

INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES



III DIPLOMADO SUPERIOR EN ALTA GERENCIA

MONOGRAFIA

TEMA: PROYECTO: DISTRIBUIDORA PARA MATERIALES
DE LA CONSTRUCCION

TUTOR: Economista José Guerrero

CURSANTE: Ingeniera Lucia Pérez

FECHA: 14-06-2007

BIBLIOTECA - IAEN



012573

DEDICATORIA

El ser humano es dueño de sus propios desafíos y su lucha constante hace que cada persona sea especial, digna de admiración cuando ha conseguido sus mas anhelos, sueños.

Doy gracias a Dios por bendecir mi camino día a día enseñándome que valores como, la responsabilidad, constancia y mucha disciplina hacen que la persona alcance su verdadera paz interior.

Dedico este nuevo triunfo a unas personas excepcionales que con su apoyo e infinito amor hacen que mi vida sea cada día mejor, mis padres y a una pequeñita muy especial mi hermana que quiero con todo mi corazón y que deseo que siempre llene su vida de satisfacciones muy grandes que enaltezcan su vida así como yo lo hago en esta oportunidad porque las cosas que realmente valen la pena son aquellas que nos cuestan esfuerzo y mucha dedicación.

INDICE:

Introducción.

CAPITULO I: MARCO REFERENCIAL.

1.1 Planteamiento del problema.

1.2 Definición del problema.

1.3 Evaluación del problema.

1.4 Límites de estudio del tema.

1.5 Determinación del universo.

1.6 Elaboración del esquema

1.7 Cronograma de trabajo para el proyecto de inversión.

1.8 Objetivos del proyecto.

1.9 Planteamiento de la hipótesis.

CAPITULO II: ANALISIS DE MERCADO

2.1 Segmentación del mercado:

2.1.1 Competencia

2.1.2 Precios.

2.1.3 Oferta

2.1.4 Demanda.

2.1.5 Demanda insatisfecha.

2.2 Alternativas de comercialización

CAPITULO III: PLANIFICACION ESTRATEGICA.

3.1 Análisis del entorno.

3.1.1 Macro-entorno.

3.1.2 Micro-entorno.

3.1.3 Matrices de relacionamiento.

3.1.4 Estrategias de acción y defensivas:

3.2 Misión.

3.3 Visión: 2012

3.4 Valores.

3.5 Objetivos.

3.6 Plan operativo:

3.7 Mapa estratégico.

CAPITULO IV: ANALISIS TECNICO.

4.1 Localización del proyecto.

4.2 Requerimientos.

4.2.1 Terreno y construcción:

4.2.2 Maquinaria y equipo:

4.2.3 Materia prima:

4.2.4 Mano de obra:

4.2.5 Insumos:

4.2.6 Gastos pre-operacionales:

4.2.7 Servicios básicos:

4.2.8 Mantenimiento:

4.2.9 Publicidad:

4.2.10 Otros:

CAPITULO V: ADMINISTRATIVO- ORGANIZACIONAL.

5.1 Estructura de la organización.

5.2 Descripción de funciones:

5.2.1 Área: gerencia general

5.2.2 Área: comercial

5.2.3 Área: financiera

5.2.4 Área: de almacenaje

- 5.3 Perfil de cargos:
 - 5.3.1 Perfil del gerente-administrador.
 - 5.3.2 Perfil del contador
 - 5.3.3. Perfil del vendedor
 - 5.3.4. Perfil de cajera
 - 5.3.5. Perfil del despachador
 - 5.3.6. Perfil del bodeguero.
- 5.4 Análisis del marco legal del proyecto
 - 5.4.1 Base legal:
 - 5.4.2 Sistema tributario
- 5.5 Análisis del impacto ambiental

CAPITULO VI: ANALISIS ECONOMICO-FINANCIERO.

- 6.1. Presupuestos de operación:
 - 6.1.1 Presupuesto de ingresos
 - 6.2.2. Presupuesto de egresos:
 - 6.2.3 Flujo neto de caja:
 - 6.2.4 Periodo de recuperación de la inversión.
- 6.3 Punto de equilibrio.
 - 6.3.1 Productos:
 - 6.3.2 Servicios:
- 6.4 Evaluación económico- financiera.
 - 6.4.1 Valor actual neto.
 - 6.4.2 Tasa interna de retorno.
- Conclusiones
- Recomendaciones
- Informe Ejecutivo.
- Bibliografía
- Autorización de publicación.

PROYECTO: DISTRIBUIDORA DE MATERIALES PARA LA
CONSTRUCCION
“STEEL WORLD CIA LTDA”

INTRODUCCION

Hoy en día los negocios están encaminados a brindar un mejor servicio y asesoría fomentando una estrecha relación con los clientes a través de un trato excelente y donde ellos se sientan parte fundamental del mismo.

Es importante generar un negocio factible y sostenible en el tiempo por tanto el presente proyecto tiene por objeto la utilización de recursos viables y adaptables al medio en que nos desempeñamos.

Considerando que me desempeño en una empresa dedicada a la fabricación de puertas y portones para garaje en acero y que el giro de este negocio se encamina a la construcción y gracias a las experiencias obtenidas he decidido realizar un proyecto enfocado a la comercialización de materiales para la construcción y prestación de servicios.

1. PRODUCTOS.- Entre algunos productos de acero que se distribuirán están:

1. Ángulos, platinas.
2. Alambrón, electro mallas.
3. Varillas corrugadas y lisas, barras cuadradas.
4. Planchas o laminas de acero en diferentes medidas y espesores.

Cabe indicar que estos productos se utilizan en un sinnúmero de actividades destinadas a la construcción como; fabricación de cerramientos, aeropuertos, viaductos, torres de transmisión de energía eléctrica, componentes de camiones, las varillas con resaltes se utilizan especialmente como refuerzo en las estructuras de hormigón armado, las varillas lisas se utilizan en la fabricación de pernos, engranajes, ejes, muelles y carpintería metálica de baja exigencia.

Además se pretende brindar a los clientes un servicio de corte y doblado de planchas tanto en laminado al frío como galvanizado ahorrándoles tiempo en su trabajo.

2. SERVICIOS:

2.1 SERVICIO DE CORTE.- Se puede ofrecer a través de una cizalla eléctrica o a través de una cortadora de golpe manual para todo tipo de plancha.

2.2 SERVICIO DE DOBLADO.- Consiste en brindar al cliente un complemento a su compra a través de la prestación de este servicio por medio de una máquina dobladora manual de muelas la cual efectúa los dobleces necesarios en las planchas que se adquieren fundamentalmente para la fabricación de puertas se ahorra tiempo a los cerrajeros.

La estrategia para que el proyecto tenga el éxito esperado radicará en el precio, enfocado en un valor accesible para el comprador con lo que se pretende generar fidelidad por este concepto sin descuidar otros aspectos que han sido indispensables como la calidad de la materia prima y una buena atención al cliente, por tanto este proyecto se enfocara en una estrategia competitiva de liderazgo en costos.

CAPITULO I: MARCO REFERENCIAL.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Conocer la posibilidad real de establecer una distribuidora de materiales para la construcción en la zona comercial de Quitumbe al Sur de Quito, la misma que ayudará al crecimiento sostenido del sector además de brindar oportunidades de crecimiento económico generando fuentes de trabajo.

El proyecto debe dar a conocer las condiciones reales de mercado, se deben efectuar los requerimientos de orden técnico y con toda la información recopilada realizar un análisis financiero que de cómo resultado la viabilidad o no del estudio.

1.2 DEFINICION DEL PROBLEMA.

La distribuidora de materiales para la construcción es un proyecto de inversión enfocado a la comercialización directa al consumidor final de un sinnúmero de artículos de acero que se empleen en el sector de la construcción, además de la prestación de los servicios de corte y doblado de planchas como complemento de la actividad comercial.

1.3 EVALUACIÓN DEL PROBLEMA.

Para evaluar el proyecto se utilizaran datos tomados del mercado como oferta, demanda y a través de la proyección de la demanda insatisfecha se efectuaran proyección de ventas y se realizaran estimaciones de inversiones como de los egresos que sean necesarios para poner en marcha el negocio.

Finalmente estos datos se aplicaran en un flujo que conjuntamente con indicadores como el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno reflejaran si conviene o no realizar este proyecto.

1.4 LIMITES DE ESTUDIO DEL TEMA.

Por ser un proyecto de inversión inicialmente su comercialización y distribución será solo a nivel local se excluye la posibilidad de realizar importaciones directas ya que el aporte de capital seria aún mayor.

1.5 DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO.

El universo ideal para este tipo de negocios será toda la zona urbana y valles aledaños de Quito, pero se ha considerado la zona de Quitumbe por cuanto se dispone de un terreno apropiado para dicho negocio.

1.6 ELABORACION DEL ESQUEMA.-

El esquema propuesto será el siguiente:

- ❖ Introducción.
- ❖ Elaboración del Capitulo I: Marco Referencial.
- ❖ Elaboración del Capitulo II: Análisis de Mercado
- ❖ Elaboración del Capitulo III: Planificación Estratégica.
- ❖ Elaboración del Capitulo IV: Análisis Técnico.
- ❖ Elaboración del Capitulo V: Análisis Administrativo-Organizacional.
- ❖ Elaboración del Capitulo VI: Análisis Económico-Financiero.
- ❖ Conclusiones y recomendaciones.

1.7 CRONOGRAMA DE TRABAJO PARA EL PROYECTO DE INVERSION.

Considerando un margen de cinco años con el año pre-operacional se propone un plan de trabajo que abarque los parámetros que debe contemplar este proyecto.

TABLA N.- 1
CRONOGRAMA DEL PROYECTO. EN USD

| Concepto | AÑOS | | | | | |
|--|----------------|---|---|-------|---|---|
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ACTIVOS FIJOS | 73.305 | | | 3.000 | | |
| Terreno | 38.350 | | | | | |
| Construcción | 24.900 | | | | | |
| Maquinaria y Equipo | 5.880 | | | | | |
| Equipo de Computo | 3.660 | | | 3.000 | | |
| Muebles de Oficina | 515 | | | | | |
| ACTIVOS DIFERIDOS | 948 | | | | | |
| Gastos Pre operativos | 948 | | | | | |
| TOTAL INVERSIONES FIJAS | 74.253 | | | 3.000 | | |
| Capital de Trabajo | 81.113 | | | | | |
| Materia Prima | 58.794 | | | | | |
| Sueldos y Salarios | 14.880 | | | | | |
| Beneficios Sociales | 4068 | | | | | |
| Insumos | 420 | | | | | |
| Servicios Básicos | 1.416 | | | | | |
| Publicidad | 360 | | | | | |
| Manteamiento de Equipo | 900 | | | | | |
| Imprevistos | 275 | | | | | |
| TOTAL INVERS. FIJAS + CAP. DE TRABAJO | 155.366 | | - | 3.000 | 0 | 0 |

VENTA DE ACTIVOS

| | AÑOS | | | | | |
|---------------------|------|---|---|-----|---|---|
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Terreno | | | | | | |
| Construcción | | | | | | |
| Maquinaria y Equipo | | | | | | |
| Equipo de Computo | | | | 500 | | |
| Muebles de Oficina | | | | | | |
| Vehículos | | | | | | |
| TOTAL | | | | 500 | | |
| | | | | | | |

NUEVAS INVERSIONES

| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------|---|---|---|-------|---|---|
| Terreno | | | | | | |
| Obra Civil y construcción | | | | | | |
| Maquinaria y Equipo | | | | 160 | | |
| Equipo de Computo | | | | 908 | | |
| Muebles de Oficina | | | | 150 | | |
| Vehículos | | | | 8.000 | | |
| TOTAL: | | | | 9.218 | | |

1.8 OBJETIVOS DEL PROYECTO.

- 1 Crear un negocio destinado a la distribución de materiales para la construcción que brinden a las personas vinculadas artículos y servicios de calidad a precios competitivos que satisfagan su necesidad de compra inmediata.
- 2 Captar el 10% de la demanda insatisfecha logrando que el cliente satisfaga sus necesidades de compra gracias a la variedad y calidad de productos ofrecidos a precios competitivos.
- 3 Dar al cliente servicios adicionales como de corte y doblado para artículos específicos con la finalidad de optimizar su tiempo y recursos creando fidelidad de compra.

