

ESPAE

**Escuela de PostGrado en Administración
de Empresas**

**“Fabricación y Comercialización de
productos terminados de Papel Kraft”**

TESIS DE GRADO

**Previo a la Obtención del Título de:
Magister en Administración de Empresas**

PRESENTADO POR:

Ing. Cristian Walter Moyano Rodríguez

Ing. Giani Ray Núñez Espinoza

Ing. Julio Alfredo Tobar Barreno

Ing. Elías Samuel Ortiz Morejón

Tutor: Ing. Ximena Carrillo, MAE.

Guayaquil - Ecuador

Noviembre del 2005

ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS
TERMINADOS DE PAPEL KRAFT”**

TESIS DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE:

MAGISTER EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

PRESENTADO POR:

Ing. Cristian Walter Moyano Rodríguez

Ing. Giani Ray Núñez Espinoza

Ing. Julio Alfredo Tobar Barreno

Ing. Elías Samuel Ortiz Morejón

TUTOR: Ing. Ximena Carrillo, MAE.

GUAYAQUIL – ECUADOR

NOVIEMBRE DEL 2005

AGRADECIMIENTOS

A Dios por la sabiduría y la fuerza que nos da cada día para cumplir nuestras metas.

A nuestros padres por su apoyo y confianza.

A nuestras esposas e hijos por su paciencia y comprensión ya que estuvimos lejos de ellos en muchas ocasiones.

A nuestros familiares, seres queridos y amigos por su aliento constante en la culminación de esta etapa más de nuestras vidas.

A nuestros profesores y en especial a nuestra tutora por su guía y paciencia.

DEDICATORIA

A mis padres

A mi esposa

A mi hermano

A mi enamorada

A mi hijo Josué Andrés

TABLA DE CONTENIDO

	Página
1. RESUMEN EJECUTIVO	4
2. ANALISIS DE MERCADO	
2.1 Análisis del sector y de la compañía	6
2.1.1 Diagnóstico de la estructura actual y de las perspectivas del sector, posibilidades de crecimiento	6
2.1.2 Estado del Sector, en términos de: productos, mercados, clientes, empresas nuevas, tecnología, administración, desarrollo.	7
2.1.3 Barreras especiales de ingreso de negocios en el sector	10
2.1.4 Rivalidades existentes entre competidores	10
2.1.5 Poder de negociación de clientes y de proveedores	11
2.1.6 Amenaza de ingreso de nuevos productos o de sustitutos	12
2.1.7 Amenaza de ingreso de nuevos negocios	12
2.2 Análisis del mercado propiamente dicho	13
2.2.1 Producto	13
2.2.2 Clientes	14
2.2.3 Competencia	14
2.2.4 Tamaño del mercado	15
2.2.5 Tamaño de mi mercado	16
2.2.6 Plan de mercadeo	18
3. ANALISIS TÉCNICO	
3.1 Análisis del producto	19
3.2 Equipos y maquinarias	22
3.3 Distribución de la planta	22
3.4 Plan de producción	23
3.5 Plan de consumo	23
3.6 Plan de compras	23
3.7 Sistemas de control	24

4. ANALISIS ADMINISTRATIVO	
4.1 Grupo empresarial	25
4.2 Personal Ejecutivo, organización y de operaciones	26
5. ANALISIS LEGAL Y SOCIAL	
5.1 Aspectos legales	27
5.2 Aspectos de legislación urbana y análisis ambiental	27
5.3 Análisis social	28
6. ANALISIS ECONOMICO	
6.1 Inversión de activos fijos	28
6.2 Inversión en capital de trabajo	29
6.3 Presupuesto de ingresos	29
6.4 Presupuesto de personal	29
6.5 Análisis de costos	30
7. ANALISIS DE VALORES PERSONALES	30
8. ANALISIS FINANCIERO	
8.1 Flujo de Caja	31
8.2 Estado de Resultados	31
8.3 Balance General	31
9. ANALISIS DE RIESGOS	
9.1 Riesgo Financiero, Económico y técnico	32
10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
10.1 Conclusiones	32
10.2 Recomendaciones	33

ANEXOS

- 1. Plan Anual de producción**
- 2. Plan Anual de consumo de materias primas**
- 3. Plan Anual de compras**
- 4. Inversión en activos fijos**
- 5. Presupuesto de personal**
- 6. Análisis de costos**
- 7. Presupuesto de costos de producción**
- 8. Presupuesto de ingresos**
- 9. Inversión en capital de trabajo**
- 10. Flujo de caja**
- 11. Estado de Resultados**
- 12. Balance General**

BIBLIOGRAFIA

1. RESUMEN EJECUTIVO

El ofrecer al mercado una alternativa compatible con el medio ambiente, se considera como algo novedoso en nuestro medio. Siendo la principal ventaja competitiva de nuestro producto su costo en comparación con los productos alternativos en el mercado. Sin embargo, podemos mencionar que en países con mayor desarrollo industrial donde se aprecia de manera elocuente el deterioro de las condiciones de vida, generado por este desarrollo tecnológico, la comunidad esta dispuesta a pagar costos mayores por productos biodegradables.

Por consiguiente, nuestros productos se enmarcarán dentro del mercado de la fabricación de protectores de superficie elaborados a partir de papel kraft sin blanquear, mercado que no se ha desarrollado en nuestro país.

Existe una amplia variedad de productos que pueden ser elaborados a partir de esta materia prima, como por ejemplo: Mantales, fundas para boutique y supermercados, cajitas para snack y otros.

Por consiguiente, estamos presentando al mercado ecuatoriano la alternativa de uso intensivo de estos productos, que constituyen sustituto perfecto de productos como el plástico y papeles blanqueados y que a su vez servirá como medio publicitario para posicionar los productos del negocio para lograr un aumento en sus ventas. Los productos propuestos son:

- Individuales para comidas
- Protectores de superficie para vehículos

Nuestros clientes para los individuales para mesa lo conforman las empresas medianas de expendio de comida tales como restaurantes de ventas de almuerzos y comidas típicas de la ciudad de Guayaquil. El segmento de mercado para los protectores de superficies de vehículos los componen las concesionarias, lubricadoras, lavadoras y cadenas de otros servicios automotrices de la ciudad en mención.

Nuestros productos serán comercializados de manera directa, esperando un nivel de concientización de los clientes en los aspectos ambientales. Consideramos una aceptación media del mercado, debiendo apoyarse con estrategias de marketing para ganarle espacio a la competencia.

Los socios aportarán USD. 43.770 para cubrir las inversiones fijas, y USD. 106.366,86 para cubrir el capital de trabajo de los primeros seis meses.

De acuerdo con nuestro plan, en el primer año se prevé alcanzar un nivel de ventas de US \$270.259,50, con un margen de utilidad de US\$ 45.528,62. Consideramos una tasa de crecimiento de las ventas del 5% anual, obteniendo un VAN de US\$ 64.925,66 a una tasa TMAR del 20% y una TIR del 34,94% en un período de vida del proyecto de 5 años.

Las instalaciones, maquinarias y los procesos de fabricación, así como la tecnología requerida son coherentes y plenamente viables para la capacidad de producción planteada. Es decir no se necesita de equipos de alta tecnología ni de gran costo.

Resulta útil establecer políticas como: políticas de compras, se planea disponer de stock de materias primas para 4 semanas; como política de pagos, los mismos serán con crédito hasta por 30 días y como política de cobro, se dará crédito hasta por 30 días.

2. ANALISIS DE MERCADO

2.1 Análisis del sector y de la compañía

2.1.1 Diagnóstico de la estructura actual y de las perspectivas del sector, posibilidades de crecimiento.

El mercado de la fabricación de artículos de pulpa, papel y cartón en el Ecuador según la Superintendencia de Compañías, alcanzó en el año 2003 un nivel de ventas anuales de US\$ 3,270,349, cifra tomada en base a los estados financieros consolidados presentados por un total de 7 compañías del país. En el 2002 las ventas anuales fueron de US\$ 2,721,667 notándose un crecimiento acumulado del 20% con respecto al año 2003.

Estas cifras nos hacen considerar que nuestro país presenta un ambiente favorable para el mercado de los productos fabricados de papel.

En general, de acuerdo a las estimaciones del FMI (Fondo Monetario Internacional) y CEPAL (Proyección Económica para América Latina) las proyecciones de crecimiento económico para este año 2005 en América Latina es del 4.4%, siendo para Ecuador el 3.4%.

En la actualidad, el consumo de papel a nivel mundial experimenta un aumento por sus diferentes usos en la industria, especialmente debido a la tendencia que señala mayores aplicaciones del papel en el segmento comercial y publicitario, donde el renglón destinado a la impresión de negocio capta la mayoría del mercado.

De acuerdo a la investigación de mercado basado en encuestas realizadas a empresas medianas de expendio de comida tales como restaurantes de ventas de almuerzos y comidas típicas, se determinó que existe una demanda no satisfecha en el mercado para el suministro de individuales de papel con publicidad personalizada y con posibilidades de ser suministrada en bajos volúmenes.

De igual manera, las encuestas realizadas a estaciones de servicios y concesionarios de vehículos, determina la existencia de un mercado interesado en la utilización de protectores desechables de

superficie de vehículos que tengan un bajo costo y sirva de medio de publicidad de estos establecimientos.

Es por ello que nuestro negocio se enfocará a la fabricación y comercialización de individuales para comida y protectores de superficie de vehículos, los mismos que tendrán impreso los logotipos y/o leyendas, serán llenos de color, con hermosas ilustraciones y textos originales, de acuerdo a lo deseado por los clientes.

La novedad de nuestros productos es la utilización de papel kraft reciclado como materia prima principal, debido a los menores costos de este tipo de papel sin blanquear con respecto a la alternativa del papel blanco. Por lo que esperamos que nuestros productos se conviertan en uno de los favoritos en el mercado debido a su calidad, a su originalidad y contribución al medio ambiente.

El sector industrial al que perteneceremos de acuerdo a la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU), es el 3419: Fabricación de artículos de pulpa, papel y cartón.

Nuestros productos serán destinados a cubrir el mercado de la ciudad de Guayaquil, para lo cual se ejecutará un plan de mercadeo, el cual está descrito en un capítulo posterior.

2.1.2 Estado del sector, en términos de: Productos, mercados, clientes, empresas, nuevas tecnologías, administración, desarrollo.

Los productos fabricados de papel son todos aquellos artículos para cuya fabricación se utiliza el papel como materia prima. La importancia y utilidad de estos productos es indiscutible, por cuanto forman parte de la mayoría de los ambientes cotidianos del ser humano, portándole funcionalidad, comodidad, orden, higiene y protección de los productos.

Entre los numerosos productos podemos mencionar los siguientes: cajas de cartón para embalajes, bandejas para el transporte de productos frágiles, como huevos y frutas, cajas para embalar productos de exportación, artículos para el estudiante, como cuadernos, blocks y agendas, y papeles para oficinas, constituye un listado que da cuenta cabal de la importancia de todos y cada uno de estos artículos de uso habitual.

Como vemos podemos encontrar un sin número de productos que tienen varias aplicaciones para los diferentes tipos de industrias, es por esto que se presenta interesante el mercado de los productos de papel a nivel mundial.

El mercado de la fabricación de productos en el Ecuador está en crecimiento, principalmente debido a la demanda de la industria de la impresión que está experimentando un alto potencial de crecimiento. Según la American Forestry & Paper Association, la demanda mundial de papel para impresión se ha duplicado en estos últimos 20 años y se prevé que en el año 2010 se habrá duplicado otra vez.

