



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**TRABAJO PRÁCTICO DE EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA DE  
CARÁCTER COMPLEXIVO**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERIA EN CONTADURIA PUBLICA Y AUDITORIA-CPA**

**TÍTULO  
CUANTIFICAR COSTES DE APERTURA DE UN NUEVO PUNTO DE VENTA  
PARA “MINICOMISARIATOS JULLY” EN EL CANTÓN MILAGRO**

**Autor (a): BURGOS VILLAMAR ANTONIO RIGOBERTO**

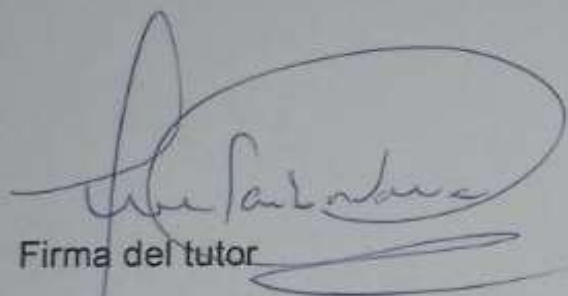
**Tutor (a): EC. GAIBOR VERA FRANKLIN MAX, MAE**

**MILAGRO DICIEMBRE, 2016  
ECUADOR**

### ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que me comprometo asesorar durante la etapa del desarrollo hasta su presentación, evaluación y sustentación del trabajo de titulación, cuyo tema es **CUANTIFICAR COSTES DE APERTURA DE UN NUEVO PUNTO DE VENTA PARA "MINICOMISARIATOS JULLY" EN EL CANTÓN MILAGRO.** Presentado por el, estudiante Burgos Villamar Antonio Rigoberto, para optar al título de INGENIERIA EN CONTADURIA PUBLICA Y AUDITORIA - CPA.

Milagro, a los 12 días del mes de Noviembre del 2016



Firma del tutor

Ec. Gaibor Vera Franklin Max, MAE

Cédula: 1203234545

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 25 días del mes de Noviembre de 2016



Firma del estudiante

Nombre: BURGOS VILLAMAR ANTONIO RIGOBERTO

CI: 0940165541

## **DEDICATORIA**

El presente proyecto lo dedico con gran cariño a mis padres, Santiago Burgos Litardo y Etelvina Villamar Moran por su esfuerzo y sacrificio, gracias a su apoyo incondicional y su fe en mi capacidad en todo momento.

A mis compañeros y amigos, con quienes compartí momentos inolvidables, alegrías, penas y tantos días y noches de esmero y dedicación para lograr nuestro objetivo final.

A todos, Gracias.

## **AGRADECIMIENTO**

Expreso mi gratitud a la empresa Manzano Vargas & Asociados S.A. MAVARSA y su su filial JULLY MINICOMISARIATOS por darme acceso a su información para la elaboración de este proyecto.

Al Ingeniero Christian Manzano Vargas, Representante legal de MAVARSA por ayudarme con su acompañamiento y colaboración de manera personal en la elaboración de este proyecto.

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

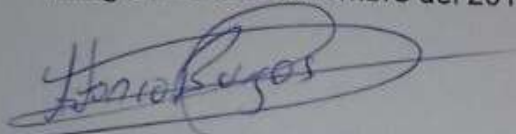
Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, MAE.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro  
Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo hacer entrega de la Cesión de Derecho de Autor del Trabajo Práctico de Examen de Grado o de Fin de Carrera de Carácter Complexivo, realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue "Cuantificar costes de apertura de un nuevo punto de venta para MINICOMISARIATOS JULLY en el cantón Milagro." y que corresponde a la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 25 de Noviembre del 2016



Firma de la (el) Estudiante

BURGOS VILLAMAR ANTONIO RIGOBERTO

CI: 0940165541

## **ABREVIATURAS**

TIR: Tasa Interna de Retorno

<b>ÍNDICE GENERAL</b>	
<b>ACEPTACIÓN DEL(A) TUTOR(A)</b> .....	<b>ii</b>
<b>DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN</b> .....	<b>iii</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>iv</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>v</b>
<b>CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABREVIATURAS</b> .....	<b>vii</b>
<b>INDICE DE TABLAS</b> .....	<b>ix</b>
<b>ESTRUCTURA DEL TRABAJO DE TITULACION ESPECIAL</b> .....	<b>x</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xi</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	<b>2</b>
<b>1.1 Planteamiento o situación problemática</b> .....	<b>2</b>
<b>1.1.1 Delimitación</b> .....	<b>3</b>
<b>1.2 Objetivos</b> .....	<b>3</b>
<b>1.2.1 Objetivos general</b> .....	<b>3</b>
<b>1.2.2Objetivos específicos</b> .....	<b>3</b>
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>4</b>
<b>MARCO TEORICO Y METODOLÓGICO</b> .....	<b>4</b>
<b>2.1 Marco teorico y referencial</b> .....	<b>4</b>
<b>2.2 Marco metodológico</b> .....	<b>7</b>
<b>2.3 Población y muestra</b> .....	<b>13</b>
<b>2.4 Métodos y técnicas</b> .....	<b>14</b>
<b>2.5 Resultados</b> .....	<b>14</b>
<b>CAPÍTULO III</b> .....	<b>15</b>
<b>3.1 Descripción de la propuesta</b> .....	<b>15</b>
<b>3.1.1Desarrollo de la propuesta</b> .....	<b>15</b>
.....	<b>16</b>
<b>Visión</b> .....	<b>16</b>
<b>3.3 Recomendaciones</b> .....	<b>21</b>
<b>Bibliografía</b> .....	<b>22</b>



## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 .....	13
Tabla 2 .....	13
Tabla 3.....	16
Tabla 4 .....	17
Tabla 5.....	17
Tabla 6 .....	18
Tabla 7 .....	19
Tabla 8.....	20

## **ESTRUCTURA DEL TRABAJO DE TITULACION ESPECIAL**

### **TITULO: CUANTIFICAR COSTES DE APERTURA DE UN NUEVO PUNTO DE VENTA PARA “MINICOMISARIATOS JULLY” EN EL CANTÓN MILAGRO.**

