

Grupo
de
Gestión

2010

Estudio de
abastecimiento
de carga general
a la Isla Puná
directamente
desde Posorja

Integrantes:

**Andrea Melissa
Tovar Freire**

**Daniel Adolfo
García Flores**

**UNIVERSIDAD DEL
PACÍFICO**



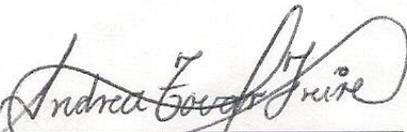
DECLARACIÓN DE AUDITORÍA

Nosotros, Andrea Melissa Tovar Freire y Daniel Adolfo García Flores declaramos ser los autores exclusivos del presente Grupo de Gestión.

Todos los efectos académicos y legales que se desprendieron de la misma son de nuestra responsabilidad.

Por medio del presente documento cedemos nuestros derechos de autor a la Universidad del Pacífico –Escuela de Negocios– para que pueda hacer uso del texto completo del Grupo de Gestión “ESTUDIO DE ABASTECIMIENTO DE CARGA GENERAL A LA ISLA PUNÁ DIRECTAMENTE DESDE POSORJA” con fines académicos y/o de investigación.

Guayaquil, octubre 25 del 2010


Andrea Melissa Tovar Freire


Daniel Adolfo García Flores

CERTIFICACIÓN

Yo, Tnte. Xavier Rubio Garcés, profesor de la Facultad del Mar de la Universidad del Pacífico, como Director del presente Grupo de Gestión, certifico que la señorita Andrea Melissa Tovar Freire y el señor Daniel Adolfo García Flores, estudiantes de esta Institución, son autores exclusivos del presente trabajo, el mismo que es autentico, original e inédito.

Guayaquil, octubre 25 del 2010



Tnte. Xavier Rubio Garcés

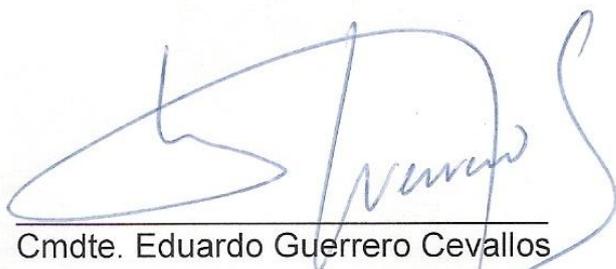
DOCUMENTO DE CONFIDENCIALIDAD

La Universidad del Pacífico, se compromete a no difundir públicamente la información establecida en el presente Grupo de Gestión "ESTUDIO DE ABASTECIMIENTO DE CARGA GENERAL A LA ISLA PUNÁ DIRECTAMENTE DESDE POSORJA", de autoría de Andrea Melissa Tovar Freire y Daniel Adolfo García Flores, en razón que ésta ha sido elaborada con información confidencial.

Tres copias, escritas y digitales, de este grupo de gestión quedan en custodia de la Universidad del Pacífico, las mismas que podrán ser utilizadas para fines académicos y de investigación.

Para Constancia de este compromiso, suscribe

Guayaquil, octubre 25 del 2010



Cmdte. Eduardo Guerrero Cevallos

ÍNDICE:

TÍTULO	PÁGINA
1. RESUMEN EJECUTIVO	1 - 2
1.1 Objetivo Propósito del Proyecto	
1.2 Macroentorno	
1.3 Problemática del sector, nuestra ventaja competitiva	
1.4 Mercados Objetivos, Domésticos e Internacionales	
1.5 Información macroeconómica del mercado estudiado	
1.6 Tamaño y potencial crecimiento de la empresa	
2. CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	2 - 3
2.1 Marco legal	
2.2 Características de la sociedad	
2.3 Propiedad accionaria	
3. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	4 - 7
3.1 Historia del negocio	
3.2 Misión, Visión y objetivos de la empresa	
3.3 Estructura de la industria en general y del negocio en particular	
3.4 Descripción del servicio	
3.5 Análisis FODA	
3.6 Cinco fuerzas de Porter	
4. EQUIPO GERENCIAL	8 - 11
4.1 Estructura Organizacional	
4.2 Funciones	
4.3 Experiencia previa	
4.4 Cultura Empresarial	
5. ANÁLISIS DEL MERCADO	11 - 17
5.1 Estudio específico del mercado	
5.2 Identificación del mercado potencial y empresarial	
5.3 Descripción de las regiones, segmentos o nichos	
5.4 Mercado objetivo, nicho de mercado, y bloques de compradores	
5.5 Investigación de mercado, encuestas y resultados	
5.6 Análisis de la competencia	
6. ESTRATEGIAS DEL MERCADO	18 - 20
6.1 Consideraciones Internacionales, nacionales y locales	
6.2 Estrategias de producto, precio y estacionalidad	
6.3 Estrategias de Distribución, penetración y venta personal	
6.4 Estrategias de promoción, distribución y gastos	
7. OPERACIONES	20 - 22
7.1 Riesgos internos	
7.2 Riesgos externos	
7.3 Planes de contingencia	
7.4 Provisiones y seguros	

TÍTULO	PÁGINA
8. ESTUDIO FINANCIERO	22 - 27
8.1 Presupuesto e inversiones	
8.2 Proyección a cinco años	
8.3 Análisis del punto de equilibrio	
8.4 Flujo de caja	
8.5 Estado de pérdidas y ganancias	
8.6 Balance General	
8.7 Tasa interna de retorno	
9. ANÁLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO	28 - 29
9.1 Requerimientos del capital	
9.2 Razones financieras basadas en las proyecciones anuales	
9.3 Evaluación: Sensibilidad y Rentabilidad	
10. ECOLOGÍA Y MEDIO AMBIENTE	30
10.1 Proceso, procedimiento e impacto que se siguió y culminó	
10.2 Resultados logrados	
11. CONCLUSIONES	30
12. RECOMENDACIONES	30
13. ANEXOS	31 - 32

Plan de Negocios-

ESTUDIO DE ABASTECIMIENTO DE CARGA GENERAL A LA ISLA PUNÁ DIRECTAMENTE DESDE POSORJA

1.- RESUMEN EJECUTIVO

1.1. Objetivo Propósito del Proyecto

- Realizar la investigación necesaria para conocer la rentabilidad de la idea de negocio.
- Determinar si el estudio que realizaremos podrá cubrir las necesidades de todos los habitantes de la capital de la Isla.
- Realizar una investigación para conocer si podrá ser abastecida la Isla en su totalidad desde Posorja.

1.2 Macroentorno

“Puná, es una isla del Cantón Guayaquil en Ecuador, forma parte de la provincia del Guayas, tiene 919 km² de extensión. Está situada en el Golfo de Guayaquil, frente a la formación deltaica del Estero Salado y del río Guayas, es la tercera isla más grande del país tras Isabela y Santa Cruz.

Se originó por las acumulaciones de materiales recientes sobre un núcleo más antiguo, formado por rocas volcánicas. Ubicada en la misma embocadura del golfo, entre la punta del Morro y la costa de la provincia de El Oro, está separada de tierra firme por el canal de Jambelí, al sureste, y por el más estrecho canal del Morro, al noroeste. La isla cuenta con un clima tropical seco, por influencia de la corriente de Humboldt. La localidad más importante es Puná está localizada en el noreste de la isla. La pesca es uno de sus principales recursos”. Fuente: Wikipedia.

1.3 Problemática del sector, nuestra ventaja competitiva.

En la actualidad el abastecimiento de carga general hacia la Isla Puná se lo realiza desde Guayaquil vía marítima hasta Posorja, en buques que además de transportar carga general, transportan también pasajeros.

La principal ventaja que tenemos es la de brindar extrema seguridad integral a la carga que se transporta, adicional a esto el abastecimiento lo realizaremos directamente desde Posorja lo cual sería conveniente para los habitantes de la Isla ya que tendrían mayor rapidez al momento de ser abastecidos.

1.4 Mercados Objetivos, Domésticos e Internacionales

El principal mercado son todos los habitantes de la Isla Puná y sus comunas que necesitan ser correctamente abastecidos de una forma económica, segura y confiable.

1.5 Información macroeconómica del mercado estudiado

Demografía	
Población	10000 aprox.
Densidad	7,6 hab./km ²

1.6 Tamaño y potencial crecimiento de la empresa

La empresa comenzará sus actividades alquilando un buque tipo Barcaza de 10 nudos o 12 nudos de velocidad, el cual servirá para dar el servicio de abastecimiento de carga general a la Isla Puná directamente desde Posorja.

El tipo de fletamento será por viaje, donde el armador de la barcaza pone la embarcación a nuestra disposición, entre puntos de origen y destino de la carga, así como en fechas establecidas.

El armador o dueño de la barcaza es el encargado de la manipulación de la embarcación, así como de la transportación de la carga, a cambio de una retribución económica llamada flete, en nuestro caso \$800.

En nuestro caso particular, el flete no se establece en proporción a la cantidad de carga transportada por lo que el valor del flete sigue siendo el mencionado anteriormente.

La planificación para la empresa es primero abastecer al pueblo que habita en la Isla Puná, aumentar el mercado hacia los alrededores de la Isla donde se encuentran las camaroneras. Todo esto con la finalidad de cambiar su acostumbrada forma de abastecerse de productos para su propio consumo y la forma insegura en la cual son trasladados.

2. CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

2.1 Marco legal

Nuestro negocio de abastecimiento de carga a la isla Puná está regido por las siguientes leyes y entidades:

- Ley de Compañías
- Ley de Régimen Tributario Interno y su Reglamento

- Ley de Defensa al Consumidor
- Código de Comercio
- Código de Trabajo
- Superintendencia de Compañías
- Ministerio de Salud Pública
- Servicio de Rentas Internas
- IESS
- Registro Mercantil
- Cámara de Comercio
- DIRNEA

Cabe mencionar que no existen restricciones legales para montar este tipo de negocio por lo que se crea una oportunidad de entrar a este mercado.

2.2 Características de la sociedad

Tipo de Compañía

El negocio funcionará bajo el esquema de compañía de responsabilidad limitada.

Requisitos:

El nombre.- En esta especie de compañías, puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías.

Solicitud de aprobación.- La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo.

Números mínimo y máximo de socios.- La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Capital mínimo.- El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América.

2.3 Propiedad accionaria

No. Cédula	Nombres	Apellidos
0918828807	Andrea Melissa	Tovar Freire
09204405687	Daniel Adolfo	García Flores

3. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

3.1 Historia del negocio

La idea del negocio nació con la finalidad de buscar una forma de ayudar en el desarrollo de la Isla Puná en cuestión de abastecimiento de carga general que en la actualidad es realizado de forma rústica y antigua.

Al visitar a los habitantes de la Isla se pudo observar que se podía mejorar la forma como se están abasteciendo actualmente, que se podía implementar una cultura de desarrollo entre los habitantes de la Isla y podíamos ayudar a que los habitantes de la Isla economicen en su abastecimiento y transporte. La “cultura de desarrollo” se refiere a cambiar ciertas costumbres adquiridas a través de los años con respecto al modo de adquirir sus productos, aportando un mejor servicio y calidad en todo momento.

3.2 Misión, Visión y objetivos de la empresa

MISIÓN

Abastecer de carga general a los habitantes de la Isla Puna desde Posorja de una forma segura y económica, manteniendo altos estándares de responsabilidad en la gestión social y mantenernos comprometidos con cada uno de los habitantes de la Isla.

VISIÓN

Ser la empresa líder en abastecimiento de carga general a la Isla Puná, posesionándonos en la mente de sus habitantes y ser un modelo empresarial a nivel nacional.

OBJETIVOS

- **Objetivos de Marketing**
 - De ser rentable iniciar las operaciones de la nueva empresa dedicada al abastecimiento y comercialización de todo tipo de carga desde Posorja a la Isla Puná.
 - Incrementar las ventas a partir del segundo año en un 2%.
 - En los 5 primeros años consolidarnos como la principal empresa dedicada al abastecimiento de carga en la isla.
 - Realizar estudios de mercado anualmente en Posorja y Puná, para poder conocer a nuestra competencia y las variaciones que ellos puedan tener.

- Posesionarnos en la mente del cliente a partir del 1er. día de operaciones como la empresa líder en abastecer de forma segura y ágil a la isla.
- **Objetivos Financieros**
 - Generar flujos de caja positivos cada mes, para poder cubrir nuestras obligaciones económicas y operacionales que requiere la empresa.
 - Nuestra forma de financiamiento de inversión inicial será por medio de capital propio, el cual estará aportado de manera igualitaria por los accionistas de la empresa.

3.3 Estructura de la industria en general y del negocio en particular

Para empezar con las operaciones de la empresa necesitamos contar con una bodega en Posorja, donde podamos almacenar productos no perecibles y refrigeradores para la carga perecible; toda la mercadería que se almacene en Posorja será para abastecer el consumo interno de la Isla Puná y pueda ser trasladada de manera ágil, segura, confiable y fresca.

En la Isla Puná contamos con aproximadamente 10 mil habitantes de los cuales el 30% corresponde a niños y el 70% corresponde a adultos.

3.4 Descripción del servicio

El servicio que se va a brindar se enfocará principalmente en ofrecerle a los habitantes de la Isla Puná el abastecimiento de carga general de una forma segura, confiable y económica desde la ciudad de Posorja, lo cual será una oportunidad de negocio ya que en Posorja se cuenta con la mayoría de distribuidoras de productos que consumen los habitantes de la Isla; esto va a generar un ahorro en el costo de transportación ya que no se tendría que transportar los alimentos desde Guayaquil sino que directamente desde Posorja.

El precio de los productos es similar al de la ciudad de Guayaquil, según la comparación de precios entre ambos sectores, adicional a esto Posorja es parroquia de la ciudad de Guayaquil por lo que los precios son similares. Analizando el llevar los productos desde Guayaquil hasta Posorja hemos quedado en cuenta que nos saldría más costoso, ya que tendríamos que aumentarle los gastos que se generan por concepto de transporte.

Adicional a esto, transportando los alimentos, productos y carga general a la Isla Puná directamente desde Posorja, contribuiremos al correcto abastecimiento de los insumos que necesiten.

En la actualidad se realizan tres viajes semanales, donde se transporta simultáneamente carga general y pasajeros, si se ingresa con un modo de transporte directo desde Posorja se optimizaría el tiempo de cómo están siendo abastecidos actualmente ya que podemos realizar menos viajes con mas carga

lo cual disminuiría costos de transportación y aumentaría el grado de satisfacción de los habitantes de la Isla.

El transporte de la carga será realizado con el alquiler de una barcaza que se puede observar en la imagen adjunta:



Se puede observar que en la barcaza existen una especie de tanque o cubeta que garantiza el movimiento seguro de la carga vía marítima.

3.5 Análisis FODA

FODA	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación para administrar el negocio • Embarcación adecuada • Recurso Humano 	<ul style="list-style-type: none"> • Poca instrucción de los habitantes • El actual transporte de carga se lo da en embarcaciones viejas • Pobre competencia • Distancia
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Poco conocimiento del área • Las embarcaciones no son propias • Poca experiencia en el negocio 	<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad en la ruta de transporte • Costumbres y modus vivendi de la población

--	--

3.6 Cinco fuerzas de Porter

Amenaza de entrada de nuevos competidores:

Acceso a canales de distribución
Lealtad a nuestra marca y/o servicio.
Regulaciones del gobierno

Rivalidad entre los competidores:

La rivalidad será menor si lideremos el mercado.
El grado de diferenciación de nuestro servicio aminorará la rivalidad entre nosotros y nuestro competidor.
Dependerá del tipo de estrategias de crecimiento, lo que marcará una mayor o menor rivalidad.

Poder de negociación de los proveedores:

Dependerá de qué tan fuerte es su marca.
Que mis proveedores no instalen a futuro distribuidores minoristas.
Nivel actual de calidad y servicio
Rentabilidad de los proveedores para mantener precios.

Poder de negociación de los compradores:

Rentabilidad de los compradores
Nivel actual de calidad y servicio
Diferenciación
Qué tan fácilmente los compradores nos pueden sustituir con nuestros competidores.

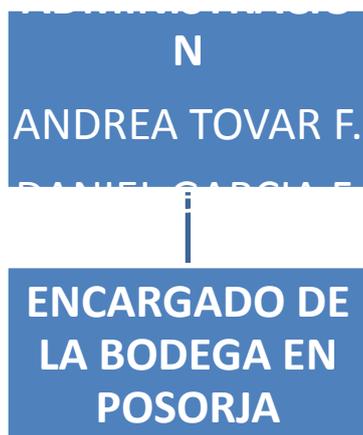
Amenaza de ingreso de productos sustitutos:

Calidad
Precio del servicio sustituto.
El costo de cambiar de servicio; es decir, la facilidad de cambiarse o quedarse con el servicio nuestra competencia.

4. EQUIPO GERENCIAL

4.1 Estructura Organizacional

Organigrama



Como se puede observar en el organigrama del personal, el nivel máximo de autoridad recae sobre la Administración, en la cual los miembros tomarán todas las decisiones operacionales, financieras y comerciales del negocio, además de ejercer la Representación Legal de la compañía.

El fletamento de la barcaza es no se lo toma en cuenta en el organigrama ya que es externo y como se mencionó anteriormente será contratado por viaje y únicamente de este modo.

El bodeguero es una persona contratada para llevar control de la carga almacenada en la bodega ubicada en Posorja, así mismo se encarga de despacharla según los pedidos. Para la estiba y desestiba se contará con personal externo que se lo requerirá únicamente al momento de trasladar la carga a la embarcación, y de la embarcación a la isla.

Los cargos administrativos estarán ocupados por las siguientes personas:

- Andrea Tovar F.
- Daniel García F.

4.2 Funciones

En base al organigrama de personal planteado en la sección anterior, presentamos el número de personas, perfiles y funciones por cargo:

Cargo	No personas	Perfil	Función
Administrador	2	1. Sexo: Femenino o Masculino	Su responsabilidad es de administrar la compañía en todos los ámbitos posible. Entre sus funciones mas específicas tenemos: -Controlar las operaciones y el buen desempeño de la compañía. -Controlar todas las áreas sub alternas de la compañía. -Realizar una campaña publicitaria exitosa en nuestro mercado meta. -Llevar control financiero de todas las actividades de la compañía.
		2. Edad: 20-35 años	
		3. Titulo: Mínimo ser estudiante universitario de 3er año de carreras administrativas	
		4. Capacidad En relaciones públicas y ventas, conocimientos afines al área	
		5. Capacidad en toda el área numérica	
Bodeguero	1	1. Sexo: Masculino	-Será responsable por el mantenimiento, administración de bodega, controlar los inventarios y el abastecimiento de insumos desde las bodegas -Receptar y despachar los productos -Controlar el kardex -Supervisar que al momento de la estiba y desestiba no haya inconvenientes entre el manejo de la carga y los estibadores.
		2. Edad: 25-40 años	
		3. Titulo: Mínimo Bachiller de preferencia con estudios universitarios.	
		4. Experiencia mínima de 2 años en puestos similares.	
		5. Capacidad de	

		trabajar bajo presión.	
--	--	------------------------	--

4.3 Experiencia previa

No existe al momento experiencia previa en el servicio que vamos a brindar.

