vez el usuario registrado en nuestra empresa puede acceder en línea o nuevos usuarios registrarse en la página web.
- **Empresa.-** Se detalla la información más importante de la empresa como presentación de la organización, objetivos, visión, misión y las ventajas de nuestros productos y de ser nuestros clientes.
- **Productos.-** Permite al consumidor observar todas las clases de productos artesanales que ofrece la empresa con cada una de sus características y precios, las promociones que se generan cada dos meses y a la vez tiene la opción de generar ordenes de compra de los productos que desea adquirir.
- **Atención al cliente.-** Esta opción permite que el consumidor se relacione con la empresa como viceversa ya es una herramienta de mercadeo donde brinda enlaces como de sugerencias, comentarios, y a la vez despeja dudas a los usuarios ya que hay guías explicativas de cómo comprar, negociar y suscribirse en la página.

4.4.2. DESARROLLO

La plataforma virtual posee un servidor especial SSL (Secure Server Layer) encargado de la encriptación de todos los datos que son enviados desde su navegador a nuestro servidor, permitiendo recoger datos tales como información personal, información de tarjetas de crédito, entre otros, en un entorno seguro

En nuestro caso, el certificado de 128 bits emitido a nombre de nuestra empresa VALPAR, ha sido expedido por VeriSign, una de las empresas más reconocidas a nivel internacional en aspectos de verificación de sitios web seguros

Adicionalmente, VALPAR cuenta con el certificado *McAfee Secure* emitido por la empresa internacional McAfee que indica que somos un sitio seguro de ataques de hackers (personas con intereses en ingresar a sistemas informáticos de terceros para causar algún daño o utilizar información privada).

4.4.3. IMPLEMENTACIÓN

El presente proyecto se ha logrado construir con el fin de exportar bienes con un valor agregado es decir promocionar productos nacionales a otros mercado internacionales para ser considerado un “*PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLANTACIÓN DE UNA EMPRESA FACILITADORA DE LOS PROCESOS DE EXPORTACION MEDIANTE UNA PLATAFORMA VIRTUAL*”.

Instalación del Software

Con la plataforma virtual ya definida, se procede a alojar el sitio web, para que sea accesible al público de interés general, en la internet, se procede a subir la base de datos, que es la contiene toda la información que va a poseer la página, es decir: la información de la empresa, los productos a promocionar, los menú, etc. Procediendo a subir toda la página o la aplicación en la cual se gestiona la información, para poder ser visualizada.

4.5. PLAN DE ABASTECIMIENTO DE TECNOLOGÍA DE PRODUCCIÓN

Para llevar a cabo el presente proyecto la empresa optará por obtener el servicio de Internet de la Compañía Nacional de Telecomunicaciones (CNT), ya que es una de las empresas que ha ganado prestigio en el país, debido a los costos accesibles y la excelente cobertura. En cuanto al equipo tecnológico para desarrollar el trabajo serán de la marca IMAC, puesto que cuentan con la capacidad y velocidad necesaria para este tipo de servicio, dichas maquinas serán adquiridas en la empresa Electrolab de la ciudad de Guayaquil.

4.6. PLAN ORGANIZACIONAL

En el siguiente apartado se proporcionará información de la empresa, con la finalidad de dar a conocer su diseño y estructura organizacional para detectar las experiencias, fortaleza y debilidades. Se determinará una estructura ágil, flexible que responda con eficiencia a las necesidades de la empresa para fortalecerse en el tiempo.

4.6.1. DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

La razón social de la empresa es VALPAR, que se dedicará a la prestación de servicio para facilitar los procesos de exportación y promocionar productos de las PYMES, aportando asesorías y sugerencias en la negociación a otros mercados; a continuación se detalla los datos más relevantes del plan organizacional:

Grafico 7: *Datos de la empresa VALPAR*

Datos Principales de la Empresa	
Razón Social	VALPAR
Slogan	<i>“El placer de crecer junto a Usted”</i>
Dirección	
WEB	www.valpar.com.ec
Localización	Provincia de Manabí, Cantón Manta
Dirección	Calle 13-14 avenida 11
Teléfono	05-2610335
Fax	05-2622885
Celular	999838595
Email	tusartesanias@valpar.com.ec

Fuente: Autor del Proyecto

4.6.2. PROCESO DE TOMA DE DECISIONES

Para el proceso de toma de las decisiones estratégicas de la empresa serán tomadas por el Gerente General. A su vez, la Gerencia implantará un sistema de gestión en donde los directores de área podrán tomar decisiones operativas (asumirán responsabilidades con autoridad y libertad para decidir).

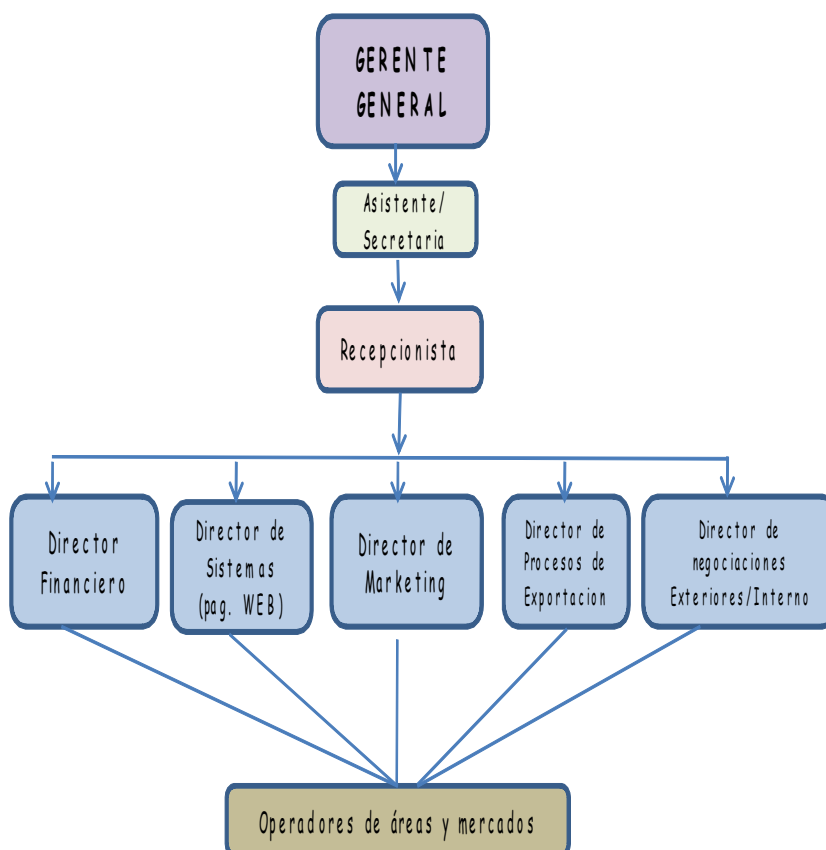
Para la implantación del método expuesto es necesario diseñar un sistema de información y comunicación ágil, flexible y, que se actualice permanentemente.

4.6.3. ARQUITECTURA ORGANIZACIONAL: ORGANIGRAMA

La estructura organizacional se refiere a la forma en que las actividades de una organización se dividen, organizan y coordinan⁶. La estructura organizacional que se pretende realizar, corresponde a una organización de tipo vertical, esta figura es usada principalmente por pequeñas empresas.

Conforme crezca la organización, se deberá ampliar la estructura de puestos, de acorde a las necesidades que se vaya presentando.

Grafico 8: Organigrama de la Empresa VALPAR



⁶Stoner James, Administración, Quinta Edición, México 1994.

4.6.4. DISTRIBUCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

La estructura organizacional propuesta es funcional y expresa lo que se realizara normalmente, a continuación se detalla los principales puestos a solicitarse para el funcionamiento de la empresa.

1. **Gerencia General:** En la organización VALPAR el gerente se encarga de planificar, organizar, dirigir controlar y ejecutar, asegura las disponibilidades permanente de recursos, integrar a la empresa a la sociedad global de la cual forma parte, desarrolla planes de acción que permitan al acceso a clientes y determina los objetivos y estrategias de la compañía.
2. **Asistente/ Secretaria de Gerencia:** Las funciones que cumple la asistente es recibir y ejecuta las órdenes e instrucciones emitidas por el Gerente General, canaliza y coordina la información e inquietud de las distintas áreas para conocimiento y resolución de la gerencia.
3. **Director Financiero:** Esta encargado de llevar las finanzas, contabilidad de las operaciones diarias de la empresa y consolidar la información contable.
4. **Director de Sistemas (pág. WEB):** En la organización es la persona que ejecuta, administra, planifica y controla la plataforma virtual y los recursos informáticos de la empresa, es la que proyecta las necesidades futuras de procesamiento de datos y capacita a los clientes en el sistema de trabajo de la empresa.
5. **Director de Marketing:** El director de marketing cumple funciones claves para progreso de la empresa ya que tiene la capacidad y experiencia para realizar ventas a clientes internos y externos, busca nuevos mercados, diseña campañas de publicidad y promociona los productos ofrecidos por la empresa.
6. **Director de proceso de exportación:** La persona que desarrolla este puesto dentro de la empresa está encargada de diseñar un plan adecuado para los procesos de

exportación, realiza investigaciones permanentes de mercado local y externo, conocer las leyes y reglamentos de comercio exterior.