El mercado de cada uno de nuestros dos productos es diferente y se muestra en el siguiente cuadro:

PRODUCTO	MERCADO OBJETIVO
INDIVIDUALES PARA COMIDAS	RESTAURANTES, CAFES Y OTROS ESTABLECIMIENTOS QUE EXPENDEN COMIDAS Y BEBIDAS
PROTECTORES DE SUPERFICIE PARA VEHICULOS	TALLERES DE REPARACION DE AUTOMOVILES, LAVADORAS Y LUBRICADORAS

A continuación presentaremos un cuadro, de acuerdo a la Superintendencia de Cías, en donde se muestra el crecimiento del mercado objetivo en el Ecuador hacia el cual van dirigidos nuestros productos:

MERCADO OBJETIVO	Nº CIAS 2002	VENTAS 2002	Nº CIAS 2003	VENTAS 2003	VARIACION
RESTAURANTES, CAFES Y OTROS ESTABLECIMIENTOS QUE EXPENDEN COMIDAS Y BEBIDAS	183	120,743,056	217	128,782,060	7%
TALLERES DE REPARACION DE AUTOMOVILES, LUBRICADORAS	62	26,462,387	63	32,855,042	24%

Este cuadro nos da una idea del crecimiento del sector en base a personas jurídicas y no representan el número de establecimientos reales que atienden al consumidor final.

Durante el primer año de operación, nuestro proyecto prevé obtener ventas por US\$ 169,020, lo que significa captar el 5.17% del mercado, con referencia al total de ventas del año 2003 de los productos fabricados de pulpa, papel y cartón, con proyecciones de incremento de un 5% anual hasta el 5to año, en el cual tendríamos la fábrica a su capacidad de operación máxima.

Como podemos notar los mercados hacia el cual van dirigidos nuestros productos crecen año a año. En el caso de los restaurantes, el mercado crece debido a que se evidencia la participación de Cadenas Internacionales y Nacionales en este ámbito, pronosticándose un crecimiento para este año 2005 del 3,5%, según Deloitte & Touche - Ecuador, de igual manera el sector de los talleres de servicios para automóviles se ve incrementado gracias al alto crecimiento de las ventas de autos en estos últimos tres años. Según la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (Aeade), el año pasado se vendieron 60,900 unidades y hasta el final de este año se espera colocar en el mercado 65,000 unidades.

Estas condiciones nos hacen prever condiciones favorables para la aceptación y venta de nuestros productos.

Para determinar la base de clientes que fundamentan nuestras encuestas, se efectuaron consultas al M.I. Municipio de Guayaquil y a una reconocida empresa de distribución de insumos automotrices de esta ciudad, con el cual se obtuvo una base de datos de empresas y negocios hacia al cual van dirigidos nuestros productos.

Los cambios tecnológicos en el sector de la pulpa y el papel han sido profundos, impulsada por las modificaciones en las regulaciones, la necesidad de mantener la competitividad y las demandas del mercado, la mayoría de las fábricas de pulpa y de papel han realizado cuantiosas inversiones para reducir los contaminantes.

En lo que respecta a tecnología, debido a que nuestra empresa está en su etapa embrionaria, adoptaremos tanto la importación de bienes de capital con la tecnología necesaria para la fabricación de nuestros productos, de igual manera se utilizará equipos de fabricación nacional.

Adicionalmente siguiendo la tendencia actual de las comunicaciones por Internet, contaremos con nuestra propia página web para que los clientes nos puedan contactar e informarse de lo que puede y está en capacidad de ofrecer nuestra empresa.

Con el objetivo de ingresar en el mercado, nuestra estrategia genérica competitiva a nivel de negocio será de bajo costo, complementándose con una estrategia de flujo en línea en lo que respecta al área de operaciones.

2.1.3 Barreras especiales de ingreso de negocios en el sector

Tomando en consideración el mercado ecuatoriano presentamos a continuación los principales factores que serían las barreras especiales de ingreso en el sector de nuestros productos.

BARRERAS DE ENTRADA	
a) Diferenciación del producto	3
b) Requisitos de capital	3
c) Acceso a las materias primas	2
d) Curva de experiencias y aprendizaje	3
e) Tecnología de proceso	2/3
f) Tecnología de marketing	4/5

Referencias: 5- ALTO, 4- MEDIO/ALTO, 3- MEDIO, 2- MEDIO/BAJO, 1- BAJO

2.1.4 Rivalidades existentes entre competidores

La estructura competitiva de la fabricación de artículos de papel se podría considerar fragmentada pero con poca participación debido a que es un segmento de mercado poco atendido en el Ecuador. Por consiguiente se presentará una competencia reducida al observar la introducción de estos nuevos productos.

Cabe mencionar que en lo que respecta a los productos que vamos a ofrecer, nuestros competidores no se enfocan al uso del papel kraft como materia prima principal.

Es por ello que uno de nuestros objetivos es operar en los niveles cercanos a la capacidad para reducir costos fijos totales sobre más unidades de producción.

2.1.5 Poder de negociación de clientes y de proveedores

En nuestros mercados los clientes son poderosos ante las siguientes circunstancias:

- Nuestros clientes enfrenten costos alternativos mayores. Los costos alternativos menores atan a los clientes a un vendedor.
- Que los clientes obtengan bajas ganancias. Estas ganancias bajas ejercerán presión en los clientes para bajar los costos de sus compras.
- Los clientes tengan toda la información. Entre más información tienen los clientes sobre la demanda, los precios actuales del mercado y los costos de los abastecedores, mayor es su poder de compra
- Volumen de compra de los clientes. Las cadenas de restaurantes, como de concesionarias de vehículos, debido a su considerable volumen de compra, pueden exigir reducción de precios en sus compras.

Con respecto a los proveedores son poderosos ante las siguientes circunstancias:

- Debido al tamaño del mercado que tenemos como objetivo captar, no representaríamos un porcentaje significativo de las ventas de los proveedores, tomando en cuenta que nuestro suministro es dominado por pocas empresas en el país. Esto significaría que serían capaces de ejercer un control considerable sobre los precios, la calidad y los términos de venta.

- Ya que el suministro de papel kraft es clave en la diferenciación de nuestros productos, el proveedor posee gran poder.

2.1.6 Amenaza de ingreso de nuevos productos o de sustitutos

La alternativa existente en el mercado de los individuales, es de origen chino, fabricados de plástico o tela, de un costo más elevado que el nuestro y sin una marca reconocida.

Para los productos que vamos a ofrecer prácticamente no existe este producto hecho a base de papel kraft, existiendo un mercado apto para ser atendido.

2.1.7 Amenaza de ingreso de nuevos negocios

En este punto debemos indicar que en nuestro país no existe una cultura de reciclaje, ni políticas gubernamentales de apoyo a esta actividad, por lo tanto no se tiene una intervención del gobierno que incentive la producción de productos a partir de materias primas recicladas, tampoco existen normas obligatorias que deban seguirse de manera rigurosa en los procesos de producción o comercialización.

Consideramos que no existen mayores barreras de ingreso de nuevos competidores y potenciales competidores en este negocio, por la facilidad de acceso a la tecnología, materia prima, conocimiento y recurso financiero.

2.2 ANALISIS DEL MERCADO PROPIAMENTE DICHO

2.2.1 Producto

Nuestros productos pertenecen a la línea de protectores de superficies elaborados de papel kraft, por lo tanto son completamente biodegradables.

- a. Protectores de superficies para vehículos: protectores tipo alfombras utilizados para proteger los asientos, las superficies interiores, tales como el piso y portamaletas elaborados con el tipo de papel kraft corrugado medio de 146 gr/m²; con publicidad impresa con pintura vegetal.
- b. Protectores de superficies para mesas: individuales para mesa, utilizados para proteger las superficies de las mesas y charoles en el momento de servir las comidas elaborados con el tipo de papel kraft test liner de 160 gr/m²; con publicidad impresa con pintura vegetal.

Consideramos que los productos propuestos son plenamente compatibles con los gustos y preferencias del mercado, donde se usan productos alternativos de otros materiales como papel blanqueado o plástico que tiene un costo superior, generando desechos de difícil reciclaje.

Los productos de obtenidos de la conversión de papel kraft, son relativamente sencillos, pero que sometidos a un proceso de industrialización pueden generar márgenes interesantes.

Adicionalmente buscamos contribuir con el medio ambiente, ofreciendo productos que estén constituidos por materias primas biodegradables, que puedan ser recicladas varias veces, a fin de no forzar la explotación de los escasos recursos naturales que aún quedan en nuestro entorno y además evitar la contaminación que se genera en el procesamiento de estas materias primas, en reemplazos de muchos productos como el plástico que tiene una incidencia negativa en el medio ambiente por su lenta degradación y absorción de sus desechos por la naturaleza, pues deseamos incentivar en nuestro país la cultura de consumo masivo de papel.

2.2.2 Clientes

Nuestros potenciales clientes para los protectores de superficie de vehículos son las cadenas de establecimientos dedicadas al mantenimiento de vehículos como por ejemplo las lubricadoras, lavadoras y otros establecimientos más completos como las concesionarias de vehículos y tecnicentros. Actualmente se utilizan en cantidades mínimas y en cierto tipo de lugares, por lo que representa un segmento muy poco atendido.

Los clientes meta para los individuales de mesa son los restaurantes y cadenas de restaurantes así como los establecimientos de comida rápida. En este segmento, ya es común la utilización de individuales de papel bond, por lo que la introducción del mismo producto en papel kraft biodegradable y a menor costo resulta más atractivo.

2.2.3 Competencia

En el Ecuador existen empresas nacionales que se dedican a elaborar productos relacionados de papel y que en gran parte del mercado estos productos son elaborados de papel bond importado (en el Ecuador no se fabrica) que representa un costo más alto en comparación a los elaborados de papel kraft. En sí las empresas litográficas representan nuestra potencial competencia por su capacidad instalada, pero con la desventaja que requiere grandes volúmenes de producción de un mismo producto para ser rentable en su operación, por el costo de cambio y por que sus productos no están orientados al uso de papel Kraft como su principal materia prima.

Nuestros potenciales competidores son: Maxigraft - Offsetec - Formas y accesorios - Lito automática - Poligrafica - Senefelder - Papelesa. Hasta el momento estas empresas no ofrecen este tipo de producto. Las grandes cadenas de comidas rápidas se proveen de este producto por medio de importaciones, las concesionarias en cambio se proveen con pequeñas cantidades fabricado casi artesanalmente. Por consiguiente, hemos descubierto una verdadera desatención a esta oportunidad que tendrían ciertos establecimientos de la ciudad de Guayaquil, para publicitar de mejor manera sus productos, servicios y/o marcas. Medianos establecimientos donde actualmente la compra de este producto es casi nula y que tienen gran necesidad de incrementar sus ventas, por lo que se vuelve atractivo implementarlo en sus negocios.

2.2.4 Tamaño del mercado

Nuestro mercado lo conforman los potenciales clientes de la ciudad de Guayaquil.

Ciudad de Guayaquil: Establecimientos de servicios automotrices:

Establecimientos	Cantidad de Establecimientos
Concesionarias	70
Lubricadoras y lavadoras	800
Talleres de automóviles	500
Cadenas de otros servicios para autos	<u>80</u>
Suman	1,450

Fuente: Sondeo realizado en Guayaquil por los integrantes del proyecto.

Datos adicionales:

El parque automotor de la ciudad de Guayaquil esta compuesto aproximadamente de 250,000 vehículos.