1.9 PLANTEAMIENTO DE LA HIPOTESIS.

Con la finalidad de relacionar las posibles variables que se deberían tomar en cuenta como precio, unidades de medida, condiciones de pago, es necesario desarrollar ciertas hipótesis que serán sujetas a análisis en lo posterior:

1. La ubicación de la distribuidora es accesible al consumidor en general, se encuentra en un sitio comercial o residencial?

2. Los precios de comercialización serán lo suficientemente competitivos para captar clientes?
3. La gama de productos ofrecidos satisface las necesidades del segmento a captar?
4. De acuerdo a los volúmenes de compra será necesario considerara la posibilidad de otorgar crédito?

Una vez planteadas estas hipótesis es necesario realizar respuestas alternativas que deberán ser confirmadas a lo largo del estudio con los análisis realizados.

1. El sector de Quitumbe es una zona netamente comercial y en proceso de crecimiento, ahí se encuentra proyectos inmobiliarios que demandan de insumos básicos para la construcción.
2. Si se obtiene acuerdos con las procesadoras de acero y adquiriendo en volumen se obtendrá un precio cómodo y beneficioso para el consumidor.
3. Además de la variedad de productos se ofrecerá servicios de corte y doblado de planchas de tal manera que se realiza una asistencia más amplia al cliente.
4. Si la compra sobrepasa una cantidad razonable y realizando un análisis del cliente se puede dar facilidades de crédito.

CAPITULO II: ANALISIS DE MERCADO

2.1 SEGMENTACION DEL MERCADO:

Para determinar las condiciones de mercado es necesario realizar una segmentación considerando aspectos como la competencia, precios, oferta, demanda los mismos que ayudarán a establecer los parámetros de una posible demanda insatisfecha para saber de este valor que porcentaje la empresa desea atender.

2.1.1 COMPETENCIA

En este tipo de proyectos es importante conocer tanto a la competencia directa como indirecta su comportamiento, fortalezas, debilidades y a través de estos parámetros poder determinar cual será el valor agregado que la empresa podría dar a los clientes para crear fidelidad.

Dentro de los competidores directos tenemos a todos aquellos que se encuentran en el sector sur cerca de Quitumbe y cuyo poder de venta es grande. A continuación se citan los más importantes:

TABLA N.- 2
COMPETIDORES DIRECTOS.

| N.- | NOMBRE | DIRECCION | TELEFONO |
|------------|---------------|---|-----------------|
| 1. | Idmacon | Av Maldonado 9257 y Guajalo | 2679-679 |
| 2. | Diproin | Panamericana Sur Km 13 ½ | 2694-496 |
| 3. | Hierrofer | Av Simon Bolivar | 2673-392 |
| 4. | AceroCenter | Av Mariscal Sucre 3875 y Diego Céspedes | 2629-224 |
| 5. | Mundometales | Av Maldonado 6643 | 2690-486 |

Fuente: Autora.

Como competidores indirectos se pueden citar a todos aquellos que se encuentran dentro de la zona comercial del sur y cuyas ventas afectarían indirectamente al negocio:

TABLA N.- 3
COMPETIDORES INDIRECTOS.

| N.- | NOMBRE | DIRECCION | TELEFONO |
|------------|-----------------------|------------------------------|-----------------|
| 1. | Ferretería Iralda | Av Mariscal Sucre y Pasaje Y | 2625-001 |
| 2. | Ferretería Estalín | Cardenal de la Torre y Ajavi | 2962-817 |
| 3. | Ferretero Lopez Oliva | Calle S Lote 2177 | 2623-125 |
| 4. | Maconfer | Sector Guajalo | 2673-221 |
| 5. | Importadora Villareal | Corazon 392 y Napo | 2654-705 |

Fuente: Autora.

Esta competencia está ubicada principalmente en las zonas comerciales del sur de Quito y cuyas ventas son consideradas significativas por la afluencia de gente que se observan, por otra parte constan de una gran infraestructura con galpones amplios y con diversidad de artículos y los precios guardan relación unos con otros, los productos son ofrecidos en los almacenes y adicionalmente cuentan con mostrarios en donde el cliente puede visualizar lo que necesita.

Los productos se venden por unidades o al peso en kilo, además en cuanto a la perfilería estas siempre vienen en largos de 6mts. Los espesores varían de acuerdo a las necesidades de los clientes, los artículos son de excelente calidad y por el tratamiento que se le da estos son de procedencia venezolana por cuanto el acero de este país es mejor tratado que el ruso a pesar de tener un precio menor.

2.1.2 PRECIOS.

Los precios están determinados por los importadores de acero quienes son los que manejan este parámetro, el precio es dado por kilo y de acuerdo a las condiciones de cada uno estos tienen variantes de centavos que influyen en la decisión de compra del consumidor final. A través de una encuesta en tres empresas dedicadas a la actividad se pudo establecer una lista de precios de los artículos de mayor demanda cada uno de los cuales está incluido el 12% IVA, y el pago será de contado.

TABLA N.- 4
PRECIOS DE LOS ARTICULOS MAS VENDIDOS EN EL MERCADO.

| <i>Producto</i> | <i>Mundometales</i> | <i>Idmacon</i> | <i>Maconfer</i> |
|--------------------------------------|---------------------|-----------------|-----------------|
| Angulos de 1 ¼*1/8 | 5.80 | 5.61 | 6.25 |
| Angulos de 1 ½*1/8 | 8.30 | 9.26 | 8.80 |
| Tubos ISO de 1" | 15.61 | 16.38 | 16.08 |
| Tubos ISO de 1 ¼" | 19.95 | 20.96 | 20.60 |
| Tubo cuadrado de 1*1*2.2 | 6.53 | 7.40 | 8.00 |
| Tubo cuadrado de 40*1.5 | 12.05 | 13.16 | 12.45 |
| Tubo cuadrado de 50.50*2 | 19.95 | 21.89 | 20.98 |
| Tubo rectangular de 40*20*1.2 | 7.11 | 8.46 | 8.74 |
| Tubo rectangular de 50*25*1.2 | 9.81 | 10.53 | 11.09 |
| Platina de 1 ½*1/4 | 7.89 | 9.57 | 8.92 |
| Platina de 1 * 1/8 | 2.64 | 2.74 | 2.85 |
| Tee de 1/8 | 5.48 | 5.70 | 5.74 |
| VALOR TOTAL: | \$ 121.12 | \$131.66 | \$130.50 |



P (barato)



P (caro)

Fuente: Autora.

Del listado presentado se puede observar que los precios más altos lo maneja Idmacon en tanto que los precios más bajos en forma general lo maneja Mundometales lo que significa que esta empresa maneja un liderazgo actual en el mercado en función de precios bajos sin embargo es importante indicar que este negocio importa directamente el material por ende tiene mayores descuentos que el resto de empresas analizadas.

En base al volumen promedio de adquisiciones de estas empresas a los proveedores se puede estimar que ellos ofertan alrededor de 656.000 kg de acero anual en general para sus distintas actividades.

2.1.3 OFERTA

En función de los datos analizados y tomando como base la información proporcionada por la Cámara de la Pequeña Industria se puede obtener datos históricos de cómo las empresas tanto pequeñas como grandes afiliadas a este gremio ofertan los kilos de acero y en función de este valor han realizado una estimación del comportamiento de este insumo para los próximos años:

TABLA N.- 5
DATOS HISTORICOS Y PROYECTADOS DE KILOS DE ACERO EN EL
ECUADOR SEGÚN LA CAMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA.

| PROYECCION DE AÑOS | OFERTA |
|--------------------|---------|
| 2002 | 420.780 |
| 2003 | 495.250 |
| 2004 | 512.923 |
| 2005 | 589.251 |
| 2006 | 656.000 |
| 2007 | 675.680 |
| 2008 | 695.950 |
| 2009 | 716.829 |
| 2010 | 738.334 |
| 2011 | 760.484 |
| 2012 | 783.299 |

Fuente: CAPEIPI.

2.1.4 DEMANDA.

Para conocer como se demandan los productos que se pretende comercializar es importante saber las cantidades consumidas de acero y además cuales son los requerimientos de los consumidores, determinar sus hábitos y necesidades las mismas que son expuestas a continuación.

TABLA N.- 6
CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR.

| | |
|------------------------|---|
| Nivel socio-económico: | Ingreso medio de USD 200 |
| Edad: | Mayor de 18 años |
| Sector: | Quitumbe y sitios aledaños a la zona. |
| Ocupación: | cerrajeros, constructores, ingenieros civiles y demás personas que tengan actividades relacionadas a la construcción. |
| Sexo: | Masculino o femenino. |

TABLA N.- 7
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.

| | |
|---------------------|---|
| Beneficios buscados | Precios cómodos Variedad de materiales Servicios de corte y doblado Transporte adicional |
| Hábitos de compra | Pagos de contado con descuento Pagos a crédito Periodicidad mensual |
| Hábitos de consumo | Consumidor frecuente |

A través de información recopilada en el Banco Central se obtuvieron datos históricos y por ende se pudo hacer una proyección del volumen de kilos que se demandan anualmente en el Ecuador, mostrados a continuación:

TABLA N.- 8
DATOS HISTORICOS Y PROYECTADOS DE KILOS DEMANDADOS
EN EL ECUADOR

| AÑOS | UNIDADES DEMANDADAS (KILOS) |
|-------------|------------------------------------|
| 2001 | 589124,00 |
| 2002 | 648900,00 |
| 2003 | 745980,00 |
| 2004 | 813456,00 |
| 2005 | 1118456,00 |
| 2006 | 1325000,00 |
| 2007 | 1450300,00 |
| 2008 | 1521569,00 |
| 2009 | 1615489,00 |
| 2010 | 1745000,00 |
| 2011 | 1812456,00 |
| 2012 | 1859012,00 |

Fuente: Banco Central del Ecuador

2.1.5 DEMANDA INSATISFECHA.

Con los datos obtenidos tanto de oferta como demanda se puede determinar que el negocio trabajará en un oligopolio en donde hay pocos vendedores por el sector y si una gran afluencia de compradores lo que garantizará un crecimiento de la distribuidora por el sector al que pretende atender.

Las empresas que trabajan en el sector de la construcción necesitan un capital fuerte para iniciar sus operaciones ya que la puesta en marcha es costosa necesitando estar bien abastecido y como se observa la demanda es creciente entonces este tipo de negocios existen pocas empresas con un abastecimiento grande.

Finalmente tomando los datos anteriores se puede llegar a establecer la demanda insatisfecha realizando una proyección para cinco años se ha considerado una tasa del 3% en función de la inflación para el presente proyecto.

TABLA N.- 9
OFERTA-DEMANDA= DEMANDA INSATISFECHA

| PROYECCION DE AÑOS | OFERTA | DEMANDA | DEMANDA INSATISFECHA kilos |
|-------------------------------|----------------|------------------|---|
| 2006 | 656.000 | 1'325.000 | -644.000 |
| 2007 | 675.680 | 1'450.300 | -774.620 |
| 2008 | 695.950 | 1'521.569 | -825.619 |
| 2009 | 716.829 | 1'615.489 | -898.660 |
| 2010 | 738.334 | 1'745.000 | -1'006.666 |
| 2011 | 760.484 | 1'812.456 | -1'051.972 |
| 2012 | 783.299 | 1'859.012 | -1'075.713 |

Observando que la demanda insatisfecha del 2007 será de 774.620 kgs de acero para el mercado nacional se pretende captar un 10% de este mercado, tomando en cuenta el crecimiento del sector, el auge de la construcción en la zona planteada, la gran afluencia de consumidores, el espacio geográfico idóneo por estar concentrado en una zona estrictamente comercial de tal manera que la distribuidora pretenderá comercializar alrededor de 77.462 kgs de acero en el medio.

2.2 ALTERNATIVAS DE COMERCIALIZACION

El abastecimiento de artículos de la empresa se negociará con los proveedores para que la entrega sea efectuada directamente en la bodega de la empresa.