4.4 Cultura Empresarial

Principios Corporativos

Los valores o principios que formarán parte de la empresa son las siguientes:

- **Calidad:** La empresa se destacará por ofrecer un servicio de excelente calidad, destacando la entrega oportuna de la mercancía, el buen costo, los servicios seguros, agilidad en los procesos y buena atención.
- **Seguridad:** Con nuestra buena gestión garantizamos seguridad en cada uno de nuestros procesos, manejando apropiadamente la carga y a los pasajeros.
- **Compromiso:** Nuestro compromiso es brindar el mejor servicio en el transporte de carga y abastecimiento en la isla Puná, con productos de calidad, a precios cómodos, con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
- **Honestidad:** La honestidad será nuestro mayor principio a cumplir tanto con nuestros clientes como a nivel interno.

Con la entrega oportuna garantizamos a los habitantes de la Isla Puná que siempre tendrán los productos que necesitan para su consumo personal.

El precio es un factor determinante de compra que influye de manera importante al momento de elegir, por lo tanto los precios que nosotros ofreceremos serán de fácil acceso para los habitantes de la Isla y moderado en comparación al precio que actualmente cancelan por su abastecimiento y transporte. Adicionalmente la percepción de los clientes por el servicio recibido hará destacar que el precio a cancelar valdrá la pena.

Otro punto que tendremos a nuestro favor es que los servicios que ofreceremos serán seguros; por ejemplo con el servicio de abastecimiento, todos los productos serán transportados de manera segura, confiable y más rápida; tomando en cuenta la medición por estándares de calidad a todo lo que conforma la transportación de carga, adicional a esto contaremos con áreas refrigeradas para productos que necesiten refrigeración permanente como es el caso de los lácteos, frutas, carnes, etc. Los productos son debidamente refrigerados o congelados en nuestra bodega, y aún cuando se transporten sin refrigerar desde Posorja hasta la Isla Puná, no se romperá la cadena de frío

debido al corto tiempo del viaje. Al nosotros alquilar una embarcación moderna garantizamos a nuestros clientes que los productos serán transportados higiénicamente para que no sufran daños y puedan ser utilizados inmediatamente.

Abasteciendo a la Isla Puná directamente desde Posorja, se agiliza el proceso de transporte, reduciéndolo aproximadamente a dos horas y media ya que en la actualidad se demoran entre seis y siete horas desde Guayaquil.

La excelente atención brindada a cada uno de los clientes será un punto importante a cumplir, ya que con un buen trato al cliente acompañado de un buen servicio lograremos su atención y satisfacción. Las personas que actualmente abastecen con carga a la Isla, no se preocupan de la satisfacción de los clientes, lo que ha generado un ambiente monótono y de conformismo por parte de los habitantes, que aún recibiendo un servicio de mala calidad no pueden reclamar porque es su única forma de abastecimiento.

5. ANÁLISIS DEL MERCADO

5.1 Estudio específico del mercado

Como mencionamos en el punto 3.3 en la Isla Puná se cuenta con aproximadamente 10 mil habitantes de los cuales el 3000 corresponden a niños y 7000 a adultos, los cuales tienen un consumo aproximado de \$3 por adulto y \$1 por niño diario, lo cual nos da un total de consumo por adulto de aproximadamente \$90.000,00 mensuales y por niño de aproximadamente \$10.000,00. Tomando en cuenta los 2 valores tendríamos un consumo aproximado del total de habitantes de la Isla en cada mes de \$100.000,00. Tomando en cuenta que este valor no es nada despreciable, uno de nuestros objetivos futuros es abastecer por completo a la isla Puná.

Los productos que más son consumidos por los habitantes de la Isla son: frutas, carnes, vegetales, lácteos; productos de limpieza como jabón, papel higiénico, pasta dental, etc.; también consumen bebidas de todos los tipos como agua, energizantes, hidratantes, jugos naturales, bebidas alcohólicas, etc.

5.2 Identificación del mercado potencial y empresarial

El mercado potencial son los grandes distribuidores que se encuentran en la Isla y que son especializados en cada producto; por ejemplo existen grandes distribuidores de frutas, productos de primera necesidad, etc. La idea es mantener un contacto permanente con ellos con la finalidad de que se encarguen de abastecer a toda la Isla de los productos que necesiten.

Nuestro mercado empresarial es el posible hecho que nuestra empresa se convierta en el principal abastecedor de carga a la Isla Puná retirando del mercado a los actuales abastecedores de carga que lo realizan de manera insegura y rústica.

5.3 Descripción de las regiones, segmentos o nichos

Regiones: La ciudad de Puná se encuentra en una isla a la salida del golfo de Guayaquil que atraviesa el canal de acceso hacia el puerto de Guayaquil; se encuentra a una distancia de 65 millas náuticas en referencia con Guayaquil, a 45 millas náuticas de Pto. Bolívar y a 35 millas náuticas de Posorja.

Segmentos:

Los tipos de producto que mayor consumen los habitantes de la Isla son:

- Productos perecibles
- Productos No perecibles

Nicho:

La población es homogénea por lo tanto no hay nicho.

5.4 Mercado objetivo, nicho de mercado, y bloques de compradores

El mercado objetivo son los habitantes de la Isla Puná que tienen un nivel socioeconómico entre MEDIO-BAJO y BAJO.

La forma como desarrollan el comercio los habitantes y distribuidores de la Isla Puná, es por medio de dinero en efectivo, ya que no cuentan con una infraestructura bancaria adecuada que le provea de sus servicios, limitando así sus formas de pago y consumo.

El nicho de mercado se encuentra establecido en la Isla Puná, conformado por las siguientes ciudades: Puná Vieja y Puná Nueva.

Los bloques de compradores de nuestro negocio son las distribuidoras que pueden adquirir sus productos al por mayor y al por menor dependiendo de la demanda, ellos serán los encargados de abastecer y satisfacer las necesidades de los habitantes de la Isla.

5.5 Investigación de mercado, encuestas y resultados

Población conocida	Tamaño de la población finito
Tamaño muestral	
136	
z 1,96 (a=0,05) 2,58 (a=0,01)	
1,96	
p (frecuencia esperada del parámetro)	
0,9	
i (error que se prevé cometer)	
0,05	
Población económicamente activa de la Isla Puná	
7.000	
n	Tamaño muestral
N	Tamaño de la población, número total de historias.
Z	Valor correspondiente a la distribución de Gauss 1,96 para $\alpha = 0,05$ y 2,58 para $\alpha = 0,01$.
P	Prevalencia esperada del parámetro a evaluar. En caso de desconocerse, aplicar la opción más desfavorable ($p=0,5$), que hace mayor el tamaño muestral.
Q	1-p (Si $p=30\%$, $q=70\%$)
I	Error que se prevé cometer. Por ejemplo, para un error del 10%, introduciremos en la fórmula el valor 0,1. Así, con un error del 10%, si el parámetro estimado resulta del 80%,

$$n = Z_{\alpha}^2 \frac{N \cdot p \cdot q}{i^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

tendríamos una seguridad del 95% (para $\alpha = 0,05$) de que el parámetro real se sitúa entre el 70% y el 90%. Vemos, por tanto, que la amplitud total del intervalo es el doble del error que introducimos en la fórmula.

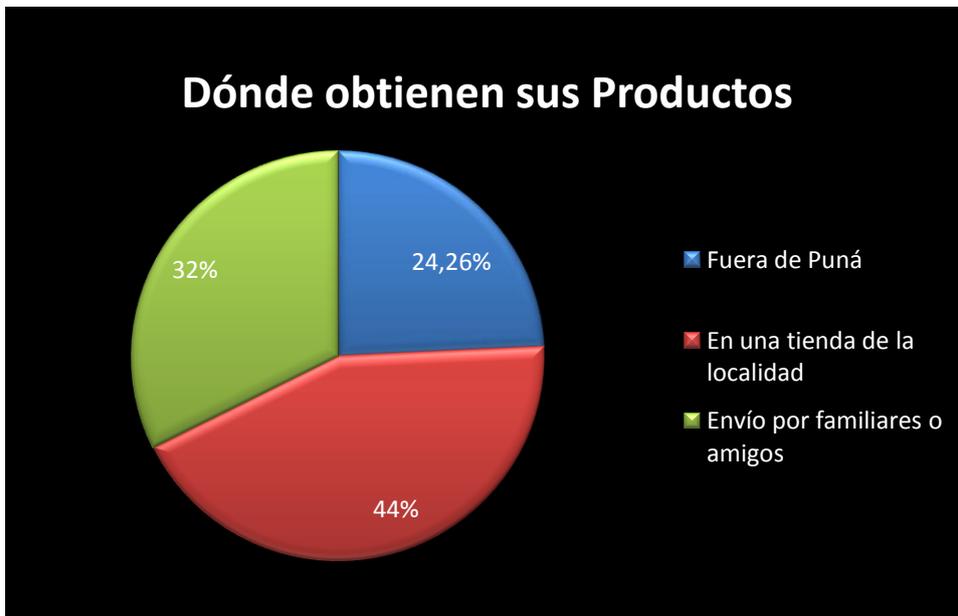
Análisis de las encuestas:

Pregunta # 1 ¿Dónde obtienen sus productos de consumo?

