

Proyectos de emprendimiento

Germán Fernando Beltrán Romero

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO

Universidad Politécnica Salesiana

Área de Ciencias de la Administración y Economía

Carrera de Administración

Quito

PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO

Germán Fernando Beltrán Romero



2011

PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO

Germán Fernando Beltrán Romero

1era. edición: ©Universidad Politécnica Salesiana
Av. Turuhuayco 3-69 y Calle Vieja
Cuenca-Ecuador
Casilla: 2074
P.B.X. (+593 7) 2 862213
Fax: (+593 7) 4 088958
e-mail: rpublicas@ups.edu.ec
www.ups.edu.ec

Diseño y
diagramación
e impresión: Editorial Universitaria Abya-Yala
Quito-Ecuador

ISBN UPS: 978-9978-10-092-9
Impreso en Quito-Ecuador, octubre 2011

Proyectos	
Definición	11
Tipos de proyectos.....	12
Proyectos de emprendimiento.....	13
¿Cómo se genera un proyecto de emprendimiento?.....	13
¿Qué es una idea?	13
Características de una idea viable	13
El marco lógico	13
Misión de una empresa	14
Redacción de la misión	15
Características de la misión	16
Visión de una empresa	16
Redacción de la visión	17
Características de la visión	17
Importancia	18
Definición de objetivos	18
Objetivo general	18
Características	18
Objetivos específicos	19
Características	19
Definición de valores	19
Impactos de una empresa	20
Impacto económico	21
Impacto social.....	22

Impacto ambiental.....	23
Impacto financiero.....	24
¿Qué vamos a financiar?.....	24
¿Qué vamos a comprar?.....	24
¿Cuánto dinero necesitamos?.....	24
¿Cómo vamos a financiar?.....	25
Diversas maneras de obtener capital.....	25
Créditos dados por entidades financieras.....	25
Emisión y apertura del capital de proyecto	25
a. Acciones	26
¿Qué es acción?	26
Nominal	26
Contable o patrimonial	27
Mercado	27
Tipos emisiones de acciones	27
Emisión nominal.....	27
Emisión con prima	29
Emisión liberada	30
Beneficios de este tipo de activos financieros	31
Para las empresas	31
Para los accionistas	31
b. Emisión de obligaciones	32
Estructura inicial	35
Estudios de prefactibilidad.....	35
Estudio de prefactibilidad legal.....	36
Fases de creación constitución y funcionamiento	37
Constitución.....	37
Funcionamiento	37
Tipos de constitución legal para una empresa	38
Requisitos para el Funcionamiento	
de una Microempresa.....	44
Registro Único de Contribuyentes.....	44
IESS	46
Inscripción patronal.....	46

<i>Requisitos</i>	46
Requisitos para certificaciones de números patronales	48
Responsabilidad patronal.....	49
Regímenes de afiliación.....	49
<i>Seguro general obligatorio</i>	49
Sanciones.....	50
Pagos al IESS.....	50
Fondos de reserva	50
Salarios de aportación	50
Patente municipal en Quito	51
Tiempo	51
Requisitos.....	51
Patente personas naturales.....	51
Patente jurídica	52
Permiso Sanitario de Funcionamiento en Quito.....	53
Tiempo	53
Requisitos.....	53
Registro Sanitario	54
Trámite previo para obtener el registro sanitario:.....	55
Trámite para la obtención del registro sanitario:.....	55
Instituciones acreditadas para la emisión de registro sanitario	56
Costos para obtener el registro sanitario	56
Costos para mantener el registro sanitario	57
Duración del registro sanitario	57
Extensos de registro sanitario	57
Requisitos de marcas y patentes del IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual)	58
Trámite.....	58
Estudio de prefactibilidad comercial.....	59
Definición	59
Análisis de la competencia.....	59
Competencia	60
Las 5 (P) tangibles	60
P de productos intangibles	60