Además es importante describir de forma muy breve las actividades que el negocio llevará a cabo con la finalidad de generar el valor agregado que necesita para mantenerse en el mercado.

1. Logística interna:

- 1.1 Recepción de materiales
- 1.2 Almacenamiento en la bodega
- 1.3 Ubicación adecuada de acuerdo a su uso

2. Operaciones:

- 2.1 Recepción del pedido
- 2.2 Verificación en bodega
- 2.3 Facturación
- 2.4 Pago en caja
- 2.5 Entrega del material en bodega

3. Logística Externa:

- 3.1 Transporte al sitio requerido con costo adicional
- 3.2 entrega del material en las bodegas por parte del proveedor

4. Mercadotecnia y ventas:

- 4.1 Elaborar hojas volantes

5. Servicio:

- 5.1 Atención en caja
- 5.2 Buen trato en bodega

Finalmente se esquematiza como se llevaría a cabo cada proceso:

GRAFICO N.- 1

Proceso de comercialización de los productos.

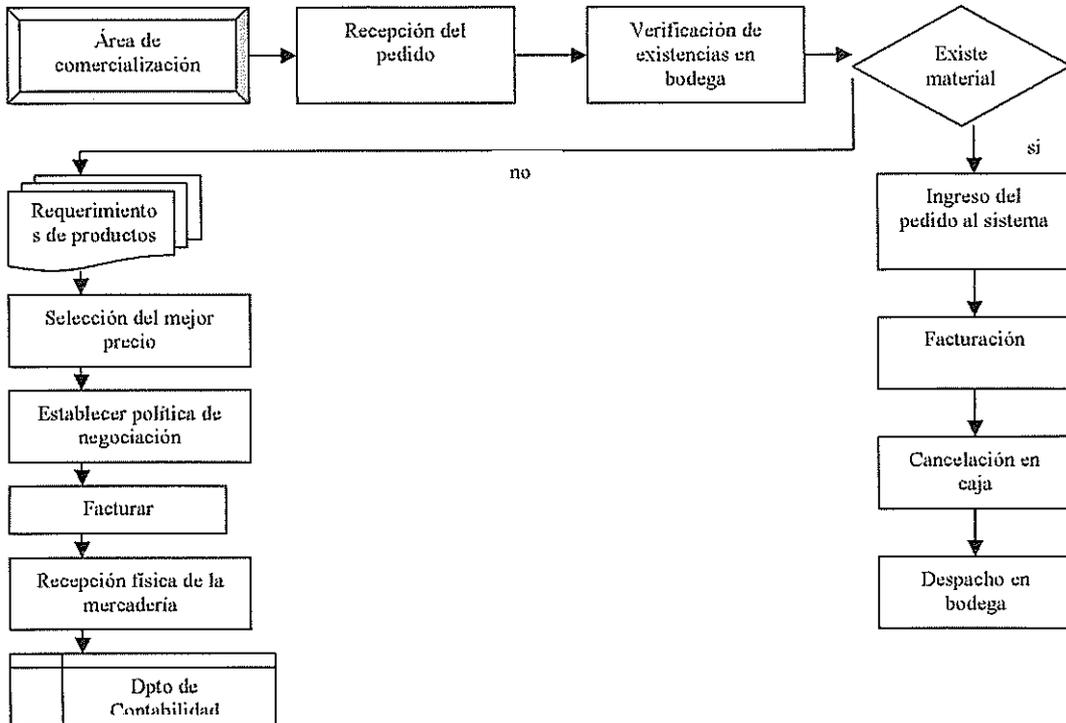
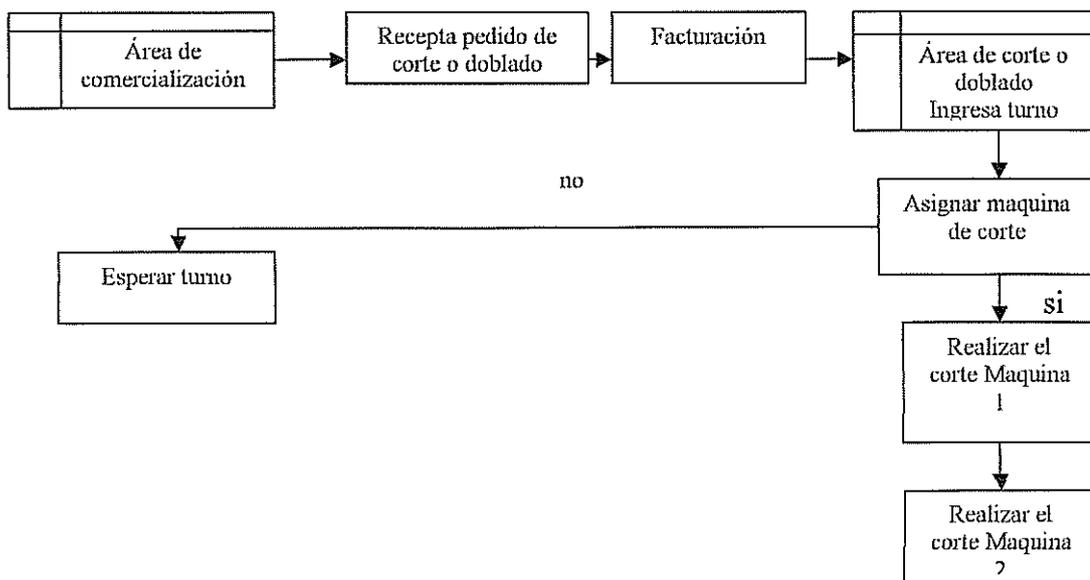


GRAFICO N.- 2

Proceso de servicio de corte o doblado.



CAPITULO III: PLANIFICACION ESTRATEGICA.

3.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO.

Con la finalidad de realizar una planificación eficaz y eficiente es necesario considerar aspectos del entorno sobre el cual gira el negocio.

3.1.1 MACRO-ENTORNO.

Contempla el estudio de factores externos sobre los cuales la empresa deberá trabajar y su impacto será importante en beneficio o perjuicio de la organización. A través de la siguiente tabla se resume el comportamiento del entorno nacional.

TABLA N.- 10
RESUMEN MACRO-ENTORNO

| FACTOR | COMPORTAMIENTO |
|---------------|---|
| Económico | <ul style="list-style-type: none">❖ Evidente crecimiento del sector de la construcción❖ Índice de Inflación a la baja❖ Tasa de desempleo alta❖ Incremento en las importaciones del acero |
| Político | <ul style="list-style-type: none">❖ Cambio de presidente❖ Se ha mantenido cierta estabilidad❖ Preocupación por el nuevo gobierno |
| Legal | <ul style="list-style-type: none">❖ Regulación a través de la Superintendencia de Compañías❖ Tributación al SRI❖ Seguridad social al recurso humano a través del IESS. |
| Tecnológico | <ul style="list-style-type: none">❖ Acceso a maquinaria en el mercado nacional |
| Barreras | <ul style="list-style-type: none">❖ Aranceles altos para el acero |

Fuente: Autora

3.1.2 MICRO-ENTORNO.

Este análisis es más directo y tiene un impacto directo en el negocio ya que al estudiar los precios, proveedores, consumidores sus gustos y preferencias se estará delimitando los puntos sobre los cuales la empresa deberá trabajar para generar un éxito a futuro.

TABLA N.- 11
RESUMEN MICRO-ENTORNO

| FACTOR | COMPORTAMIENTO |
|----------------------|--|
| Competencia | <ul style="list-style-type: none">❖ Existen pocos competidores❖ Están ubicados cerca de la zona industrial sur de Quito❖ Alto poder de negociación❖ Precios Bajos |
| Precios | <ul style="list-style-type: none">❖ Precios promedio en función del proveedor❖ Política al contado con descuento |
| Productos sustitutos | <ul style="list-style-type: none">❖ Para la construcción es fundamental el acero, no existen sustitutos para este producto. |
| Proveedores | Pocos proveedores algunos son: <ul style="list-style-type: none">❖ Ipac❖ Dipac❖ Kubiec❖ Ferro-Torre❖ Ideal Alambrec |

Fuente: Autora

3.1.3 MATRICES DE RELACIONAMIENTO.

Finalmente para analizar el impacto del macro y micro entorno es necesario desarrollar matrices que permitan resumir los bondades y desventajas del negocio los mismos que ayudaran a verificar los objetivos planteados.

TABLA N.- 12

MATRIZ DEL FODA

| Calif. | FACTORES INTERNOS | Calif. | FACTORES EXTERNOS |
|--|--|----------------------|--|
| FORTALEZAS | 9 OFRECER POTOS Y SERVICIOS DE MEJOR CALIDAD QUE LA COMPETEN | OPORTUNIDADES | 9 INFLACION BAJA |
| | 9 ESTAR UBICADO EN EL CORAZON INDUSTRIAL SUR DE QUITO | | 9 ESTABILIDAD POLITICA |
| | 9 AMBIENTE LABORAL ADECUADO | | 8 POSIBILIDAD DE EXPANSION, POR EL PRESTIGIO |
| | 8 PERSONAL ES ESPECIALIZADO Y COMPROMETIDO | | 8 MERCADO POTENCIAL A FAVOR |
| | 8 POLITICA DE ATENCION AL CLIENTE DE CALIDAD | | 7 SER PIONERA, UNA DE LAS MEJORES |
| | 8 T.I.R. FAVORABLE | | 7 MALA ADMINISTRACION DE LA COMPETENCIA |
| 6 TRATO CORDIAL A LOS CLIENTES | 6 TENER CUENTES A CONSTRUCTORES | | |
| 5 CONTAR CON PROMOTORES DE VENTAS EFICIENTES | 6 POSIBILIDAD DE FINANCIAMIENTO E INVERSION | | |
| DEBILIDADES | 9 ALTAS BARRERAS DE ENTRADA POR PARTE DE LA COMPE | AMENAZAS | 9 COMPETENCIA INSTALA NUEVOS LOCALES |
| | 9 POCA EXPERIENCIA EN EL NEGOCIO | | 9 MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS PUBLICOS |
| | 9 RELACION POCO CORDIAL ENTRE SOCIOS Y EMPLEADOS | | 8 ARANCELES ALTOS PARA EL ACERO |
| | 9 NO TENER POLITICA DE INVERSION | | 8 POCOS PROVEEDORES |
| | 5 EL LOCAL ES ARRENDADO A CORTO PLAZO | | |

TABLA N.- 13

PLAN DE ACCION ESTRATEGICA.

| | OPORTUNIDADES | | | TOTAL |
|---|---------------------------|------------------------------------|--|-------|
| | INFLACION BAJA | ESTABILIDAD POLITICA | POSIBILIDAD DE EXPANSION POR PRESTIGIO | |
| FORTALEZAS | | | | |
| OFRECER PRODUCTOS Y SERVICIOS DE MEJOR CALIDAD | 2 | 3 | 2 | 7 |
| ESTAR UBICADO EN EL CORAZON INDUSTRIAL DE QUITO | 1 | 3 | 2 | 6 |
| AMBIENTE LABORAL ADECUADO | 3 | 3 | 2 | 8 |
| TOTAL: | 6 | 9 | 6 | |
| | AMENAZAS | | | |
| | COMPETENCIA INSTALADA | MEJORAMIENTO DE SERVICIOS PUBLICOS | TOTAL | |
| DEBILIDADES | | | | |
| ALTAS BARRERAS DE ENTRADA | 3 | 1 | 4 | |
| POCA EXPERIENCIA DEL NEGOCIO | 3 | 2 | 5 | |
| TOTAL: | 6 | 3 | | |
| | DEBILIDADES | | | |
| | ALTAS BARRERAS DE ENTRADA | POCA EXPERIENCIA DEL NEGOCIO. | TOTAL | |
| FORTALEZAS | | | | |
| OFRECER PRODUCTOS Y SERVICIOS DE MEJOR CALIDAD | 3 | 3 | 6 | |
| ESTAR UBICADO EN EL CORAZON INDUSTRIAL DE QUITO | 3 | 3 | 6 | |
| AMBIENTE LABORAL ADECUADO | 2 | 3 | 5 | |
| TOTAL: | 8 | 9 | | |
| | OPORTUNIDADES | | | |
| | INFLACION BAJA | ESTABILIDAD POLITICA | POSIBILIDAD DE EXPANSION POR PRESTIGIO | TOTAL |
| AMENAZAS | | | | |
| COMPETENCIA INSTALADA | 1 | 3 | 3 | 7 |
| MEJORAMIENTO DE SERVICIOS PUBLICOS | 1 | 1 | 3 | 5 |
| TOTAL: | 2 | 4 | 6 | |

Una vez identificados los parámetros sobresalientes en la matriz FODA es necesario elaborar estrategias de acción y estrategias defensivas que ayuden como soporte del proyecto y que serán consecuentes con los objetivos propuestos.