Esta pregunta fue elaborada específicamente para poder identificar como obtienen sus productos los habitantes de Puná.

Del total de los encuestados, el 43,38 % adquieren sus productos en una tienda de su localidad, el 32,35% por medio de envíos de familiares o amigos y el 24,26% adquieren sus productos fuera de la isla.

Los resultados se ven más detalladamente en el siguiente gráfico:

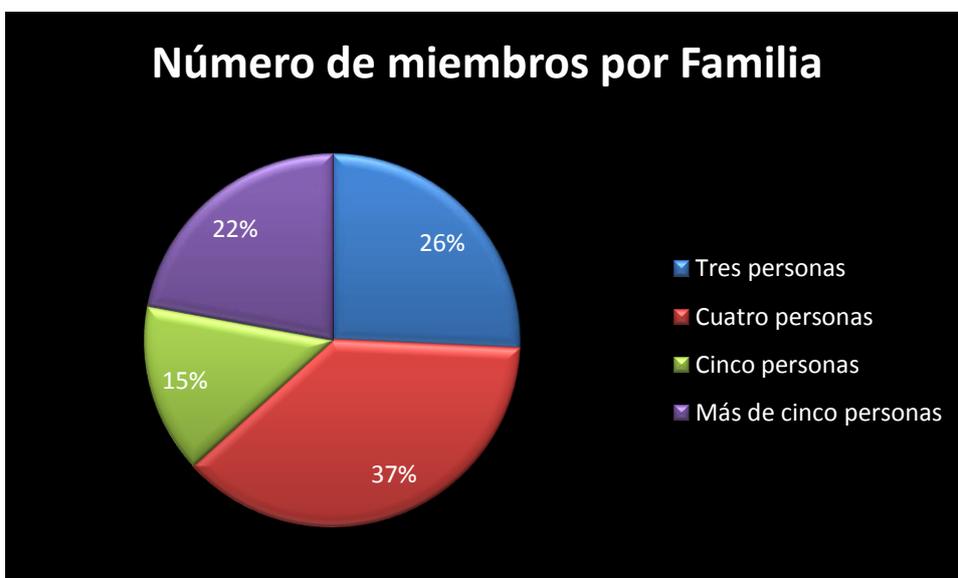


Pregunta # 2 ¿Cuántos miembros son en su familia?

Por medio de esta pregunta nuestro objetivo fue el de identificar el número de personas que conforman las familias tomadas como muestra para la encuesta.

El 37,50% de las familias están conformadas por cuatro personas, el 25,74% están conformadas por tres miembros, el 22,06% tiene más de cinco miembros en su familia y el 14,71% de las familias están conformadas por cinco personas.

Los resultados se ven más detalladamente en el siguiente gráfico:

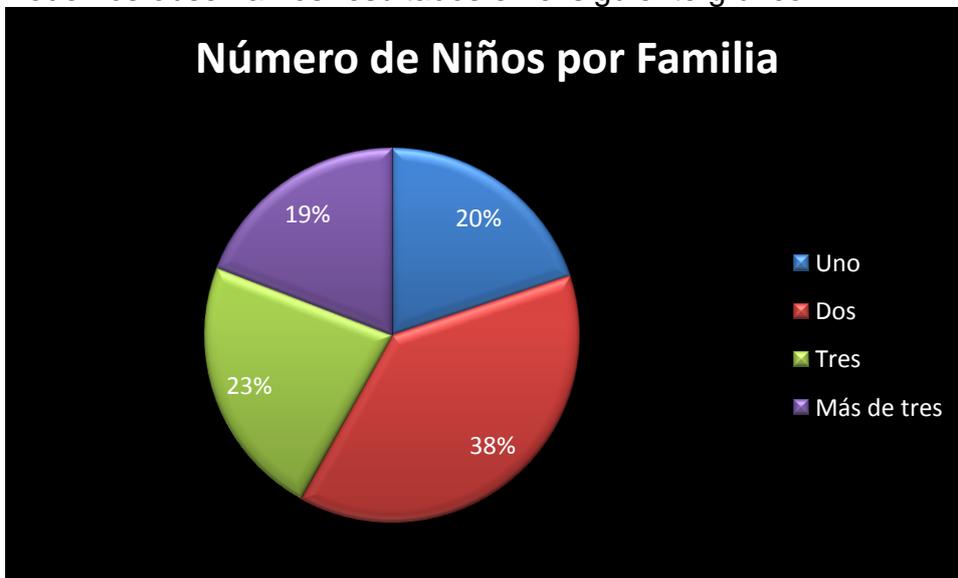


Pregunta # 3 ¿Cuántos niños hay en su familia?

Esta pregunta se la realizó con el fin de determinar el posible consumo de las familias por los menores que hay en cada familia.

El 38,24% de las familias tienen dos niños, el 22,79% tres niños, el 19,85% un niño mientras que el 19,12% tienen más de tres niños.

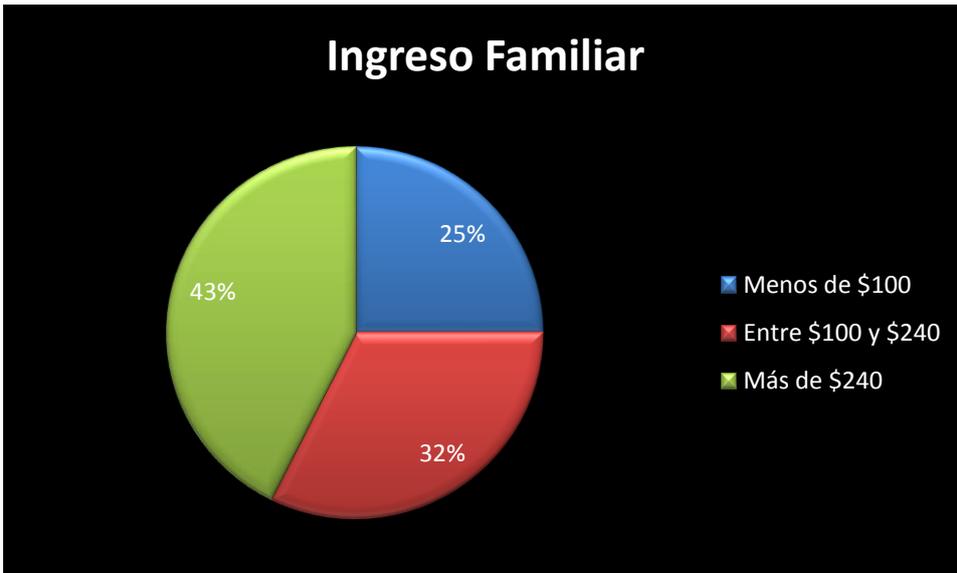
Podemos observar los resultados en el siguiente gráfico:



Pregunta # 4 ¿Cuál es su ingreso familiar?

La intención de esta pregunta es conocer el ingreso de las familias, para estimar nuestro monto de inversión y consumo.

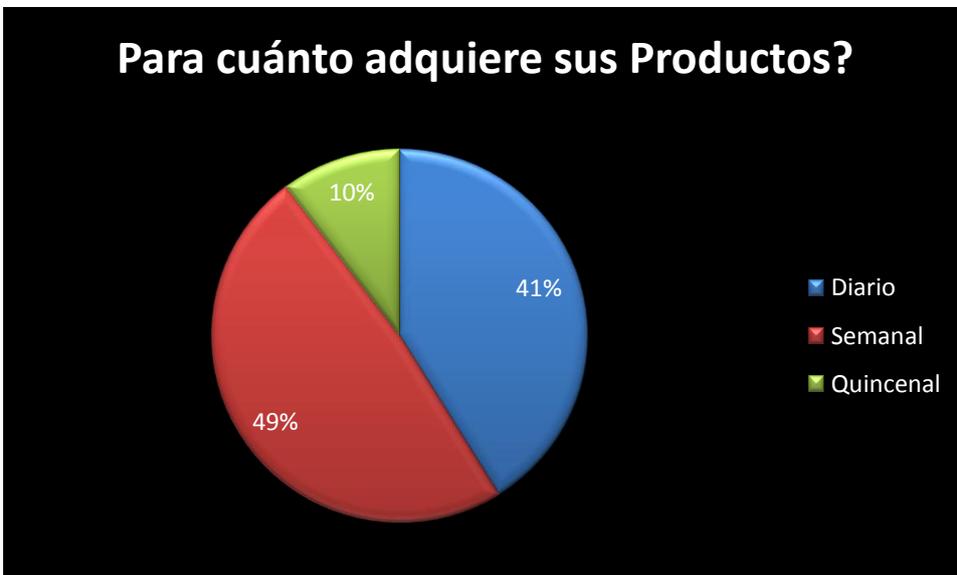
El 25% de las familias tienen un ingreso menor a \$100, el 32,35% tienen un ingreso entre \$100 y \$240 y finalmente, el 42,65% de las familias encuestadas tienen un ingreso familiar superior a \$240, como se puede observar en el siguiente gráfico:



Pregunta # 5 ¿Para cuánto tiempo adquiere sus productos?

Con esta pregunta podemos determinar la frecuencia de nuestros viajes, tomando en cuenta la forma y el tiempo para el cual se abastecen las familias en la Isla Puná.