#### **RESUMEN**

La presente propuesta pretende exponer lo viable que es el proyecto de inversión en el Minicomisaritos JULLY. Para el desarrollo del proyecto de inversión se identificó cuál es el costo de un nuevo punto de venta en el cantón Milagro, que demuestra la existencia de una demanda insatisfecha, que nos ayuda como soporte para proyectar la demanda futura en la microempresa y determinar la oferta que existe actualmente en el sector. La empresa Minicomisariatos JULLY, se ubica en la av. Quito y Otto Arosemena del cantón Milagro de la provincia del Guayas, dicho sector cuenta con servicios básicos, con acceso de transporte, además es un sector muy concurrente por el público de la localidad es decir siempre está a la vista del comercio y venta. El objetivo de la microempresa es brindar productos de alto consumo y de calidad además proporciona al cliente el servicio demostrando cuidado integral de aseo y presentación, incluyendo precios módicos de los productos que sean accesible al público, para satisfacer las necesidades y el bienestar del cliente contribuyendo de a la mejora de su calidad de vida. Está propuesta pretende enfocar un nuevo punto de venta, con las gestiones a seguir de manera adecuada y legalmente dentro de los parámetros constitucionales de la regulación correspondiente. Mediante este estudio se refleja que está propuesta es viable y apta para ponerla en práctica debido que la inversión y las herramientas que sirvieron de indicadores, se impartan de manera positiva.

**Palabras claves:** Proyectos, Inversión, Costo, Gestión, Herramienta, Demanda, Propuesta.

## **ABSTRACT**

The present proposal aims to show how viable the investment project is in the JULLY Minicom- istary. For the development of the investment project identified the cost of a new point of sale in the canton Milagro, which shows the existence of an unsatisfied demand, which helps us to support future demand in the microenterprise and determine the supply Which currently exists in the sector. The company Minicomisariato JULLY, is the av. Quito and otto Arosemena of the canton Milagro of the province of Guayas, said sector has basic services, with access to transportation, in addition it is a very concurrent sector by the public of the locality is to say always is in sight of the commerce and sale. The objective of the microenterprise is to provide high-quality and high-quality products and also provides the customer with the service demonstrating comprehensive grooming and presentation care, including affordable prices of products that are accessible to the public, to satisfy the needs and well-being of the client by contributing To improve their quality of life. This proposal aims to focus on a new point of sale, with the steps to follow properly and legally within the constitutional parameters and correspond to the corresponding regulation. This study reflects that this proposal is feasible and apt to put it into practice because the investment and tools that served as indicators, are taught in a positive way.

**Key words:** Projects, Investment, Cost, Management, Tool, demand, proposal.

## **INTRODUCCIÓN**

El presente proyecto tiene como objetivo analizar la factibilidad de la apertura de un nuevo punto de venta del Minicomisariatos JULLY cuya actividad principal es la comercialización de productos de consumo masivo.

A fin de captar una mayor proporción de clientes se crea la necesidad de crecer en infraestructura para brindar un servicio de calidad, por lo cual se identificara mediante encuestas y entrevistas la ubicación propicia para acrecentar el negocio.

La aplicación de está propuesta es sastifacer las necesidades de los clientes en sentido de una nuevo punto de venta que este acorde con los productos de alto consumo, para en mejor ambiente mas amplio estructurado con sus correspondientes espacios y divisiones establecida el diseño.

El análisis del costo permitirá determinar la cantidad monetaria que se necesita en la apertura de un nuevo punto de venta, y determinar información que sera procesada en la entrevista dirigida al propietario o administrador del la microempresa.

## **CAPÍTULO I**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1 Planteamiento o situación problemática**

Hoy día las empresas se enfrentan a un mercado de grandes exigencias tales como el precio, la calidad, variedad, de crédito, ubicación, la influencia de aspectos externos como cambios principales de políticas gobierno y economía mundial, el desarrollo de nuevos proyectos de inversión según lo permitido en zona comercial es uno de los principales factores donde la económica debe planificar estrategia fundamental para conocer necesidades del consumidores y, como tales, a tomar decisiones más convenientes a la consecución de los objetivos y metas estratégicas, para apoyar y trabajar en conjunto de todos los miembros de la compañía.

Se presentan diversos factores que inciden en el espacio reducido del actual negocio minicomisariatos JULLY, esto genera desinterés de los clientes por realizar las compras en este local, además la distribución de los productos de forma inadecuada, origina confusión en los clientes al momento de seleccionar sus compras seguido de que la mayoría de los productos son pocos visibles para el cliente, entonces el ingresos de las ventas es deficiente para lograr las metas dentro de la microempresa

En la línea de empresas dedicadas a la venta de productos de consumo masivo se ha marcado una clara tendencia de crecimiento y expansión, es por esto que se incrementa el número de los clientes de Minicomisariatos JULLY. El éxito de esta empresa consiste en replicar la fórmula empresarial, por cuanto es requisito indispensable que la ubicación se encuentre acorde a los requerimientos físicos de satisfacción de consumidores en el mercado.

En caso de no darse esto es posible que se pierda competitividad en el mercado, los ingresos que virtualmente generarían este punto no se estarían percibiendo y no se generan nuevas plazas de trabajo.

### **1.1.1 Delimitación**

**Campo:** Comercial

**Área:** Contaduría Pública y Auditoría

**Objeto:** Cuantificar costos

**País:** Ecuador

**Región:** Litoral o Costa

**Provincia:** Guayas

**Cantón:** Milagro

**Caso de estudio:** Desarrollar un proyecto de inversión

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivos general**

Analizar la situación actual de Minicomisariatos JULLY respecto a la Infraestructura y su efecto en los clientes

### **1.2.2Objetivos específicos**

- Conocer el sistema de distribución de productos en perchas que utiliza Minicomisariatos JULLY
- Analizar cual es el criterio de ubicación de los productos respecto a su visibilidad para con los clientes

## CAPÍTULO II

### MARCO TEORICO Y METODOLÓGICO

#### 2.1 Marco teorico y referencial

Los costos son generados directa o indirectamente por la finalidad de la producción o la actividad de la empresa y pueden ser identificados en cualquier empresa, independientemente de su tamaño o actividad. Con los años se ha dado connotaciones diferentes para el término de costos, sin embargo, todavía es difícil encontrar una definición para cubrir todo el alcance de este término son los dos significados más comunes.