En la ciudad de Guayaquil se esperan vender aproximadamente 45 vehículos diarios para el 2006, es decir 11.700 vehículos en el año, lo que representaría un 6,48% de crecimiento anual.

Fuente: Diario el Universo publicación de Abril/2005

Ciudad de Guayaquil.: Establecimientos de comida en general:

	Cantidad
Empresas medianas de expendio de comida.	150
Otros establecimientos de comida (almuerzos, platos a la carta)	<u>330</u>
Suman	480

Datos adicionales:

En Guayaquil el consumo de alimentos en este tipo de establecimientos ha aumentado en los últimos tiempos y con mayor acentuación en los establecidos en centros comerciales.

Fuente: Diario el Universo publicación de Abril/2005

2.2.5 Tamaño de mi mercado.

La estimación del tamaño de nuestro mercado se determina en base a las encuestas realizadas a los clientes en el mercado objetivo.

Por lo tanto el tamaño de nuestro mercado se basa en la cantidad de establecimientos que confirmaron que no usan estos productos, pero que sí estarían dispuestos a utilizarlos (20% del mercado total para protectores para vehículos y 40% para individuales para mesa respectivamente) (Fuente: sondeo en la ciudad de Guayaquil), más un 10% de la participación de mercado total que mantiene la competencia en ambos casos (no compiten con elaborados de papel Kraft); es decir que nuestro objetivo será abarcar el 30% del mercado para los protectores de superficies de vehículos y el 50% del mercado para los protectores de superficies de mesas:

Protectores de superficies

	Vehículos	Mesas
No usan el producto, pero si lo desean	20%	40%
Usan el producto, pero desean los elaborados de papel Kraft	30%	40%
No usan el producto, ni lo desean	<u>50%</u>	<u>20%</u>
Total del Mercado	100%	100%

Estimación de la Demanda

Protectores de superficies para vehículos:

Como es de conocimiento público el parque automotor de la ciudad de Guayaquil lo integran aproximadamente 250.000 vehículos, y que por lo menos una vez al mes son atendidos por los establecimientos de servicios para vehículos; es decir que aproximadamente el 30% de estos vehículos serán atendidos por nuestros clientes y que lo más probable es que se utilice en promedio 1.5 protectores de superficies para vehículos por cada vehículo atendido en estos establecimientos (Fuente: sondeo en la ciudad de Guayaquil). De manera que nuestra demanda se ubicará en aproximadamente 112.500 unidades mensuales.

Parque automotor	250.000
Vehículos atendidos mensualmente por nuestros clientes (30% del total)	75.000
Promedio de utilización de los protectores por vehículo atendido	1,5
Demanda estimada (Unidades de protectores)	112.500

Protectores de superficies para mesas.

Por otro lado, de las encuestas se determinó que el 40% de los establecimientos encuestados desean nuestro producto. En el mismo se pudo determinar que el total de pedidos mensuales de estos establecimientos de comidas que mostraron una aceptación al uso de nuestro producto, es de 31,680 pedidos. Este valor proyectado hacia el segmento total del mercado al cual va dirigido nuestro productos, que es de 480 establecimientos y considerando el uso de 1 individual por pedido, nos da una estimación mensual de la demanda de 1.013.760 unidades de individuales por mes. Sin embargo hemos considerado un escenario conservador capaz de captar el 80% de la demanda estimada, lo cual nos daría un total de 812.000 unidades de individuales por mes, sin contar que se pretende promocionar a nuestros clientes la idea de que introduzcan, en muy corto plazo, la entrega de estos protectores en los pedidos de comida para llevar, en concordancia con nuestro plan de mercadeo. Por lo que estimamos que nuestra demanda será de aproximadamente 812.000 unidades mensuales.

Promedio de números de pedidos de comida por mes	5.280
Promedio de utilización de los protectores por pedido	1
Demanda estimada mes (Unidades de protectores)	812.000

2.2.6 Plan de mercadeo

Nuestro plan de mercadeo se fundamenta en la teoría en que los consumidores finales deben tener el mayor contacto posible con el material publicitario para la aceptación y posicionamiento de una marca o servicio, que para nuestros fines, nuestros productos se los otorgarán a los establecimientos de comida y de servicios automotrices. Esta idea es la que debe atraer a nuestros clientes a comprar nuestros productos, para que ellos a su vez los utilicen en la prestación de servicios a sus clientes y para que les sirva como medio para impulsar y mejorar sus ventas.

El posicionamiento es el lugar que ocupa un producto o un servicio en la mente del consumidor y complementariamente es el resultado de una estrategia especialmente diseñada para proyectar la imagen específica de ese producto, servicio, idea, marca o hasta de una persona.

Para el caso de los individuales, con este tipo de publicidad sobre la mesa, se busca posicionar los productos alimenticio que brinda un restaurante, y lograr un poder de recordación en los clientes que acuden a los restaurantes u otros establecimientos de comida.

La estrategia es mantener ocupada la atención del cliente, hasta que se le entregue su pedido (No obstante se introducirán los individuales para mesa en los pedidos para llevar, como ya se los hace con las servilletas por ejemplo). Para ello, se ofrecen juegos o pasatiempos que "recompensan" a los consumidores y también, en esas hojas, se incluyen anuncios publicitarios de otros productos o servicios. Lo mismo se hace en los menús. La intención es presentar anuncios que no afecten a la sensibilidad y no se trate de publicidad engañosa. Así, se busca mantener un estándar de calidad y asegurarse la presencia de consumidores a largo plazo. No se trata de un bombardeo de publicidad, solo es estrategia

Según estudios recogidos por la publicación Mercadeo, el ser humano es sensible a los estímulos, a través de los sentidos con el siguiente porcentaje de influencia: Vista 55 por ciento, oído 18 por ciento, olfato 12 por ciento, tacto 10 por ciento y gusto, cinco.

El mismo efecto tendría la utilización de protectores para superficies de vehículos.

La venta de nuestros productos se realizarán directamente al segmento del mercado hacia el cual va dirigido nuestros productos, para lo cual contaremos con dos agentes vendedores que atenderán sectorialmente a la ciudad de Guayaquil, la cual la hemos dividido en dos sectores: Sur-Centro-Oeste y el sector Norte, en el cual cada agente contará con una respectiva carpeta con las muestras de los diseños de los productos que ofrecemos, así como se enfatizará que el objetivo del mismo será a parte de mejorar el servicio a sus clientes, que estos le sirvan como medio de publicidad para los productos que ofrecen o productos que prevean ofrecer a sus clientes. En el caso de clientes que deseen un diseño especializado, se aprovechará los servicios de empresas de publicidad y diseñadores gráficos para satisfacer el requerimiento del cliente.

Nuestro producto tendría una presentación en paquetes de 500 unidades tanto para los individuales de comida como para los protectores de superficies de vehículos, y serán distribuido a través de un servicio tercerizado de transporte.. Estos productos no necesitan grandes espacios para su almacenamiento y transportación.

Ver el anexo 13.

3. ANALISIS TÉCNICO

3.1 Análisis del producto

Los productos que ofreceremos al mercado son:

- Individuales para comidas rápidas (snack)
- Protectores de superficie de vehículo

Todos estos productos son elaborados con papel kraft reciclado sin blanquear, partiendo desde bobinas de papel, después del desbobinado, son sometidas a un proceso de troquelado, impresión, y apilado. Las características específicas de cada producto son:

a. Individuales para comidas rápidas (snack)

Fabricados con papel kraft, en medidas de 400 x 300 mm, de color natural del papel, con impresión de motivos ecológico o según diseño solicitado por el cliente.

Serán producidos usando como materia prima papel kraft Test Liner de 160 gr/m²: Este tipo de papel es producido en el país por varias industrias papeleras, como materia prima para la fabricación de cartones de uso domestico y de exportación. Las características físicas que debe cumplir este papel son:

Papel	Test Liner con resistencia en Húmedo		
Característica	Estándar	Mínimo	Máximo
Peso básico	160 g /m ²	155 g /m ²	165 g /m ²
Humedad	7.5 %	6.0 %	9.0 %
Rigidez	28.0 Kg.	24.0 Kg.	
Mullen	65.0 psi	50.0 psi	
Cobb	20.0 g /m ²	40 g /m ²	

b. Protectores de superficies de vehículos

Fabricados con papel kraft, en medidas de 600 x 500 mm, de color natural del papel, con impresión de motivos automotrices o según diseño solicitado por el cliente.

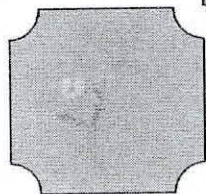
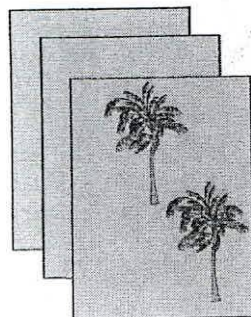
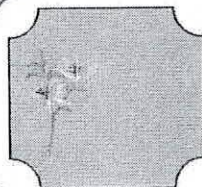
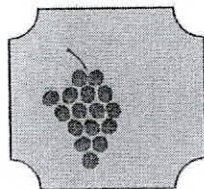
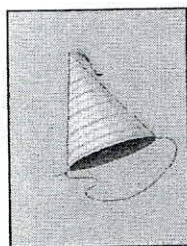
Serán producidos usando como materia prima papel Corrugado Medio de 146 gr/m²: Este tipo de papel es producido en el país por varias industrias papeleras, como materia prima para la fabricación de cartones de uso domestico y de exportación. Las características físicas que debe cumplir este papel son:

PRODUCTOS

INDIVIDUALES

DIMENSIONES : 300 x 4,00mm

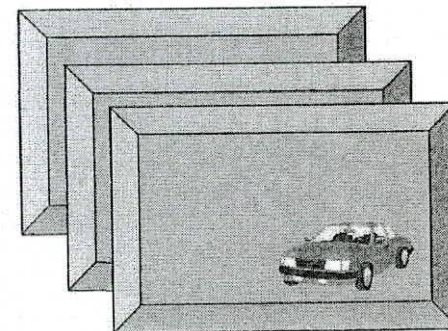
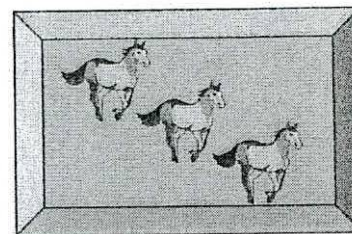
Y 300 x 300 mm