Pasos básicos para realizar el análisis de competencia	61
Estudio de mercado	62
Concepto.....	62
Antecedentes del estudio de mercados	63
Ámbito de aplicación del estudio de mercado.....	63
<i>El consumidor</i>	63
<i>El producto</i>	63
<i>El mercado</i>	63
<i>La publicidad</i>	64
Objetivos del estudio de mercado	64
Pasos básicos para realizar el estudio de mercado.....	65
Universo	65
Muestra	65
Muestra representativa	65
Sesgos	66
Sesgo demográfico.....	66
Sesgo sociocultural.....	67
Sesgo económico.....	67
Sesgo geográfico.....	67
Tamaño de la muestra	68
Análisis de la demanda	68
Definición	68
Tipos de demanda	69
<i>Demanda total</i>	69
<i>Demanda potencial</i>	69
<i>Demanda real</i>	69
<i>Demanda satisfecha</i>	69
<i>Demanda Insatisfecha</i>	69
Estudio de prefactibilidad financiera.....	70
Definición.....	70
Los 3 estados financieros básicos.....	70
Balance General	75
ACTIVOS	71
Activos corrientes	71

<i>Caja</i>	71
<i>Bancos</i>	72
<i>Cuentas por Cobrar</i>	72
<i>Inventarios</i>	72
Activos fijos.....	72
Otros activos.....	72
PASIVOS	73
Pasivos corrientes o corto plazo	73
<i>Sobregiros</i>	73
<i>Obligaciones bancarias</i>	73
<i>Cuentas por pagar a proveedores</i>	73
<i>Anticipos</i>	73
<i>Cuentas por pagar</i>	73
<i>Prestaciones y cesantías consolidadas</i>	74
<i>Impuestos por pagar</i>	74
Pasivo a largo plazo	74
Otros pasivos	74
PATRIMONIO	74
Capital	74
Reservas legales	74
Reservas estatutarias.....	75
Aportes futuras capitalizaciones.....	75
Utilidades del ejercicio.....	75
Utilidades del periodo anterior.....	75
Estado de resultados	75
- <i>Flujo de caja</i>	76
Presupuesto	78
Tipos de datos en los presupuestos	79
Proyectados	79
Corregidos.....	79
Reales.....	80
Anexos del presupuesto	80
Anexo de las premisas de trabajo	81
Anexo de activos fijos	82

Anexo de otros activos	85
Anexo de nómina	88
Vacaciones	88
Bono navideño	89
Bono escolar	89
IESS patronal	90
Fondos de reserva.....	90
Beneficios adicionales.....	90
Recursos Humanos (Nómina).....	91
Anexo de gastos básicos y suministros	92
Anexo de préstamos	92
Anexo de ventas.....	97
Simulaciones	97
Logaritmos naturales	98
Regresión lineal.....	98
Aplicación del análisis de regresión lineal.....	99
Ejercicio práctico de regresión lineal.....	100
<i>Línea Recta</i>	100
<i>Correlación</i>	102
Anexo de materia prima	105
Anexo resumen	106
Anexo de evaluación del proyecto	110
Valor actual neto (van).....	111
Tasa interna de retorno (tir).....	113
Relacion costo / beneficio.....	113
Punto de equilibrio	113

Definición

El término proyecto proviene del Latín *proiectus* y cuenta con diversas significaciones. Un proyecto se refiere a un conjunto articulado y coherente de actividades orientadas a alcanzar uno o varios objetivos, siguiendo una metodología definida para lo cual precisa de un equipo de personas idóneas, así como de otros recursos cuantificados en forma de presupuesto, que prevé el logro de determinados resultados sin contravenir las normas y buenas prácticas establecidas, y cuya programación en el tiempo responde a un cronograma con una duración limitada. Un proyecto inicia con una idea que se materializa poniendo en práctica el mismo.

Se puede decir también que es un plan de acción para la utilización productiva de los recursos que dispone una o un grupo de personas, que son sometidos a un análisis y evaluación para fundamentar una decisión de aceptación o rechazo.

Es un plan que se le asigna recursos como: dinero –un determinado monto de capital–, tiempo, materia prima, recursos humanos, etcétera, y su objetivo es obtener un rendimiento en un plazo determinado.

Es también cualquier idea que se tenga y se pueda poner en funcionamiento y que permita generar beneficios en un futuro.