De acuerdo (MarcadorDePosición12) **"La cantidad de esfuerzo y recursos se han invertido para producir una cosa"** Esta definición se refiere a los costes de producción de los recursos y se llama costo de la inversión, la otra definición corresponde a "lo que está sacrificado o movido en lugar de la cosa elegida "y se conoce como el costo de reposición".

En relación con el comisariato el minicomisariato tiene como característica que son **"Tiendas o establecerse como una cooperativa o en poder de las empresas en las que los socios o miembros de la cooperativa pueden comprar productos a un precio menor de lo que encontraría en el mercado."** (MarcadorDePosición11) Es depósito privado de bienes que tienen acceso sólo los miembros de un organismo. Se considera sinónimo de comisionado.

## **Antecedentes Referenciales**

### **UNIVERSIDAD PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA**

**Título:** Plan de negocio para la creacion de un restaurante de servicio domiciliario de pizza gourmet nutritiva

**Autor:** BARÓN Salazar María Alejandra

**Fecha de publicación:** 2010

#### **Resumen**

Hemos desarrollado una investigación de mercados, donde se encontró que este producto Es la más consumida por los estudiantes, También estarían interesados en obtener un producto innovador que podría cambiar su hábito de comer, Del mismo modo se llegaría a la conclusión de que las escuelas dispuestas a pagar una cantidad considerable para un producto diferenciado, y excelente calidad, frescura y sabor agradable.

Así que yo estaba decidido a establecer una Precio \$ 4000 pesos de la empanada cada uno, así que optamos por una estrategia para adquirir los beneficios masivos con grandes volúmenes de precio de venta fijo. Y potencial de mercado es 23,998 empleados, ver el negocio objetivo de 20.398. (MarcadorDePosición13)

### **UNIVERSIDAD DE LOJA**

**Título:** Plan de negocio para la para la implementacion de un salon de eventos en el canton Marcabelí Provincia de el Oro

**Autor:** MENDOZA Iñiguez Jilmar Rodrigo

BARBA Saraguro Diana Paulina

**Fecha de publicación:** 2012

#### **Resumen**

Esta investigación refleja el impacto negativo de los pobres un salón de baile Cantón Marcabelí en Canton, causando malestar local de la organización de la gente y disfrutar de todo tipo de eventos sociales y cultura debido a la falta de un sitio que tiene una infraestructura cómoda, adecuado y seguro que se adapte a sus necesidades. Sobre la base de dicha información fue creado como objetivo general:

Determinar la viabilidad de la implementación de una empresa que ofrece la servicio de alquiler de una sala de reuniones en Marcabelí Canton por desarrollar un plan de



negocio y objetivos específicos; realizar un estudio de mercado para identificar y analizar la oferta y la demanda empresa y determinar el tamaño del mercado; determinación de la estructura información de la organización y financiera necesaria para que la empresa funcione de manera eficiente y eficazmente; información que debe ser socializado a las instituciones financieras sector a fin de obtener financiación para el desarrollo este proyecto y por lo tanto proporcionan un lugar público que se encuentra con el desarrollo óptimo de todos los tipos de características de los eventos sociales.

### **UNIVERSIDAD POLITECNICA SALECIANA**

**Título:** Plan de negocio para Ferreteria estacion de Cumbe

**Autor:** Pugo Pullo Patricio

**Fecha de publicación:** 2015

#### **Resumen**

Este proyecto se presenta como una solución para las empresas insatisfechas con la calidad de sus eventos y empresas que no cuentan con los eventos, pero es importante para estos. El proyecto está dirigido a las empresas que no cuentan con un departamento específico para las citas de negocios y que no tienen suficiente tiempo para organizar un evento. Se trata de un nuevo mercado en el Ecuador que está creciendo a un ritmo rápido, nuestro propio proyecto tiene como objetivo crear una empresa en relación con la calidad, la variedad, la innovación y la creatividad en el diseño y la organización de eventos se relaciona. (UNIVERSIDAD SALESIANA POLITECNICA, 2015)

### **UNIVERSIDAD PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA**

**Título:** Plan de negocio para la creacion de un restaurante de comida Tradicional Italiana

**Autor:** Montalvo Castro Isabel

**Fecha de publicación:** 2008

#### **Resumen**

En la ciudad de Cali existe un restaurat que cocina comida italiana que busca diferenciarse de otros restaurantes en la ciudad, gracias a aspectos tales como la calidad de la comida y el servicio, la relación entre calidad y precio, el valor añadido que se ofrecerá a la originalidad pública y de sus platos.

ARLECCHINO la cocina italiana se especializará en la preparación de la pasta fresca, hecha en casa, recién; por esta razón que desea entrar en el negocio, que será un gran atractivo, en un mercado todavía en el descubrimiento. Esto es lo que hace la diferencia frente a la competencia: es algo de lo que no se ve tradicionalmente en Cali (Montalvo, 2008)

## **2.2 Marco metodológico**

Los costos e ingresos añadidos a la programación de la producción para la actividad (la escala de la operación) determinar la rentabilidad de las actividades de generación de ingresos y la necesidad de subsidios o impuestos comprendidos por los usuarios a proyectos que tienen como objetivo generar el ingresos.

Si bien el análisis de mercado, la tecnología y la sostenibilidad debería haber constituido la mayoría de estos parámetros (precios de los productos, los costos de inversión, etc.) en este momento no tiene una comprensión completa de los diferentes parámetros.

Un primer paso importante es verificar y clasificar los costos. Las estimaciones iniciales de los costos de los diversos componentes de la inversión deben ser revisados; costes adicionales de inversión, de funcionamiento y gastos generales cada uno requieren un tratamiento diferente.