El 48,53% de las familias se abastecen semanalmente, el 41,18% se abastecen diariamente y el 10,29% de las familias adquieren sus productos para cada quince días.



5.6 Análisis de la competencia

En la actualidad la competencia realiza el abastecimiento de carga de una manera insegura, transportando los productos en embarcaciones muy deterioradas que datan de los años 80 y que no ha recibido algún tipo de mantenimiento y daría la impresión que los productos se caerán en la ruta que realizan.

Adicional a esto no tienen un área en la que puedan almacenar los productos que necesitan refrigeración y en un día en el que el clima sea calido y húmedo estos productos se dañan, también no realizan una correcta labor de estiba y consolidación por tipo de producto sino que cargan el buque de manera equitativa mezclando alimentos con productos de aseo y limpieza e inclusive con productos farmacéuticos.

Debido a que el abastecimiento lo realizan actualmente desde Guayaquil tienen la limitación de realizar solo 3 viajes a la semana y no es inmediata, inclusive si un cliente solicita cierta mercadería puede recibirla 2 o 3 días después de haberlo solicitado.

6. ESTRATEGIAS DEL MERCADO

6.1 Consideraciones Internacionales, nacionales y locales

NACIONALES

El entorno nacional favorece al servicio que se va a ofrecer inclusive se contará con el apoyo del gobierno, el cual al verificar que se está solucionando uno de los problemas que tiene la Isla, impulsará para que se continúe.

La ciudad de Puná al encontrarse en una Isla no tiene la facultad de poder abastecerse correctamente de carga y se torna difícil por el proceso de traslado, en el transcurso de los años esto ha sido aprovechado por ciertos grupos los cuales explotan la oportunidad que tienen de dar productos a los habitantes a precios extremadamente altos, y los habitantes no tienen otra opción que aceptar este precio porque no existe otra forma de abastecimiento.

Al enfocar el proyecto en un correcto y legal abastecimiento de carga a un pueblo que ha sido reprimido en el pasar de los años se ganará el apoyo de muchos grupos sociales, municipalidades e inclusive el gobierno; esto ayudara a que los habitantes de la Isla confíen más en el tipo de servicio que se puede ofrecer y acepten esta forma de abastecimiento.

6.2 Estrategias de producto, precio y estacionalidad

La estrategia que se va a utilizar para poder contar con la cantidad adecuada de productos que los habitantes de la Isla necesitarán, será contactarnos con los mayores distribuidores y proveedores de todo tipo de mercadería en Posorja y Guayaquil, los cuales según el estudio, tienen la capacidad de sobre abastecer a la Isla.

Se cuenta con una bodega en Posorja para almacenar la mercadería que se va a ir transportando diariamente a la Isla; en esta bodega se contara con refrigeradores para poder almacenar productos perecibles que necesiten de refrigeración para que no sufran daños.

En ciertas épocas se incrementará la transportación de ciertos productos que son explotados por temporadas, como es el caso de alimentos, o inclusive útiles escolares; para esto se estará preparado para mantener el nivel de calidad que siempre se ha mostrado.

6.3 Estrategias de Distribución, penetración y venta personal

La manera como se va a distribuir a todos los habitantes de la Isla será contactando a los mayores distribuidores de cada tipo de producto que se encuentren en la Isla, los cuales serán los encargados de abastecer a cada uno de los establecimientos que necesiten de productos como tiendas, farmacias, establecimientos educativos, etc. Esto ayudará a que no exista un descontrol al momento de entregar la mercadería tal como sucede en la actualidad y se trasladará la responsabilidad de abastecer a cada uno de los habitantes de la Isla a estos grandes distribuidores.

Lo más complicado será el romper la idiosincrasia que existe en cada uno de los habitantes de la Isla los cuales están acostumbrados al actual modelo de abastecimiento así no sea la manera correcta; una de las estrategias que utilizaremos será el ofrecer los productos a menor precio de lo que lo hacen los actuales encargados del abastecimiento, con esto buscamos el atraer la mayor cantidad de clientes que se sentirán atraídos por la oportunidad de invertir menos al adquirir sus productos. Se debe tomar en cuenta que al hablar se menor precio, se está tomando como referencia los precios que actualmente existen en destino.

Al empezar la labor nos enfocaremos en entregar la carga de manera oportuna realizando aproximadamente 2 viajes semanales sin intermediarios como ocurre actualmente, esto ayudará a los grandes distribuidores de la Isla a siempre estar abastecidos y nunca tener escasez de algún producto.

Una de las principales estrategias así mismo es ofrecer la mercadería con excelente calidad tomando en cuenta estándares para que los productos estén siempre adecuados para su uso o consumo. Lo importante es señalar que el tiempo de transportación desde Posorja a la Isla Puná es mucho menor, que transportar de Guayaquil a Puná, lo que nos permite ofrecer productos frescos ya que en ningún momento se rompe la cadena de frío.

6.4 Estrategias de promoción, distribución y gastos

La idiosincrasia de la gente no permite realizar promociones adecuadas para dar a conocer el servicio, pero se puede aplicar como estrategia de promoción la entrega de productos adicionales cuando se acerquen a nuestra embarcación a retirar su mercadería; por ejemplo, entregar jarros cervecedores, camisetas, pelotas, encendedores, etc. Todo esto se lo va a obtener con la ayuda de la empresa privada, buscando auspicio para que este tipo de producto no salga directamente de la caja.

Como estrategia de gastos se puede buscar un crédito que ayude a iniciar las actividades sin problemas, una de las instituciones para que ayude con crédito es la Corporación Financiera Nacional que al asegurar el tipo de servicio aprobará el crédito. Esto también servirá para contar con un contingente necesario para casos de emergencia; adicional para realizar el respectivo mantenimiento de lo que se necesita para ofrecer el servicio, como por ejemplo las embarcaciones, refrigeradoras, bodega, etc.

Otra forma para obtener recursos es la aportación de los principales accionistas de la empresa con cierto porcentaje de lo que se necesita para el inicio de actividades.

7. OPERACIONES

7.1 Riesgos internos

Al no tener la debida experiencia en ofrecer este tipo de servicio se puede tener algunos riesgos a nivel interno como:

Riesgos en los tiempos.- Al iniciar las actividades se informará a los grandes distribuidores de mercadería de la Isla Puná, cómo será la forma de abastecimiento diario; uno de los riesgos es incumplir con la fecha u hora de entrega de la mercadería, lo cual generaría inconvenientes al momento de satisfacer a los clientes y de cumplir con el objetivo de mantener siempre abastecida a la Isla.

Falla en las embarcaciones.- La forma como se va a transportar los productos a la Isla Puná directamente desde Posorja es riesgosa, la razón es porque la ruta que en algunas ocasiones se torna de difícil navegación por la aparición de troncos de árboles debido a la tala de árboles; uno de estos troncos puede que afecte a la embarcación y esta sufra daños que no permitan continuar con el traslado de la carga hacia el punto de destino. Motivo por el cual nuestro proveedor del servicio de transportación se compromete a maniobrar adecuadamente la embarcación, y en caso de alguna falla, asistir y solucionarla inmediatamente.

Daño de la mercadería.- Esto es algo que puede ocurrir ya sea causado o de imprevisto; la mercadería se puede dañar por algunas razones pero quizá la más importante sea por una mala estiba de la carga, al realizar una mala estiba tenemos el riesgo que al momento en que se esta trasladando la carga ésta se aplaste y los productos que se dañen.

Otra causa para que se dañe la mercadería puede ser la mala consolidación de la carga y esta al ser transportada sufra alguna filtración de agua que ingresa naturalmente por el mar, o en caso de que llueva la no protección de la carga puede que se dañe al filtrarse agua y esto cause que se pudran alimentos o que se dañen productos adicionales que se este llevando.

7.2 Riesgos externos

Dentro de los riesgos a nivel externo se encuentran:

El no poder romper el mercado.- Cuando se visitó la Isla, se pudo observar cómo viven sus habitantes y como se abastecen, ellos son del tipo de personas que no buscan el aumentar su desarrollo; uno de los principales objetivos será el cambiar la idiosincrasia de los habitantes para que ellos se proyecten a un mejor estilo de vida para el futuro, pero puede que ellos se resistan al cambio y no quieran mejorar su estilo de vida, lo cual no nos ayudará para romper el mercado en abastecimiento de carga.

La competencia desleal.- Los competidores al ver que se está quitando mercado con embarcaciones modernas, tiempos de respuesta ágiles y con menores precios puede que empiecen a competir deslealmente. Una de las cosas que pueden realizar es la reducción considerable del precio de traslado y distribución; ellos al tener embarcaciones muy deterioradas con más de 3 décadas de uso, no les importará el reducir sus costos a un nivel tan bajo que nosotros no vamos a poder ganar mayor mercado, para los habitantes de la Isla lo más importante es el utilizar menos dinero sin importarles como le lleguen sus productos.

Sabotaje.- Esto puede ocurrir por parte de los competidores o por grupos que no estén de acuerdo con la labor que estamos desarrollando y puedan sabotear todo el trabajo, ya sea contratando personas o piratas para que aborden la embarcación cuando se encuentre en ruta de transportación y robarse o dañar la carga con la finalidad de no abastecer a la Isla. Otro tipo de sabotaje que pueden realizar es hablar mal de la empresa en la Isla, dañando la imagen y generando especulación para que los habitantes no confíen y busquen a los competidores para su abastecimiento.