ECOLOGICOS,
PERSONALIZABLES

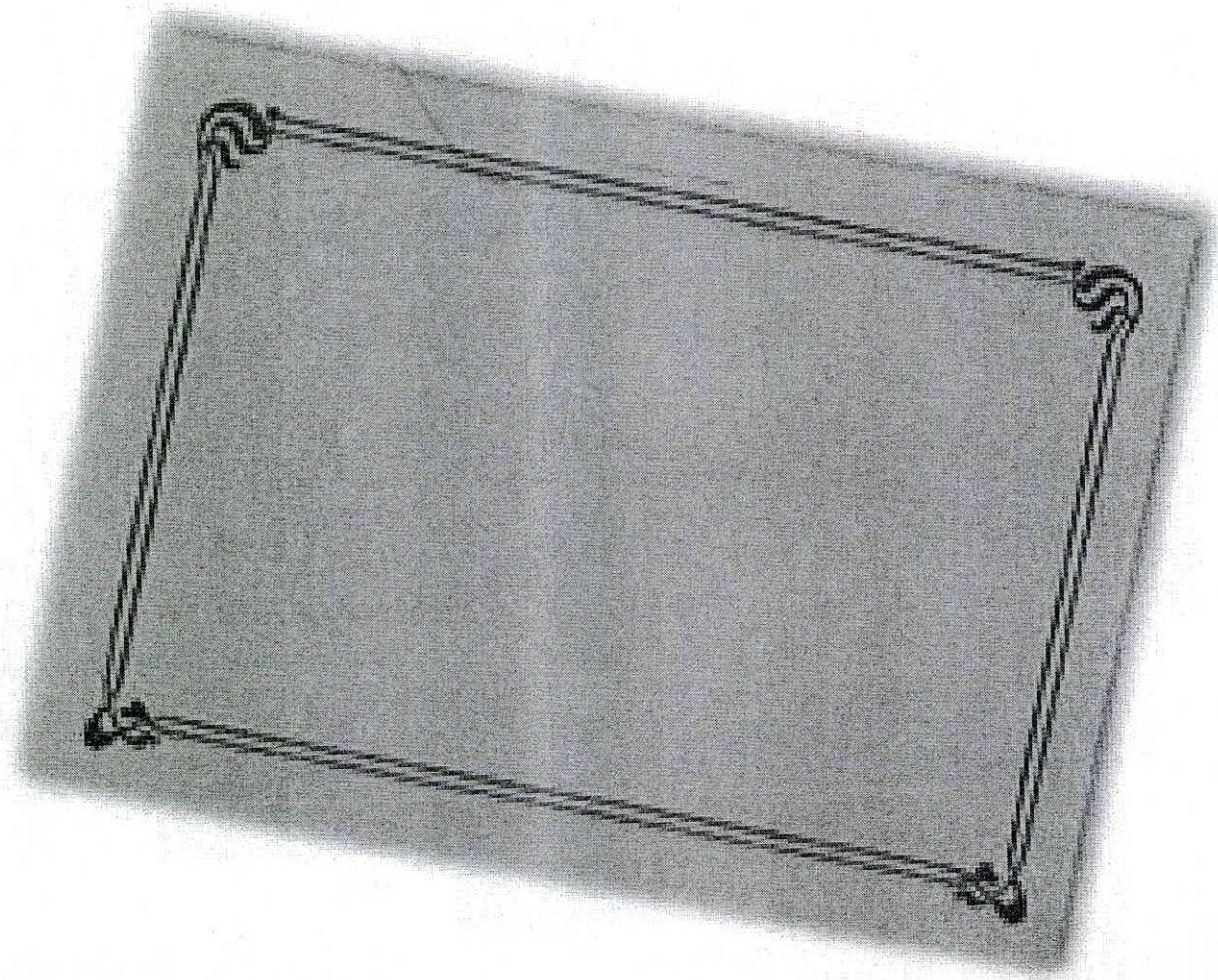
PROTECTORES SUPERFICIES VEHICULOS

DIMENSIONES : 600 X 500 mm



ECOLOGICOS,
PERSONALIZABLES





Papel	Corrugado Medio semiencolado		
Característica	Estándar	Mínimo	Máximo
Peso básico	146 g /m ²	143 g /m ²	150 g /m ²
Calibre	0.26 mm	0.20 mm	0.31 mm
Humedad	7.5 %	6.0 %	9.0 %
Concora	38 Kg	34 Kg	
Rigidez	25.5 Kg	22.7 Kg	
CFC-O	39.5 Kg	36.8 Kg	
Mullen	55.0 psi	50.0 psi	
Cobb	20.0 g /m ²	40 g /m ²	
Absorción	200 s		

La definición de cada una de estas características el papel usado como materia prima es la siguiente:

- **Peso Básico.-** Es la cantidad de fibra en gramos contenida en un metro cuadrado de superficie de papel
- **Humedad.-** Cantidad de agua contenida en la estructura del papel, se expresa en porcentaje
- **Rigidez.-** Es la resistencia a la compresión de filo de un papel sin corrugar
- **Mullen.-** Mide la presión necesaria para romper una muestra de papel
- **Cobb.-** Determina la cantidad de absorbida en un área de papel determinada
- **Calibre.-** Determina el espesor de la hoja de papel
- **Concora.-** es la resistencia a la compresión plana que puede tener un papel o cartón corrugado
- **CFC-O.-** es la resistencia a la compresión de filo de un papel corrugado
- **Absorción.-** Determina el tiempo necesario para que un papel absorba completamente una cantidad específica de agua

3.2 Equipos y maquinaria

Las partes constitutivas de la maquinaria requerida para este proceso son:

Equipo	Costo US\$	Fabricación
1.- Troqueladora	10,000	Importada
2.- Impresora	10,000	Importada
3.- Apiladora	5,000	Local
4.- Polipasto para alimentación de bobinas o Ribetes	5,000	Local
5.- Estación de desbobinaje	1,500	Local
6.- Puente para Polipasto	4,000	Local
7.- Compresor de aire	3,000	Local
Total	38,500	

Los equipos serán importados algunos de ellos y otros de fabricación Nacional, según se indica en el cuadro anterior.

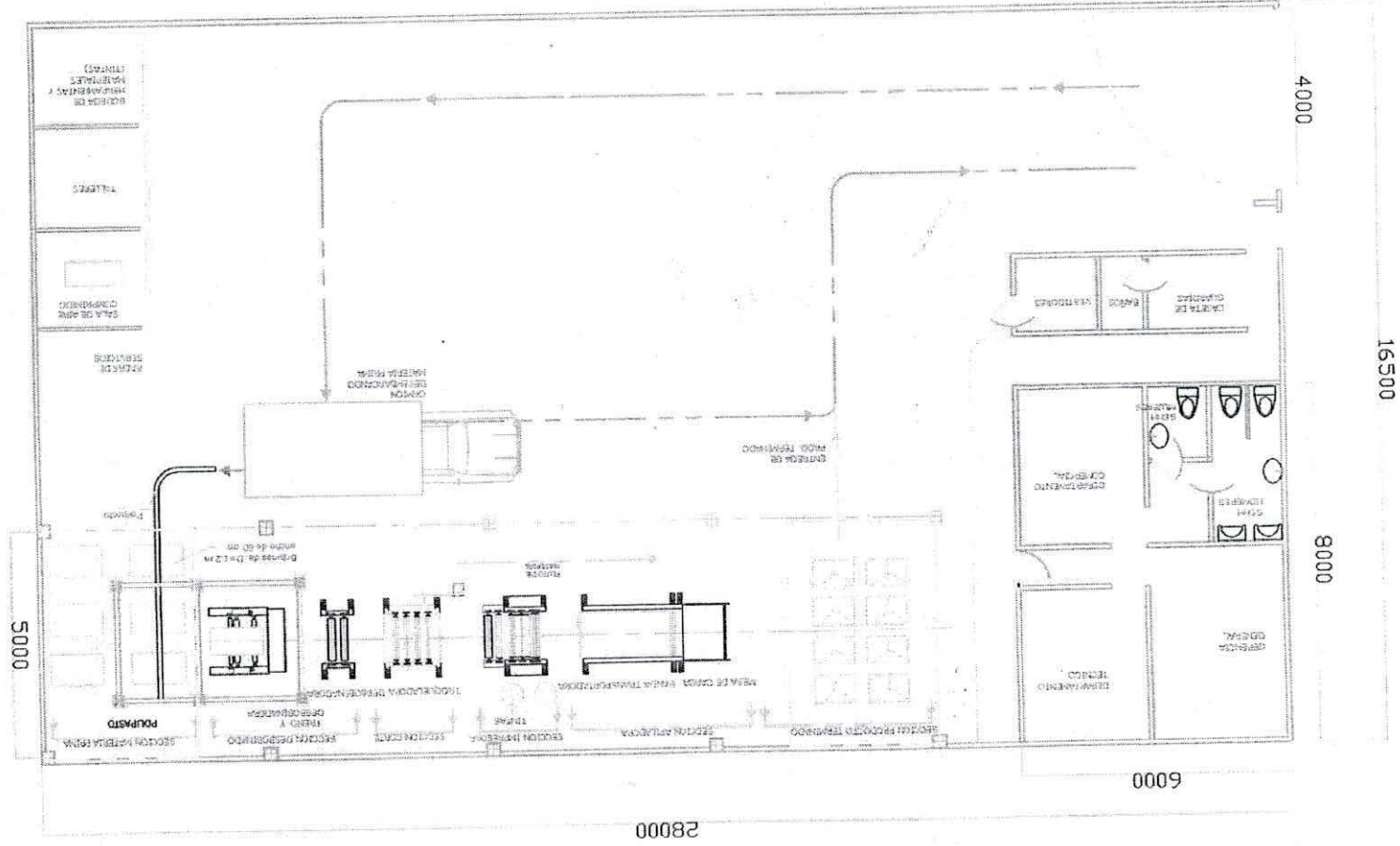
3.3 Distribución de la Planta

En el grafico del anexo 14, se encuentra el detalle de la distribución de la planta, de donde podemos identificar los siguientes detalles:

a.- Áreas

Uso	Área (m²)
Terreno	462.0 M2
Construcción	176.3 M2
Producción	65.6 M2
Administración	48.0 M2
Servicios	18.0 M2
Guardianía y vestidores	11.0 M2

DISTRIBUCION PLANTA DE CONVERSION PAPEL KRAFT



1	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7	7
8	8
9	9
10	10
11	11
12	12
13	13
14	14
15	15
16	16
17	17
18	18
19	19
20	20
21	21
22	22
23	23
24	24
25	25
26	26
27	27
28	28
29	29
30	30
31	31
32	32
33	33
34	34
35	35
36	36
37	37
38	38
39	39
40	40
41	41
42	42
43	43
44	44
45	45
46	46
47	47
48	48
49	49
50	50
51	51
52	52
53	53
54	54
55	55
56	56
57	57
58	58
59	59
60	60
61	61
62	62
63	63
64	64
65	65
66	66
67	67
68	68
69	69
70	70
71	71
72	72
73	73
74	74
75	75
76	76
77	77
78	78
79	79
80	80
81	81
82	82
83	83
84	84
85	85
86	86
87	87
88	88
89	89
90	90
91	91
92	92
93	93
94	94
95	95
96	96
97	97
98	98
99	99
100	100

b.- Servicio Eléctrico

Se requiere un servicio de 110/220 Voltios monofásico, y 220 voltios trifásico, disponible en la zona de la implantación de la fabrica.

c.- Servicio de Agua

El proceso no requiere uso de agua. Esta se necesita solo para uso General en los baños y servicio higiénicos

d.- Aire comprimido

Para servicios de taller y limpieza de maquinas, comprado en el mercado local

3.4 Plan de Producción

En el anexo 1, se encuentra el plan de producción propuesto para el primer año de operación de la empresa.

3.5 Plan de Consumo

En el anexo 2, se encuentra el plan de consumo de materias primas, que se ajusta al plan de producción fijado

3.6 Plan de Compras

En el anexo 3 se encuentra el Plan de Compras que soportará el plan de Producción, para el primer año de operaciones.