El proceso de preparación de un perfil de proyecto en el campo pone poco énfasis en los costos de la verificación - las mejores estimaciones son aceptables cuando se trabaja a nivel de perfil. Por lo tanto, la primera tarea en el proceso de formulación y evaluación, los candidatos y sus asesores deben revisar los costos previamente identificadas con el fin de:

- Determinar si los costos iniciales son asignados a las categorías correctas (inversión inicial, la sustitución de elementos de inversión, operaciones anuales, gastos de administración);

- Romper los costos generales en sus componentes específicos, por ejemplo, desagrega la estimación de un edificio en componentes de coste generales: preparación del sitio y el acceso a la misma; fundaciones, construcción por metro cuadrado; acabado (eléctrica e hidráulica); muebles, etc.;
- Identificar los costos no incluidos anteriormente, por ejemplo, la asistencia técnica, la capacitación, los requisitos legales o de salud, mitigación del impacto ambiental, la mejora de las vías de acceso;
- Verificar la validez de los gastos que se utiliza en contacto directo con los vendedores, transportistas, ingenieros y otros expertos.

**Los diversos costes de un proyecto se pueden dividir en tres categorías principales:**

- a) Las inversiones y su sustitución periódica:
- b) los costes de producción (que por lo general varían según la escala de fabricación);
- c) los costes o gastos generales (por lo general no varían como resultado de los cambios en la magnitud de la producción).

### **La inversión y los costes**

La inversión es la parte principal de cualquier proyecto. De hecho, un diseño puede ser definido como una actividad en la que se realiza una inversión ahora con el fin de obtener beneficios en el futuro. La inversión es un tipo de gasto, pero se pueden distinguir por la duración de su impacto. Si el mercado tiene una duración no superior a un año, el costo no puede ser tenido en cuenta como una inversión, y en su lugar debe ser tratado como un costo operativo.

### **Tipos de inversión**

No todas las inversiones son en forma de activos físicos, aunque las inversiones en obras y máquinas son, sin duda, el más común. Sin embargo, se puede invertir en cosas menos tangibles: por ejemplo, la educación, la investigación y los sistemas.

Cuando usted compra una tienda u otro negocio, que a menudo tienen que pagar por el "legado comercial" propietario anterior; Se estima que la relación desarrollada por el proveedor con los clientes en los últimos años es un activo que tiene un coste monetario.

Cuando se estiman los costos de inversión física, se deben tener en cuenta los siguientes factores:

- El precio de salida de los activos (maquinaria, equipos o materiales) en el punto de venta
- Impuestos aplicados a ese precio;
- el transporte activo a su ubicación final, incluidos los seguros, y cuando el artículo se debe pasar por la aduana, aranceles de importación;
- La instalación y, si es necesario, el producto de estudio en su posición final;
- formación de los operadores.

### **La vida económica**

Algunas inversiones tienen una vida más larga que el horizonte de tiempo de diseño, especialmente en el caso de obras, construcción y maquinaria pesada. Otros, como la tierra, tienen una vida de diseño y generalmente asumen que sus beneficios van a durar indefinidamente.

### **Valor residual**

Deben ser reconocidos como ingresos en el ejercicio en que se produce de la misma manera que el costo del nuevo camión como un costo de inversión registrado. El valor residual de algunas inversiones es casi inexistente. Estos pueden incluir equipos electrónicos, los activos fijos (como pozos, depósitos para la recogida de agua, etc.) o cultivos permanentes que se encuentran al final de su vida útil.

### **Depreciación**

Cuando una empresa, aplica el costo de la depreciación en sus cuentas, en realidad no deja de lado los fondos para reemplazar el activo, sólo para reducir su carga fiscal.

### **Costos recurrentes**

La inversión no es el único costo que debe hacer frente a un proyecto. Una vez que un proyecto está en marcha, hay costos que ser cubiertos por año (o más a menudo). Los costos que no son inversiones se describen como los costos recurrentes; es decir, que se producen cada año.

### **Los costes de producción**

Estos son directamente atribuibles a los costos del proceso de fabricación. Por ejemplo, en el caso de un pequeño taller de de ropa la producción y el costo de los materiales (tela, botones, etc.), material de embalaje y el costo de la electricidad utilizado para el proceso de costura se incluye como costo producción.

### **Gastos generales**

Estos incluyen los costos que normalmente no varían de acuerdo con el nivel de producción. Por lo tanto, siguiendo con el ejemplo del taller de producción de prendas de vestir, podemos identificar como gastos generales, el sueldo del administrador del taller, la iluminación y la construcción de sueldo del conductor del camión, ya que estos elementos no cambian en función del nivel de producción.

### **Los costos de capacitación y asistencia técnica**

La asignación de costos para la formación, la educación y la asistencia técnica, a menudo causa confusión; Sin embargo, en este caso, se aplican las mismas reglas a los bienes físicos. El gasto en la formación y contratación de expertos, que sólo se realiza una vez o repetirse intervalos espaciados individuales, es una inversión. **(Kaul, s.f.)**

### **Proyectos de inversión**

Los proyectos de inversión en empresas productivas pueden generar puestos de trabajo a través de la compra de maquinaria, mano de obra y materias primas que se procesa para crear nuevos productos o servicios que puedan satisfacer las necesidades de otras empresas o de los consumidores.

En el caso de una operación de demanda de las empresas, en algunos casos se puede proponer nuevas inversiones para las siguientes razones:

- Su capacidad actual es insuficiente para satisfacer la demanda del mercado.
- Es necesario poner en marcha un nuevo producto que sus clientes exigen.
- Es necesario mejorar la calidad o reducir los costos y sólo es posible con nuevas máquinas.
- Es necesario construir edificios o infraestructuras.
- Se espera entrar en nuevos mercados con el producto actual.
- Se interesa en el aprovechamiento de sus residuos para la fabricación de nuevos proyectos.
- Debe cumplir con las normas ambientales

La empresa se enfrenta a la demanda del cliente para aumentar el volumen, un nuevo producto, el precio al por menor o innovar la existente. En esta situación, la empresa debe responder mediante la ampliación o modificación de su capacidad instalada y satisfacer las expectativas del cliente.

Sin embargo, cuando estas inversiones se acompañan de compras de activos a largo plazo, tales como la tierra, el equipo de transporte, maquinaria y equipo de oficina, y su objetivo es mover el volumen de producción requiere un proceso de planificación que garantice la recuperación de márgenes de ganancia aceptables.