7.3 Planes de contingencia

Los planes de contingencia son tomados en torno a los riesgos a nivel interno y externo, entre los planes de contingencia se encuentran:

Embarcación de resguardo contactada.- En caso de algún daño o desperfecto de la embarcación se contará con otra embarcación que sea alquilada para que el abastecimiento no se vea afectado, para esto siempre se tendrá contacto con alguna empresa que alquile una embarcación para transportar la carga coordinando el punto de encuentro y la forma como será trasladada la carga de una embarcación a otra.

Seguros para la carga.- Al transportar mercadería perecible y no perecible se tiene el riesgo de que sufra algún daño, para esto se asegura la mercadería

con una empresa de seguros marítimos que cubra en caso de emergencias o desperfectos y pueda recuperarnos la carga para así no afectar al abastecimiento de la Isla.

Buscar otro mercado objetivo.- Tomando en cuenta que no podamos romper el mercado inmediatamente realizaremos un estudio aproximadamente 2 meses después de iniciar operaciones y si revisamos que no hemos podido romper el mercado tendremos que buscar otras opciones de mercado objetivo; entre las cuales podemos escoger a las camaroneras que necesitan ser abastecidos de carga para la conservación y producción del camarón, además de las personas que viven en estas camaroneras.

7.4 Provisiones y seguros

Se contará con las suficientes provisiones de productos perecibles y no perecibles almacenadas en una bodega que tendremos en Posorja; la cual nos servirá en caso que algún distribuidor necesite un producto lo más pronto posible.

Así se garantiza una de las misiones, la de una entrega oportuna y ágil, actualmente si necesitan un producto tienen que esperar a que nuevamente llegue una embarcación desde Guayaquil, pero al tener la bodega en Posorja se asegura que tendrán los productos en menor tiempo del que actualmente reciben sus pedidos.

En caso de tener algún problema con el stock de productos se contará con contactos y proveedores que se encuentren en Posorja y en Guayaquil para que ayuden vendiendo sus productos y para que así no se vea afectado el abastecimiento de carga a la Isla. El costo del producto no se verá afectado ya que todo es adquirido al por mayor a un menor precio, incluso en destino.

8. ESTUDIO FINANCIERO

8.1 Presupuesto e inversiones

La inversión inicial para establecer nuestra compañía asciende a USD\$ 19805,00 la misma que se financiará en un 100% a través de recursos propios de accionistas.

Como podemos observar el rubro más significativo de la inversión inicial es la que tenemos que hacer para la compra de la carga a transportar y comercializar en el primer viaje, monto que asciende a \$ 11660,40.

PRESUPUESTO DE GASTO DE CONSTITUCION LEGAL	
DESCRIPCIÓN	GASTO
Honorarios abogado	\$150
Apertura cuenta de integración de capital	\$17.000
Elevar como Escritura Pública ante un Notario	\$260
Publicación del Extracto en Diario Universo	\$25
Inscripción de Escritura en registro Mercantil	\$125
Afiliación a Cámara de Comercio de Guayaquil	\$52
Inscripción del nombramiento en Registro Mercantil	\$9,30

TOTAL	\$17.621
(-) Devolución de depósitos de integración de capital	\$17.000
GASTO DE CONSTITUCIÓN NETO	\$621

CLASE DE PERMISO	GASTO
Certificado de Seguridad Cuerpo de bomberos	\$31,50
Tasa de Habilitación Municipal	\$34
Patente Municipal	\$14
Permiso de Funcionamiento Dirección de Salud	\$40
Planilla de Inspección Dirección de Salud	\$12
Categoría otorgada por el Ministerio de Industrias y Comercio (Industrias y Pequeñas Industrias)	\$0
Carnets de Salud Ocupacionales	\$2
RUC del establecimiento	\$0
TOTAL	\$133,50

TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$754,80
-------------------------------------	-----------------

Inversión Inicial:

APORTE DE LOS SOCIOS	PORCENTAJE	TOTAL
ANDREA MELISSA TOVAR FREIRE	50%	\$10.000,00
DANIEL ADOLFO GARCÍA FLORES	50%	\$10.000,00
TOTAL DE APORTACIÓN		\$20.000,00

DESCRIPCION	\$1.489,80	CANTIDAD	PREC. UNIT.	SUBTOTAL	TOTAL
ACTIVOS FIJOS					
EQUIPOS Y MAQUINARIAS					\$5.300,00
CÁMARA DE FRÍO 15M ³		1	\$5.000,00	\$5.000,00	
GENERADOR DE ENERGIA EN CASO DE EMERGENCIA		1	\$300,00	\$300,00	
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN					\$1.489,80
COMPUTADORA PORTÁTIL		1	\$604,80	\$604,80	
COMPUTADORAS DE ESCRITORIO		2	\$400,00	\$800,00	
IMPRESORA MULTIPROPÓSITO		1	\$85,00	\$85,00	
MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA					\$500,00
ESCRITORIO		1	\$100,00	\$100,00	
TELEFAX MARCA PANASONIC		1	\$70,00	\$100,00	
SILLAS		3	\$100,00	\$100,00	
LETRERO		1	\$100,00	\$100,00	
ENSERES Y SUMINISTROS				\$100,00	
LÍNEA TELEFÓNICA		1	\$100,00	\$100,00	\$100,00
TOTAL INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS					\$7.389,80
ACTIVOS DIFERIDOS					\$754,80
GASTOS DE CONSTITUCIÓN				\$621,30	
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO				\$133,50	
TOTAL DE INVERSIÓN PARA PRIMER VIAJE CON FLETE					\$11.660,40
TOTAL DE INVERSIÓN EN ACTIVOS					\$19.805,00
SALDO EN CAJA (A FAVOR)					\$195,00

8.2 Proyección a cinco años

INGRESOS POR SERVICIOS Y VENTAS	PROYECCIÓN DE INGRESOS AL 2% ANUAL				
	2011	2012	2013	2014	2015
		2%	2%	2%	2%
VENTA DE PRODUCTOS					
INGRESOS ANUALES EN VIAJES CON FLETE	\$ 1.357.158,62	\$ 1.384.301,79	\$ 1.411.987,83	\$ 1.440.227,58	\$ 1.469.032,14
	\$ 1.357.158,62	\$ 1.384.301,79	\$ 1.411.987,83	\$ 1.440.227,58	\$ 1.469.032,14

COSTO VENTAS

	PROYECCIÓN DE INGRESOS AL 2% ANUAL				
	2011	2012	2013	2014	2015
		2%	2%	2%	2%
COMPRA DE PRODUCTOS CON FLETE	\$ 1.211.748,77	1.235.983,74	\$ 1.260.703,42	\$ 1.285.917,49	\$ 1.311.635,84
Suman	\$ 1.211.748,77	1.235.983,74	\$ 1.260.703,42	\$ 1.285.917,49	\$ 1.311.635,84
	\$ 83.136,00	\$ 84.798,72	\$ 86.494,69	\$ 88.224,59	\$ 89.989,08

EGRESOS POR COMPRAS

COMPRA DE PRODUCTOS SIN FLETE	PROYECCIÓN DE INGRESOS AL 2% ANUAL				
	2011	2012	2013	2014	2015
		2%	2%	2%	2%
	\$ 1.128.612,77	1.151.185,02	\$ 1.174.208,72	\$ 1.197.692,90	\$ 1.221.646,76

8.3 Análisis del punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO			
PUNTO DE EQUILIBRIO VIAJES POR FLETE			
COSTO FIJO MENSUAL	\$	4.999,43	PUNTO DE EQUILIBRIO = $\frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio de Venta} - \text{Costo variable}}$ PUNTO DE EQUILIBRIO = $\frac{\$ 4.999,43}{18,98 - \$ -}$
PRECIO DE VENTA PROMEDIO		18,98	
P.E	mensual	263,41	Unidades de Servicios
P.E	Diario	8,78	Unidades
P.E	mensual	\$ 4.999,43	Dolares

8.4 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
En Dólares						
	INICIAL	2011	2012	2013	2014	2015
FUENTES / ENTRADAS		\$ 1.357.158,62	\$ 1.384.301,79	\$ 1.411.987,83	\$ 1.440.227,58	\$ 1.469.032,14
Ingresos Operacionales		\$ 1.357.158,62	\$ 1.384.301,79	\$ 1.411.987,83	\$ 1.440.227,58	\$ 1.469.032,14
APLICACIONES / USOS		\$ 1.192.989,46	\$ 1.255.328,74	\$ 1.282.414,34	\$ 1.310.155,84	\$ 1.338.758,05
Compras		\$ 1.128.612,77	\$ 1.151.185,02	\$ 1.174.208,72	\$ 1.197.692,90	\$ 1.221.646,76
Por Sueldos y Salarios		\$ 18.000,00	\$ 18.897,98	\$ 19.840,75	\$ 20.830,55	\$ 21.869,74
Por Beneficios Sociales, Otros		\$ 10.392,00	\$ 10.910,43	\$ 11.454,73	\$ 12.026,17	\$ 12.626,13
Gastos Basicos		\$ 13.386,00	\$ 14.053,79	\$ 14.754,90	\$ 15.490,99	\$ 16.263,79
Seguros		\$ 2.351,19	\$ 2.468,48	\$ 2.591,63	\$ 2.720,92	\$ 2.856,66
Permisos Por Funcionamiento		\$ 247,50	\$ 247,50	\$ 259,85	\$ 272,81	\$ 286,42
Por Pago del 15% Trabajadores		\$ 0,00	\$ 14.970,84	\$ 15.076,85	\$ 15.173,25	\$ 15.335,65
Por Pago del 25% Impuesto a la Renta		\$ 0,00	\$ 21.208,69	\$ 21.358,86	\$ 21.495,44	\$ 21.725,51
Distribucion de utilidades de Accionistas		\$ 20.000,00	21.386,00	22.868,05	24.452,81	26.147,39
Gastos de Constitucion y de funcionamiento	-\$ 754,80					
Por Adquisición de Activos Fijos	-\$ 7.389,80					
Por Concepto de primer viaje realizado con flete	-\$ 11.660,40					
FLUJO DE CAJA		\$ 164.169,16	\$ 128.973,05	\$ 129.573,49	\$ 130.071,75	\$ 130.274,09
INVERSION INICIAL	-19.805,00					
Saldo Inicial	20.000,00					
TESORERIA ACUMULADA	195,00	\$ 164.364,16	\$ 293.337,22	\$ 422.910,71	\$ 552.982,45	\$ 683.256,54