Tipos de proyectos

Se puede decir que hay cuatro tipos de proyectos:

- **Proyectos de emprendimiento.** Aquellos que nacen desde cero y cuyo objetivo final es obtener un rendimiento económico en un plazo determinado. Los indicadores que utilizamos en los mismos para evaluarlos están: el TIR, VAN, Costo/Beneficio, Punto de Equilibrio.
- **Proyectos empresariales.** Un proyecto empresarial puede estar dirigido a cualquier área de la empresa. Para medir si el proyecto ha tenido éxito, evaluamos los indicadores de gestión, los cuales tratamos de una u otra manera de pasarlos a unidades monetarias para poder medirlos o ver el real efecto que los mismos tienen en las empresas.
- **Proyectos sociales.** La peculiaridad más grande de estos proyectos se encuentra en que persiguen mejorar la calidad de vida de un grupo específico de personas. La evaluación de este tipo de proyectos se realiza antes, durante y tres años después de finalizado el proyecto. Los indicadores son de corte social, como el desempleo; el ingreso per cápita de una familia; el analfabetismo; el número de familia en donde el jefe de familia es una mujer.
- **Proyectos de investigación.** Este tipo de proyectos tienen frecuentemente una inversión realizada, la cual no necesariamente se puede medir como una recuperación, ya que mucho de esto genera es nuevas tecnologías que en algún momento pueden ser utilizadas.

Proyectos de emprendimiento

¿Cómo se genera un proyecto de emprendimiento?

En general, no hay un solo método a seguir para generar proyectos de emprendimiento, pero se puede decir que todos surgen con una idea que puede ser factible o viable.

Se sugiere realizar una lluvia de ideas que posibilite surja una idea que esté de acuerdo a varios factores que pasen por el conocimiento del negocio, producto, mercado, inclusive por el gusto para realizar cierta actividad.

¿Qué es una idea?

Una propuesta que se puede ejecutar, está atada a un interés y un conocimiento específico.

Características de una idea viable

- Que se tenga cierto conocimiento en general de la idea a plantear.
- Que sea viable de financiamiento.
- Que esté dentro de nuestro entorno y mercado.

El marco lógico

Es la parte filosófica de cualquier proyecto de planificación. El presupuesto va a ser la representación numérica de estos conceptos. Hay que recalcar que estos conceptos no pueden estar divorciados o ser independientes del desarrollo del presupuesto.

Cada proyecto tiene un plan estratégico, en el cual intervienen diferentes recursos, tales como: capital financiero, recurso humano, esto conllevará a que nuestro plan sea factible, y nos permita competir en el mercado.

Es importante señalar que estos conceptos pueden ser modificados de acuerdo a las necesidades que se presenten.

El nuevo paradigma del ser humano es que nada es constante y todo es cambiante en el tiempo.

Misión de una empresa

Es el ¿QUÉ?

La Misión es la razón de ser de una empresa, es una definición duradera del objeto que la distingue de otras similares, constituye la identificación de los ámbitos en los que ha de operar y consiste en una explicitación de la orientación global de los negocios de la empresa.

Se fundamenta en un enunciado claro que describe los valores y las prioridades de una organización.

La declaración de la misión permite señalar el alcance de las operaciones de una empresa en términos de productos y mercados. La Misión fundamenta la asignación de los recursos sobre la base de prioridades previamente determinadas, en función de las tendencias esperadas en los mercados y en las tecnologías.

Al redactar la misión del negocio, los estrategas se ven obligados a analizar la índole y el alcance de las operaciones presentes, así como a evaluar el posible atractivo de los mercados y las actividades en el futuro. La declaración de la misión fija, en términos generales, el rumbo futuro de la organización.

Delimita los negocios y marca la frontera límite de aquellos negocios en los que no se incursionará, en otras palabras, es importante tanto por lo que dice como por lo que deja decir. Sorpresivamente, a pesar de la tremenda importancia estratégica de contar con una clara definición de la misión de la empresa, la práctica nos indica que en la mayoría de las organizaciones

se encuentran serias dificultades para recortar o delimitar el ámbito preciso de su misión.

Redacción de la misión

La misión debe ser establecida y presentada por escrito. Es tarea de la dirección de la empresa decidir quiénes deben participar en la definición de la misión, usualmente se trata del grupo directivo, éstos son quienes discuten y llegan a un acuerdo sobre lo que es la misión de la empresa a la que dirigen.