Proveedores

PAPEL

- Empresa	Papelera Nacional.
Dirección	Cantón Marcelino Maridueña, Prov. Guayas
Teléfono	593 – 4 – 2729 027
Página web	www.papelranacional.com.ec
Contacto	Ing Andrés Jiménez, Gerente de Ventas

- Empresa	Cartopel
Dirección	Cornelio Veintimilla y Carlos Tosi; Prov Azuay
Teléfono	072 – 860 600
Pagina web	www.cartopel.com

TINTA

- Empresa	Flint Ink
Teléfono	2 208 889 2 208 890
Mail	carlos.Ibáñez@flintink.com
Contacto	Carlos Ibáñez

- Empresa	SINCLAIR
Teléfono	098 698 628
Contacto	Luis Alfredo Noboa
Mail	inoboab@sinclair.com.ec

3.7 Sistemas de Control

El Sistema de Control tendrá dos ámbitos, uno interno y otro externo

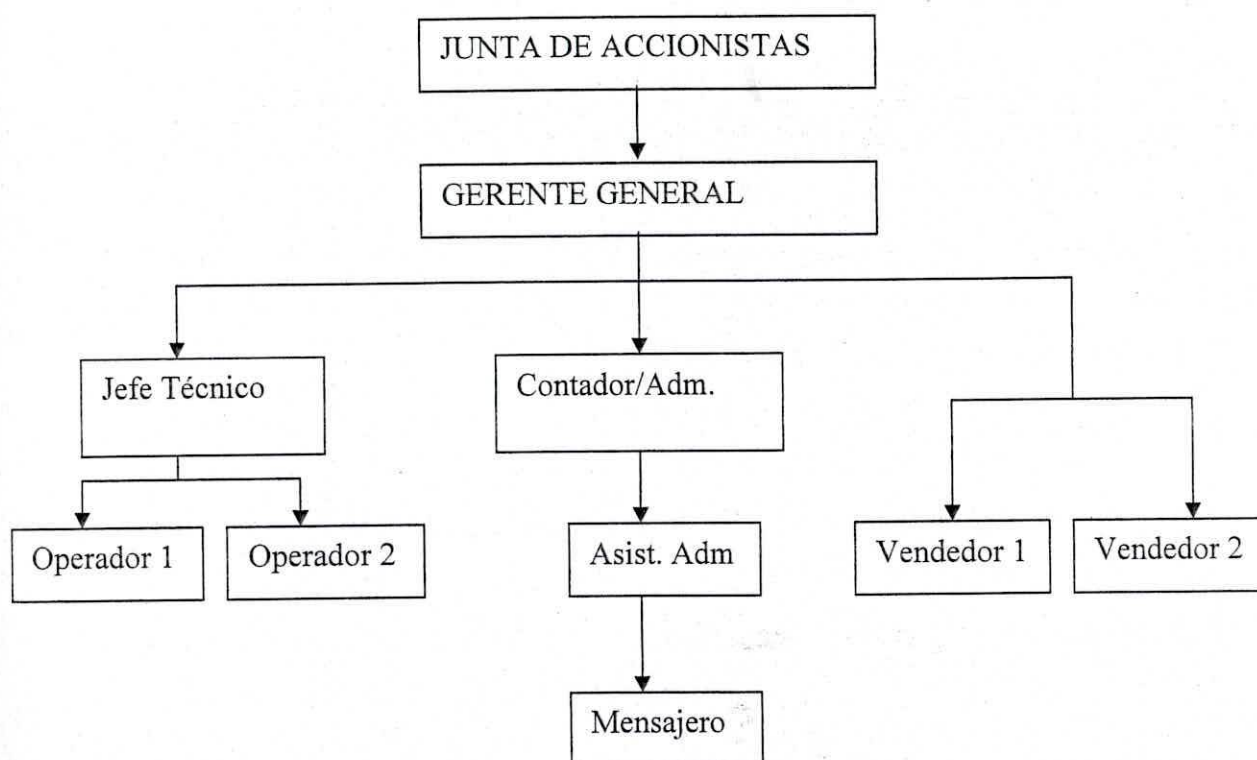
En el ámbito externo se encuentra el control de las materias primas a utilizar, para lo cual se debe garantizar el trabajo con proveedores de reconocida calidad en el medio, quienes deberán contar con calificación ISO 9000 y entregaran el certificado de Calidad de sus productos.

En el ámbito Interno, el Control de Calidad será ejercido durante el proceso por los mismos operadores y en el despacho, por jefe técnico, quien es responsable por la calidad del producto para la Venta.

4. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

La Empresa será de responsabilidad limitada, sujeta a la ley de Compañías y demás Leyes ecuatorianas pertinentes a su operación

El organigrama funcional es el siguiente:



4.1 Grupo Empresarial

Estará constituido por cuatro socios, quienes son:

Ing Cristian Moyano, Ingeniero Comercial

Ing Giani Núñez, Ingeniero Eléctrico

Ing Julio Tobar, Ingeniero Eléctrico

Ing Elías Ortiz, Ingeniero Comercial

Los socios están vinculados a las áreas, Industrial, Ventas y Servicios, por lo tanto tienen experiencia en este tipo de actividades

El Ing Cristian Moyano desempeñará las funciones de Gerente General de la Compañía, durante el primer año de operaciones.

4.2 Personal ejecutivo, administrativo y de operaciones

Gerente General.- Será el Ing Cristian Moyano, profesional graduado en ingeniería Comercial, con experiencia en varias empresas del sector privado en áreas contable y administrativa, además esta culminando una Maestría en Administración de Empresas.

Contador / Administrador.- Se reporta directamente al Gerente General, será el responsable del manejo contable y administrativo de la empresa, la compra de insumos, manejo del tema tributario, los recursos humanos, control de registro de las ventas y cobranzas

Jefe Técnico.- Se reporta directamente con el gerente General, con instrucción superior media a nivel de Tecnología, será responsable de la planificación y ejecución de las operaciones de producción, del mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos, de los planes de mejora continua, y manejo del tema ambiental de la empresa.

Asistente administrativo.- Se reporta con el Contador /Administrador, con título de Secretaria Contadora, será responsable de asistir a su inmediato superior en el manejo de la contabilidad, las cobranzas, manejo de correspondencia y archivo, elaboración de roles de pago del personal y liquidaciones del Seguro Social.

Operadores.- Se reportan con el jefe Técnico, deberán tener como mínimo instrucción secundaria terminada, serán responsables de la recepción de la materia prima, almacenamiento y despacho del producto terminado, operación y mantenimiento de los equipos.

Vendedores.- Se reportan con el gerente general, con instrucción secundaria terminada y capacitación en ventas, serán responsables por las visitas a potenciales clientes, promoción del producto, debiendo cumplir con cupos mensuales de venta.

Mensajero – Conserje.- Se reporta con la asistente administrativa, será responsable por la entrega de correspondencia dentro y fuera de la empresa, depósitos bancarios, limpieza general.

5. ANALISIS LEGAL Y SOCIAL

5.1 Aspectos legales.

Kraft Papel Cía. Ltda. será una compañía de responsabilidad limitada, sujeta a las normas de la Ley de Compañías del Ecuador, el domicilio de la compañía será el cantón Guayaquil, en la provincia del Guayas, con el objeto de fabricar individuales de comidas y protectores de superficie de automóviles a partir de papel kraft.

La sociedad estará conformada por cuatro socios, los cuales son los autores de esta tesis. De acuerdo al aporte de cada uno de los socios, la participación accionaria será del 25% para cada uno.

En base al artículo 102 de la ley de Compañías, al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito y pagado en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones serán en numerario. El saldo de capital se integrará en 6 meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

De acuerdo al artículo 109, la compañía formará un fondo de reserva hasta que éste alcance por lo menos el veinte por ciento del capital social. En cada anualidad la compañía segregará, de las utilidades líquidas y realizadas, un cinco por ciento para este objetivo.

La empresa necesitará de permisos de funcionamiento o de inscripción en la Superintendencia de Compañías, del Municipio de Guayaquil, el Ministerio de Medio Ambiente, entre otros.

5.2 Aspectos de legislación urbana y ambiental.

El municipio de Guayaquil expidió una ordenanza que regula la obligación de realizar estudios ambientales a las obras civiles y a los establecimientos industriales, comerciales y de otros servicios,

ubicados dentro del cantón Guayaquil. Debido a que nuestra empresa se dedicará a fabricar o convertir el papel Kraft en productos terminados, nuestro proceso es sencillo y no provocará desechos que afecten al medio ambiente.

5.3 Análisis social.

Kraft Papel Cía. Ltda. es una empresa más de las que se une a la nueva perspectiva ecológica en el ámbito empresarial, al relacionar sus políticas con las condiciones sociales y ambientales de su entorno en forma mutuamente benéfica para ella misma y para la sociedad, contribuyendo así a mejoras en la calidad de vida en general y al éxito de las políticas ambientalistas y todos los conceptos que estas abarcan.

Adicionalmente por medio de la creación de esta empresa se podrá generar nuevas fuentes de empleo.

6. ANALISIS ECONOMICO – ANEXOS 4 AL 9 –

6.1 Inversión de activos fijos

Los activos fijos serán adquiridos de contado y han sido desarrollados en el Anexo 4, que en resumen consta de:

ACTIVO FIJO	
Muebles de oficina	1,800.00
Equipos de oficina	220.00
Equipos de computacion	3,250.00
Maquinarias y equipos	38,500.00
Suman	43,770.00

La depreciación se la considerara de acuerdo a la vida útil establecida en las normas establecidas en la ley de régimen tributario interno, es decir:

- Mueble de oficina 10 años
- Equipos de oficina 10 años
- Equipo de computación 03 años
- Maquinarias y Eqs. 10 años

La amortización de los activos se lo realizara a 5 años.

6.2. Inversión en capital de trabajo

En el Anexo 9, se detallan los costos fijos y variables que se consideran para cada año. A estos valores se les ha restado los gastos no monetarios como la depreciación y amortización a fin de poder calcular el capital necesario para operar.

6.3. Presupuesto de ingresos

Con respecto al presupuesto de ingresos, se considero la proyección de anual del producto que se va ha distribuir según el Anexo 1 por el precio de venta y nos da como resultado lo presentado en el Anexo 8.

6.4. Presupuesto de personal

Como se presento el punto Análisis Administrativo, el proyecto contara con el nivel mas optimo de personal para poder mantener los niveles de control y operación. Desde el punto de vista económico se realizo la proyección del rol de personal por los cinco años que dura el proyecto el cual se refleja en el Anexo 5.

A continuación un resumen por áreas:

CONTABILIZACION DEL COSTO DE PERSONAL POR AREA

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	SUMAN
PRODUCCION	22,887.00	25,583.85	26,840.54	28,160.07	29,545.57	133,017.04
ADMINISTRACION	36,051.30	40,276.37	42,245.18	44,312.44	46,483.06	209,368.36
TOTAL	58,938.30	65,860.22	69,085.73	72,472.51	76,028.64	342,385.39

6.5. Análisis de costos

Para nuestro análisis de costos por se un producto el cual implica la transformación de materia prima a producto terminado, tuvimos que considerar varios ítems que impactarían directamente e indirectamente en los costos de fabricación para ello presentamos en Anexo 6.

7. ANALISIS DE VALORES PERSONALES

Los pilares en que se fundamentara la estrategia de la empresa, esta en los valores personales de sus directivos y empleados, quienes se regirán bajo los siguientes preceptos:

Productividad y eficiencia

Buscaremos optimizar la relación entre la producción, los recursos naturales y materiales, financieros y de talento humano utilizados, consiguiendo con esto la continua reducción de los costos, con una alta eficiencia que debe traducirse en una mayor satisfacción a nuestros clientes.