Todos los proyectos de inversión se evaluarán en función de su rendimiento sin embargo, el procedimiento es diferente para las nuevas empresas y empresas operadoras.

Los nuevos negocios para proyectos de inversión deben ser evaluados por el presente o el valor de la TIR (tasa interna de retorno) de los flujos de caja generados por el proyecto durante su vida útil.

Empresas operadoras requieren un procedimiento más complejo para medir la rentabilidad de sus inversiones, que incluyen:

- Evaluación de la actividad de la empresa y su rentabilidad esperada antes de realizar el proyecto.
- La evaluación de la empresa teniendo en el proyecto.

- La medición de retorno de la inversión marginal que se obtiene restando las evaluaciones anteriores de uno al otro.

### **Los proyectos de inversión para nuevos negocios**

La cuota de mercado de la determinación del volumen de ventas en las empresas que ofrecen sus productos. Actualmente, las ventas y la participación que se puede lograr con nuestro producto. Y por último el volumen de ventas se calcula a partir de la demanda insatisfecha y la elasticidad de la demanda y puede proporcionar el sacrificio necesario en precio para entrar en el mercado.

Cuáles son las necesidades de los clientes potenciales y la capacidad económica para comprar nuestro producto y la demanda de características, de elasticidad para evaluar la respuesta del consumidor en el cambio de valor

Según (Stanton, 1996)

**La evaluación de los proyectos de nuevas empresas debe comenzar con la investigación de mercado que nos permite determinar el producto que se vende, la marca, envase, la etiqueta, el diseño del producto, color, calidad, garantía, responsabilidad**

### **Estudio técnico**

Para determinar si el producto que desea vender puede hacerse de acuerdo con las expectativas del cliente en precio y calidad al consumidor a precios competitivos y la cantidad requerida. Para su fabricación, lo que necesitamos saber lo siguiente: la inversión en maquinaria, construcción, equipo de transporte, mobiliario y servicios.

### **Estudio financiero**

Tiene como objetivo medir el valor del dinero en el tiempo. Si un peso se invierte hoy tenemos lo suficiente en el futuro para adquirir más bienes que comprar hoy en día por esa cantidad de dinero. (Chamoun, 2002)

### **Estudio legal**

Este estudio considera las obligaciones que deben cumplir por la nueva compañía u operación, tales como la obtención del registro de los contribuyentes federales, la aprobación de las operaciones de la Secretaría de Estado para regular las actividades de nuestra empresa, cumplir con los derechos de los trabajadores para evitar sanciones innecesarias, tienen normas de seguridad para prevenir accidentes y pagar las obligaciones fiscales de una manera oportuna.

### 2.3 Población y muestra

Por medio de la Observación documentada, recabaremos datos en cuanto a la cuantía y costos necesarios en los cuales se debe incurrir para la apertura un nuevo punto de venta. La población en estudio está integrada por el administrador y empleados del “MiniComisaritos JULLY”, ubicado en la av. Quito y Otto Arosemena en el cantón Milagro de la provincia del Guayas.

#### Entrevista

Dirigida al administrador quien proporcione una adecuada información en el entorno y giro del negocio y las tendencias de ventas

**Tabla 1**

POBLACIÓN	
Administrador gerente	1
Empleados	6
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>

Elaborado Por: Burgos

Villamar Antonio  
Rigoberto

La muestra se toma cualitativamente, por tal razón se considera solo a los empleados de área de ventas de Minicomisariatos JULLY, porque ellos tienen mayor conocimiento en el puesto que laboran.

**Tabla 2**



POBLACIÓN	
Administrador gerente	1
Empleados	6
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>

Por: Burgos Villamar Antonio Rigoberto

## 2.4 Métodos y técnicas

Esta propuesta se desarrolla mediante la utilización del método de cuestionario porque se aplicó entrevista mediante los respectivos instrumentos para la recolección de datos reales que permitan establecer solución a la problemática expuesta.

## 2.5 Resultados

Como resultado de la entrevista con el Gerente de la Empresa presentamos los siguientes hechos y la necesidad de corregir aspectos de relevancia a fin de brindar un mejor servicio a sus clientes.

- Es esencial que el administrador o propietario conozca el grado de satisfacción a los clientes y los aspectos necesarios a mejorar.
- El objetivo debe ser llegar a un grado óptimo de satisfacción, para analizar el rendimiento de las gestiones que debe ejecutarse adecuadamente.
- La evaluación de la visibilidad de los productos, ubicación y distribución desemboca en que esta estrechamente ligado a los montos diarios de ventas, existen estrategias de percha como la agrupación por familias de productos, Insumos de limpieza, Higiene Personal, Embutidos, Lácteos, Granos secos, Especias, legumbres, Etc. Especifican que todos los productos de con una determinada característica o fin deben ubicarse en la misma estantería.

## **CAPÍTULO III PROPUESTA**

### **3.1 Descripción de la propuesta**

Para cumplir con este propósito que crea el Minicomisariatos JULLY, de cuantificar los costos de apertura de un nuevo punto de venta, se desarrolla un proyecto de inversión mediante una hoja de cálculo que presentará el costo promedio durante el tiempo de recopilación de datos

En función del análisis de los datos recabados al cotejar costos vs beneficios se logra la identificación de los Recursos necesarios en cuanto Activos para el Funcionamiento del Minicomisariato, inventarios, disponible de efectivo y personal necesario para la correcta operación del mismo.

#### **3.1.1 Desarrollo de la propuesta**

Para realizar una adecuada cotización de los gastos e inversión que debe realizarse en la apertura de un nuevo punto de venta, es fundamental elaborar una hoja de cálculo que presente los costos promedios de los materiales de construcción, permiso municipal, evaluación del terreno, etc.



### **Visión**

Como objetivo principal es ser el líder en el mercado y en ventas de productos de alto consumo, en Cantón Milagro provincia del Guayas siempre mejorando e innovando la calidad de nuestros servicios

### **Misión**

“Minicomisariatos JULLY”., es una empresa que ofrece servicios de venta de productos con una alta calidad, se dedica principalmente a la satisfacción del cliente y el desarrollo social de la comunidad.