7. **Director de Negociaciones Internas/ Exteriores:** El Director de negociaciones de la organización VALPAR está encargada de negociar nuestros servicios en el mercado interno y negociar los productos de las PYMES a mercados exteriores beneficiándonos a todos.
8. **Operadores de áreas y mercados:** El personal de esta área tiene la capacidad y experiencia para interactuar con los clientes, el desarrollo de sus actividades se rige por las disposiciones de su jefe inmediato; el cual reporta a Gerencia.
9. **Recepcionista:** La funcionaria que desempeña el puesto sus funciones son atender al cliente o al usuario que desea información del servicio y da la empresa, derivándolo hacia el área o departamento que corresponde de acuerdo a su necesidad organizacional.

4.6.5. REQUERIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS PARA ÁREAS ADMINISTRATIVAS

Es indudable que para la iniciación de una empresa se necesita bienes que serán parte del negocio, por lo cual “VALPAR” a continuación presenta un listado de activos necesarios para la puesta en marcha de la empresa:

4.6.5.1. EDIFICACIÓN

La edificación donde funcionara la empresa es ubicada en el centro de la ciudad, como se detalla en el siguiente cuadro:



Cuadro 2: EDIFICACIÓN

Edificación		
Detalle	Unidad de Medida	Cantidad
(+) Edificación (Área de 60 m2)	m2	1

Elaboración: Autor del proyecto

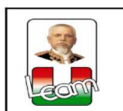
4.6.5.2. Equipos Informáticos

En cuanto equipo informático necesario, se ha considerado el número de personas que van a laborar en la empresa. El número total de equipo informático, tanto en hardware como software es el siguiente:

Cuadro 3: EQUIPOS INFORMÁTICOS

Equipos Informáticos		
Detalle	Unidad de Medida	Cantidad
(+) Computadoras	Unidad	12
(+) Servidor	unidad	2
(+) Instalación de red	global	1
(+) Impresoras Multifunción	unidad	8
(+) Impresora Laser	unidad	3
(+) laptop	unidad	2
(+) equipo e instalación de internet	global	1
(+) Creación de pagina Web	global	1

Elaboración: Autor del proyecto



4.6.5.3. Equipo de Oficina

A continuación se detallan los equipos necesarios para el desempeño de la empresa.

Cuadro 4: EQUIPOS DE OFICINA

Equipos de Oficina		
Detalle	Unidad de Medida	Cantidad
(+) Teléfono	Unidad	8
(+) Instalación Telefónica	global	1
(+) Central telefónica	unidad	1
(+) Fax	unidad	2
(+) Aire Acondicionados	unidad	5
(+) Copiadora	unidad	1

Elaboración: Autor del proyecto

4.6.5.4. Muebles y Enseres

Se ha establecido la necesidad de mobiliario considerado principalmente el número de personas que trabajarán en la empresa.

Cuadro 5: MOBILIARIO

Mobiliario		
Detalle	Unidad de Medida	Cantidad
(+) escritorio gerencial	Unidad	1
(+) Estación total de trabajo	unidad	2
(+) modular ejecutivo	unidad	1
(+) Escritorio de Recepción	unidad	1
(+) Sala de Reunión	unidad	5
(+) sillas de espera	unidad	8
(+) sillas tipo secretaria	unidad	10
(+) Archivadores aéreos	unidad	5
(+) archivador de 4 gavetas	unidad	3
(+) pizarrón	unidad	1
(+) sillón ejecutivo	unidad	1

Elaboración: Autor del proyecto

4.6.5.5. Activos Diferidos

Las inversiones en activos diferidos son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto⁷.

Los activos intangibles son los gastos de organización, las licencias, patentes, gastos de puesta en marcha entre otros.

Cuadro 6: ACTIVOS DIFERIDO

DESCRIPCIÓN	CANT
(+) Costos y Estudios Proyectos	1
(+) Gastos de Constitución	1
(+) Afiliación a gremios	1
(+) Patente	1
(+) Permiso de Cuerpo de Bomberos	1
(+) Permisos y tasas Municipales	1

Elaboración: Autor del proyecto

4.6.6. REQUERIMIENTO DE PERSONAL PARA ÁREAS ADMINISTRATIVAS/ OPERATIVAS

Para iniciar las operaciones de la empresa es necesario que en el área administrativa cuente con el suficiente personal para que de esta forma se cumpla eficazmente cada una de las actividades a desarrollarse en los puestos.

Cuadro 7: PERSONAL REQUERIDO POR LA EMPRESA

Áreas	Nº de Empleados
Gerente	1
Asistente/Secretaria	1
Dirección de Financiera	3
Dirección de sistema (pag.web)	3

⁷Barreno Luis, Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos, Quito 2004, Pág. 88



Dirección de Marketing	4
Dirección de proceso de exportación	2
Dirección de negocios	1
Operadores de áreas y mercados	5
Recepcionista	1
Guardia	2

Elaboración: Autor del proyecto

4.6.7. MARCO LEGAL RELACIONADO A LA OPERACIÓN DE LA EMPRESA

En este punto nos referimos a los procesos legales y requisitos que se debe cumplir para el desarrollo de la empresa y la exportación de productos, los mismos que se debe cumplir para la legalización de la organización.

En la actualidad el organismo que define las normas de prestación del servicio del internet en el país es el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) es el ente regulador de las telecomunicaciones. El servicio de Internet es considerado dentro del régimen de servicios, como un servicio de valor agregado (SVA). Por lo tanto el encargado de definir las políticas y normas respecto a la provisión del servicio de acceso a internet es este consejo. La Secretaria Nacional de Telecomunicaciones (SENATEL) es el órgano ejecutivo, encargado de aplicar las políticas emanadas del CONATEL⁸.

Por lo expuesto anteriormente el Ecuador cuenta con una ley N° 2002-67 que regula el comercio electrónico que es la Ley de Comercio Electrónico, firma electrónicas y mensajes de datos; dada en la ciudad de San Francisco de Quito, Distrito Metropolitano, en la sala de sesiones del Pleno del Congreso Nacional del Ecuador, a los diez días del mes de abril del año dos mil dos⁹. Ya que en esta ley Art. 1.- Esta Ley regula los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicio de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluso el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas¹⁰.

⁸ www.hugo.carrion.com (Hugo Carrión es ingeniero electrónico en telecomunicaciones.)

⁹ www.edicioneslegales.com

¹⁰ Ley de Comercio Electrónico, firma electrónica y mensajes de datos; Art. 1.- Objeto de la Ley

A continuación se detalla todos los pasos necesarios para funcionamiento y constituirle como tal cumpliendo con la legislación vigente en el país.

Para constituir la idea de Negocio como personería natural, debemos realizar los siguientes trámites:

- **4.6.7.1. Registro Único del Contribuyente (RUC)**

Para obtener el RUC se requiere:

1. Original y copia a color de la cédula de identidad o de ciudadanía
2. Original del certificado de votación
3. Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono)
4. Patente Municipal

- **4.6.7.2. Parente Municipal**

Es un comprobante de pago emitido por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Manta, correspondiente por la cancelación anual del impuesto de patente municipal se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial o industrial y opere en el sector.

Requiso para obtener la patente municipal por primera vez:

1. Copia de Cedula de Identidad
2. Copia de certificado de votación
3. Copia de planilla de servicio básico (agua, luz o teléfono)
4. Permiso del Cuerpo de Bombero

- **4.6.7.3. Permiso de Funcionamiento Municipal**

Para que la empresa pueda funcionar y obtener la tasa de habilitación de locales comerciales, industriales y de servicios otorgada por el Gobierno Municipal debe presentar siguientes requisitos:



1. Copia de Cedula de Identidad
2. Copia de Certificado de Votación
3. Certificado de Activos totales lo que empieza la empresa firmado por C.P.A.
4. Copia de la Caratula de la escritura (donde funcionara la empresa)
5. Copias de pago de predio urbano al día
6. Copia de RUC
7. Copia de la patente del año a tramitar
8. Certificado de seguridad otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bombero
9. Llenar formulario de solicitud (Dpto. de Tramifacil)

- **4.6.7.4. Recomendación del cuerpo de bomberos**

Con el pago del permiso del Cuerpo de Bombero obtiene el servicio que da el cuerpo de bomberos a todos los locales que desarrollan actividades económicas, mediante el cual recomiendan la instalación de equipos contra incendios o las seguridades que debe tener para evitar los mismos. El cumplimiento de estas recomendaciones le da derecho al dueño del negocio a reclamar el seguro contra incendio, que es cancelado con todos los pagos de las planillas anuales en el Cuerpo de Bomberos.