Innovación

Practicaremos la innovación permanente y progresiva para alcanzar el nivel de superación y excelencia en nuestra producción, satisfacción del cliente, en el liderazgo y la aplicación de valores en nuestras actividades diarias

Creatividad e Iniciativa

Propiciaremos los foros necesarios para inspirar y desarrollar una actitud creativa en la consecución de nuestros objetivos, en la atención a nuestros clientes y la mejora continua de nuestra capacidad por establecer alternativas en la búsqueda de soluciones

Profesionalismo

Ejecutaremos nuestro trabajo consciente de que la mejor manera de hacerlo es mediante la aplicación del más alto grado de profesionalismo, técnica y métodos científicos del sector.

Confiabilidad

Creemos que el crecimiento y desarrollo se lo alcanza sobre la base de la confianza y seguridad que tiene nuestra gente en su capacidad de enfrentar y superar los desafíos.

Integridad

Creemos que todos sus colaboradores son inspirados para alcanzar niveles de integridad, por medio de la práctica de la verdad, la justicia, la honestidad, la solidaridad, el equilibrio, la tolerancia y el respeto a su prójimo.

8. ANALISIS FINANCIERO – ANEXOS 10 AL 12 –

El **Flujo de Caja** considerado para nuestro proyecto se lo realizo en base a la proyección de costos e ingresos ya presentada, por el tiempo de cinco años estimado.

Para cada año se considero la misma estructura financiera, con una caja inicial e incrementos y decrementos en base a los siguientes rubros:

- Ingresos Proyectados por ventas al contado y recuperación de cartera.
- Compra de materia prima
- Gastos de servicios básicos
- Gastos de mantenimiento de equipos
- Alquiler de instalaciones
- Gastos de mano de obra
- Pago de impuestos.

Para el periodo cero, se considero el principal ingreso de efectivo al proyecto es el aporte de cada uno de los socios.

Con relación al **Balance General**, hemos considerado apropiado proyectarlo solo para el primer año, pues el movimiento de las cuentas contables mantendrá una tendencia estable.

En relación al **Estado de Resultados Proyectados**, al realizar el análisis nos permite obtener los siguientes indicadores:

TMAR	20.00%
VAN	64.925,66
TIR	34,94%

Lo cual cumple con nuestras expectativas de negocio por encima del 20% esperado.

9. ANALISIS DE RIESGOS

Para la implementación de este proyecto, debemos considerar los siguientes riesgos:

Riesgo Financiero: Los socios aportarán el capital total de US\$ 150.136,86.

Riesgo Económico: No existen riesgos económicos, pues se ha determinado un crecimiento considerable en el segundo año y en el tercero ya que se crece en forma constante y progresiva hasta el 5to año.

Riesgo Técnico: El proceso de fabricación de productos de papel es sencillo y no requiere de constantes innovaciones tecnológicas. La maquinaria o equipos a utilizarse son de uso común, por lo que no evidencia mayor riesgo en este campo.

10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

10.1 CONCLUSIONES

Ponemos a disposición de los lectores este trabajo, que se enmarca dentro del ámbito de desarrollo de una pequeña industria, en un área casi inexplorada en nuestro medio, como es el uso de materias primas biodegradables como el papel kraft (sin blanquear), para la elaboración de individuales para comidas y protectores de superficie de vehículos.

Si bien el proyecto no presenta márgenes de rentabilidad interesantes, puede constituirse en el punto de partida para la fabricación de una variedad de productos reciclables que son de utilidad diaria para la población, sustituyendo a productos o materias primas importadas, que con un desarrollo futuro pueden ser exportados, con la consiguiente afectación a nuestra balanza de pago, además de incentivar al reciclaje de papeles y cartones, que han cumplido su ciclo de servicio.

Este proyecto debe aprovechar las ventajas del primer entrante, para tomar posiciones que desestimen a nuevos competidores a ingresar en el mercado, por ser un producto de poca exigencia tecnológica, y alcanzables requerimientos de capital.

La captación de la cartera de clientes no es una tarea fácil, para este proyecto, pero siendo nuestro mercado objetivo, negocios de nivel económico medio, se observa en los últimos años una tendencia positiva, hacia el uso de productos que llevan implícitos un mensaje comercial, que hagan perdurable la imagen de este negocio en la mente del consumidor.

El mercado considerado en este estudio, esta limitado a la ciudad de Guayaquil, pero una vez consolidado el producto en este mercado deberá extenderse la comercialización a todo el país, haciendo una actualización del estudio de marketing, considerando que la capacidad instalada inicial bien puede absolver un importante incremento de la demanda, con la consiguiente reducción de los costos fijos.

Los equipos requeridos para la producción, se los puede construir localmente y otros comprarlos en el mercado secundario de maquinaria. La distribución de planta fue diseñada tomando en consideración las mejores practicas de Administración de las Operaciones, para reducir los costos de producción, permitiendo obtener un producto a precios competitivos.

10.2 RECOMENDACIONES

Consideramos, que con la aportación de pequeños accionistas se puede llevar a la practica este proyecto, quienes pueden buscar el apoyo de instituciones financieras, o agrupaciones que están incentivando el emprendimiento en nuestra región.

Se debe estimular la creación de proyectos como el presente, que producen un impacto positivo con el medio ambiente.

Se debe incentivar proyectos que en el mediano plazo presenten un potencial de exportación, aprovechando los bajos costos de mano de obra existentes en el país, generando además fuentes de trabajo.

Futuros equipos de trabajo deben analizar la alternativa técnico económica de continuar el desarrollo de nuevos productos que en base de esta materia prima de disponibilidad en el mercado nacional, puedan generar márgenes interesantes de rentabilidad, satisfaciendo la necesidad existente en el mercado o creando la necesidad.

ANEXOS

ANEXO 1

PLAN ANUAL DE PRODUCCION

PRODUCTO

INDIVIDUALES PARA COMIDAS

PROTECTORES ALFOMBRA VEHICULOS

PROYECCION PRODUCCION ANUAL (U)

9,744,000

1,350,000

PRODUCTO	MES												TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
INDIVIDUALES PARA COMIDAS	406,000	487,200	568,400	649,600	730,800	812,000	812,000	812,000	812,000	812,000	812,000	812,000	8,526,000
PROTECTORES ALFOMBRA VEHICULOS	56,250	67,500	78,750	90,000	101,250	112,500	112,500	112,500	112,500	112,500	112,500	112,500	1,181,250
TOTAL MES (unidades)	462,250	554,700	647,150	739,600	832,050	924,500	924,500	924,500	924,500	924,500	924,500	924,500	9,707,250

ANEXO 2

PLAN ANUAL DE CONSUMO DE MATERIAS PRIMAS

PAPEL (TM)

[illegible]

COSTO PAPEL

450 USD/TM

[illegible]

TINTA

[illegible]

COSTO TINTA

3 USD/KG

[illegible]

ANEXO 3

PLAN DE ANUAL DE COMPRAS

INSUMO / MES	MES												TOTAL
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
PAPEL TL- 160 (TM)	7.80	9.35	10.91	12.47	14.03	15.59	15.59	15.59	15.59	15.59	15.59	15.59	163.70
PAPEL CM 146 (TM)	2.46	2.96	3.45	3.94	4.43	4.93	4.93	4.93	4.93	4.93	4.93	4.93	51.74
TOTAL PAPEL (TM)	10.26	12.31	14.36	16.41	18.47	20.52	20.52	20.52	20.52	20.52	20.52	20.52	215.44
COSTO PAPEL (USD)	4,616.53	5,539.83	6,463.14	7,386.44	8,309.75	9,233.06	9,233.06	9,233.06	9,233.06	9,233.06	9,233.06	9,233.06	96,947.08
TINTAS (KG)	92.45	110.94	129.43	147.92	166.41	184.90	184.90	184.90	184.90	184.90	184.90	184.90	1,941.45
COSTO TINTA (USD)	277.35	332.82	388.29	443.76	499.23	554.70	554.70	554.70	554.70	554.70	554.70	554.70	5,824.35
TOTAL INSUMOS (USD)	4,893.88	5,872.65	6,851.43	7,830.20	8,808.98	9,787.76	9,787.76	9,787.76	9,787.76	9,787.76	9,787.76	9,787.76	102,771.43

ANEXO 4

INVERSION EN ACTIVOS FIJOS

MAQUINARIA	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	COSTO ADQUISICION	VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL
TROQUELADORA	1	10,000.00	10,000.00	10	1,000.00
IMPRESORA	1	10,000.00	10,000.00	10	1,000.00
APILADORA	1	5,000.00	5,000.00	10	500.00
POLIPASTO PARA ALIMENTACION DE					
BOBINAS	1	5,000.00	5,000.00	10	500.00
COMPRESOR DE AIRE	1	3,000.00	3,000.00	10	300.00
ESTACION DE DESBOBINAJE	1	1,500.00	1,500.00	10	150.00
PUENTE PARA POLIPASTO	1	4,000.00	4,000.00	10	400.00
TOTAL			38,500.00		3,850.00

MUEBLES DE OFICINA	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	COSTO ADQUISICION	VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL
ESCRITORIO GERENCIAL	1	300	300.00	10	30.00
ESCRITORIOS	2	200	400.00	10	40.00
SILLON GERENCIAL	1	150	150.00	10	15.00
SILLAS TIPO SECRETARIA	2	40	80.00	10	8.00
MESA DE SESIONES	1	120	120.00	10	12.00
SILLAS DE PEDESTAL	6	25	150.00	10	15.00
ARCHIVADORES TIPO CREDENZA	3	200	600.00	10	60.00
TOTAL			1,800.00		180.00

EQUIPOS DE OFICINA	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	COSTO ADQUISICION	VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL
TELEFONO INALAMBRICO	1	100.00	100.00	10	10.00
TELEFAX	1	120.00	120.00	10	12.00
TOTAL			220.00		22.00

EQUIPOS DE COMPUTACION	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	COSTO ADQUISICION	VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL
COMPUTADORA PORTATIL	1	1,500.00	1,500.00	3	500.00
COMPUTADORAS	2	600.00	1,200.00	3	400.00
IMPRESORA LASER	1	350.00	350.00	3	116.67
IMPRESORA MATRICIAL	1	200.00	200.00	3	66.67
TOTAL			3,250.00		1,083.33

TOTAL			43,770.00		5,135.33
--------------	--	--	------------------	--	-----------------

CONTABILIZACION DEL COSTO POR AREA

PRODUCCION					
MAQUINARIA	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	COSTO ADQUISICION	VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL
TROQUELADORA	1	10,000.00	10,000.00	10	1,000.00
IMPRESORA	1	10,000.00	10,000.00	10	1,000.00
APILADORA	1	5,000.00	5,000.00	10	500.00
POLIPASTO PARA ALIMENTACION DE					
BOBINAS	1	5,000.00	5,000.00	10	500.00
COMPRESOR DE AIRE	1	3,000.00	3,000.00	10	300.00
ESTACION DE DESBOBINAJE	1	1,500.00	1,500.00	10	150.00
PUENTE PARA POLIPASTO	1	4,000.00	4,000.00	10	400.00
TOTAL			38,500.00		3,850.00

MUEBLES DE OFICINA	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	COSTO ADQUISICION	VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL
ESCRITORIOS	1	200	200.00	10	20.00
SILLAS TIPO SECRETARIA	1	40	40.00	10	4.00
MESA DE SESIONES	1	120	120.00	10	12.00
SILLAS DE PEDESTAL	6	25	150.00	10	15.00
ARCHIVADORES TIPO CREDENZA	1	200	200.00	10	20.00
TOTAL			710.00		71.00