3.1.4 ESTRATEGIAS DE ACCIÓN Y DEFENSIVAS:

1. Premiar al mejor empleado con incentivos económicos y reconocimiento ante todo el personal creando un ambiente de sana competencia asegurándoles estabilidad laboral gracias a la seguridad en materia política del país.
2. Generar valor agregado a través de los servicios de corte y doblado con la finalidad de brindar a los clientes servicios complementarios fortaleciendo el negocio en el tiempo.
3. Difundir la ubicación del negocio a través de hojas volantes en donde se adjunte cupones de descuento en compras al contado al ser presentados al momento de ingresar a la empresa.
4. Realizar encuestas para conocer posibles ubicaciones de puntos de venta similares al proyecto determinando las condiciones de mercado y situación del medio actual.

3.2 MISION.

“Steel World Cia Ltda” es una empresa dedicada a la comercialización de una amplia gama de materiales para la construcción en acero con laminados al frío y galvanizado, brindamos también el servicio de corte y doblado de planchas o laminas de acero en cualquier espesor garantizando una atención personalizada, ágil, oportuna y eficiente.

3.3 VISION: 2012

Ser la empresa líder del mercado, superando las expectativas de los clientes para convertirnos en su distribuidora preferida. Valorar al personal como nuestro principal recurso, fomentando un comportamiento emprendedor, además de obtener un rendimiento óptimo para nuestros socios.

3.4 VALORES.

Los valores con los cuales la empresa trabajara se basan en:

- ❖ Excelencia en la calidad de los productos y servicios.
- ❖ Responsabilidad
- ❖ Respeto
- ❖ Amabilidad
- ❖ Buen Trato
- ❖ Eficiencia

3.5 OBJETIVOS.

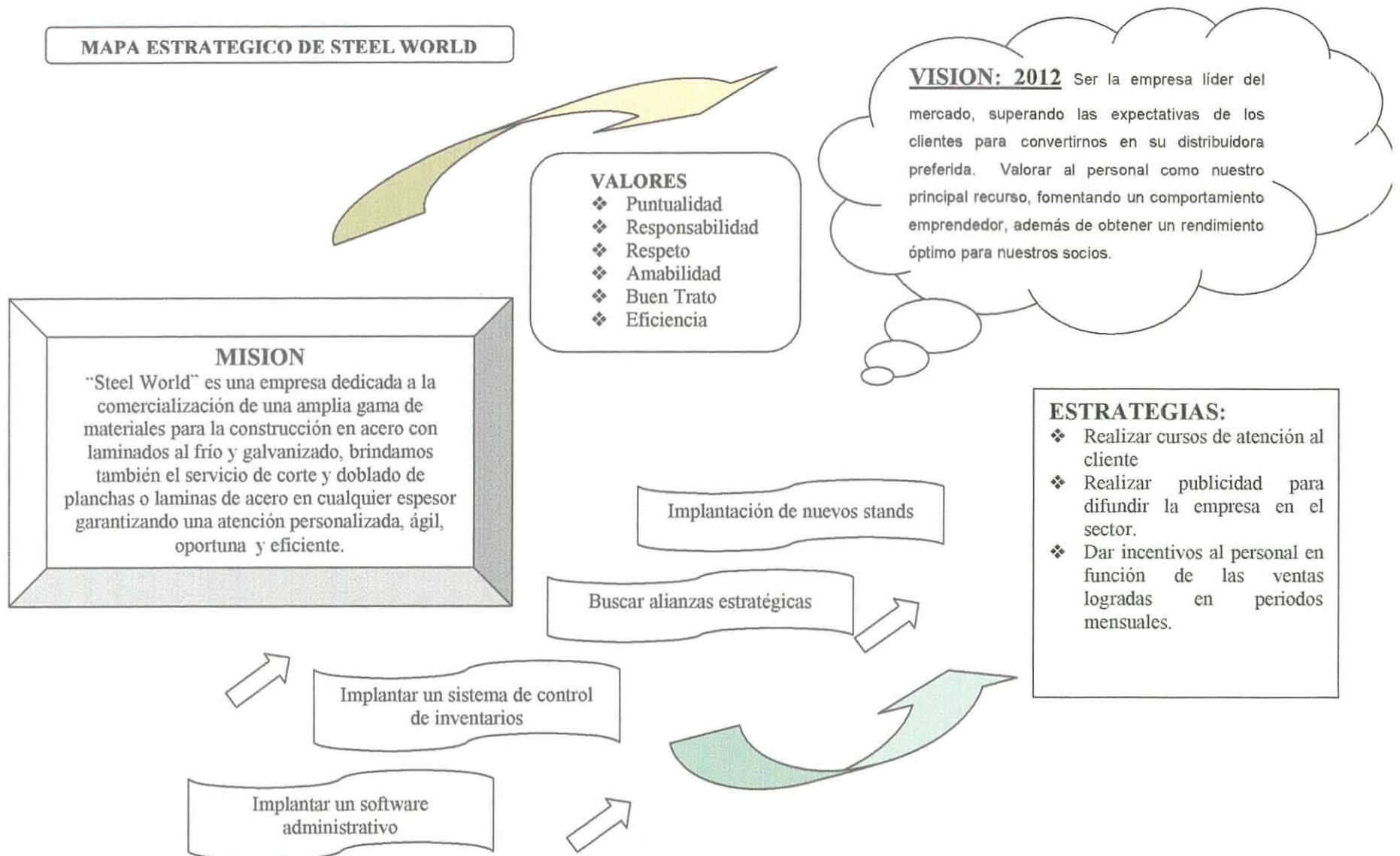
1. Crear un negocio destinado a la distribución de materiales para la construcción que brinden a las personas vinculadas al sector de la construcción artículos y servicios de calidad a precios competitivos que satisfagan su necesidad de compra inmediata.
2. Captar el 10% de la demanda insatisfecha logrando que el cliente satisfaga sus necesidades de compra gracias a la variedad de productos a precios competitivos.
3. Dar al cliente servicios adicionales de transporte así como de corte y doblado de artículos específicos con la finalidad de optimizar su tiempo y recursos.

3.6 PLAN OPERATIVO:

1. Implantar un software administrativo con el propósito de obtener información oportuna a tiempo.
2. Implantar un sistema de control de inventarios que se ajusten a las necesidades de la empresa.
3. Buscar alianzas estratégicas con otras empresas para poder acceder a precios más competitivos y plazos de pago mas largos.
4. Realizar cursos de atención al cliente para el personal de ventas con la finalidad que atienda óptimamente los requerimientos del cliente.
5. Implementar nuevos stands de ventas si se observa que la demanda va en aumento para minimizar el tiempo de espera.
6. Contratar talento humano con experiencia en el sector de la construcción.
7. Dar incentivos al personal en función de las ventas logradas en periodos mensuales.

3.7 MAPA ESTRATEGICO.

MAPA ESTRATEGICO DE STEEL WORLD



CAPITULO IV: ANALISIS TECNICO.

4.1 LOCALIZACION DEL PROYECTO.

Se ha planificado la localización en el Sector de Quitumbe al sur de Quito, en donde se concentran la mayoría de proveedores de acero y por ende el transporte es más viable, además el sitio escogido consta con una buena ubicación, por estar en proceso de desarrollo consta con calles pavimentadas donde los clientes podrán acceder con facilidad.

Sin embargo es necesario analizar otras opciones en caso de que el proyecto no se de en Quitumbe o también estudiar las posibilidades de otros sectores con la finalidad de abrir otros puntos de venta en lo posterior, para lo que se considero analizar dos alternativas una en la Avenida Maldonado con gran afluencia vehicular y otra en el Sector de Guamani en donde se concentra un gran número de clientes potenciales de acero.

TABLA N.- 15
ALTERNATIVAS DE UBICACIÓN DEL PROYECTO.

| <i>Fuerza</i> | <i>Ponderación</i> | <i>Condiciones</i> | <i>Puntaje</i> | <i>A</i> | <i>B</i> | <i>C</i> | <i>A</i> | <i>B</i> | <i>C</i> |
|--------------------------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------|----------|----------|------------|------------|------------|
| Disponibilidad de materias primas | 35 | Permanente | 10 | x | | x | 350 | | 350 |
| | | Estacional | 5 | | x | | | 175 | |
| Mercado | 25 | Crecimiento | 10 | x | | | 250 | | |
| | | Estable | 5 | | | x | | | 175 |
| | | Decreciente | 3 | | x | | | | 105 |
| Disponibilidad mano de obra | 15 | Permanente | 10 | | x | x | | 150 | 150 |
| | | Estacional | 4 | x | | | 60 | | |
| Existencia de infraestructura básica | 15 | Total | 10 | x | | | 150 | | |
| | | Parcial | 5 | | x | | | 75 | |
| | | No existe | 2 | | | x | | | 30 |
| Seguridad | 10 | Buena | 10 | x | | | 100 | | |
| | | Regular | 5 | | x | | | 50 | |
| | | Mala | 0 | | | x | | | 0 |
| Total | 100 | | | | | | 910 | 555 | 705 |

Fuente: Autora.

Come se puede apreciar se escogería el punto de localización A (Quitumbe) por cuanto reúne las condiciones mas aceptables para la localización del proyecto, pero es importante tomar en cuenta la segunda opción que podría ser considerada como punto clave para aperturar una sucursal en lo futuro.

4.2 REQUERIMIENTOS.

Es necesario esquematizar los requerimientos necesarios para el funcionamiento del proyecto los mismos que se detallan a continuación:

4.2.1 TERRENO Y CONSTRUCCION:

Por tratarse de un negocio donde el espacio físico es importante por el volumen del material que se manipula se ha considerado adquirir un terreno en la zona, con una construcción de 300 m2 en donde funcionarán las oficinas de ventas y el área de bodega distribuida de forma optima.

TABLA N.- 16

| TERRENO Y CONSTRUCCION | | | | |
|--------------------------------------|-----------------|---------------|--------------|----------------|
| CONCEPTO | CANTIDAD | UNIDAD | P /M2 | P TOTAL |
| Terreno | 650 | m2 | 59 | 38.350 |
| Construcción | 300 | m2 | 83 | 24.900 |
| TOTAL TERRENO Y CONSTRUCCION: | | | | 63.250 |

4.2.2 MAQUINARIA Y EQUIPO:

La maquinaria y equipo esta dividida en operativa, administrativa y ventas se consideraron la adquisición fundamental de dos dobladoras manuales de muelas y dos cortadoras eléctricas para brindar los servicios

adicionales que se pretende dar a los clientes como complemento del bien a adquirir.

Los equipos de oficina están distribuidos para el stand de ventas, stand de caja y una oficina para el administrador y contador.