- **4.6.7.5. Pasos para obtener el funcionamiento de una página web**

Para poner en funcionamiento una página web debemos seguir los siguientes pasos:

1. Obtener un dominio (usualmente el dominio es el nombre que se desea darle a la página web, el mismo que se debe pagar una cuota anual)
2. Tener un proveedor de hosting (los pagos son mensuales, *“Si el dominio es su marca el Hosting serán sus oficinas”*¹¹)
3. Elaboración de la página web.

- **4.6.7.6. Aspecto Laboral**

¹¹ www.ecuadorwebs.com

Dentro de los aspectos legales es importante tener en cuenta las obligaciones laborales para la que la empresa deba tomar en cuenta para evitar multas y un mal funcionamiento:

Información empleadores

1. Requisito nueva Historia Laboral
2. Registro Patronal
3. Afiliación del trabajador
4. Pago del IESS
5. Salarios de Aportación
6. Tasas de Aportación
7. Mora Patronal
8. Responsabilidad Patronal

En otros ámbitos es preciso tomar en cuenta los siguientes marcos legales:

- ✓ La Constitución Políticas del Ecuador en vigencia.
- ✓ El Código de trabajo que establece deberes y derechos.
- ✓ El Derecho Internacional Privado que establece las Reglas de la Contratación Internacional.
- ✓ Ley del Comercio Exterior vigente.

4.7 PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

La implementación de la empresa “VALPAR” al iniciar sus actividades en su oficina propia ubicada en el centro de la ciudad, debido a la facilidad de acceso y cercanía de instituciones y ubicación estratégica para nuestros clientes, se obtendrán todo lo necesario para ya el funcionamiento de la empresa como es muebles de oficina, equipos informáticos, materiales, etc., así mismo se realizaran los requerimientos de personal para las diferentes áreas de la empresa.

Una vez obtenidos todos los materiales, equipos y talento humanos para el funcionamiento de la empresa procedemos con la creación de la plataforma Virtual (página Web).

Como se menciona en el inciso anterior la página Web será creada bajo propiedad y responsabilidad de la empresa la misma que será una plataforma exclusivamente para la organización “VALPAR”, con el objetivo de facilitar la promoción de los productos artesanales a otros mercados internacionales y pueden comprar los productos mediante la página web, por medio de esto se tendrá informado a los clientes extranjeros de los productos innovadores, promociones, sobre las características, calidad y se creará una opción para que el consumidor envíe sus pedidos o sugerencias.

4.8. PLAN DE ACCIÓN DE CORTO PLAZO

El objetivo del Plan de acción de corto plazo es implementar por el lapso de un año el Plan estratégico para mejorar la competitividad, eficiencia de la empresa, contratar un buen ingeniero en marketing con gran experiencia para promocionar los servicios que brinda la empresa, desarrollar talleres para las PYMES para incrementar los conocimientos de ellos de los beneficios que obtendrá sus negocios con nuestro servicio.

A continuación se detalla algunos Planes Estratégicos a corto plazo:

Cuadro 8: PLAN ESTRATÉGICO A CORTO PLAZO

Área Estratégica:	Estrategia Formulada	Plan de Acción a Corto Plazo	Responsable
Marketing	Establecer un plan estratégico en la empresa "VALPAR"	Contratar un experto en marketing y tecnología	Gerente General
Talento Humano	Obtener el personal más idóneo y eficiente para cada puesto	Seguir paso a paso el instructivo de reclutamiento y selección de personal y dar a conocer el reglamento interno de la empresa	Gerente General

Finanzas	Mantener relaciones públicas y clientes de las PYMES	Reunirse periódicamente con clientes de la PYMES para plantearles promociones para evaluar cual le conviene más	Gerente General/ Director Financiero
Mercadeo	Realizar capacitaciones técnicas sobre los productos continuamente para los empleados	Seleccionar a las personas indicada para que brinde las capacitaciones y obtener los resultados esperados	Gerente General/ Operadores de Área
	Ofrecer promociones para incrementar la demanda del servicio	Determinar las promociones que utilizan para incentivar a los posibles clientes	

Elaboración: Autor del proyecto

4.9. PUESTA EN MARCHA

Con el desarrollo de los incisos anteriores se determina todos los requerimientos técnicos en activos fijos que requieren para la puesta en marcha del proyecto y no solamente los referentes a la empresa en sí, sino los relacionados con el servicio, esto nos dice que para la puesta en marcha del proyecto, será necesario la inversión tanto para los activos como materiales como capital de trabajo para lo cual debemos estar bien financiados. .

En resumen la puesta en marcha de estrategias nos permite crear o preservar sus ventajas, todo esto en función de la misión, visión y objetivos; tomando en cuenta el medio que lo rodea y sus recursos disponibles.

4.10. PLAN DE SALIDA

El objetivo de tener el plan de salida es dejar claro que cerrar la empresa no es un fracaso. El gerente no debe castigarse psicológica ni moralmente por el cierre de la empresa y por la pérdida de trabajo de los empleados, debe mantener la perspectiva clara para tomar las decisiones las cuales se implantará el siguiente plan de salida:



- ✓ Proceder a liquidar al personal de la empresa cumpliendo así con lo respectivo código de trabajo.
- ✓ Tener claro el tipo de cierre para proceder los procedimientos legales
- ✓ Realizar un plan de contingencia para cumplir con todos lo establecido y no tener inconvenientes con clientes.



CAPITULO 5

PLAN FINANCIERO

Esta es la última etapa del análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, en esta parte de la evaluación, recae la decisión prácticamente final de invertir o no hacerlo, ya que se analiza si ha de ser buen negocio o no, por lo tanto esta etapa se basan en técnicas fundamentales de evaluación, que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo.

5.1 OBJETIVOS DEL CAPITULO

Realizar el estudio económico - financiero, sometido al cumplimiento de diseñar un Plan Financiero que permita resumir inversiones, ingresos, costos y gastos que evidencien la factibilidad y ejecución del Plan de Negocios.

Cabe recalcar que la proyección se realizará considerando el lapso de cinco años.

5.2 PLAN DE INVERSIÓN

La inversión de un proyecto comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y los diferidos o intangibles, necesarios para iniciar las operaciones de la empresa¹². Para definir la cuantía de inversión de un proyecto es necesario analizar la información previamente establecida de los estudios de mercado, técnico y organizacional.

Desde el punto de vista financiero las inversiones están relacionadas con la compra y venta de bienes y servicios destinados a un fin productivo, que además de satisfacer una serie de necesidades de la comunidad genera utilidades a sus promotores, por las sumas que

¹²Baca Urbina Gabriel, "Evaluación de Proyectos", pág. 137.

intervienen en activos fijos, Lo hacen con la intención de que sus activos fijos faciliten la distribución de los servicios brindados.

5.2.1. INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

Los activos fijos comprenden la inversión inicial de la empresa “VALPAR” correspondiente a equipos de oficina, equipos de computación, muebles y enseres, edificio e infraestructura cuyo resumen se presenta a continuación:

Cuadro 9: INVERSIONES FIJAS

DENOMINACION	Valor total
Muebles y Enseres	\$ 9240.00
Vehículo	\$ 39089.11
Equipo de Oficina	\$ 5196.80
Equipo Informático	\$ 17588.48
Oficina e infraestructura	\$ 42000.00
TOTAL	\$ 113114.39

Elaboración: Autor del proyecto

Del desglose de los mismos se presenta en las siguientes tablas:

5.2.1.1. Muebles y Enseres

Los muebles para oficina que se necesitan son los básicos para el funcionamiento normal de las mismas y son fabricados en estructura metálica y que se detallan a continuación:

Cuadro 10: MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	CANT	V/UNT	Valor total
Escritorio Gerencial	1	\$220.00	\$220.00
Estación total de trabajo	3	\$310.00	\$930.00
Modular ejecutivo	1	\$125.00	\$125.00



Escritorio de Recepción	1	\$155.00	\$155.00
Sala de Reunión	5	\$450.00	\$2250.00
Silla de espera	8	\$45.00	\$360.00
Silla tipo secretaria	10	\$75.00	\$750.00
Archivadores aéreos	5	\$105.00	\$525.00
Archivador de 4 gavetas	3	\$175.00	\$525.00
Pizarrón	1	\$40.00	\$40.00
Sillón ejecutivo	1	\$120.00	\$120.00
Aire Acondicionado	5	\$450.00	\$2250.00
Total			\$8250.00
IVA 12%			990.00
Total			\$9240.00