### **ESTIMACIÓN DE COSTO DE INVERSIÓN**

**Tabla 3**

<b>Representación</b>	<b>CANT. m<sup>2</sup></b>
Solar (80m x 80m)	6400

**Fuente:** investigación de campo

**Tabla #3 Elaborado por:** Burgos Villamar Antonio Rigoberto

**Tabla 4**

<b>Representación</b>	<b>CANT. m<sup>2</sup></b>
Gerencia (10x5)	50
Secretaría (7x4)	28
Bodega (4x10)	40
Dpto. legal (10x6)	60
Salón de reuniones (40x40)	800
Baños solo para personal autorizado 1 (2x3)	6.5
Baño general (7x5) x 2	70
Área de caja (6x2)	12
Recursos humanos (9x2)	18
Parqueadero (15x8)	120

**Fuente:** investigación de campo

**Tabla # 4 Elaborado por:** Burgos Villamar Antonio Rigoberto  
**ACTIVO FIJO**



**Tabla 5**

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
Anuncio de publicidad	4800.00
Depósito de renta	2500.00
Acondicionamiento del local	3000.00
Desarrollo proyecto de inversión	15000.00
Gastos de constitución	6000.00
Tramites legales	8000.00
<b>TOTAL</b>	<b>39300.00</b>

**Tabla # 5 Elaborado Por:** Burgos Villamar Antonio Rigoberto

**Tabla 6**

<b>Descripción</b>	<b>Cant.</b>
Resma	2
Grapadora Y Perforadora	3
Presentación	3
Sello Y Tinta De La Estampilla	2
Computadora De Tinta Caja Esferográficos	6
Portaminas Y Gomas De Borrarr	5
Revisor	8
Otros	2

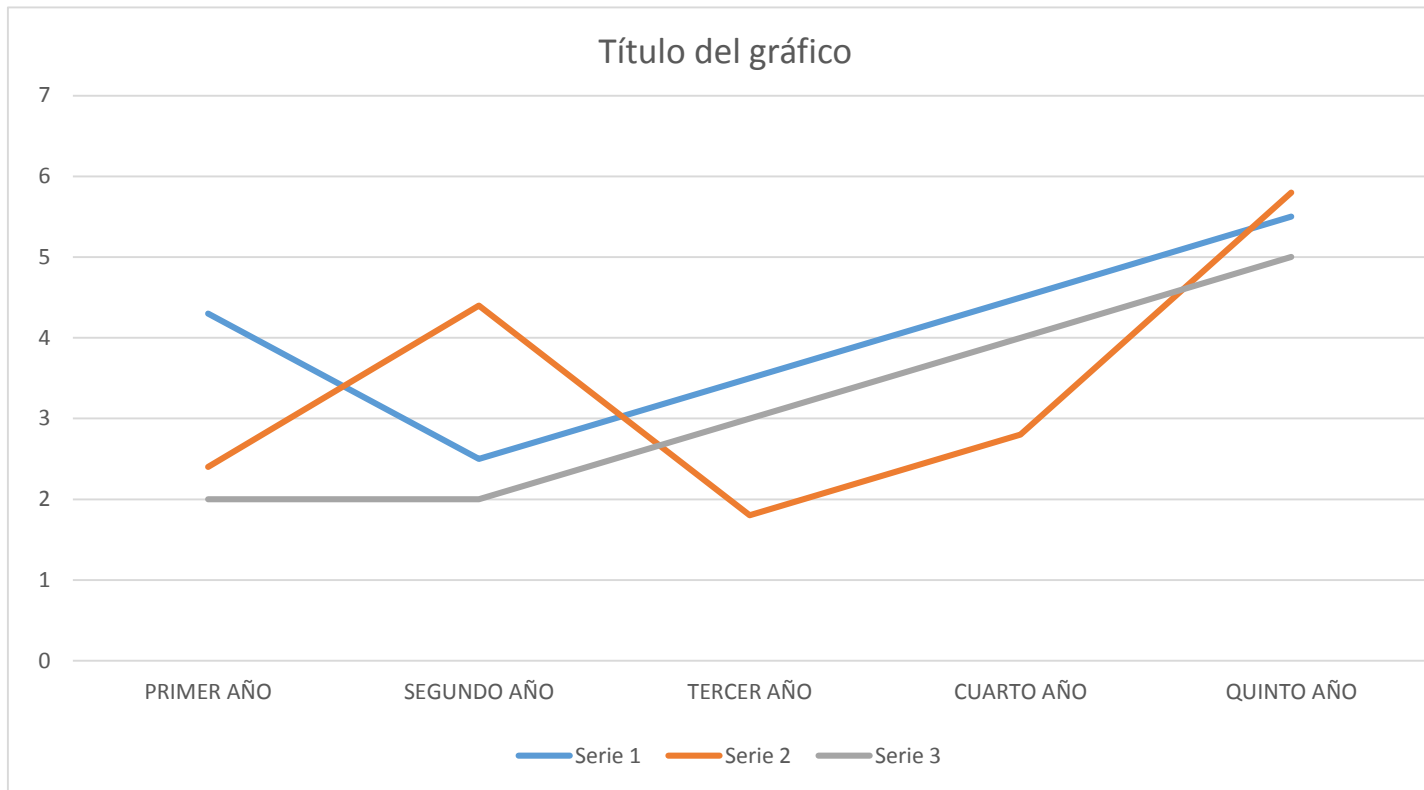
**Tabla # 6 Elaborado Por:** Burgos Villamar Antonio Rigoberto