EQUIPOS DE COMPUTACION	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	COSTO ADQUISICION	VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL
COMPUTADORAS	1	600.00	600.00	3	200.00
IMPRESORA MATRICIAL	1	200.00	200.00	3	66.67
TOTAL			800.00		266.67

TOTAL DEPRECIACION ANUAL AREA DE PRODUCCION					4,187.67
--	--	--	--	--	-----------------

ANEXO 4 (CONTINUACION)

ADMINISTRACION						
MUEBLES DE OFICINA	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	COSTO ADQUISICION	VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL	
ESCRITORIO GERENCIAL	1	300	300.00	10	30.00	
ESCRITORIOS	1	200	200.00	10	20.00	
SILLON GERENCIAL	1	150	150.00	10	15.00	
SILLAS TIPO SECRETARIA	1	40	40.00	10	4.00	
ARCHIVADORES TIPO CREDENZA	2	200	400.00	10	40.00	
TOTAL			1,090.00		109.00	
EQUIPOS DE OFICINA	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	COSTO ADQUISICION	VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL	
TELEFONO INALAMBRICO	1	100.00	100.00	10	10.00	
TELEFAX	1	120.00	120.00	10	12.00	
TOTAL			220.00		22.00	
EQUIPOS DE COMPUTACION	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	COSTO ADQUISICION	VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL	
COMPUTADORA PORTATIL	1	1,500.00	1,500.00	3	500.00	
COMPUTADORAS	1	600.00	600.00	3	200.00	
IMPRESORA LASER	1	350.00	350.00	3	116.67	
TOTAL			2,450.00		816.67	
TOTAL DEPRECIACION ANUAL AREA DE ADMINISTRACION					947.67	
TOTAL DEPRECIACION ANUAL EMPRESA					5,135.33	

DETALLE DE ADECUACION DE INSTALACIONES Y AMORTIZACION DE GASTO			
MAQUINARIA	COSTO	AÑOS AMORTIZAC.	GASTO ANUAL
GASTOS PREOPERACIONALES	2,500.00	5	500.00
REMODELACION DE OFICINAS	8,000.00	5	1,600.00
INSTALACIONES ELECTRICAS	1,800.00	5	360.00
GASTOS DE CONSTITUCION	1,000.00	5	200.00
TOTAL	13,300.00		2,660.00

ANEXO 5

PRESUPUESTO DE PERSONAL

CONTABILIZACION DEL COSTO DE PERSONAL POR AREA

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	SUMAN
PRODUCCION	22,887.00	25,583.85	26,840.54	28,160.07	29,545.57	133,017.04
ADMINISTRACION	36,051.30	40,276.37	42,245.18	44,312.44	46,483.06	209,368.36
TOTAL	58,938.30	65,860.22	69,085.73	72,472.51	76,028.64	342,385.39

DETALLE	SUELDO BASE	13ER. SUELDO	FONDO DE RESRVA	14TO. SUELDO	VACACION	APORTE PAT. IESS	TOTAL COSTO MENSUAL	TOTAL COSTO 1ER. AÑO
GERENTE GENERAL	1,000.00	83.33	0.00	12.50	41.67	121.50	1,259.00	15,108.00
JEFE TECNICO	700.00	58.33	0.00	12.50	29.17	85.05	885.05	10,620.60
OPERADOR 1	500.00	41.67	0.00	12.50	20.83	60.75	635.75	7,629.00
OPERADOR 2	300.00	25.00	0.00	12.50	12.50	36.45	386.45	4,637.40
CONTADOR ADMINISTRADOR	300.00	25.00	0.00	12.50	12.50	36.45	386.45	4,637.40
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	300.00	25.00	0.00	12.50	12.50	36.45	386.45	4,637.40
MENSAJERO CONSERJE	150.00	12.50	0.00	12.50	6.25	18.23	199.48	2,393.70
VENDEDOR 1	300.00	25.00	0.00	12.50	12.50	36.45	386.45	4,637.40
VENDEDOR 2	300.00	25.00	0.00	12.50	12.50	36.45	386.45	4,637.40
SUMAN	3,850.00	320.83	0.00	112.50	160.42	467.78	4,911.53	58,938.30

DETALLE	SUELDO BASE	13ER. SUELDO	FONDO DE RESRVA	14TO. SUELDO	VACACIONES	APORTE PAT. IESS	TOTAL COSTO MENSUAL	TOTAL COSTO 2DO. AÑO
GERENTE GENERAL	1,050.00	87.50	87.50	12.50	43.75	127.58	1,408.83	16,905.90
JEFE TECNICO	735.00	61.25	61.25	12.50	30.63	89.30	989.93	11,879.13
OPERADOR 1	525.00	43.75	43.75	12.50	21.88	63.79	710.66	8,527.95
OPERADOR 2	315.00	26.25	26.25	12.50	13.13	38.27	431.40	5,176.77
CONTADOR ADMINISTRADOR	315.00	26.25	26.25	12.50	13.13	38.27	431.40	5,176.77
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	315.00	26.25	26.25	12.50	13.13	38.27	431.40	5,176.77
MENSAJERO CONSERJE	157.50	13.13	13.13	12.50	6.56	19.14	221.95	2,663.39
VENDEDOR 1	315.00	26.25	26.25	12.50	13.13	38.27	431.40	5,176.77
VENDEDOR 2	315.00	26.25	26.25	12.50	13.13	38.27	431.40	5,176.77
SUMAN	4,042.50	336.88	336.88	112.50	168.44	491.16	5,488.35	65,860.22

DETALLE	SUELDO BASE	13ER. SUELDO	FONDO DE RESRVA	14TO. SUELDO	VACACIONES	APORTE PAT. IESS	TOTAL COSTO MENSUAL	TOTAL COSTO 3ER. AÑO
GERENTE GENERAL	1,102.50	91.88	91.88	12.50	45.94	133.95	1,478.64	17,743.70
JEFE TECNICO	771.75	64.31	64.31	12.50	32.16	93.77	1,038.80	12,465.59
OPERADOR 1	551.25	45.94	45.94	12.50	22.97	66.98	745.57	8,946.85
OPERADOR 2	330.75	27.56	27.56	12.50	13.78	40.19	452.34	5,428.11
CONTADOR ADMINISTRADOR	330.75	27.56	27.56	12.50	13.78	40.19	452.34	5,428.11
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	330.75	27.56	27.56	12.50	13.78	40.19	452.34	5,428.11
MENSAJERO CONSERJE	165.38	13.78	13.78	12.50	6.89	20.09	232.42	2,789.05
VENDEDOR 1	330.75	27.56	27.56	12.50	13.78	40.19	452.34	5,428.11
VENDEDOR 2	330.75	27.56	27.56	12.50	13.78	40.19	452.34	5,428.11
SUMAN	4,244.63	353.72	353.72	112.50	176.86	515.72	5,757.14	69,085.73

DETALLE	SUELDO BASE	13ER. SUELDO	FONDO DE RESRVA	14TO. SUELDO	VACACIONES	APORTE PAT. IESS	TOTAL COSTO MENSUAL	TOTAL COSTO 4TO. AÑO
GERENTE GENERAL	1,157.63	96.47	96.47	12.50	48.23	140.65	1,551.95	18,623.38
JEFE TECNICO	810.34	67.53	67.53	12.50	33.76	98.46	1,090.11	13,081.37
OPERADOR 1	578.81	48.23	48.23	12.50	24.12	70.33	782.22	9,386.69
OPERADOR 2	347.29	28.94	28.94	12.50	14.47	42.20	474.33	5,692.01
CONTADOR ADMINISTRADOR	347.29	28.94	28.94	12.50	14.47	42.20	474.33	5,692.01
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	347.29	28.94	28.94	12.50	14.47	42.20	474.33	5,692.01
MENSAJERO CONSERJE	173.64	14.47	14.47	12.50	7.24	21.10	243.42	2,921.01
VENDEDOR 1	347.29	28.94	28.94	12.50	14.47	42.20	474.33	5,692.01
VENDEDOR 2	347.29	28.94	28.94	12.50	14.47	42.20	474.33	5,692.01
SUMAN	4,456.86	371.40	371.40	112.50	185.70	541.51	6,039.38	72,472.51

DETALLE	SUELDO BASE	13ER. SUELDO	FONDO DE RESRVA	14TO. SUELDO	VACACIONES	APORTE PAT. IESS	TOTAL COSTO MENSUAL	TOTAL COSTO 5TO. AÑO
GERENTE GENERAL	1,215.51	101.29	101.29	12.50	50.65	147.68	1,628.92	19,547.05
JEFE TECNICO	850.85	70.90	70.90	12.50	35.45	103.38	1,143.99	13,727.93
OPERADOR 1	607.75	50.65	50.65	12.50	25.32	73.84	820.71	9,848.52
OPERADOR 2	364.65	30.39	30.39	12.50	15.19	44.31	497.43	5,969.11
CONTADOR ADMINISTRADOR	364.65	30.39	30.39	12.50	15.19	44.31	497.43	5,969.11
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	364.65	30.39	30.39	12.50	15.19	44.31	497.43	5,969.11
MENSAJERO CONSERJE	182.33	15.19	15.19	12.50	7.60	22.15	254.96	3,059.56
VENDEDOR 1	364.65	30.39	30.39	12.50	15.19	44.31	497.43	5,969.11
VENDEDOR 2	364.65	30.39	30.39	12.50	15.19	44.31	497.43	5,969.11
SUMAN	4,679.70	389.97	389.97	112.50	194.99	568.58	6,335.72	76,028.64

NOTA: SE CONSIDERA UN INCREMENTO SALARIAL DEL 5% ANUAL

ANEXO 6

ANALISIS DE COSTOS

PRODUCTO	UNIDAD	INDIVIDUALES PARA COMIDAS	PROTECTORES PARA VEHICULOS
TIPO DE PAPEL	gr/m2	TEST LINER DE 160	CORRUGADO MEDIO DE 146
COSTO DE PAPEL	USD/TM	450	450
DIMENSIONES DEL PRODUCTO	ANCHO (mm)	300	500
	LARGO (mm)	400	600
PAPEL REQUERIDO	AREA (m2)	0.12	0.30
COSTO C/PRODUCTO	gramos	19.20	43.80
UNIDADES PRODUCIDAS POR TM		52,000.00	22,830.00

ANALISIS DE COSTO DE ENERGIA ELECTRICA	
CONSUMO DE ENERGIA ELECTRICA	CONSUMO
W/H	30.00
V/D	8.00
M	20.00
TOTAL CONSUMO MENSUAL	480.00
TOTAL CONSUMO ANUAL	5,760.00

ANALISIS DE COSTO DE ALQUILER DEL LOCAL	
COSTO ALQUILER DEL LOCAL X MES	1,500.00
TOTAL COSTO ANUAL	18,000.00

ANALISIS DE COSTO DE MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	
MANTENIMIENTO EQUIPOS	43,770.00
PORCENTAJE APLICADO DE COSTO MANTEN.	10%
TOTAL COSTO MANTENIMIENTO ANUAL	4,377.00

PROYECCION DE VENTAS EN UNIDADES					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INDIVIDUALES PARA COMIDAS	8,526,000.00	8,952,300.00	9,399,915.00	9,869,910.75	10,363,406.29
PROTECTORES PARA VEHICULOS	1,181,250.00	1,240,312.50	1,302,328.13	1,367,444.53	1,435,816.76