8.5 Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE P & G PROYECTADO					
En Dólares					
INICIAL	2011	2012	2013	2014	2015
UTILIDAD BRUTA	\$ 145.409,85	\$ 148.318,05	\$ 151.284,41	\$ 154.310,10	\$ 157.396,30
INGRESOS	\$ 1.357.158,62	\$ 1.384.301,79	\$ 1.411.987,83	\$ 1.440.227,58	\$ 1.469.032,14
COSTO DE VENTAS	\$ 1.211.748,77	\$ 1.235.983,74	\$ 1.260.703,42	\$ 1.285.917,49	\$ 1.311.635,84
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 45.604,25	\$ 47.805,74	\$ 50.129,41	\$ 52.072,41	\$ 54.633,70
Sueldos	\$ 18.000,00	\$ 18.897,98	\$ 19.840,75	\$ 20.830,55	\$ 21.869,74
Servicios Prestados	\$ 10.392,00	\$ 10.910,43	\$ 11.454,73	\$ 12.026,17	\$ 12.626,13
Gastos Básicos	\$ 13.386,00	\$ 14.053,79	\$ 14.754,90	\$ 15.490,99	\$ 16.263,79
Depreciaciones y Amortizaciones	\$ 1.227,56	\$ 1.227,56	\$ 1.227,56	\$ 730,96	\$ 730,96
Seguros	\$ 2.351,19	\$ 2.468,48	\$ 2.591,63	\$ 2.720,92	\$ 2.856,66
Permisos por Funcionamiento	\$ 247,50	\$ 247,50	\$ 259,85	\$ 272,81	\$ 286,42
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 99.805,60	\$ 100.512,30	\$ 101.155,00	\$ 102.237,69	\$ 102.762,60
Intereses Bancarios	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 99.805,60	\$ 100.512,30	\$ 101.155,00	\$ 102.237,69	\$ 102.762,60
15% Trabajadores	-\$ 14.970,84	-\$ 15.076,85	-\$ 15.173,25	-\$ 15.335,65	-\$ 15.414,39
25% Impuesto a la Renta	-\$ 21.208,69	-\$ 21.358,86	-\$ 21.495,44	-\$ 21.725,51	-\$ 21.837,05
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	\$ 63.626,07	\$ 64.076,59	\$ 64.486,31	\$ 65.176,53	\$ 65.511,16
Reserva Legal	\$ 6.362,61	\$ 6.407,66	\$ 6.448,63	\$ 6.517,65	\$ 6.551,12
Utilidad del Ejercicio	\$ 57.263,46	\$ 57.668,93	\$ 58.037,68	\$ 58.658,88	\$ 58.960,04

8.6 Balance General

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
En Dólares						
INICIAL	2011	2012	2013	2014	2015	
ACTIVOS						
ACTIVO CORRIENTE	11.855,4	\$ 92.888,56	\$ 137.062,90	\$ 180.141,69	\$ 221.988,85	\$ 262.273,86
Caja - Bancos	195,00	\$ 164.364,16	\$ 293.337,22	\$ 422.910,71	\$ 552.982,45	\$ 683.256,54
Inventario	11660,4	-\$ 71.475,60	-\$ 156.274,32	-\$ 242.769,01	-\$ 330.993,60	-\$ 420.982,68
ACTIVO FIJO	7.389,80	\$ 6.313,20	\$ 5.236,60	\$ 4.160,00	\$ 3.580,00	\$ 3.000,00
EQUIPOS Y MAQUINARIA	5300	\$ 5.300,00	\$ 5.300,00	\$ 5.300,00	\$ 5.300,00	\$ 5.300,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	1489,8	\$ 1.489,80	\$ 1.489,80	\$ 1.489,80	\$ 1.489,80	\$ 1.489,80
MUEBLES DE OFICINA Y ENSERES	500	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
LINEA TELEFONICA	100	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
(-) Depreciación Acumulada	0	-\$ 1.076,60	-\$ 2.153,20	-\$ 3.229,80	-\$ 3.809,80	-\$ 4.389,80
ACTIVO DIFERIDO	754,80	\$ 603,84	\$ 452,88	\$ 301,92	\$ 150,96	\$ 0,00
Gastos de Organización y Constitución	754,8	\$ 754,80	\$ 754,80	\$ 754,80	\$ 754,80	\$ 754,80
(-) Amortización Acumulada		-\$ 150,96	-\$ 301,92	-\$ 452,88	-\$ 603,84	-\$ 754,80
TOTAL DEL ACTIVO	20.000	\$ 99.806	\$ 142.752	\$ 184.604	\$ 225.720	\$ 265.274
PASIVOS Y PATRIMONIO						
PASIVO CORRIENTE	-	\$ 36.179,53	\$ 36.435,71	\$ 36.668,69	\$ 37.061,16	\$ 37.251,44
Obligaciones con Empleados		\$ 14.970,84	\$ 15.076,85	\$ 15.173,25	\$ 15.335,65	\$ 15.414,39
Obligaciones con el fisco		\$ 21.208,69	\$ 21.358,86	\$ 21.495,44	\$ 21.725,51	\$ 21.837,05
PASIVO LARGO PLAZO	-	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
PATRIMONIO	20.000,00	\$ 63.626,07	\$ 106.316,67	\$ 147.934,93	\$ 188.658,65	\$ 228.022,42
Aporte de Socios	20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
Reserva Legal		\$ 6.362,61	\$ 12.770,27	\$ 19.218,90	\$ 25.736,55	\$ 32.287,67
Utilidad del Ejercicio (NO DISTRIBUIDA)		\$ 37.263,46	\$ 36.282,93	\$ 35.169,63	\$ 34.206,07	\$ 32.812,66
Utilidad Acumulada		\$ 0,00	\$ 37.263,46	\$ 73.546,40	\$ 108.716,03	\$ 142.922,10
TOTAL DEL PASIVO Y PATRIMONIO	20.000,00	\$ 99.806	\$ 142.752	\$ 184.604	\$ 225.720	\$ 265.274