Tabla 7

GASTOS ACTUALES				
CANT.	DETALLE	P/U	MENSUALES	ANUALES
1	Gerente	\$2.800,00	\$2.800,00	\$33.600,00
1	Subgerente	\$2.000,00	\$2.000,00	\$24.000,00
3	Contadores	\$1.200,00	\$3.600,00	\$43.200,00
180	Choferes	\$800,00	\$144.000,00	\$1.728.000,00
50	Guardias	\$600,00	\$30.000,00	\$360.000,00
CONTROL DE PAGO A PERSONAL				
500	Personal	\$800,00	\$400.000,00	\$4.800.000,00
TOTALES			\$582.400,00	\$6.988.800,00
GASTOS PROPUESTOS				
CANT.	DETALLE	P/U	MENSUALES	ANUALES
1	Gerente	\$2.800,00	\$2.800,00	\$33.600,00
1	Subgerente	\$2.000,00	\$2.000,00	\$24.000,00
3	Contadores	\$1.200,00	\$3.600,00	\$43.200,00
260	Choferes	\$800,00	\$208.000,00	\$2.496.000,00
60	Guardias	\$600,00	<b>\$36.000,00</b>	\$432.000,00
CONTROL DE GASTOS VIÁTICOS				
100	personal	\$800,00	\$80.000,00	\$960.000,00
TOTALES			\$332.400,00	\$3.988.800,00
AHORRARÍA %				
X=	\$ 332.400,00	X	100=	57,07%
		\$ 582.400,00		42,93
MANTENIMIENTO				
CANT.	DETALLE	MENSUALES	ANUALES	PORCENTAJE
5	Mecánico	\$2.500,00	\$30.000,00	
	Repuestos	\$2.000,00	\$24.000,00	
TOTALES		\$4.500,00	\$54.000,00	0,20%
PUNTO DE EQUILIRIO Y RETORNO				
AÑO	COSTO	C. ACUMULADO	BENEFICIO	B. ACUMULADO
0	26.800.000,00	26.800.000,00	0	0
1	26.853.600,00	53.653.600,00	\$3.000.000,00	\$3.000.000,00
2	26.907.307,20	80.560.907,20	\$4.290.000,00	\$7.290.000,00
3	26.961.121,81	107.522.029,01	\$6.134.700,00	\$13.424.700,00
4	27.015.044,06	134.537.073,07	\$8.772.621,00	\$22.197.321,00
5	27.069.074,15	161.606.147,22	\$12.544.848,03	\$34.742.169,03

Tabla # 7 Elaborado por: Burgos Villamar Antonio Rigoberto

## PUNTO DE EQUILIBRIO SE UBICA A LOS 5 AÑOS



**Ilustración 1**

**Elaborado por:**  
Burgos Villamar Antonio Rigoberto

**FLUJO DE CAJA PROYECTA A 5 años**

**Tabla 8**

ESTADO DE FLUJO DE CAJA FINANCIERO PROYECTADO						
RUBRO/AÑOS	0	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS:</b>						
ventas		218,400	229,32	240,786	252,825	265,467
ctas x cobrar		- 6,552	-326	-344	-361	-370
valor residual		<b>211,848</b>	<b>228,992</b>	<b>240,442</b>	<b>252,464</b>	<b>265,087</b>
<b>ENTRADA DE EFECTIVO</b>						
<b>EGRESOS</b>						
<b>INVERSIÓN</b>	63,900					
obra civil	28,200					
costos directos	38,595					
materiales directos	4,350					
materiales de acabados	5,580					
mano de obra calificada	3,285					
mano de obra no calificada	6,150					
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>						
admin.imprevistos y UT	<b>2,1350</b>					
<b>ADQUISICIONES</b>	43,28200					
vehículo liviano	6,00000					
vehículo pesado	52,900					
computadora	19,118					



software para facturar	18,968					
impresora	<b>8,754</b>					
servicio de internet	4,395					
perchas	<b>4,320</b>					
estantes	150					
<b>CAPACITACION</b>	<b>150</b>					
<b>OPERACIÓN</b>	<b>33,282</b>	<b>184,4460</b>	<b>206,3910</b>	<b>216,293</b>	<b>224,164</b>	231,044
<b>COMPRAS</b>	<b>6,000</b>	<b>165,4550</b>	173,727	<b>182,414</b>	<b>191,534</b>	201,111
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>24,000</b>	<b>15,3600</b>	16,128	<b>16,934</b>	<b>17,781</b>	18,670
gerente general	900	8,400	8,820	9,261	9,247	10,210
contador	800	1,200	1,260	1,323	1,38	1,450
chofer	250	5,760	6,048	6,35	6,668	7,001
<b>OTROS GASTOS</b>	<b>100</b>	1,152	<b>1,198</b>	<b>1,246</b>	<b>1,296</b>	1,348
servicios básicos	560	12,716	1,198	1,246	1,296	1,348
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>672</b>	<b>7,061</b>	<b>17,000</b>	<b>15,393</b>	<b>13,767</b>	<b>12,181</b>
intereses	500	5,656	5,689	4,082	2,476	870
ctas x pagar	23.000		11,311	11,311	11,311	11,311
pago de deudas	20,000	- 13,2360	-695	-695	-730	-766
efectivo capital de trabajo	3.000	3,000	1,000	1,000	500	-1,500
<b>EGRESOS EN EFECTIVO</b>	<b>75,900</b>	<b>184,446</b>	<b>216,293</b>	<b>216,293</b>	<b>224,169</b>	<b>231,044</b>
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	<b>75,900</b>	<b>27,401,75</b>	<b>24,149,39</b>	<b>24,149,39</b>	<b>28,295,17</b>	<b>34,043,42</b>

Tabla # 8 Elaborado por: Burgos Villamar Antonio Rigoberto

### **3.2 Conclusiones**

- Para negociar el precio de costo para la apertura de un nuevo punto de venta se debe utilizar herramientas reales para evitar pérdidas vitales incluida las gestiones legales se puede identificar la causa de los excesos de costo en el análisis de las gráfica de la estimación de costo de la inversión de materiales de construcción que tienen medidas correctivas sin afectar el precio de venta.
- La importancia de cuantificar el costo radica en la apertura de un nuevo punto de venta para el Minicomisariatos JULLY, por consiguiente la aplicación del desarrollo de un proyecto de inversión permitirá la evaluación subsiguiente y estandarización.

### **3.3 Recomendaciones**

- Para Minicomisariatos JULLY, es fundamental saber los gastos que generan la apertura de un nuevo punto de venta en el cantón Milagro, el cual incluirá todo tipo de materiales como herramienta pesadas, los gastos financieros, y demás gestiones se explica en esta propuesta, los costos de estado de conciliación, cuyo beneficio es que enumera todos áreas pertenecientes a la venta, y los costos excesivos.
- Finalmente se diseñó una hoja de calculo para brindar apoyo en el sistema de uso cotidiano por el Minicomisariatos JULLY, ya que con la apertura de un nuevo punto de venta serviría de beneficio para analizar el costo promedio incluyendo costos indirectos y sus componentes.