Elaboración: Autor del proyecto

5.2.1.2. Vehículo

Se realizará la adquisición de una camioneta D-max, mismo que facilitara la promoción de nuestro servicio a las PYMES y agilizar el proceso de exportación; el costo de la camioneta se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro 11: VEHÍCULO

DESCRIPCIÓN	CANT	V/UNT	Valor total
Camioneta doble cabina D-max a diese	1	\$34900.99	\$34900.99
Total			\$34900.99
IVA 12%			4188.12
Total			\$39089.11

Elaboración: Autor del proyecto

5.2.1.3. Equipo de Oficina

Los equipos de oficina, que se considera necesario para el normal funcionamiento de la administración; a continuación en el siguiente cuadro:

Cuadro 12: EQUIPOS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANT	V/UNT	Valor total
Teléfono	8	25.00	200.00
Instalación Telefónica	1	310.00	310.00
Central telefónica	1	450.00	450.00
Fax	2	65.00	130.00
Copiadora	1	3550.00	3550.00
Total			4640.00
IVA 12%			556.80
Total			5196.80

Elaboración: Autor del proyecto

5.2.1.4. Equipo de Informática

Para ser un proyecto de servicio mediante una plataforma virtual se va necesitar la adquisición de equipos informáticos como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 13: EQUIPOS INFORMATICO

DESCRIPCIÓN	CANT	V/UNT	Valor total
Computadora	8	693.00	5544.00
Computadora IMAC	4	1250.00	5000.00
Instalación de red	1	300.00	300.00
Impresora Multifunción	8	225.00	1800.00
Impresora Laser	3	120.00	360.00
Laptop	2	800.00	1600.00
Equipo e instalación de internet	1	600.00	600.00
Creación de página web	1	500.00	500.00
Total			15704.00
IVA 12%			1884.48
Total			17588.48

Elaboración: Autor del proyecto

5.2.1.5. Oficina e infraestructura

Para el desarrollo de la organización se adquirió una oficina que a continuación se detalla:

Cuadro 14: OFICINA E INFRAESTRUCTURA

DESCRIPCIÓN	CANT	V/UNT	Valor total
Oficia (departamento)	1	35000.00	35000.00
Infraestructura (divisiones)	1	2500.00	2500.00
Total			37500.00
Imprevisto 2%			4500.00
Total			42000.00

Elaboración: Autor del proyecto

5.2.2. INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS E INTANGIBLES

Las inversiones en activos intangibles, son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Cuadro 15: INVERSIONES DIFERIDAS

DESCRIPCIÓN	CANT	V/UNT	Valor total
(+) Costos y Estudios Proyectos	1	3250.00	3250.00
(+) Gastos de Constitución	1	1200.00	1200.00
(+) Afiliación a gremios	1	1500.00	1500.00
(+) Patente	1	30.00	30.00
(+) Permiso de Cuerpo de Bomberos	1	60.00	60.00
(+) Permisos y tasas Municipales	1	70.00	70.00
Total			6110.00

Elaboración: Autor del proyecto

5.2.3. INVERSIONES REQUERIDAS EN CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es la asignación de recursos financieros tanto para los activos fijos como para todos los gastos que el presente proyecto realice. Por medio del capital de trabajo se pretende financiar todos aquellos requerimientos que tiene el proyecto para generar los servicios por la cual se piensa crear.

Para realizar el cálculo del capital de trabajo se debe establecer el ciclo de caja, pues la empresa incurre con gastos mensuales que serán cubiertos por el capital de trabajo antes de empezar la puesta en marcha del proyecto.

A continuación se presenta el cuadro con los requerimientos de capital de trabajo:

Cuadro 16: INVERSION DE OPERACIONES CAPITAL DE TRABAJO

DENOMINACION	VALOR	EQUIVALENTE
Gastos Operacionales	4596.93	3 meses
Gastos Administrativos y de ventas	141905.80	3 meses
TOTAL	146502.73	

Elaboración: Autor del proyecto

5.2.4 INVERSIÓN TOTAL

La estructura financiera del proyecto está dada por la Inversión Fija de \$113114,39; la Inversión Diferida es \$6110,00 y el Capital de trabajo de \$146502,73 como lo indica la tabla a continuación.

Cuadro 17: INVERSION TOTAL DEL PROYECTO

DENOMINACION	VALOR
Inversión Fija	\$113.114.39
Inversión Diferida	\$6.110.00
Capital de trabajo	\$146.502.73
TOTAL	\$265.727.11

Elaboración: Autor del proyecto

5.3 PLAN DE FINANCIAMIENTO

El objetivo del plan de financiamiento es obtener liquidez suficiente para poder realizar actividades propias de la empresa en un período de tiempo, de una forma segura y eficiente. Las etapas de financiamiento son una serie de pasos cronológicos, en el cuál se le dará seguimiento al financiamiento¹³.

5.3.1 ESTRATEGIA DE FINANCIAMIENTO

Para la puesta en marcha del presente proyecto será necesaria una inversión total de USD. 265727,11 la estrategia de financiamiento consistirá en financiar la inversión de un 30% en capitales propios (USD 79718,13) y el 70% restante a través de un préstamo bancario a la Corporación Financiera Nacional. (USD 186008,98).

Cuadro 18: FINANCIAMIENTO

DENOMINACION	VALOR	%
Recursos Propios	\$ 79.718.13	30%
Crédito solicitado	\$ 186.008.98	70%
TOTAL ...	\$ 265.727.11	100%

Elaboración: Autor del proyecto

¹³PERDOMO, Moreno Abrahám, Planeación financiera, Cuarta Edición, ECAFSA, México. D.F., 1998

5.3.2. AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

A continuación presentamos la tabla de amortización del crédito otorgado por la CFN, por un monto de USD 186.008,98; tendrá un periodo de a 5 años plazos a una tasa porcentual anual del 9.7%

PRESTAMO	186.008.98
INTERES	9.70%
PERIODOS	5 años

Cuadro 19: AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

Años	Deuda Vigente	Interés Devengado	Cancelación		
			Intereses	Capital	Total
0	\$186.008.98	\$18.042.87	\$18.042.87	\$30.650.34	\$48.693.21
1	\$155.358.64	\$15.069.79	\$15.069.79	\$33.623.42	\$48.693.21
2	\$121.735.22	\$11.808.32	\$11.808.32	\$36.884.89	\$48.693.21
3	\$84.850.33	\$8.230.48	\$8.230.48	\$40.462.73	\$48.693.21
4	\$44.387.60	\$4.305.60	\$4.305.60	\$44.387.60	\$48.693.21
5	\$0.00	Suman	0.00	0.00	\$0.00

Elaboración: Autor del proyecto

Los pagos anuales se calculan a través de la fórmula de anualidad con la siguiente fórmula matemática:

Donde:

$$R = c \left[\frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \right]$$

R = Pagos anuales

C = crédito solicitado

i = tasa de interés CFN

n = periodos de pago

$$R = 186008.98 \left[\frac{0,0970(1+0,0970)^5}{(1+0,0970)^5 - 1} \right]$$

$$R = 48693.21$$

5.4 PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

5.4.1 DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS

La depreciación para los Activos Fijos se constituye en un escudo fiscal y está permitida por la legislación ecuatoriana por medio del método de línea recta. De los activos fijos requeridos por el proyecto todos deben ser depreciados.

A continuación se determinan por año la depreciación de activos fijos y amortización de diferidos.

Cuadro 20: DEPRECIACION DE ACTIVOS

DESCRIPCIÓN	COSTO INVERSIÓN	VIDA UTIL (AÑOS)	%	VALOR ANUAL
INVERSIÓN FIJA				
(+) Edificio	42000.00	20	5%	2100.00
(+) Muebles y Enseres	9240.00	10	10%	924.00
(+) Equipo de Oficina	5196.80	10	10%	519.68
(+) Vehículo	39089.11	5	20%	7817.82
(+) Equipo de Computación	17588.48	3	33%	5804.20
TOTAL	113114.39			17165.70

Elaboración: Autor del proyecto

5.4.2 AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

La amortización de activos diferidos o de bienes intangibles de la empresa es la recuperación del valor invertido en el proyecto.

Cuadro 21: AMORTIZACION DE ACTIVOS

DESCRIPCIÓN	COSTO INVERSIÓN	VIDA UTIL (AÑOS)	%	VALOR ANUAL
(+) Costos y Estudios Proyecto	3250.00	5	20%	650.00
(+) Gasto de Constitución	1200.00	5	20%	240.00
(+) Afiliación a Gremios	1500.00	5	20%	300.00
(+) Marca y Patente	30.00	5	20%	6.00
(+) Permiso de Cuerpo de Bomberos	60.00	5	20%	12.00
(+) Permisos y tasas Municipales	70.00	5	20%	14.00
TOTAL	6110.00			1222.00

Elaboración: Autor del proyecto

Los siguiente años se pueden ver en el anexo nº 01

5.4.3 GASTOS DE OPERACIÓN

Los gastos de operación están relacionados directamente con los ingresos del periodo, para generar las ventas.