8.7 Tasa interna de retorno

DESCRIPCION DE TASA INTERNA DE RETORNO ESPERADA														
PRODUCTOS PERECIBLES	Precios/Caja	TIPO DE CARGA	PRECIO EN PUNA	CANTIDAD	COSTO TOTAL	FLETE (\$800)	COSTO CON FLETE	PRECIO DE VENTA(TIR AL 10%)		PRECIO DE VENTA(TIR AL 12%)		PRECIO DE VENTA(TIR AL 14%)		
								POR TIPO	POR CANT	POR TIPO	POR CANT	POR TIPO	POR CANT	
Tomate		5 CAJA		6,4	20	100	7,37	107,37	118,10	5,91	120,25	6,01	122,40	6,12
Cebolla		28 QUINTAL		33,91	10	280	20,63	300,63	330,69	33,07	336,70	33,67	342,71	34,27
Pimiento		5 CAJA		6,4	20	100	7,37	107,37	118,10	5,91	120,25	6,01	122,40	6,12
Papa		14 QUINTAL		17	15	210	15,47	225,47	248,02	16,53	252,53	16,84	257,03	17,14
Arroz		28 QUINTAL		33,9	60	1680	123,75	1803,75	1984,13	33,07	2020,20	33,67	2056,28	34,27
Zanahoria		12 SACO		14,93	5	60	4,42	64,42	70,86	14,17	72,15	14,43	73,44	14,69
Ajo		32 SACO 40lb.		38,4	1	32	2,36	34,36	37,79	37,79	38,48	38,48	39,17	39,17
FREJOL		96 QUINTAL		116	5	480	35,36	515,36	566,89	113,38	577,20	115,44	587,51	117,50
Harina		31 QUINTAL		37,9	15	465	34,25	499,25	549,18	36,61	559,16	37,28	569,15	37,94
Res		1,8 LIBRA		2,4	100	180	13,26	193,26	212,59	2,13	216,45	2,16	220,32	2,20
Chanco		1,05 LIBRA		1,5	40	42	3,09	45,09	49,60	1,24	50,51	1,26	51,41	1,29
Pollo		0,88 LIBRA		1,3	80	70,4	5,19	75,59	83,14	1,04	84,66	1,06	86,17	1,08
Guineo		5 CAJA		6,5	10	50	3,68	53,68	59,05	5,91	60,13	6,01	61,20	6,12
Naranja		4,5 CAJA 100 U.		6	15	67,5	4,97	72,47	79,72	5,31	81,17	5,41	82,62	5,51
Manzana		7 CAJA		8,9	20	140	10,31	150,31	165,34	8,27	168,35	8,42	171,36	8,57
Melón		1 3 UNID.		1,5	30	30	2,21	32,21	35,43	1,18	36,08	1,20	36,72	1,22
Agua		4,8 PACKA 24 DE BOTELLAS		6	100	480	35,36	515,36	566,89	5,67	577,20	5,77	587,51	5,88
Cerveza		8 JABA		9,9	150	1200	88,39	1288,39	1417,23	9,45	1443,00	9,62	1468,77	9,79
Gaseosas		15,6 PACKAS DE 12 BOTELLAS		18,9	40	624	45,97	669,97	736,96	18,42	750,36	18,76	763,76	19,09
Leche		10,5 CAJA DE 12 CARTONES		12,85	20	210	15,47	225,47	248,02	12,40	252,53	12,63	257,03	12,85
Queso		1,2 LIBRA		2	80	96	7,07	103,07	113,38	1,42	115,44	1,44	117,50	1,47
Mantequilla		2,3 1/2 LIBRA		3	80	184	13,55	197,55	217,31	2,72	221,26	2,77	225,21	2,82
Yogurt		1,7 LITRO		2,3	40	68	5,01	73,01	80,31	2,01	81,77	2,04	83,23	2,08
Huevo		1,6 CAJA DE 24 HUEVOS		2,1	250	400	29,46	429,46	472,41	1,89	481,00	1,92	489,59	1,96
Pan		1,05 MOLDE		1,5	100	105	7,73	112,73	124,01	1,24	126,26	1,26	128,52	1,29
Pasta		0,7 CAJAS DE 50 LIBRAS		1	35	24,5	1,80	26,30	28,94	0,83	29,46	0,84	29,99	0,86
Azucar		38 QUINTAL		45,5	20	760	55,98	815,98	897,58	44,88	913,90	45,70	930,22	46,51
Café		6 FRASCO		7,45	25	150	11,05	161,05	177,15	7,09	180,38	7,22	183,60	7,34
Atun		96 CAJA 96 LATAS		118	3	288	21,21	309,21	340,14	113,38	346,32	115,44	352,50	117,50
Aceite		24 CAJA DE 12 BOTELLAS		29	10	240	17,68	257,68	283,45	28,34	288,60	28,86	293,75	29,38
PRODUCTOS NO PERECIBLES	Precios/Caja	TIPO DE CARGA		CANTIDAD	COSTO TOTAL	FLETE (\$500)	COSTO CON FLETE	PRECIO DE VENTA(TIR AL 10%)		PRECIO DE VENTA(TIR AL 12%)		PRECIO DE VENTA(TIR AL 14%)		
								POR TIPO	POR CANT	POR TIPO	POR CANT	POR TIPO	POR CANT	
ROPA		100 100 UNIDADES (1PACA)		122	0,5	50	3,68	53,68	59,05	118,10	60,13	120,25	61,20	122,40
Jabon		1 PAQUETE DE 3		1,35	250	250	18,42	268,42	295,26	1,18	300,63	1,20	305,99	1,22
Papel Higienico		8,5 PAQUETE DE 24		10,5	30	255	18,78	273,78	301,16	10,04	306,64	10,22	312,11	10,40
Pasta Dental		0,7 COLGATE GRANDE		1	120	84	6,19	90,19	99,21	0,83	101,01	0,84	102,81	0,86
Shampoo		2,5 1 LITRO		3,4	500	1250	92,08	1342,08	1476,29	2,95	1503,13	3,01	1529,97	3,06
Escobas		1,5 UNIDAD		2	30	45	3,31	48,31	53,15	1,77	54,11	1,80	55,08	1,84
Trapeadores		1 UNIDAD		1,5	30	30	2,21	32,21	35,43	1,18	36,08	1,20	36,72	1,22
Desinfectantes		1 GALON		1,5	80	80	5,89	85,89	94,48	1,18	96,20	1,20	97,92	1,22
INVERSION				735,69		10860,4	800	11660,4	12826,44	708,48	13059,65	721,36	13292,86	734,24

9. ANÁLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO

9.1 Requerimientos del capital

La inversión inicial para establecer nuestra compañía asciende a USD\$ 19805,00 la misma que se financiará en un 100% a través de recursos propios de accionistas.

9.2 Razones financieras basadas en las proyecciones anuales

Razón Circulante: Entre 2.0 y 2.5 veces. Establece el nivel que tiene la empresa para cancelar sus obligaciones en el corto plazo.

Prueba Ácida: se considera como ideal de resultado 1. Mide la capacidad inmediata que tienen los activos circulantes para cubrir los pasivos circulantes.

Apalancamiento: miden la capacidad que tiene la empresa para contraer deudas a corto plazo con los recursos que tiene. Debe ser siempre menor a 1.

Margen de Utilidad Bruta: Muestra las ganancias en relación con las ventas.

ROS: Corresponde al porcentaje de utilidad o pérdida obtenido por cada peso que se vende.

ROA: Corresponde al porcentaje de utilidad o pérdida previo a los gastos financieros (resultado de la empresa sin deuda), obtenido por cada peso invertido en activos.

ROE: Corresponde al porcentaje de utilidad o pérdida obtenido por cada peso que los dueños han invertido en la empresa, incluyendo las utilidades retenidas.

Razones Financieras	2011	2012	2013	2014	2015
A) Liquidez					
Razón Circulante	2,57	3,76	4,91	5,99	7,04
Prueba Ácida	4,54	8,05	11,53	14,92	18,34
B) Solvencia					
Apalancamiento	0,57	0,34	0,25	0,20	0,16
Coefficiente de Endeudam	1,46	1,29	1,22	1,18	1,15
C) Rentabilidad					
Margen de Util Bruta	0,11	0,11	0,11	0,11	0,11
Margen de Util Operativa	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07
ROS	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04
ROA (activos)	0,57	0,40	0,31	0,26	0,22
ROE	0,90	0,54	0,39	0,31	0,26
D) Productividad					
Rotación de Activos	67,86	13,87	9,89	7,80	6,51
E) Fórmula DuPont					
ROS *	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04
Rotación de Activos *	67,86	13,87	9,89	7,80	6,51
Apalancamiento	1,46	1,29	1,22	1,18	1,15
= ROE	4,18	0,74	0,50	0,37	0,30

9.3 Evaluación: Sensibilidad y Rentabilidad

Sensibilidad

De acuerdo al análisis de sensibilidad de la empresa, y según los ingresos esperados, la tasa interna de retorno que elegimos fue del 12%, lo que garantiza buenos ingresos en el corto plazo de acuerdo a la cantidad de viajes que realicemos mensualmente.

En caso de que nuestra proyección de ventas no sea lo esperado, realizamos un análisis con un escenario menos favorable donde las ventas disminuyan a la mitad, y según los resultados seguirá generando ingresos nada despreciables según la cantidad de viajes que realicemos.

Realizamos una proyección con un escenario optimista, donde en caso de vender el doble de lo que estimamos, nos generará excelentes ingresos, que sabiéndolos administrar nos pueden servir para aumentar y mejorar la calidad de nuestros servicios y también adquirir nuevas maquinarias para agrandar nuestra empresa.

Rentabilidad

El análisis realizado en todo este estudio nos da la conclusión de que nuestro negocio puede ser muy rentable, ya que realizaríamos una inversión baja y las ganancias serán altas al corto plazo.

Esto nos garantiza que recuperaremos nuestra inversión en un tiempo menor del planificado

10. ECOLOGÍA Y MEDIO AMBIENTE

10.1 Proceso, procedimiento e impacto que se siguió y culminó

El proyecto es de carácter privado utiliza medios o recursos aprobados por las autoridades nacionales, por lo que las embarcaciones utilizadas para el transporte de la carga poseen el Certificado de Seguridad y Prevención de la Contaminación otorgado por la Autoridad Marítima Nacional.

Por lo que, el impacto ambiental no es considerable. Razón por la cual el proyecto es ambientalmente viable.

10.2 Resultados logrados

No aplicable a nuestro estudio.

11. CONCLUSIONES

- La implementación del proyecto permitirá que los habitantes de la Isla Puná mantengan un abastecimiento rápido, oportuno, eficiente y eficaz de productos perecibles y no perecibles.
- La rentabilidad estimada del proyecto facilitará su implementación y mejoramiento continuo.
- El posible sabotaje de los competidores o la competencia desleal dificultarán llevar a cabo la implementación del proyecto o la rentabilidad de este.

12. RECOMENDACIONES

Implementar en el corto plazo el proyecto desarrollado en el presente estudio.

ANEXO 1

Encuesta:

Pregunta 1:

¿Dónde obtienen sus productos de consumo?

- Fuera de Puná _____
- En una tienda de la localidad _____
- Envío por familiares o amigos _____

Pregunta 2:

¿Cuántos miembros son en su familia?

- Tres personas _____
- Cuatro personas _____
- Cinco personas _____
- Más de cinco personas _____

Pregunta 3:

¿Cuántos niños hay en su familia?

- Uno _____
- Dos _____
- Tres _____
- Más de tres _____

Pregunta 4:

¿Cuál es su ingreso familiar?

- Menos de \$100 _____
- Entre \$100 y \$240 _____
- Más de \$240 _____

Pregunta 5:

¿Para cuánto tiempo adquiere sus productos?

- Diario _____
- Semanal _____
- Quincenal _____