TABLA N.- 17

| MAQUINARIA Y EQUIPOS EN USD | | | |
|------------------------------------|---------------|---------------|----------------|
| OPERATIVO: | | | |
| CONCEPTO | UNIDAD | P UNIT | P TOTAL |
| Dobladora | 2 | 890 | 1780 |
| Cortadora | 2 | 730 | 1460 |
| Teclé | 1 | 125 | 125 |
| Amoladora | 5 | 147 | 735 |
| Cizalla | 1 | 800 | 800 |
| Montacarga | 1 | 980 | 980 |
| TOTAL MAQUINARIA OPERATIVA | | | 5880 |
| ADMINISTRACION Y VENTAS: | | | |
| MUEBLES DE OFICINA | | | |
| CONCEPTO | UNIDAD | P UNIT | P TOTAL |
| Sillas | 6 | 15 | 90 |
| Escritorio | 5 | 85 | 425 |
| TOTAL MUEBLES DE OFICINA: | | | 515 |
| EQUIPOS DE OFICINA: | | | |
| CONCEPTO | UNIDAD | P UNIT | P TOTAL |
| Computador | 4 | 750 | 3000 |
| Teléfono | 4 | 95 | 380 |
| Maquina registradora | 1 | 280 | 280 |
| TOTAL EQUIPOS DE OFICINA: | | | 3660 |
| TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPOS: | | | 10055 |

4.2.3 MATERIA PRIMA:

La materia prima para el giro del negocio será el acero siendo comercializado en artículos denominados laminados al frío y laminados galvanizados. Para captar un 10% de la demanda insatisfecha del 2007 se destino un 50% para la comercialización de productos en laminado al frío, 30% para todo lo relacionado con material galvanizado. Esta estimación se realizó considerando que el mercado local Quito consume el primer artículo en gran escala en tanto que el segundo por sus características de resistencia al clima se lo emplea mas en la Costa.

Los servicios de igual manera se han estimado porcentajes tentativos del total de compra y su incidencia en esta actividad así en corte el 10% y para el doblado de planchas o laminas de acero el 10%.

TABLA N.- 18

| MATERIA PRIMA USD EN USD | | | | | | | | |
|-------------------------------------|----------------|--------|---------|-----------------|------------|------------|---------|-----------------|
| CANTIDAD REQUERIDA KGS | 77462 | | | | | | | |
| POR PRODUCTO | CANTIDAD | UNID | P COSTO | P TOTAL | % UTILIDAD | INCREMENTO | P VENTA | P VENTA |
| | kgs | | | | ESTIM. | | UNIT KG | GLOBAL |
| Laminado al frio 50% | 38731 | Kg | 0,75 | 29048,25 | 65% | 0,49 | 1,24 | 48026,44 |
| Laminado galvanizado 30% | 23238,6 | Kg | 1,03 | 23935,758 | 80% | 0,82 | 1,85 | 42991,41 |
| TOTAL | 61969,6 | | | 52984,01 | | | | 91017,85 |
| POR SERVICIO | CANTIDAD | UNID | P COSTO | P TOTAL | % UTILIDAD | INCREMENTO | P VENTA | P VENTA |
| | kgs | | | | ESTIM. | | UNIT KG | GLOBAL |
| Servicio de corte 10% | 7746,2 | corte | 0,40 | 3098,48 | 60% | 0,24 | 0,64 | 4957,57 |
| Servicio de doblado 10% | 7746,2 | doblez | 0,35 | 2711,17 | 70% | 0,25 | 0,60 | 4608,99 |
| TOTAL: | 15492,4 | | | 5809,65 | | | | 9566,56 |
| TOTAL CANT KG(10% DE LA DI) | 77462 | | | 58793,66 | | | | 100584,4 |

4.2.4 MANO DE OBRA:

En la distribuidora intervendrán básicamente personas en el área operativa que se encargaran de la recepción de materiales, los ubicaran en los sitios respectivos y realizaran las funciones de despacho y almacenaje.

En la aérea administrativa y ventas las personas asignadas realizaran sus funciones en las áreas acordadas.

TABLA N.- 19

| ROL DE PAGOS INCLUIDO BENEFICIOS SOCIALES EN USD | | | | | | | | | |
|--|-------------|---------------------|-----------------|------------------|-------------------|---------------|-----------------|--------------------|------------------|
| N | CARGO | REMUN. UNIFICADA | BONO ESCOLAR | BONO NAVIDEÑO | TOTAL INGRESOS | IESS 9,35% | NETO RECIBIR | PATRONAL 12,15% | COSTO MENSUAL |
| 1 | Bodeguero | 170 | 14,17 | 14,17 | 198,33 | 15,90 | 182,44 | 20,66 | 218,99 |
| 2 | Despachador | 170 | 14,17 | 14,17 | 198,33 | 15,90 | 182,44 | 20,66 | 218,99 |
| 3 | Cajera | 190 | 14,17 | 15,83 | 220,00 | 17,77 | 202,24 | 23,09 | 243,09 |
| 4 | Vendedor | 190 | 14,17 | 15,83 | 220,00 | 17,77 | 202,24 | 23,09 | 243,09 |
| 5 | Contador | 220 | 14,17 | 18,33 | 252,50 | 20,57 | 231,93 | 26,73 | 279,23 |
| 6 | Gerente | 300 | 14,17 | 25,00 | 339,17 | 28,05 | 311,12 | 36,45 | 375,62 |
| TOTAL MENSUAL: USD | | 1240,00 | 85,01 | 103,33 | 1428,35 | 115,94 | 1312,41 | 150,66 | 1579,01 |
| TOTAL ANUAL: USD | | 14880,00 | 1020,16 | 1240,00 | 17140,16 | 1391,28 | 15748,88 | 1807,92 | 18948,08 |

4.2.5 INSUMOS:

Serán los implementos necesarios como papel, tinta, esferográficos, calculadoras y demás accesorios para cada área así como la limpieza de total del negocio.

TABLA N.- 20

INSUMOS EN USD

| CONCEPTO | UNIDAD | TIEMPO | P UNIT | P TOTAL |
|-----------------------|---------|--------|--------|------------|
| DE OFICINA | paquete | 12 | 20 | 240 |
| DE LIMPIEZA | paquete | 12 | 15 | 180 |
| TOTAL INSUMOS: | | | | 420 |

4.2.6 GASTOS PRE-OPERACIONALES:

La empresa requiere de ciertos documentos que respalden su actividad comercial así como de permisos de funcionamiento, se considero importante su afiliación a una de las cámaras de industrias para en lo futuro considerar la posibilidad de importar el material directamente en donde este tipo de organismos brindan asesoría técnica y apoyo financiero para la ejecución de estas actividades.

TABLA N.- 21

GASTOS PRE-OPERACIONALES EN USD

| CONCEPTO | P TOTAL |
|-----------------------------------|------------|
| Aprobación de la constitución | 320 |
| Publicación del extracto | 85 |
| Afiliación Cámara de industrias | 55 |
| Permiso de funcionamiento | 53 |
| Gasto operacionales para préstamo | 175 |
| Abogado | 260 |
| TOTAL INTANGIBLES: | 948 |

4.2.7 SERVICIOS BASICOS:

Distribuidos en administración, ventas y operación de la siguiente forma:

TABLA N.- 22

| SERVICIOS BASICOS EN USD | | | | |
|---------------------------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| OPERATIVOS | | | | |
| CONCEPTO | UNIDAD | TIEMPO | P UNIT | P TOTAL |
| Agua | M3 | 12 | 10 | 120 |
| Luz | K/H | 12 | 13 | 156 |
| TOTAL: | | | | 276 |

| ADMINISTRATIVOS Y VENTAS: | | | | |
|----------------------------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| CONCEPTO | UNIDAD | TIEMPO | P UNIT | P TOTAL |
| Agua | M3 | 12 | 20 | 240 |
| Luz | K/H | 12 | 25 | 300 |
| Teléfono | MIN | 12 | 50 | 600 |
| TOTAL: | | | | 1140 |
| TOTAL SERVICIOS BASICOS: | | | | 1416 |

4.2.8 MANTENIMIENTO:

E importante el mantenimiento de la maquinaria así como de una buena imagen del negocio en general.

TABLA N.- 23

| MANTENIMIENTO EN USD | | |
|-----------------------------|----------------|----------------|
| CONCEPTO | POR MES | POR AÑO |
| MAQUINARIA | 30 | 360 |
| EQUIPO DE OFICINA | 20 | 240 |
| EDIFICIO | 25 | 300 |
| TOTAL: | | 900 |

4.2.9 PUBLICIDAD:

Por ser un negocio de giro comercial es fundamental su difusión en el sector, por esta razón se realizarán volantes con la identificación del negocio, dirección dando a conocer los productos y servicios que se brindarán.

TABLA N.- 24

| PUBLICIDAD EN USD | | | | |
|--------------------------|---------------|-----------------|----------------|----------------|
| CONCEPTO | UNIDAD | N. MESES | P UNIT | P TOTAL |
| | | EN AÑO | POR MES | |
| Volantes | unidad | 3 | 120 | 360 |
| TOTAL: | | | | 360 |

4.2.10 OTROS:

Están considerados rubros como los gastos para la tramitación del negocio y un porcentaje de 1.80% aproximado del total de maquinaria y equipos para imprevistos del negocio.

TABLA N.- 25

| OTROS EN USD | | | | |
|---------------------------------|-------------|---------------|---------------|----------------|
| CONCEPTO | CANT | TIEMPO | P UNIT | P TOTAL |
| Gastos de movilización tramites | | 1 | | 95 |
| Imprevistos | | 12 | 15 | 180 |
| TOTAL: | | | | 275 |

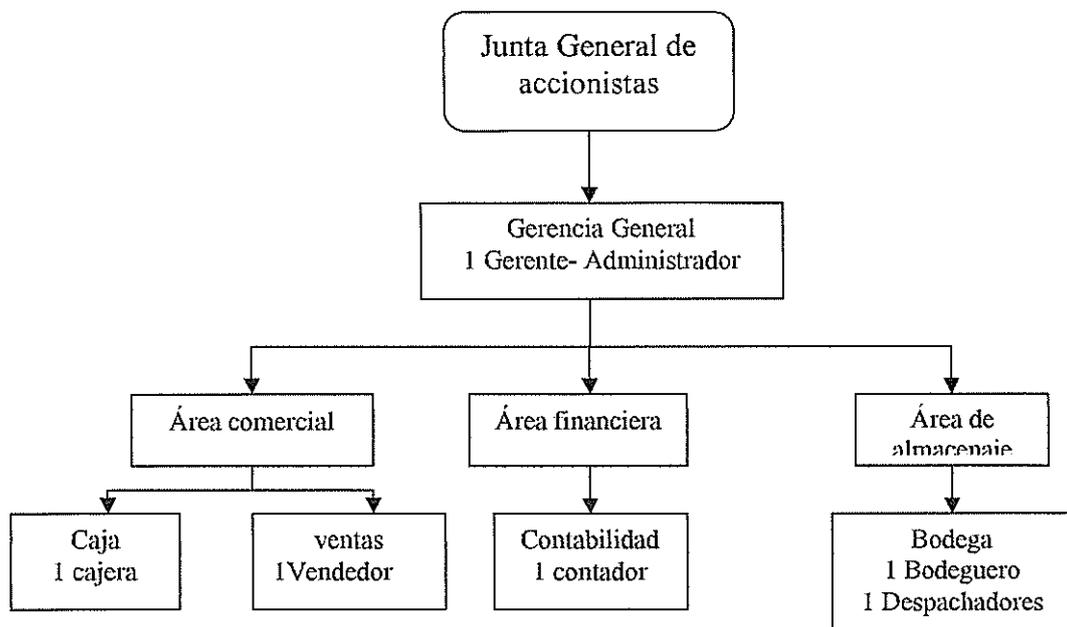
CAPITULO V: ADMINISTRATIVO- ORGANIZACIONAL.

5.1 ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN.

Es la forma como estará organizado el recurso humano de la empresa, es necesario determinar tanto perfiles como parámetros necesarios para la ejecución de cada puesto de trabajo.