5.4.3.1 Gastos administrativos y de ventas

La administración y ventas de la empresa requieren la utilización de servicios y ciertos intangibles de consumo diario como luz eléctrica, teléfono, Internet, materiales de oficina, sueldos y salarios como lo detallamos a continuación:

a) Sueldos y salarios

Cuadro 22:

RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS

<i>N°</i>	<i>Descripción</i>	<i>Total por mes</i>	<i>Valor anual</i>
1	Gerente	1403.13	16837.60
1	Secretaria/Asistente	491.10	5893.16
3	Dirección financiera	2525.64	90923.04
3	Dirección de sistema (pag.web)	2104.70	75769.20
4	Dirección de Marketing	2525.64	121230.72
2	Dirección de proceso de exportación	1543.45	37042.72
1	Dirección de negocios	1192.66	14311.96
5	Operadores de áreas y mercados	2455.48	147329.00
1	Recepcionista	491.10	5893.16
2	Guardia	982.19	23572.64
SUMAN		15.715.09	538.803.20

Elaboración: Autor del proyecto

Para la proyección de los años siguiente consideramos que habrá un incremento anual del 10% información que podemos apreciar en anexo n° 02

b) Otros gastos Administrativos y de ventas

Cuadro 23: otros gastos administrativos y de ventas

DESCRIPCION	Valor por mes	Valor anual
Energía Eléctrica	350.00	4200.00
Agua Potable	70.00	840.00
Servicio de Internet	150.00	1800.00
Plataforma virtual	500.00	500.00
Teléfono	120.00	1440.00
Publicidad	500.00	6000.00
Útiles de Oficina	350.00	4200.00
Documentos de exportación	520.00	6240.00
Otros (imprevistos)	300.00	3600.00
TOTAL	2860.00	28820.00

Elaboración: Autor del proyecto

Para la proyección de los años siguiente consideramos que habrá un incremento anual del 5% información que podemos apreciar en anexo n° 03

5.4.4 GASTOS FINANCIEROS

Se considera como gastos financieros los intereses a pagar por el crédito solicitado, las comisiones bancarias y los intereses por posibles sobregiros.

El valor de los gastos financieros se registra en la amortización del crédito cuadro N° 19

Las comisiones bancarias equivalen al 0.5% de crédito otorgado por el año, este valor es relacionado al primer año. Ver cuadro N° 24 a continuación.

Cuadro 24:
GASTOS FINANCIEROS

Descripción	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Intereses por crédito	18042.87	15069.79	11808.32	8230.48	4305.60
Comisión bancaria 0,5%	90.21	75.35	59.04	41.15	21.53
TOTAL	18133.09	15145.14	11867.36	8271.63	4327.12

Elaboración: Autor del proyecto

5.4.5 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

El costo total del proyecto se lo clasifica en costos de prestación de servicio (amortización y depreciación) y costos de operación como lo muestra siguiente tabla.

Cuadro 25:
RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

Descripción	AÑOS				
	1	2	3	4	2
Amortización y Depreciación	18387.70	18387.70	18387.70	12583.50	12583.50
Costos de Operación					
Gastos Administrativos y de Ventas	585756.29	638089.66	695593.28	758781.45	828219.78
Sueldos	538803.20	592683.52	651951.87	717147.06	788861.77
Otros gastos Adm. y de Ventas	28820.00	30261.00	31774.05	33362.75	35030.89
Gastos Financieros	18133.09	15145.14	11867.36	8271.63	4327.12
TOTAL	\$604.143.99	\$656.477.36	\$713.980.98	\$771.364.95	\$840.803.28

Elaboración: Autor del proyecto

5.5 PRESUPUESTO DE INGRESOS

5.5.1 PROYECCIONES DE INGRESOS OPERACIONALES

Es indispensable realizar un presupuesto de ingreso, esto nos permitirá cuantificar la cantidad de ingresos que vamos a obtener en los años de vida útil del proyecto, para su evaluación.

Los ingresos son las utilidades o ganancias obtenidas en un periodo determinado mediante la venta del servicio generado por el proyecto. En nuestro caso los ingresos se obtendrán de dos fuentes la inscripción de la PYMES a nuestro servicio y obtención de un porcentaje de cada negociación realizada con los productos artesanales de las PYMES inscrita a nuestro proyecto.

A continuación se presenta valores proyectados de ingresos:

Cuadro 26:

PROYECCION DE VENTAS ANUALES

DESCRIPCIÓN	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Incremento anual por venta realizada		10%	15%	20%	25%
Ventas Realizadas por año	5500	6050	6958	8349	10436
Valor estimado para la venta del servicio	120	120	120	120	120
TOTAL DE INGRESOS ANUALES	\$660000	\$726000	\$834900	\$1001880	\$1252350

Elaboración: Autor del proyecto

5.6 ESTADO DE RESULTADOS

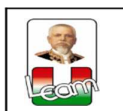
El estado de pérdidas y ganancias proyectado es un balance contable que presenta en forma ordena las cuentas de Rentas, Costos y Gastos, a fin de medir los resultados y la situación económica de una empresa durante un periodo determinado, para este caso para la vida útil del proyecto en estudio¹⁴.

La finalidad del estado de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta de los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación del proyecto y los impuestos que debe pagar.

Se tomara en cuenta que los trabajadores y empleados recibirán el 15% de las utilidades y que el impuesto a la renta es del 23% como indica las disposiciones legales; y que habrá un 10% para reservas legales.

A continuación se presenta el estado de resultado del proyecto para los próximos cinco años:

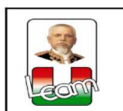
¹⁴Van, HORNE, Fundamento de Administración Financiera,



Cuadro 27:
ESTADO DE RESULTADOS Y FLUJOS NETOS

Descripción	Años				
	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	660000.00	726000.00	834900.00	1001880.00	1252350.00
Ventas netas	5500	6050	6958	8349	10436
Precio por venta	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00
Amortización y Depreciación	18387.70	18387.70	18387.70	12583.50	12583.50
Gastos Operacionales	585756.29	638089.66	695593.28	758781.45	828219.78
Sueldos	538803.20	592683.52	651951.87	717147.06	788861.77
Otros Gastos Adm. y de ventas	28820.00	30261.00	31774.05	33362.75	35030.89
Gastos financieros	18133.09	15145.14	11867.36	8271.63	4327.12
Utilidad antes del 15%	55856.01	69522.64	120919.02	230515.05	411546.72
15% de trabajadores	8378.40	10428.40	18137.85	34577.26	61732.01
Utilidad antes del 23%	47477.61	59094.25	102781.17	195937.79	349814.71
23% de impuestos	10919.85	13591.68	23639.67	45065.69	80457.38
Utilidad antes de Reserva Legal	36557.76	45502.57	79141.50	150872.10	269357.33
10% de Reserva Legal	-3655.78	-4550.26	-7914.15	-15087.21	-26935.73
UTILIDAD NETA	32901.99	40952.31	71227.35	135784.89	242421.59
+ Depreciación	17165.70	17165.70	17165.70	11361.50	11361.50
+Amortización de Diferidos	1222.00	1222.00	1222.00	1222.00	1222.00
-Amortización del Crédito	30650.34	33623.42	36884.89	40462.73	44387.60
FLUJO NETO	\$20639.35	\$25716.59	\$52730.16	\$107905.67	\$210617.50

Elaboración: Autor del proyecto



5.7 BALANCES DE SITUACION

5.7.1 BALANCE INICIAL

El Balance Inicial es la presentación que registra los saldos de las cuentas contables con que la empresa inicia sus actividades.

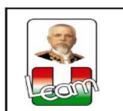
La cuenta caja-banco se la calcula por diferencia entre el total de pasivos y el total de activo. Como se muestra en el cuadro N° 28 a continuación.

Cuadro 28:

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

Activo Corriente		Pasivo Corriente	
Caja-Banco	\$ 146.502.73	Proveedores	\$ 0.00
Ctas. por cobrar			
Doc. por cobrar			
Total de Activo Corriente	\$ 146.502.73		
Activo Fijo		Pasivo a Largo Plazo	
Equipos de Oficina	\$ 5.196.80	Doc. por pagar	\$ 186.008.98
Muebles y Enseres	\$ 9.240.00		
Equipos Informático	\$ 17.588.48		
Vehículo	\$ 39.089.11		
Oficina e Infraestructura	\$ 42.000.00		
Total de Activo Fijo	\$ 113.114.39		
Activo Diferido		Patrimonio	
Costos y Estudios del Proyecto	\$ 3.250.00	Capital	\$ 79.718.13
Gastos de constitución	\$ 1.200.00		
Afiliación a gremios	\$ 1.500.00		
Patente	\$ 30.00		
Permiso de Cuerpo de Bomberos	\$ 60.00		
Permisos y tasas municipales	\$ 70.00		
Total de Activo Diferido	\$ 6.110.00		
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 265.727.11	TOTAL DE PASIVO + PATRIMONIO	\$ 265.727.11

Elaboración: Autor del proyecto



5.7.2 BALANCES DE SITUACIÓN FINAL

Es la representación contable de la situación económica y financiera de la empresa en un momento determinado donde aparecen ordenados y agrupados los elementos de activo, pasivo y patrimonio neto.