## Bibliografía

## Bibliografía

- Amaya, J. (2010). *Gerencia: Planeacion & Estrategia*. Universidad Santo Tomàs de Aquino.
- Billene. (1999). *Análisis de costos*. Ediciones Jurídicas Cuyo.
- Chamoun. (2002). *Administración Profesional de Proyectos La Guía*., Editorial McGraw Hill, México. Obtenido de <https://www.amazon.com/Administracion-Profesional-Proyectos-Guia-Spanish/dp/9701048334>
- Cooper, B. F. (2002). *Cómo iniciar y administrar un restaurante*. Editorial Norma.
- Cordova. (2005). *Formulacion y evaluación de proyectos*. ECOE EDICIONES. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/126494229/Formulacion-y-Evaluacion-de-Proyectos-2da-Edicion-2011>
- Kaul, J. G. (s.f.). *Bienes públicos mundiales; cooperación internacional en el siglo XXI*. (N. Y. (No. E14 109). PNUD, Editor) Obtenido de <http://www.sidalc.net/cgi-bin/wxis.exe/?IsisScript=iicacr.xis&expresion=COOPERACION&cantidad=50&formato=2&proxdoc=1001&ascendente=&tc=>
- Langdon., B. A. (2000). *Dirigir Proyectos. Presupuestos. calidad*..Edit. Grijalbo. Obtenido de <http://resourcelists.ntu.ac.uk/items/4CD4ED14-3E54-260D-E18D-FB7D4DBA2BB7.html>
- Mater, A. (2004). *Guía para la formulación de proyectos de investigación*. Coop. Editorial Magisterio.
- Meigs, M. &. (2007). *Métodos y procedimientos del análisis económico-financiero*. Obtenido de gestiopolis: <http://www.gestiopolis.com/administracion-financiera-y-analisis-financiero-para-la-toma-de-decisiones/>
- Miranda, J. M. (2005). *Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera-económica-social-ambiental*. . MMEditores.

Montalvo. (2008). *Plan de negocio para la creacion de un restaurante*. Obtenido de UNIVERSIDAD PONTIFICIA JAVERIANA:

<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis357.pdf>

Poveda, R. G. ( 2007). *para ir más allá de los discursos: emprendimientos sociales en sectores estratégicos de desarrollo en Colombia*. Fundación Corona,.

Stanton, J. E. (1996). *Fundamentos de Marketing*,. 10a Edición, McGraw Hill,México.

Obtenido de <http://eprints.ucm.es/29615/1/T35974.pdf>

UNIVERSIDAD SALESIANA POLITECNICA. (2015). *Plan de negocio para la ferretería Estación de Cumbe*. Obtenido de Pugo :

<http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/8799>

# Anexos

**UNEMI**  
**ENTREVISTA DEL “MINICOSARIATOS JULLY”**  
**DIRIGIDA AL PROPIETARIO O ADMINISTRADOR**

**1.- ¿Considera usted que la Infraestructura con la que posee Comisariatos JULLY satisface la necesidad de sus clientes?**

---

---

---

**2.-¿Evalúe del 1 al 10 el grado de insidencia de la infraestructura sobre la comodidad de los clientes en Comisariatos Jully, donde 1 es muy insatisfactorio y 10 es absolutamente comodo ?**

---

---

---

**3.-¿Piensa usted, que una adecuada distribucion de los productos en las estanterias genera un mayor grado de interes en los clientes ?**

---

---

---

**4.- ¿Qué criterio tiene usted, sobre la ditribucion de los productos dentro en Comisariatos Jully?**

---

---

---

**5.- ¿Cree usted, que la visivilidad que tienen los productos dentro de Comisariatos Jully influye en el conosimiento que tienen los clientes acerca de la existencias de los mismos y a su vez en las ventas?**

---

---

---

## ENTREVISTA AL ADMINISTRADOR DEL “MINICOMISARIATOS JULLY”







## Urkund Analysis Result

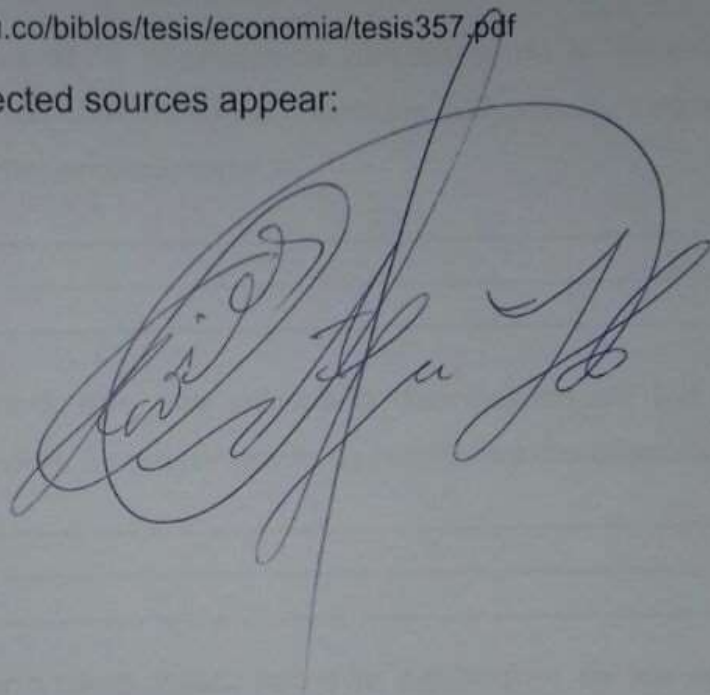
**Analysed Document:** PROYECTO PASAR A PLAGIO.docx (D24158527)  
**Submitted:** 2016-12-07 21:46:00  
**Submitted By:** anto4595@gmail.com  
**Significance:** 1 %

Sources included in the report:

<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis357.pdf>

Instances where selected sources appear:

2

A large, stylized handwritten signature in black ink, written over the text area. The signature is highly cursive and difficult to decipher, but it appears to be a name starting with 'Antonio'.