El organigrama propuesto esta diseñado de la siguiente manera:

ORGANIGRAMA POSICIONAL DE STEEL WORLD



5.2 DESCRIPCION DE FUNCIONES:

Para la descripción de funciones es necesario observar el personal tanto operativo como administrativo con el que se requiere y en base a ello realizar un perfil de cargos con la descripción de sus funciones:

5.2.1 AREA: GERENCIA GENERAL

| | |
|-----------------------|--|
| Unidad organizacional | Gerencia General |
| Supervisa a: | <ol style="list-style-type: none">1. Área Comercial2. Área Financiera3. Área de Almacenaje |
| Misión: | Velar por el correcto desempeño de la empresa cumpliendo y haciendo cumplir las normas internas y políticas de la organización. |
| Funciones: | <ol style="list-style-type: none">1. Recibir indicaciones directas de la junta general de accionistas.2. Planificar, ejecutar y evaluar las estrategias destinadas al funcionamiento de la empresa.3. Controlar los indicadores de gestión de cada área.4. Dictar políticas generales para la empresa5. Mantener relaciones comerciales con los proveedores de acero en el mercado nacional. |

5.2.2 AREA: COMERCIAL

| | |
|-----------------------|--|
| Unidad organizacional | Área Comercial |
| Reporta a: | Gerencia General |
| Misión: | Distribuir los productos al mercado insatisfecho proporcionando los ingresos necesarios para la empresa. |
| Funciones: | <ol style="list-style-type: none">1. Planificar las actividades propias del área en relación a las metas de la Gerencia General2. Difundir los beneficios de la empresa, calidad de los productos, atrayendo a un mayor número de clientes en el mercado local. |

5.2.3 AREA: FINANCIERA

| | |
|-----------------------|---|
| Unidad organizacional | Área Financiera |
| Reporta a: | Gerencia General |
| Misión: | Manejar adecuadamente las políticas impuestas por la Gerencia General en cuanto al recurso económico de la empresa. |
| Funciones: | <ol style="list-style-type: none">1. Registrar los movimientos financieros, atendiendo al cumplimiento estricto de la normativa contable.2. Supervisar el correcto cumplimiento de los cobros y pagos pertinentes tanto de proveedores como de los clientes. |

5.2.4 AREA: DE ALMACENAJE

| | |
|-----------------------|--|
| Unidad organizacional | Área de Almacenaje |
| Reporta a: | Gerencia General |
| Misión: | Coordinar los requerimientos de material eficientemente a la Gerencia General |
| Funciones: | <ol style="list-style-type: none">1. Controlar las existencias mínimas de productos para realizar rápidamente la reposición. |

5.3 PERFIL DE CARGOS:

Es una descripción muy general de los parámetros que debe llenar las personas a ocupar los diferentes cargos en la empresa:

5.3.1 PERFIL DEL GERENTE-ADMINISTRADOR.

| | |
|-----------------------|-----------------------|
| Nivel organizacional: | Gerencia General |
| Nombre del cargo: | Gerente-Administrador |
| Numero de ocupantes: | Uno |
| Supervisa a: | Área comercial |

| | |
|--------------------------------|---|
| | Área financiera Área de almacenaje |
| Descripción del cargo: | Responsable por la administración integral de la empresa, aplicando políticas generales, planificar el desarrollo de la empresa en el corto, mediano y largo plazos de acuerdo a las políticas establecidas en la organización. |
| Formación profesional: | Ingeniero mecánico-industrial |
| Edad | 28- 38 años |
| Experiencia | 3 años en funciones similares |
| Habilidades y destrezas | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Manejo de equipos, don de mando. ❖ Alto poder de negociación ❖ Capacidad para trabajar bajo presión |

5.3.2 PERFIL DEL CONTADOR

| | |
|--------------------------------|--|
| Nivel organizacional: | Área financiera |
| Nombre del cargo: | Contador Publico Autorizado |
| Numero de ocupantes: | Uno |
| Reporta a: | Gerente-Administrador |
| Descripción del cargo: | Encargado de elaborar, registrar y verificar la solidez y veracidad de los registros contables y estados financieros de la empresa. |
| Formación profesional: | Título profesional de Contador Publico Autorizado |
| Edad | 30- 45 años |
| Experiencia | 3 años en funciones similares |
| Habilidades y destrezas | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Buen manejo de sistemas contables ❖ Conocimientos de sistemas informáticos ❖ Amplio manejo de utilitarios (Word, Excel,etc) ❖ Sólidos conocimientos tributarios y legislación vigente del SRI ❖ Capacidad para trabajar bajo presión ❖ Alto grado de responsabilidad |

5.3.3. PERFIL DEL VENDEDOR

| | |
|--------------------------------|---|
| Nivel organizacional: | Área comercial |
| Nombre del cargo: | Vendedora de mostrador |
| Numero de ocupantes: | Uno |
| Reporta a: | Gerente-Administrador |
| Descripción del cargo: | Será la responsable de realizar directamente el proceso de ventas en la empresa |
| Formación profesional: | Estudios secundarios en mercado |
| Edad | 19- 29 años |
| Experiencia | 2 años en funciones similares |
| Habilidades y destrezas | <ul style="list-style-type: none">❖ Dinámica y proactiva❖ Excelente manejo de las relaciones interpersonales❖ Destreza para negociar con el clientes❖ Don de gente |

5.3.4. PERFIL DE CAJERA

| | |
|--------------------------------|--|
| Nivel organizacional: | Área comercial |
| Nombre del cargo: | Cajera |
| Numero de ocupantes: | Una |
| Reporta a: | Gerente-Administrador |
| Descripción del cargo: | Será la responsable del manejo del dinero proveniente de las ventas del negocio. |
| Formación profesional: | Estudios secundarios en contabilidad |
| Edad | 19- 29 años |
| Experiencia | 2 años en funciones similares |
| Habilidades y destrezas | <ul style="list-style-type: none">❖ Responsable y cuidadosa❖ Don de gente❖ Manejo de utilitarios |

5.3.5. PERFIL DEL DESPACHADOR

| | |
|--------------------------------|--|
| Nivel organizacional: | Área de almacenaje |
| Nombre del cargo: | Despachador |
| Numero de ocupantes: | Uno |
| Reporta a: | Gerente-Administrador |
| Descripción del cargo: | Será el responsable de despachar el material previa verificación de la orden de despacho en caja. |
| Formación profesional: | Título bachiller |
| Edad | 20- 30 años |
| Experiencia | 1 año en función similar |
| Habilidades y destrezas | <ul style="list-style-type: none">❖ Alto grado de responsabilidad y honorabilidad❖ Capacidad para trabajar bajo presión❖ Conocimiento de materiales de construcción.❖ Rápido y ágil |

5.3.6. PERFIL DEL BODEGUERO.

| | |
|--------------------------------|--|
| Nivel organizacional: | Área de almacenaje |
| Nombre del cargo: | Bodeguero |
| Numero de ocupantes: | Uno |
| Reporta a: | Gerente-Administrador |
| Descripción del cargo: | Será el responsable de controlar tanto los ingresos como despachos generales de mercadería. |
| Formación profesional: | Título bachiller |
| Edad | 20- 30 años |
| Experiencia | 1 año en función similar |
| Habilidades y destrezas | <ul style="list-style-type: none">❖ Alto grado de responsabilidad y honorabilidad❖ Capacidad para trabajar bajo presión❖ Conocimiento de materiales de construcción.❖ Rápido y ágil |

5.5 ANALISIS DEL MARCO LEGAL DEL PROYECTO

5.4.1 BASE LEGAL:

A. Nombre o razón social: "STEEL WORLD CIA LTDA" Distribuidora de materiales para la construcción.

B. Titularidad:

Es necesario conocer los diferentes tipos de compañías que existen en el país y de esta manera se puede escoger la mejor opción para este tipo de negocio:

TABLA N.- 26
CLASES DE COMPAÑIAS

| TIPO | CARACTERISTICAS | APLICA |
|-----------------------------|--|--------|
| En nombre colectivo | <ul style="list-style-type: none">❖ Se contrae entre dos o mas personas que hacen el comercio bajo una razón social❖ Ej: Mármol y compañía❖ Para la constitución de la compañía será necesario el pago de no menos del 50% del capital suscrito | NO |
| En comandita simple | <ul style="list-style-type: none">❖ Existe bajo una razón social y se contrae entre varios socios solidaria e ilimitadamente responsables y uno de otros, simples suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes.❖ El socio comanditario no puede llevar en vía de aporte a la compañía su capacidad, crédito o industria. | NO |
| De Responsabilidad Limitada | <ul style="list-style-type: none">❖ Es la que se contrae entre tres hasta quince personas que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva a la que se añadirá las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura.❖ Es siempre mercantil pero sus integrantes por el hecho de constituirla no adquieren la calidad de comerciantes. | SI |

5.4.2 SISTEMA TRIBUTARIO: El proyecto debe contar con la siguiente documentación fundamental para iniciar sus operaciones comerciales:

RUC: para la obtención del Registro Único de Contribuyente es necesario presentar la siguiente documentación:

1. Escritura pública de la compañía
2. Nombramiento de la persona delegada para el manejo del negocio.
3. Pago de patente municipal
4. Carta de algún servicio básico: (agua, luz, teléfono)
5. Llenar una solicitud en el SRI.

Una vez presentada y verificada esta documentación la empresa esta en capacidad de ejecutar sus actividades comerciales de forma licita realizando un control contable de ingresos y egresos de dinero a traves de facturas y notas de venta legalmente emitidos por una imprenta autorizada por el SRI.

Adicionalmente la empresa cada fin de mes debe generar pagos de impuestos tales como:

1. Impuesto del Valor Agregado
2. Impuesto a la Renta anticipado
3. Elaborar los anexos transaccionales mensuales.

5.5 ANALISIS DEL IMPACTO AMBIENTAL

El impacto ambiental que genera es bajo ya que no produce contaminación, en cambio el desperdicio de materiales se podría considerar realizar ventas como chatarra de los productos que sean comercializados por metraje menor al establecido, a su vez es necesario realizar un mantenimiento de los equipos y maquinarias para evitar problemas de contaminación.

CAPITULO VI: ANALISIS ECONOMICO-FINANCIERO.

Es necesario determinar en base a los objetivos planteados cuales serán los ingresos y egresos inherentes en el proyecto en el transcurso del tiempo razón por la cual se ha realizado presupuestos de operación así como un flujo de caja para determinar la rentabilidad y a su vez enfocar los puntos débiles para que la empresa alcance el objetivo propuesto.

6.1. PRESUPUESTOS DE OPERACIÓN:

Para efectos del proyecto se considero trabajar en dos presupuestos de ingresos considerando un incremento del 3%, 3.5%, 4% y 4.5% respectivamente por año en relación con los índices de inflación y estimando un crecimiento del sector de forma similar.

1.9.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS

TABLA N.- 27

PRESUPUESTO DE INGRESOS EN USD

| PRODUCTO | CANT | PRECIO DE VENTA UNITARIO | | | | | VENTAS TOTALES | | | | |
|--------------------------|--------------|--------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | AÑO 1 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| | 0% | 0% | 3% | 3,50% | 4% | 4,50% | 0% | 3% | 3,50% | 4% | 4,50% * |
| ARTICULO | CANT | PVP UNIT KG | PVP UNIT KG | PVP UNIT KG | PVP UNIT KG | PVP UNIT KG | PVP GLOBAL | PVP GLOBAL | PVP GLOBAL | PVP GLOBAL | PVP GLOBAL |
| Laminado al frio 50% | 38731 | 1,24 | 1,27 | 1,28 | 1,29 | 1,30 | 48.026 | 49.188 | 49.576 | 49.963 | 50.350 |
| Laminado galvanizado 30% | 23239 | 1,85 | 1,90 | 1,91 | 1,92 | 1,93 | 42.991 | 44.154 | 44.386 | 44.619 | 44.851 |
| TOTAL PRODUCTOS: | 61970 | | | | | | 91017 | 93.342 | 93.962 | 94.576 | 95.201 |
| SERVICIO | AÑO 1 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| | 25% | 0% | 3% | 3,50% | 4% | 4,50% | 0% | 3% | 3,5% | 4% | 4,5% |
| ARTICULO | CANT | PVP KG | PVP KG | PVP KG | PVP KG | PVP KG | P VENTA GLOBAL |
| Servicio de corte 10% | 7746 | 0,64 | 0,65 | 0,66 | 0,67 | 0,68 | 4.956 | 5.035 | 5.112 | 5.190 | 5.267 |
| Servicio de doblado 10% | 7746 | 0,60 | 0,61 | 0,62 | 0,63 | 0,64 | 4.609 | 4.725 | 4.803 | 4.880 | 4.957 |
| TOTAL SERVICIOS: | 15492 | | | | | | 9.565 | 9.760 | 9.915 | 10.070 | 10.224 |
| TOTAL GENERAL: | 77462 | | | | | | 100.582 | 103.102 | 103.877 | 104.646 | 105.425 |

6.2.2. PRESUPUESTO DE EGRESOS:

Constituyen todos los rubros que la empresa debe incurrir para poner en funcionamiento sus actividades comerciales, es importante destacar que por ser una empresa de índole comercial la materia prima es básica para este negocio por tanto la empresa debe considerar que en el primer año la erogación de dinero es considerable si se desea atender de manera satisfactoria las exigencias del mercado.