Al finalizar el año 1 consideramos que las cuentas por cobrar es el 2% de los ingresos por ventas de este año, los documentos por pagar es el crédito solicitado menos el capital de la tabla N° y la cuenta caja-banco se la calcula de la misma forma que para el Balance de Situación Inicial.

En las cuentas por pagar se considera los otros gastos que se muestran en cuadro n° 29 al igual que las obligaciones con el IESS por los beneficios brindados para el personal que propone el proyecto para cada año.

Cuadro 29:

BALANCE DE SITUACIÓN FINAL PROYECTADO

CUENTAS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Activo Corriente					
Caja-Banco	\$ 157.316.50	\$ 132.468.48	\$ 123.478.20	\$ 146.266.51	\$ 195.320.41
Ctas. por cobrar	\$ 13.200.00	\$ 14.520.00	\$ 16.698.00	\$ 20.037.60	\$ 25.047.00
Total de Activos Corriente	\$ 170.516.50	\$ 146.988.48	\$ 140.176.20	\$ 166.304.11	\$ 220.367.41
Activos Fijos					
Equipos de Oficina	\$ 5.196.80	\$ 5.196.80	\$ 5.196.80	\$ 5.196.80	\$ 5.196.80
Muebles y Enseres	\$ 9.240.00	\$ 9.240.00	\$ 9.240.00	\$ 9.240.00	\$ 9.240.00
Equipos Informáticos	\$ 17.588.48	\$ 17.588.48	\$ 17.588.48	\$ 17.588.48	\$ 17.588.48
Vehículo	\$ 39.089.11	\$ 39.089.11	\$ 39.089.11	\$ 39.089.11	\$ 39.089.11
Oficina e Infraestructura	\$ 42.000.00	\$ 42.000.00	\$ 42.000.00	\$ 42.000.00	\$ 42.000.00
- Depreciación acumulada	\$ 17.165.70	\$ 17.165.70	\$ 17.165.70	\$ 11.361.50	\$ 11.361.50
Total de Activo Fijo	\$ 130.280.09	\$ 130.280.09	\$ 130.280.09	\$ 124.475.89	\$ 124.475.89
Activo Diferido					
Costos y Estudios del Proyecto	\$ 3.250.00	\$ 3.250.00	\$ 3.250.00	\$ 3.250.00	\$ 3.250.00
Gastos de constitución	\$ 1.200.00	\$ 1.200.00	\$ 1.200.00	\$ 1.200.00	\$ 1.200.00



Afiliación a gremios	\$ 1.500.00	\$ 1.500.00	\$ 1.500.00	\$ 1.500.00	\$ 1.500.00
Patente	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00
Permiso de Cuerpo de Bomberos	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00
Permisos y tasas municipales	\$ 70.00	\$ 70.00	\$ 70.00	\$ 70.00	\$ 70.00
- Amortización Acumulada	\$ 1.222.00	\$ 1.222.00	\$ 1.222.00	\$ 1.222.00	\$ 1.222.00
Total de Activo Diferido	\$ 7.332.00	\$ 7.332.00	\$ 7.332.00	\$ 7.332.00	\$ 7.332.00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 308.128.58	\$ 284.600.57	\$ 277.788.28	\$ 298.112.00	\$ 352.175.30
Pasivos Corrientes					
Ctas. Por pagar	\$ 28.820.00	\$ 30.261.00	\$ 31.774.05	\$ 33.362.75	\$ 35.030.89
Obligaciones con IESS	\$ 14.985.60	\$ 16.484.16	\$ 18.132.58	\$ 19.945.83	\$ 21.940.42
Total de Pasivos Corrientes	\$ 43.805.60	\$ 46.745.16	\$ 49.906.63	\$ 53.308.59	\$ 56.971.31
Pasivo a Largo Plazo					
Doc. por pagar	\$ 155.358.64	\$ 121.735.22	\$ 84.850.33	\$ 44.387.60	\$ 0.00
Total de Pasivos a Largo Plazo	\$ 155.358.64	\$ 121.735.22	\$ 84.850.33	\$ 44.387.60	\$ 0.00
TOTAL DE PASIVOS	\$ 199.164.24	\$ 168.480.38	\$ 134.756.95	\$ 97.696.18	\$ 56.971.30
Patrimonio					
Capital	\$ 79.718.13	\$ 79.718.13	\$ 79.718.13	\$ 79.718.13	\$ 79.718.13
Reserva Legal	-\$ 3.655.78	-\$ 4.550.26	-\$ 7.914.15	-\$ 15.087.21	-\$ 26.935.73
Utilidad del ejercicio	\$ 32.901.99	\$ 40.952.31	\$ 71.227.35	\$ 135.784.89	\$ 242.421.59
Total Patrimonio	\$ 108.964.34	\$ 116.120.19	\$ 143.031.33	\$ 200.415.82	\$ 295.204.00
TOTAL DE PASIVO + PATRIMONIO	\$ 308.128.58	\$ 284.600.57	\$ 277.788.28	\$ 298.112.00	\$ 352.175.30

Elaboración: Autor del proyecto

5.8 EVALUACION MICROECONOMICA

La evaluación microeconómica consiste en determinar la rentabilidad del proyecto en función al interés de la empresa, para lo cual se utilizan los siguientes indicadores financieros.

5.8.1 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Es un indicador de rentabilidad que en un proyecto de inversión, su valor medido en dinero de hoy o expresado de otra manera es el equivalente en dinero actual de todos los ingresos y egresos presentes y futuros que constituyen el proyecto.

CALCULO DEL VAN: Para el cálculo del VAN tomamos los valores de flujo neto mostrados en el cuadro N° 30

Los flujos descontados herramienta para calcular el Valor Actual Neto lo calculamos con la siguiente fórmula matemática de valor presente.

$$C = \frac{S}{(1+i)^n}$$

Donde:

S = Monto – Flujo neto

i = Tasa de Interés de Oportunidad (10%)

C = Capital

n = tiempo

$$C = \frac{220639.35}{(1+0.10)^1} = 18762.04$$

$$C = \frac{107905.67}{(1+0.10)^4} = 73701.02$$

$$C = \frac{25716.59}{(1+0.10)^2} = 21253.38$$

$$C = \frac{210617.50}{(1+0.10)^5} = 130776.89$$

$$C = \frac{52730.16}{(1+0.10)^3} = 39616.95$$

Cuadro 30:

CALCULO DEL VAN

AÑOS	FLUJO NETO	FLUJO NETO DESCONTADO 10%
0	-\$ 265.727.11	-\$ 265.727.11
1	\$ 20.639.35	\$18763.04
2	\$ 25.716.59	\$21253.38
3	\$ 52.730.16	\$39616.95
4	\$ 107.905.67	\$73701.02
5	\$ 210.617.50	\$130776.89
SUMAN		\$284111.28
VAN		\$18384.17

Elaboración: Autor del proyecto

En la tabla se determina el flujo neto descontado a la tasa de interés de oportunidad del 10%; la suma de estos flujos descontados menos la inversión inicial obtenemos como valor actual neto VAN \$ 18.384,17 significa que el proyecto es atractivo dado que los beneficios netos durante la vida útil del proyecto, cubre las expectativas de ganancias, fijada a la tasa de interés de oportunidad.

5.8.2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR) se define como aquella tasa que igual a los valores actualizados de flujo de costo y beneficios a cero.

La utilizamos para determinar la rentabilidad en relación a los retornos que brinda el proyecto de acuerdo a su vida útil.