INDIVIDUALES PARA COMIDAS	
COSTO DE PRODUCCION	94,087.44
COSTO UNITARIO DE PRODUCCION	0.011
PRECIO DE VENTA	0.022

PROTECTORES PARA VEHICULOS	
COSTO DE PRODUCCION	59,707.99
COSTO UNITARIO DE PRODUCCION	0.05
PRECIO DE VENTA	0.07

GASTOS VARIOS	
PAPELERIA	600.00
MISCELANEOS	600.00
TOTAL	1,200.00

ANEXO 7

PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCION

COSTOS PROYECTADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INDIVIDUALES PARA COMIDAS	\$ 94,087.44	\$ 98,791.81	\$ 103,731.40	\$ 108,917.97	\$ 114,363.87
PROTECTORES PARA VEHICULOS	\$ 59,707.99	\$ 62,693.39	\$ 65,828.06	\$ 69,119.46	\$ 72,575.43
TOTAL COSTOS ANUALES	\$ 153,795.43	\$ 161,485.20	\$ 169,559.46	\$ 178,037.43	\$ 186,939.30

ANEXO 8

PRESUPUESTO DE INGRESOS

INGRESOS PROYECTADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INDIVIDUALES PARA COMIDAS	\$ 187,572.00	\$ 196,950.60	\$ 206,798.13	\$ 217,138.04	\$ 227,994.94
PROTECTORES PARA VEHICULOS	\$ 82,687.50	\$ 86,821.88	\$ 91,162.97	\$ 95,721.12	\$ 100,507.17
TOTAL INGRESOS ANUALES	\$ 270,259.50	\$ 283,772.48	\$ 297,961.10	\$ 312,859.15	\$ 328,502.11

ANEXO 9

INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO

ACTIVOS Y CAPITAL DE TRABAJO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSION INICIAL						
ACTIVOS FIJOS	\$ 43,770.00					
COSTO DE PERSONAL	\$ 29,469.15					
COSTOS DE PRODUCCION	\$ 76,897.71					
COSTOS FIJOS		\$ 84,733.63	\$ 91,655.55	\$ 94,881.06	\$ 98,267.85	\$ 101,823.97
COSTOS VARIABLES		\$ 159,555.43	\$ 167,245.20	\$ 175,319.46	\$ 183,797.43	\$ 192,699.30
COSTOS TOTALES		\$ 244,289.06	\$ 258,900.75	\$ 270,200.52	\$ 282,065.28	\$ 294,523.27
MENOS: COSTOS NO MONETARIOS		\$ 7,795.33	\$ 7,795.33	\$ 7,795.33	\$ 7,795.33	\$ 7,795.33
CAPITAL NETO DE TRABAJO	\$ 150,136.86	\$ 236,493.73	\$ 251,105.41	\$ 262,405.18	\$ 274,269.94	\$ 286,727.94

106,366.86

ANEXO 10

FLUJO DE CAJA

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAJA BANCO - SALDO INICIAL -	106,366.86	106,366.86	132,259.01	138,856.64	147,405.35	157,143.66
INGRESOS PROYECTADOS						
INDIVIDUALES PARA COMIDAS		187,572.00	196,950.60	206,798.13	217,138.04	227,994.94
PROTECTORES PARA VEHICULOS		82,687.50	86,821.88	91,162.97	95,721.12	100,507.17
TOTAL INGRESOS ANUALES		270,259.50	283,772.48	297,961.10	312,859.15	328,502.11
TOTAL DISPONIBLE		376,626.36	416,031.48	436,817.74	460,264.50	485,645.77
EGRESOS PROYECTADOS						
MATERIA PRIMA		102,771.43	107,910.00	113,305.50	118,970.77	124,919.31
MANO DE OBRA		58,938.30	65,860.22	69,085.73	72,472.51	76,028.64
GASTOS DE INDIRECTOS DE FABRICACION		28,137.00	28,425.00	28,727.40	29,044.92	29,378.32
ENERGIA ELECTRICA		5,760.00	6,048.00	6,350.40	6,667.92	7,001.32
MANTENIMIENTO EQUIPOS		4,377.00	4,377.00	4,377.00	4,377.00	4,377.00
ALQUILER INSTALACIONES		18,000.00	18,000.00	18,000.00	18,000.00	18,000.00
GASTOS DE ADMINISTRACION		37,251.30	41,536.37	43,568.18	45,701.59	47,941.67
SUELDOS Y SALARIOS		36,051.30	40,276.37	42,245.18	44,312.44	46,483.06
VARIOS		1,200.00	1,260.00	1,323.00	1,389.15	1,458.61
EGRESO POR IMPUESTOS		17,269.33	33,443.26	34,725.58	36,931.05	39,246.79
IVA POR PAGAR		17,269.33	18,267.06	19,314.67	20,414.67	21,569.66
IMPUESTO A LA RENTA		0.00	15,176.21	15,410.91	16,516.38	17,677.12
PARTICIPACION TRABAJADORES		0.00	10,712.62	10,878.29	11,658.62	12,477.97
TOTAL EGRESOS ANUALES		244,367.36	277,174.84	289,412.39	303,120.85	317,514.72
SALDO DE CAJA ACUMULADO	106,366.86	132,259.01	138,856.64	147,405.35	157,143.66	168,131.04
		25,892.14				

ESTADO DE RESULTADOS

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSION INICIAL	-43,770.00					
GASTOS PREOPERATIVOS	-13,300.00					
CAPITAL DE TRABAJO	-93,066.86					
VENTAS		270,259.50	283,772.48	297,961.10	312,859.15	328,502.11
INDIVIDUALES PARA COMIDAS		187,572.00	196,950.60	206,798.13	217,138.04	227,994.94
PROTECTORES PARA VEHICULOS		82,687.50	86,821.88	91,162.97	95,721.12	100,507.17
COSTO DE VENTAS		157,983.09	166,106.52	173,061.11	180,363.43	188,030.87
COSTO DE MATERIAS PRIMAS		102,771.43	107,910.00	113,305.50	118,970.77	124,919.31
COSTO DE MANO DE OBRA		22,887.00	25,583.85	26,840.54	28,160.07	29,545.57
GASTOS DE INDIRECTOS DE FABRICACION		32,324.67	32,612.67	32,915.07	33,232.59	33,565.98
ENERGIA ELECTRICA		5,760.00	6,048.00	6,350.40	6,667.92	7,001.32
DEPRECIACION		4,187.67	4,187.67	4,187.67	4,187.67	4,187.67
MANTENIMIENTO EQUIPOS		4,377.00	4,377.00	4,377.00	4,377.00	4,377.00
ALQUILER INSTALACIONES		18,000.00	18,000.00	18,000.00	18,000.00	18,000.00
UTILIDAD BRUTA		112,276.41	117,665.96	124,899.99	132,495.72	140,471.24
GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS		40,858.97	45,144.03	47,175.85	49,309.26	51,549.34
SUELDOS Y SALARIOS		36,051.30	40,276.37	42,245.18	44,312.44	46,483.06
VARIOS		1,200.00	1,260.00	1,323.00	1,389.15	1,458.61
DEPRECIACION		947.67	947.67	947.67	947.67	947.67
AMORTIZACION		2,660.00	2,660.00	2,660.00	2,660.00	2,660.00
UTILIDAD ANTES DE PARTIC.TRABAJ.		71,417.44	72,521.93	77,724.14	83,186.46	88,921.90
PARTICIPACION 15%		10,712.62	10,878.29	11,658.62	12,477.97	13,338.29
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		60,704.82	61,643.64	66,065.52	70,708.49	75,583.62
IMPUESTO A LA RENTA 25%		15,176.21	15,410.91	16,516.38	17,677.12	18,895.90
UTILIDAD NETA		45,528.62	46,232.73	49,549.14	53,031.37	56,687.71
MAS DEPRECIACION		5,135.33	5,135.33	5,135.33	5,135.33	5,135.33
MAS AMORTIZACION		2,660.00	2,660.00	2,660.00	2,660.00	2,660.00
MAS VALOR RESIDUAL						18,093.33
MAS CAPITAL DE TRABAJO						93,066.86
FEO	-150,136.86	53,323.95	54,028.06	57,344.47	60,826.70	175,643.24

TMAR	20.00%
VAN	64,925.66
TIR	34.94%

ANEXO 12

BALANCE GENERAL

al 31 dic / año 1

ACTIVO

ACTIVO CORRIENTE

Disponible	132,259.01
Cuentas por Cobrar	25,739.00
Inventario	9,787.76

Total activo circulante	167,785.76
--------------------------------	-------------------

ACTIVO FIJO

Muebles oficina	1,800.00
Equipos de oficina	220.00
Equipos de computacion	3,250.00
Maquinarias y equipos	38,500.00

Sub total activo fijo	43,770.00
------------------------------	------------------

Depreciacion acumulada	5,135.33
------------------------	-----------------

Total de activo fijo	38,634.67
-----------------------------	------------------

ACTIVO DIFERIDO

Gastos Preoperativos	13,300.00
Amortizacion Acumulada	2,660.00
Total de activo diferido	10,640.00

TOTAL ACTIVOS	217,060.43
----------------------	-------------------

PASIVO

PASIVO CORTO PLAZO

Cuentas por pagar	9,787.76
Impuesto a la Renta por Pagar	15,176.21
Participacion Trabajadores por Pagar	10,712.62

Total pasivo corto plazo	35,676.58
---------------------------------	------------------

PATRIMONIO

Capital Social	135,855.24
Utilidad del ejercicio	45,528.62

Total patrimonio	181,383.86
-------------------------	-------------------

TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	217,060.43
----------------------------------	-------------------

-0.00

BIBLIOGRAFIA

www.htech.com.mx/template.asp?id=1 High Tech Editores, México Artículo: "El futuro de la impresión vs. Medios electrónicos" por Pilar Hernández Santamarina. 25/11/2003

www.captur.com Cámara Provincial de Turismo de Pichincha Artículo: "El consumidor se sirve de publicidad en restaurantes" por www.elcomercio.com

www.supercias.gov.ec/societario/estadisticas_soc.htm Superintendencia de Compañías del Ecuador Documento: "Anuario societario estadístico 2002 & 2003: Estado de Situación Consolidado del Total de Compañías Informantes de Fabricación de papel y productos de papel, imprentas y editoriales"

www.supercias.gov.ec/ley_cias.htm Superintendencia de Compañías del Ecuador Documento: "Ley de Compañías"

<http://earthtrends.wri.org/> The Enviromental information Portal
Documento "Resource Consumption: Paper and paperboard consumption per capita for the World, South America and Ecuador, years 2000/2001/2002" by Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), 2004. FAOSTAT on-line statistical service, Available online at:
<http://apps.fao.org> (FAO: Rome).

<http://www.voltairenet.org/article125433.html> Voltairenet.org Artículo: "Pronóstico de CEPAL: Latinoamérica crecerá 4,4% en 2005". 28-05-2005

<http://www.deloitte.com/dtt/article/0,1002,sid%253D75464%2526cid%253D83175,00.html>
Deloitte & Touche Cía. Ltda - Ecuador
Artículo: "Economía blindada por la dolarización"

www.afandpa.org/ American Forest & Paper Association Documento: "Paper: It's Difficult to Imagine Our World without It"

<http://www.guayaquil.gov.ec/215.gye> M.I. Municipalidad de Guayaquil Documento: "Trámites Municipales"

http://www.sri.gov.ec/pages/legislacion/ley_ruc/ley_ruc.html Servicio de Rentas Internas
Documento: "Normas para facilitar la obtención y actualización del R.U.C"

48