TABLA N.- 28

| CONCEPTO | AÑO 1 | AÑO 2 3% | AÑO 3 3.5% | AÑO 4 4% | AÑO 5 4.5% |
|---------------------|-----------------|---------------------------|-----------------------------|---------------------------|-----------------------------|
| Materia Prima | 58.794 | 60.557 | 60851 | 61.145 | 61.439 |
| Sueldos y Salarios | 14.880 | 15.326 | 15401 | 15.475 | 15.550 |
| Beneficios Sociales | 4068 | 4190 | 4210 | 4230 | 4251 |
| Insumos | 420 | 433 | 435 | 437 | 439 |
| Servicios básicos | 1.416 | 1458 | 1465 | 1473 | 1480 |
| Mantenimiento | 900 | 927 | 932 | 936 | 941 |
| Publicidad | 360 | 371 | 373 | 374 | 376 |
| Imprevistos | 275 | 283 | 285 | 286 | 288 |
| TOTAL ANUAL: | \$81.113 | \$83.546 | \$83.952 | \$84.358 | \$84.763 |

6.2.3 FLUJO NETO DE CAJA:

Mediante el flujo de caja se pudo observar que la empresa estará en la capacidad de generar flujos positivos lo cual es favorable para la toma de decisión futura en cuanto a invertir en el proyecto propuesto.

TABLA N. - 29

| FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO EN USD | | | | | | |
|--|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| Concepto | AÑOS | | | | | |
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ingresos | | | | | | |
| Ventas | | 100.582 | 103.102 | 103.877 | 104.646 | 105.425 |
| Ventas de activos | | | | 500 | | |
| Costo de Venta | | 58.794 | 60.557 | 60.851 | 61.145 | 61.439 |
| Utilidad bruta en Ventas | | 41.788 | 42.545 | 43.526 | 43.501 | 43.986 |
| Gastos de administración. | | 22.319 | 22.989 | 23.100 | 23.212 | 23.212 |
| - Depreciación | | 1.006 | 1.006 | 1.928 | 1.928 | 1.928 |
| - Amortización | | 6.325 | 6.325 | 6.325 | 6.325 | 6.325 |
| - Gastos Pre operacionales | -948 | | | | | |
| Utilidad antes de part. e imp. | | 12.138 | 12.225 | 12.173 | 12.036 | 12.521 |
| Participación de Trabajadores 15% | | 1.821 | 1.834 | 1.826 | 1.805 | 1.878 |
| = Utilidad trabajadores | | 10.317 | 10.391 | 10.347 | 10.231 | 10.643 |
| Impuesto a la renta 25% | | 2.579 | 2.598 | 2.587 | 2.558 | 2.661 |
| = Utilidad neta | | 7.738 | 7.793 | 7.760 | 7.673 | 7.982 |
| + Depreciación | | 1.006 | 1.006 | 1.928 | 1.928 | 1.928 |
| + Amortización | | 6.325 | 6.325 | 6.325 | 6.325 | 6.325 |
| Inversión inicial | -73305 | | | | | |
| capital de trabajo | -81.113 | | | | | |
| - Recuperación inversión. | | | | | | 155.366 |
| = FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO | -155.366 | 15.069 | 15.124 | 16.013 | 15.926 | 171.601 |

Considerando los valores reflejados en el flujo de caja se puede considerar que el proyecto maneja una utilidad considerable de año a año sin embargo en el tercer año el flujo de efectivo disminuye porque la empresa incurre en adquisición de activos para mejorar la calidad de servicio del proyecto, tomando en consideración que el proyecto trabaja con recursos propios las utilidades reflejadas ascienden en los cinco años a USD 78.367 lo cual indica que en este tiempo el proyecto ha recuperado la inversión que hizo en activos fijos, en cuanto al capital de trabajo este

| | | |
|---------------------------|--|----|
| | ❖ Tiene como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la ley, excepción hecha de operaciones de bancos, seguros, capitalización y ahorro. | |
| Anónima | ❖ Es una sociedad cuyo capital esta dividido en acciones negociables, esta formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. | NO |
| En Comandita por acciones | ❖ El capital de esta compañía se dividirá en acciones nominativas de un valor nominal igual. ❖ La décima parte del capital social, por lo menos debe ser aportada por los socios solidariamente responsables a quienes por sus acciones se entregaran certificados nominativos intransferibles. | NO |

Fuente: Ley de Compañías

“Steel World Cia Ltda.” por el giro del negocio que necesita una inversión inicial considerable tanto para infraestructura como para la adquisición de materiales se constituirá como una compañía de responsabilidad limitada ya que los requerimientos y para el giro del negocio son los mas apropiados a seguir.

C. Tipo:

Según la clasificación de la Cámara de la Pequeña Industria estaría clasificada en el sector de la construcción como una empresa destinada a la comercialización de materiales para la construcción, los mismos que comprenden como insumo principal el acero en laminado al frío y galvanizado con especificaciones dimensionales de acuerdo al volumen de compra.

mantendrá un comportamiento similar al inicial ya que la materia prima que ahí se encuentra no sufrirá deterioro en el tiempo o menos aun perderá valor que ya el precio del acero tiene un comportamiento al alza.

6.2.4 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

Para determinar el tiempo en el que el proyecto recupera la inversión inicial es necesario considerar las utilidades netas de los cinco años de estudio:

| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| = Utilidad neta | 15.069 | 15.124 | 16.013 | 15.926 | 16.235 |

La sumatoria indica un valor de USD 62.132 correspondiente a los cuatro años, y por diferencia aplicando la formula matemática se obtiene que el periodo de recuperación de la inversión será:

$$\text{PRI} = \frac{11.173}{15.926} \times 12$$

PRI= 8, 42 meses, transformado a días será:

$$\text{PRI} = 0.42 * 30 \text{ días} = 13 \text{ días, concluyendo:}$$

PRI= 4 años, 8 meses, 13 días.

Para los accionistas es beneficioso este periodo de recuperación ya que los USD 73.305 de inversión correspondiente al terreno y construcción en los cinco años de vida del proyecto lo que indica que además de recuperar el dinero paulatinamente se estaría recuperando la inversión del capital de trabajo ya que el mayor peso esta dado en la materia prima que por tratarse de un bien no perecible y que su comportamiento en cuanto al precio es al alza se obtendrían réditos por este rubro.

6.3 PUNTO DE EQUILIBRIO.

Es importante conocer cuales serán los puntos de equilibrio que debe alcanzar la empresa para maximizar su rentabilidad, como se ha ido indicado la empresa ha dividido su comercialización en dos áreas:

1. Productos:

- ❖ Laminado al frío
- ❖ Laminado galvanizado.

2. Servicios:

- ❖ De corte.
- ❖ De doblado.

Para lo cual se han realizado puntos de equilibrio para cada sub-producto y sub-servicio, los cuales son indicados a continuación:

6.3.1 PRODUCTOS:

TABLA N.-30

| PUNTO DE EQUILIBRIO | | | | | |
|---------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Laminado al frío | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| VENTAS | 48026,44 | 49367,50 | 51095,36 | 53139,18 | 55530,44 |
| (-) Costos variables | 4422,83 | 4551,51 | 4577,63 | 4599,74 | 4621,86 |
| (-) Costos fijos | 35624,71 | 35624,71 | 35624,71 | 35624,71 | 35624,71 |
| (=) Costos totales | 40047,54 | 40176,22 | 40202,34 | 40224,45 | 40246,57 |
| PE= CF/((1-(CV/VT)) dolares | 39238,22 | 39242,75 | 39130,40 | 39000,61 | 38858,99 |
| PE= CF/(PVunit-CVunit) unidades | 73076 | 70948 | 74147 | 77702 | 82644 |
| PE % | 81,70% | 79,49% | 76,58% | 73,39% | 69,98% |

TABLA N.-31

| PUNTO DE EQUILIBRIO | | | | | |
|---------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Laminado galvanizado | | | | | |
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Ventas | 42991,41 | 45708,20 | 47307,99 | 49200,31 | 51414,32 |
| (-) Costos variables | 2653,70 | 2653,70 | 2746,58 | 2759,84 | 2773,12 |
| (-) Costos fijos | 21374,82 | 21374,82 | 21374,82 | 21374,82 | 21374,82 |
| (=) Costos totales | 24028,52 | 24028,52 | 24121,40 | 24134,66 | 24147,94 |
| PE= CF/((1-(CV/VT)) dolares | 22781,01 | 22692,27 | 22692,28 | 22645,07 | 22593,44 |
| PE= CF/(PVunit-CVunit) unidades | 25940 | 25185 | 26004 | 27124 | 28627 |
| PE % | 52,99% | 49,65% | 47,97% | 46,03% | 43,94% |

6.3.2 SERVICIOS:**TABLA N.-32**

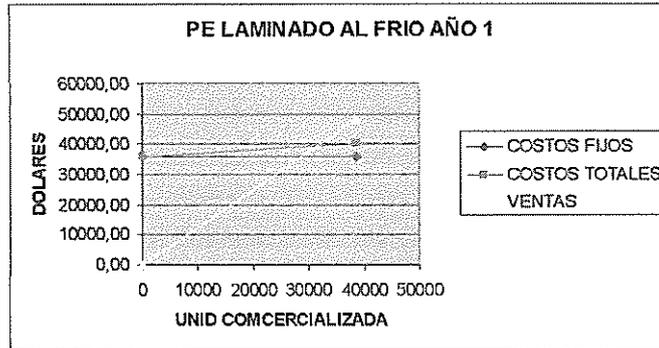
| PUNTO DE EQUILIBRIO | | | | | |
|---------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Servicio de corte | | | | | |
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Ventas | 4957,57 | 5106,30 | 5285,02 | 5496,42 | 5743,75 |
| (-) Costos variables | 884,57 | 911,10 | 915,53 | 919,95 | 924,38 |
| (-) Costos fijos | 7124,94 | 7124,94 | 7124,94 | 7124,94 | 7124,94 |
| (=) Costos totales | 8009,51 | 8036,04 | 8040,47 | 8044,89 | 8049,32 |
| PE= CF/((1-(CV/VT)) dolares | 8672,33 | 8672,31 | 8617,81 | 8557,18 | 8491,54 |
| PE= CF/(PVunit-CVunit) unidades | 29687 | 17777 | 18103 | 18433 | 18921 |
| PE % | 174,93% | 169,84% | 163,06% | 155,69% | 147,84% |

TABLA N.- 33

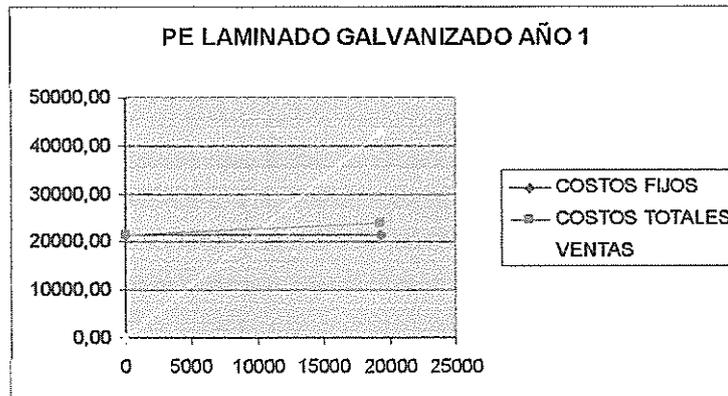
| PUNTO DE EQUILIBRIO | | | | | |
|---------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Servicio de doblado | | | | | |
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Ventas | 4608,99 | 4747,26 | 4913,41 | 5109,95 | 5339,90 |
| (-) Costos variables | 884,57 | 911,10 | 915,53 | 919,95 | 924,38 |
| (-) Costos fijos | 7124,94 | 7124,94 | 7124,94 | 7124,94 | 7124,94 |
| (=) Costos totales | 8009,51 | 8036,04 | 8040,47 | 8044,89 | 8049,32 |
| PE= CF/((1-(CV/VT)) dolares | 8817,15 | 8817,14 | 8756,58 | 8689,28 | 8616,53 |
| PE= CF/(PVunit-CVunit) unidades | 29081 | 18031 | 17952 | 18178 | 18531 |
| PE % | 191,30% | 185,73% | 178,22% | 170,05% | 161,36% |

GRAFICAS DE PUNTO DE EQUILIBRIO EN PRODUCTO:

SUB-PRODUCTO: LAMINADO AL FRIO.