CALCULO DE LA TIR: Para el cálculo del TIR tomamos los valores de flujo neto descontado que calculamos para determinar el VAN y calculamos nuevos flujos descontados a una tasa de interés mayor para nuestro caso específico utilizaremos al 30%

Cuadro 31:

CALCULO DEL TIR

CON TASA DE INTERES MENOR Y TASA DE INTERES MAYOR

AÑOS	FLUJO NETO	FLUJO NETO DESCONTADO	FLUJO NETO DESCONTADO
		10%	30%
0	-\$ 265.727.11	-\$ 265.727.11	-\$ 265.727.11
1	\$ 20.639.35	\$ 18.763.04	\$ 15.876.42
2	\$ 25.716.59	\$ 21.253.38	\$ 15.216.92
3	\$ 52.730.16	\$ 39.616.95	\$ 24.000.98
4	\$ 107.905.67	\$ 73.701.02	\$ 37.780.77
5	\$ 210.617.50	\$ 130.776.89	\$ 56.725.42
SUMAN	\$ 417.609.25	\$ 284.111.28	\$ 149.600.51
VAN		\$ 18.384.17	-\$ 116.126.61

Elaboración: Autor del proyecto

Después de tener un VAN mayor y un VAN menos calculamos la TIR bajo la siguiente fórmula:

FORMULA DE CÁLCULO

$$TIR = i_m + (i_M - i_m) \frac{VAN_m}{(VAN_m - VAN_M)}$$

$$TIR = 10 + (30 - 10) \frac{18384.17}{(18384.17 + 116126.61)}$$

$$TIR = 12.73\%$$

El 12.73% es el retorno sobre los saldos que van quedando de cada año en relación a la inversión inicial del proyecto que es de \$265727.11

Al mismo tiempo podemos decir que la TIR es mayor que la tasa de interés de oportunidad (10%) por lo tanto es recomendable ejecutar el Proyecto, por la rentabilidad que proyecta.

5.8.3 RAZONES FINANCIERAS

Las razones financieras son indicadores que permiten conocer si la compañía sujeta a evaluación es solvente, productiva y si tiene liquidez.

A continuación se presentan las razones o relaciones financieras más conocidas:

CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo representa el monto que queda libre y limpio después que todas las deudas corrientes son liquidadas es así que la compañía contara con un capital de trabajo en persistente crecimiento en el transcurso de los diez años. Tal como se muestra en el cálculo de la razón Financiera.

$$\text{Capital De Trabajo} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$



PRUEBA ACIDA

Esta razón es muy utilizada para evaluar la capacidad inmediata de pago que tiene la compañía. Se obtiene de dividir el activo disponible entre el pasivo circulante.

$$\text{Prueba Acida} = \frac{\text{Activo Disponible}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

ROTACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR

Este índice se obtiene de dividir los ingresos de operación entre el valor de las cuentas por cobrar a clientes, representa el número de veces que han rotado las cuentas por cobrar en el periodo

$$\text{Rotación / Ctas. Por Cobrar} = \frac{\text{Ingresos De Operacion}}{\text{Ctas. por Cobrar}}$$

INDICE DE ENDEUDAMIENTO

Esta proporción es complementaria a la anterior ya que significa la parte o porcentaje que se adeuda del activo total.

$$\text{Razón De Endeudamiento} = \frac{\text{Total De Pasivo}}{\text{Total de Activo}}$$

RAZÓN DE PROPIEDAD

Este índice refleja la propiedad de los dueños o accionistas de la empresa que han aportado para la adquisición total de los activo.

$$\text{Razón De Propiedad} = \frac{\text{Capital contable}}{\text{Activo Total}}$$

TASA DE RENDIMIENTO

Significa la rentabilidad de la inversión total de los Accionistas incluyendo la aportación de estos y las utilidades. Su cálculo es el siguiente.

$$\text{Razón De Rendimiento} = \frac{\text{Utilidad Neta Despues De Impuestos}}{\text{Capital Contable}}$$



MARGEN NETO DE UTILIDAD

Mide la razón o por ciento que la utilidad neta representa con relación a las ventas netas se analizan, es decir, mide la facilidad de convertir las ventas en utilidad.

$$\text{Margen de utilidad} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$



Cuadro 31
RAZONES FINANCIERAS

RAZONES FINANCIERAS	FORMULAS	AÑOS				
		1	2	3	4	5
CAPITAL DE TRABAJO (veces)	Activo Corriente - Pasivo Corriente	126.710.90	100.243.32	90.269.57	112.995.52	163.396.10
PRUEBA ACIDA O INDICE DE SOLVENCIA (veces)	Activo Corriente / Pasivo Corriente	3.89	3.14	2.81	3.12	3.87
ROTACION DE CUENTAS POR COBRAR(veces)	Ingreso por ventas /cuentas por cobrar	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
INDICE DE ENDEUDAMIENTO (%)	Total de Pasivo /Total de Activos	0.65 %	0.59 %	0.49%	0.33%	0.16%
RAZON DE PROPIEDAD (%)	Capital contable /Activo Total	0.26%	0.28%	0.29%	0.27 %	0.23 %
RAZON DE RENDIMIENTO (%)	Útil. Neta después de impuestos/capital contable	0.46%	0.57%	0.99%	1.89%	3.38%



MARGEN NETO DE UTILIDADES %	Utli. Neta / ventas	0.05%	0.06%	0.09 %	0.14 %	0.19 %

Elaboración: Autor del proyecto



5.8.4 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio representa el volumen de operación a nivel de utilización de la capacidad instalada en el cual los ingresos son iguales a los costos. Por debajo de este punto la empresa incurre en pérdidas y por arriba obtiene utilidades. El punto de equilibrio se da en la intersección de la curva de costos totales con la curva de ingresos o su máxima capacidad de operación.

A continuación presentamos la tabla donde están separados los costos fijos y los costos variables para cada uno de los cinco años de vida útil del proyecto.

Cálculo del Punto de Equilibrio

$$PE = \frac{CF}{VBP - CV}$$

PE = Punto de Equilibrio

CF = Costos Fijos

VBP = Valor Bruto de la Producción o Ingresos por Ventas

CV = Costos Variables

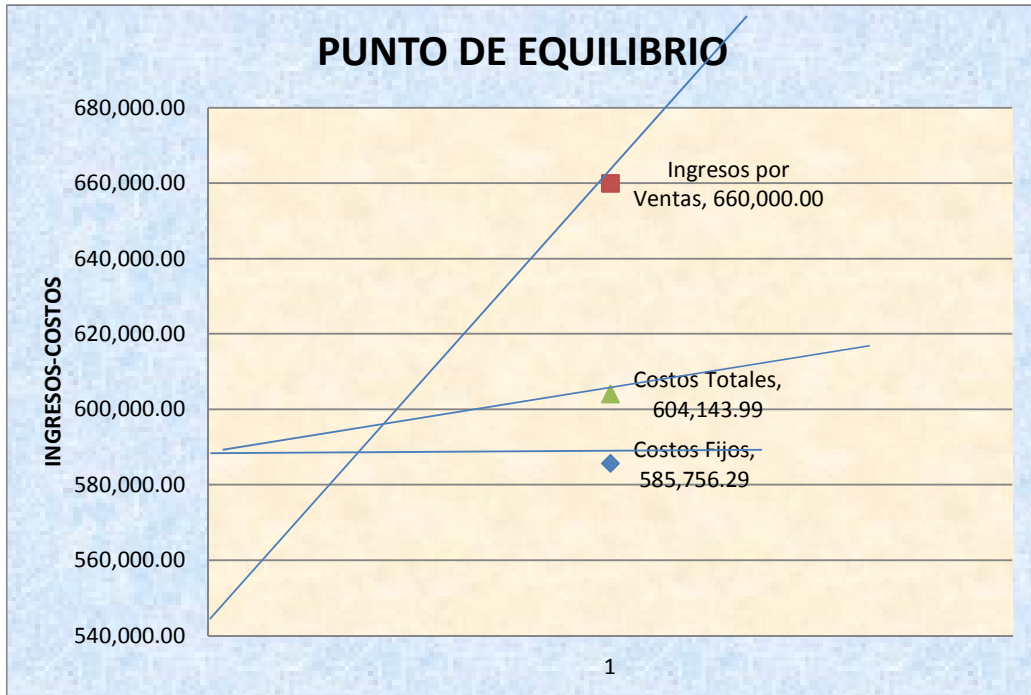
Cuadro 32
PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑOS	Ingresos por Ventas	Costos Fijos	Costos Variables	Costos Totales	PE %	PE (Unidades)
1	\$660.000.00	\$585.756.29	\$18.387.70	\$604.143.99	91.29%	\$602543.23
2	\$726.000.00	\$638.089.66	\$18.387.70	\$656.477.36	90.18%	\$654670.77
3	\$834.900.00	\$695.593.28	\$18.387.70	\$713.980.98	85.19%	\$711257.91
4	\$1.001.880.00	\$758.781.45	\$12.583.50	\$771.364.95	76.70%	\$768432.88
5	\$1.252.350.00	\$828.219.78	\$12.583.50	\$840.803.28	66.80%	\$836626.13

Elaboración: Autor del proyecto



Grafico 10: PUNTO DE EQUILIBRIO



Elaboración: Autor del proyecto



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

La globalización y la tecnología a nivel mundial han dado lugar a que se creen un ambiente competitivo empresarial, el mismo que ha generado grandes oportunidades a la hora de ofrecer nuevos servicios y productos.