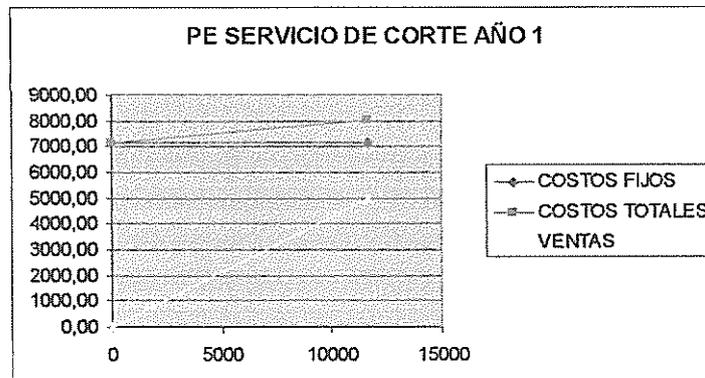


SUB-PRODUCTO: LAMINADO GALVANIZADO.

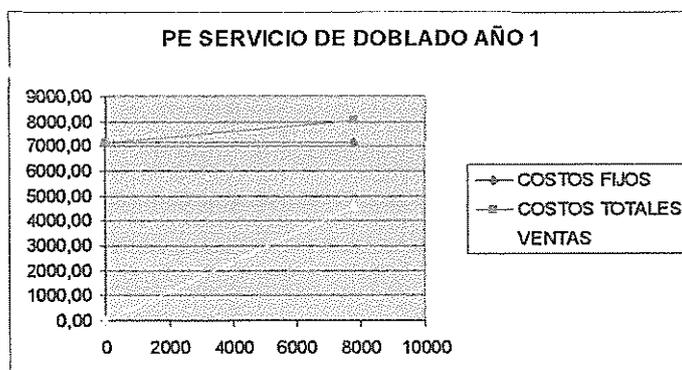


GRAFICAS DE PUNTO DE EQUILIBRIO EN SERVICIO:

SUB-PRODUCTO: DE CORTE



SUB-PRODUCTO: DE DOBLADO



De los puntos de equilibrio efectuados tanto para los productos de laminado al frío y galvanizado así como para los servicios de corte y doblado, se resume lo siguiente:

TABLA N.- 34

RESUMEN DE PUNTO DE EQUILIBRIO DEL PROYECTO:AÑO 1

| Productos: | Punto de Equilibrio: |
|-----------------------|----------------------|
| Laminado al frío: | 81.70% |
| Laminado galvanizado: | 52.99% |
| Servicios: | |
| De corte: | 174.93% |
| De doblado: | 191.30% |

Se observa que solo los productos permiten alcanzar un punto de equilibrio favorable para el proyecto, sin embargo en lo concerniente al laminado al frío, es importante observar que un 81,70% es alto tomando en consideración aspectos como entorno, competencia, precios, en tanto que los servicios no alcanzan un punto de equilibrio lo que significa que la empresa no debe considerar la posibilidad de extender su mercado hacia este fin ya que no se existiría utilidad siendo mas beneficioso para el

proyecto dedicarse únicamente a la comercialización directa de productos.

6.4 EVALUACION ECONOMICO- FINANCIERA.

Para la ejecución del proyecto este necesita un capital de trabajo de alrededor de USD 81.113 valor que permitirá la adquisición de materia prima, pago de sueldos y salarios, pago de insumos, servicios básicos, de los primeros meses hasta que la empresa genere flujos positivos.

Tomando en consideración estos antecedentes es necesario efectuar un crédito de \$ 51.716 de los cuales un 50% se destinará para adquisición de materia prima equivalente al 63.76% del total del capital de trabajo; en tanto que el otro 50% de la materia prima será financiada directamente con crédito de proveedores los mismos que manejan plazos de pago de 30, 60, 45 y 90 días dependiendo del monto de compra que oscila de USD 10.000 en adelante para contemplar estas políticas de pago.

En el flujo de efectivo se generan utilidades por USD 78.367, sin embargo una vez analizado el punto de equilibrio se recomienda que la empresa debe dedicarse exclusivamente a la comercialización de productos ya que la prestación de los servicios no arroja resultados beneficiosos para el proyecto.

Con la finalidad de analizar variables como VAN y TIR se propone una tasa de mercado tentativa para pequeñas empresas "pymes" propuesta por la Corporación Financiera Nacional del 9%, la misma que será utilizada en ambas para ver su comportamiento, permitiendo indicar la solidez o debilitamiento de este negocio.

6.4.1 VALOR ACTUAL NETO.

TABLA N.- 34

| | | | | | |
|-------------------------|---|----------------------------------|-------|--|--|
| Número de periodos (n): | 5 | Tasa de mercado o descuento (i): | 9,00% | | |
|-------------------------|---|----------------------------------|-------|--|--|

| Período | Desembolsos | Ingresos | Flujo de caja | V Actual | | |
|---------|-------------|------------|---------------|-------------|-----|----------|
| 0 | 155.366,00 | | -155.366,00 | -155.366,00 | VAN | 6.364,57 |
| 1 | 85.513,00 | 100.582,00 | 15.069,00 | 13.824,77 | VF | 9.792,68 |
| 2 | 87.978,00 | 103.102,00 | 15.124,00 | 12.729,57 | | |
| 3 | 87.864,00 | 103.877,00 | 16.013,00 | 12.364,97 | | |
| 4 | 88.720,00 | 104.646,00 | 15.926,00 | 11.282,38 | | |
| 5 | 89.190,00 | 260.791,00 | 171.601,00 | 111.528,88 | | |

6.4.2 TASA INTERNA DE RETORNO.

TABLA N.- 35

| | |
|-------------------------|---|
| Número de periodos (n): | 5 |
|-------------------------|---|

| Período | Desembolsos | Ingresos | Flujo de caja |
|---------|-------------|------------|---------------|
| 0 | 155.366,00 | | 155.366,00 |
| 1 | 85.513,00 | 100.582,00 | 15.069,00 |
| 2 | 87.978,00 | 103.102,00 | 15.124,00 |
| 3 | 87.864,00 | 103.877,00 | 16.013,00 |
| 4 | 88.720,00 | 104.646,00 | 15.926,00 |
| 5 | 89.190,00 | 260.791,00 | 171.601,00 |

| | |
|-----|--------|
| TIR | 10,05% |
|-----|--------|

Considerando una tasa de mercado tentativa del 9%, y una vez realizada los indicadores del VAN y TIR se considera lo siguiente:

- ❖ El VAN del proyecto para los cinco años estimado es de USD 6.364,57
- ❖ La TIR con los datos evidenciados en el proyecto es de 10.05%.

Se observa que bajo estos parámetros, a pesar de obtener un VAN positivo y una tasa mayor a la de mercado estimada de apenas un 1.05% , el proyecto no se consideraría atractivo para realizar una inversión ya que a cualquier accionista le convendría invertir en instituciones del sistema bancario si no es efectúan ajustes que son necesarios para que el proyecto sea rentable.

CONCLUSIONES.

1. El negocio debe estar enfocado únicamente a la distribución de materiales para la construcción; no se puede ofrecer los servicios de corte y doblado a los clientes ya que estos no arrojan utilidades para el negocio.
2. Se debe eliminar los rubros contemplados en la adquisición de maquinas como dobladora y cortadora ya que no son eficientes y que este valor aumenta los costos de inversión en USD 3240.
3. Al captar el 10% de la demanda insatisfecha se debe poner especial interés en adquirir material galvanizado ya que es el producto que mayor rentabilidad genera al negocio.
4. No debe considerar la posibilidad de dar crédito a los clientes ya que esto le restaría liquidez a la empresa, y se debería contratar a una persona que se encargue de la cartera vencida, lo cual implicaría mayores costos para la empresa.

RECOMENDACIONES.

1. Se debe efectuar un distribución distinta para la adquisición de materia prima, sin considerar la prestación de servicios ya que como se observó no son lucrativos para el proyecto, se propone que se distribuya de la siguiente manera:

| PRODUCTOS | KILOS |
|----------------------------------|------------------------------|
| Un 55% para laminado al frío | 42.604 |
| Un 45% para laminado galvanizado | 34.858 |
| | 77.462 Equivalente al 10% DI |

2. Por ser un negocio nuevo poner especial interés en la publicidad ubicar letreros y puntos de ubicación para que los clientes lleguen con facilidad.
3. Al disminuir el porcentaje de los servicios se pueden adquirir mayor cantidad de insumos logrando que la distribuidora obtenga una amplia gama de artículos, por ende los precios mejorarían para el cliente.
4. Los proveedores mencionados cuentan con el material disponible para la comercialización rápida y ágil, lo importante es desarrollar estrategias de compra eficientes con ampliación en los plazos a 30, 45, 60 y 90 días siempre y cuando se realicen pedidos mínimos de 20.000Kgs.
5. En función del análisis técnico es importante que el personal cuente con una capacitación en base a los requerimientos específicos de los productos como anchos, largos, dimensiones, superficies con la finalidad de atender rápidamente al cliente.

INFORME EJECUTIVO:

Quito, 13 de junio del 2007

Señor Inversionista
Economista José Guerrero
De mis consideraciones.-

Por medio de la presente pongo a su consideración el trabajo realizado para la ejecución del proyecto de inversión: DISTRIBUIDORA PARA MATERIALES DE CONSTRUCCION "STEEL WORLD", para lo cual se ha desarrollado investigaciones exhaustivas en cuanto al comportamiento del mercado, condiciones actuales y futuras, estudios de competencia, segmentación de mercado, análisis de variables macro y micro económicas.

Además se ha planteado un estudio técnico en el que constan los posibles requerimientos para la ejecución del proyecto incluyendo precios de mercado actual y una vez realizado el análisis económico-financiero se ha podido llegar a establecer que este proyecto debe ejecutarse únicamente para la comercialización de materiales para la construcción ya que los servicios que inicialmente se pretendía ofrecer no generan ingresos para el negocio.

Por otra parte se recomienda construir la edificación en el sitio planteado ya que la empresa estará ubicada en un sitio estratégico para el comercio, es fundamental que la empresa realice alianzas estratégicas con proveedores para que acceda a precios competitivos otorgando a los clientes facilidades de compra y generando de esta manera fidelidad.

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Lucia Pérez', is written over the typed name.

Ing. Lucia Pérez.

BIBLIOGRAFIA

1.- Información estadística mensual del Banco Central

2.- Ley de Compañías

3.- Información tomada del Internet:

www.camindustriales.org.ec

www.inec.gov.ec

www.ccq.org.ec

www.andecsa.com,

www.sri.gov.ec

www.bce.fin.ec

4.- Documentación proporcionada por empresas procesadoras de acero:

- ❖ Kubiec: Ing. Pablo Leiva Supervisor Comercial
- ❖ Ipac: Ing. Rocio Sigüenza Supervisora Zonal Sur
- ❖ Imsa: Ing. Geovanny Villenas Gerente De Comercializacion
- ❖ Ideal Alambrec: Ing. Freddy Reyes.

AUTORIZACION DE PUBLICACION:

El proyecto desarrollado servirá de soporte técnico y académico para los cursantes tanto de los diplomados como de las maestrías futuras del Instituto de Altos Estudios Nacionales IAEN razón por la cual autorizo su utilización como material de consulta.

Atentamente,

Ing. Lucia Pérez Catota
Autora.