A continuación se presenta las conclusiones obtenidas en el desarrollo del proyecto:

1. Actualmente el uso del internet en nuestro país, todavía es limitado, especialmente a lo que es el Comercio Electrónico referente a sus productos a otros mercados, mediante una plataforma virtual.
2. De acuerdo a los análisis realizados en la propuesta del proyecto "VALPAR"; se puede apreciar que el proyecto ha generado mucho interés en las personas de conforman las pequeñas y medianas empresas (PYMES) de la ciudad, debido al enfoque, servicio a ofertarse son distintos a los ya existentes.
3. Con la implantación de la plataforma virtual se pretende generar un mayor incentivo en las PYMES productoras para que continúe con sus actividades de elaboración de productos artesanales, y que vean promocionar sus productos a otros mercados es una nueva fuente de ingreso y un medio de mejorar sus condiciones de vida.
4. Los indicadores financieros, una vez diseñado el modelo de negocio contiene toda la información presupuestaria, estados financieros proyectados, los cuales reflejaron que el proyecto es viable desde el punto de vista financiero y del inversionista.

5. El proyecto desde el punto de vista financiero, presentan un VAN positivo y un TIR superior al Costo de Oportunidad lo que hace viable la ejecución del proyecto, además se pudo establecer que la recuperación de la Inversión no será de largo tiempo lo que nos da una expectativa muy alentadora de crecimiento.

RECOMENDACIONES

Para que el proyecto pueda tener buenos resultados se recomienda:

1. Difundir a las PYMES de sector sobre los servicios que brinda el proyecto, para que se vuelva un servicio a llamativo y a la vez que hagan de su producto un bien más rentable, de la misma manera motivar a las pequeñas empresas de otras ciudades trabajar con la empresa.
2. Aplicar las Estrategias de Mercado y el Marketing Mix, para de esa manera ayudar a la empresa ha reducir las debilidades y amenazas del mercado; y, aprovechar las fortalezas y oportunidades que ofrece el negocio para de esta manera hacer más eficaz la actividad empresarial de VALPAR.
3. Por último se recomienda que el proyecto en mención se ponga en marcha para incentivar y estimular a las PYMES, además de que se impulsa la competitividad, con lo que conlleva a las PYMES mejorar la calidad de sus productos para comercializar a mercados internacionales.

ARTESANOS.-

4. Sería recomendable que los artesanos se proyecten mas asía la nueva tecnología y se pongan a la par con los nuevos sistemas de comercialización y promoción de sus productos y así modernicen sus técnicas y procesos de producción para obtener más ingresos.



BIBLIOGRAFÍA

- www.piramidedigital.com
- Obtenido la información: <http://es.wikipedia.org/ecomiaintenacional>
- <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/mintel-y-bid-dialogan-sobre-politicas-de-comercio-electronico-en-ecuador-y-latinoamerica/>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Ecuador>
- <http://www.exportafacil.gob.ec/como-funciona/ique-es-exporta-facil>
- Barreno Luis, Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos, Quito 2004, Pág. 88
- www.hugocarrion.com (Hugo Carrión es ingeniero electrónico en telecomunicaciones.)
- www.edicioneslegales.com
- Ley de Comercio Electrónico, firma electrónica y mensajes de datos; Art. 1.- Objeto de la Ley
- www.ecuadorwebs.com
- Baca Urbina Gabriel, "Evaluación de Proyectos", pág. 137.
- Van, HORNE, Fundamento de Administración Financiera,



ANEXOS

ANEXO N° 01

AMORTIZACION DE ACTIVOS

DESCRIPCIÓN	COSTO INVERSIÓN	VIDA UTIL (AÑOS)	%	VALOR ANUAL					AMORTIZACIÓN TOTAL
				1	2	3	4	5	
(+) Costos y Estudios Proyecto	3250,00	5	20%	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	3250,00
(+) Gasto de Constitución	1200,00	5	20%	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	1200,00
(+) Afiliación a Gremios	1500,00	5	20%	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	1500,00
(+) Marca y Patente	30,00	5	20%	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	30,00
(+) Permiso de Cuerpo de Bomberos	60,00	5	20%	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	60,00
(+) Permisos y tasas Municipales	70,00	5	20%	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	70,00
TOTAL	6110,00			1222,00	1222,00	1222,00	1222,00	1222,00	6110,00



ANEXO N° 02

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS

SUELDOS									
N°	Descripción	Sueldo	Aporte Patronal 11.15%	Fondos de reserva 8.33%	XIII sueldo	XIV sueldo	Vacaciones	Total por mes	Valor anual
1	Gerente	1000,00	111,50	83,30	83,33	83,33	41,67	1403,13	16837,60
1	Secretaria/Asistente	350,00	39,03	29,16	29,17	29,17	14,58	491,10	5893,16
3	Dirección financiera	600,00	66,90	49,98	50,00	50,00	25,00	2525,64	90923,04
3	Dirección de sistema (pag.web)	500,00	55,75	41,65	41,67	41,67	20,83	2104,70	75769,20
4	Dirección de Marketing	450,00	50,18	37,49	37,50	37,50	18,75	2525,64	121230,72
2	Dirección de proceso de exportación	550,00	61,33	45,82	45,83	45,83	22,92	1543,45	37042,72
1	Dirección de negocios	850,00	94,78	70,81	70,83	70,83	35,42	1192,66	14311,96
5	Operadores de áreas y mercados	350,00	39,03	29,16	29,17	29,17	14,58	2455,48	147329,00
1	Recepcionista	350,00	39,03	29,16	29,17	29,17	14,58	491,10	5893,16
2	Guardia	350,00	39,03	29,16	29,17	29,17	14,58	982,19	23572,64
SUMAN		5350,00	596,53	445,66	445,83	445,83	222,92	15715,09	538803,20

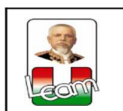


ANEXO N° 03

OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS

DESCRIPCION	Valor por m	Años				
		1	2	3	4	5
Energía Eléctrica	350,00	4200,00	4410,00	4630,50	4862,03	5105,13
Agua Potable	70,00	840,00	882,00	926,10	972,41	1021,03
Servicio de Internet	150,00	1800,00	1890,00	1984,50	2083,73	2187,91
Plataforma virtual	500,00	500,00	525,00	551,25	578,81	607,75
Telefono	120,00	1440,00	1512,00	1587,60	1666,98	1750,33
Publicidad	500,00	6000,00	6300,00	6615,00	6945,75	7293,04
Útiles de Oficina	350,00	4200,00	4410,00	4630,50	4862,03	5105,13
Documentos de exportacion	520,00	6240,00	6552,00	6879,60	7223,58	7584,76
Otros (imprevistos)	300,00	3600,00	3780,00	3969,00	4167,45	4375,82
TOTAL	2860,00	28820,00	30261,00	31774,05	33362,75	35030,89

Se considera que los habrá un incremento del 5% anual en los otros gastos administrativos y de ventas



ANEXO N° 04

AMORTIZACION DE ACTIVOS

DESCRIPCIÓN	COSTO INVERSIÓN	VIDA UTIL (AÑOS)	%	VALOR ANUAL					AMORTIZACION TOTAL
				1	2	3	4	5	
(+) Costos y Estudios Proyecto	3250,00	5	20%	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	3250,00
(+) Gasto de Constitución	1200,00	5	20%	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	1200,00
(+) Afiliación a Gremios	1500,00	5	20%	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	1500,00
(+) Marca y Patente	30,00	5	20%	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	30,00
(+) Permiso de Cuerpo de Bomberos	60,00	5	20%	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	60,00
(+) Permisos y tasas Municipales	70,00	5	20%	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	70,00
TOTAL	6110,00			1222,00	1222,00	1222,00	1222,00	1222,00	6110,00

ANEXO N° 05

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

Activo Corriente		Pasivo Corriente	
Caja-Banco	\$ 146.502,73	Proveedores	\$ 0,00
Ctas. por cobrar			
Doc. por cobrar			
Total de Activo Corriente	\$ 146.502,73		
Activo Fijo		Pasivo a Largo Plazo	
Equipos de Oficina	\$ 5.196,80	Doc. por pagar	\$ 186.008,98
Muebles y Enseres	\$ 9.240,00		
Equipos Informatico	\$ 17.588,48		
Vehiculo	\$ 39.089,11		
Oficina e Infraestructura	\$ 42.000,00		
Total de Activo Fijo	\$ 113.114,39		
Activo Diferido		Patrimonio	
Costos y Estudios del Proyecto	\$ 3.250,00	Capital	\$ 79.718,13
Gastos de constitucion	\$ 1.200,00		
Afiliacion a gremios	\$ 1.500,00		
Patente	\$ 30,00		
Permiso de Cuerpo de Bomberos	\$ 60,00		
Permisos y tasas municipales	\$ 70,00		
Total de Activo Diferido	\$ 6.110,00		
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 265.727,11	TOTAL DE PASIVO + PATRIMONIO	\$ 265.727,11