La redacción por escrito es de suma importancia, ya que deja claro de qué se trata, evitando que quede sujeta a interpretaciones erróneas; recordemos que la 'claridad de propósito' nos dará una mejor orientación hacia la cual dirigir los esfuerzos, además de que, mientras más claro sea el propósito de una organización, será más fácil que la gente que la conforma pueda identificarse como parte de un grupo de personas que trabaja con un fin común.

Ejemplo:

MISIÓN

“Nuestra misión es proporcionar servicios de limpieza industrial, con personal capacitado en las mejores técnicas de limpieza, para ayudar a las empresas del país a enfocar sus esfuerzos en sus productos, delegando en nosotros la responsabilidad clave de la limpieza de sus instalaciones”.

Es recomendable que las organizaciones redacten cuidadosamente sus declaraciones de la misión, por los siguientes motivos:

1. Garantizar un propósito unánime en la organización.
2. Sentar una base o norma para asignar los recursos de la organización.
3. Establecer una tónica general o clima organizacional.

4. Servir de punto focal, que permita a las personas identificarse con el propósito y el curso de la organización.
5. Permitir que los objetivos se puedan convertir a una estructura laboral que incluya la asignación de tareas entre los elementos responsables de la organización.
6. Especificar los propósitos de la organización y garantizar la conversión de estos propósitos en objetivos, de tal manera que se puedan evaluar y controlar los parámetros de costos, tiempos y resultados.

Características de la misión

- a. Qué es lo que voy hacer.
- b. Su redacción debe ser bien simple, práctica, concreta y entendible.
- c. Fácil de cumplir.
- d. Modificable.
- e. Cuantificable.

Visión de una empresa

Es el ¿CÓMO?

La Visión, se traduce como la parte de la planificación en la cual se dice exactamente las acciones a seguir para alcanzar la misión.

Es una imagen mental viva que presenta un estado futuro deseable; mientras más claridad y detalle contenga la visión, mejor podrá traducirse en una realidad. Es la situación deseada por la organización a largo plazo.

En la toma de decisiones estratégicas, la visión influye en la acción de la organización para llegar al resultado final. No debe olvidarse que el nuevo enfoque en formulación de estrategias es lograr ventajas.

Estos factores son fundamentales para el desarrollo de nuestro proyecto, ya que nos proporcionará identidad a nuestra empresa.

Redacción de la visión

La Visión es redactada en términos, más bien, existenciales con verbos (simples o compuestos en infinitivo) tales como: llegar a ser, convertirse, lograr, ubicarse, sobresalir, etcétera. De esta manera, a la Visión se le dará una connotación que tiene mucho que ver con el futuro de la empresa y en relación con lo que hace en la actualidad.

En resumen, podemos decir que la definición de la Visión de una empresa u organización:

1. Complementa a la Misión de la empresa, ayudando a definir 'Hacia dónde' se dirige la organización y 'Cómo'.
2. Muestra congruencia con la Misión.
3. Nos ayuda a prever lo que puede enfrentar nuestra organización en el futuro.

Ejemplo:

VISIÓN

“Desarrollar nuevas tecnologías que aseguren la permanencia en el mercado en los servicios de limpieza industrial”.

Características de la visión

- a. Es cómo lo voy hacer.
- b. Fácil de cumplir.
- c. Modificable.

Importancia

Es primordial porque permite dar claridad sobre lo qué se quiere decir y a dónde se desea llegar; una visión así tratada se convierte en un impulsor para cristalizar resultados.

Una visión estratégica amplia en tiempo y espacio, claramente definida y efectivamente comunicada permite cumplir dos funciones vitales:

1. Establecer el marco de referencia para definir, formalizar y/o confrontar la misión.
2. Inspirar, motivar, integrar y mover a la gente para que actúe y haga cumplir la razón de ser –la misión.

Definición de objetivos

Objetivo general

Enuncia el cambio final que transforma el problema central en una nueva realidad o solución al mismo. De alguna manera, el impacto que se espera producir en la realidad previamente diagnosticada. Metodológicamente corresponde a la transformación positiva del Problema Central.

Características

1. Debe ser fácilmente cuantificable.
2. Fáciles de cumplir.
3. Modificables.
4. Concretos.
5. Delimitados.

Objetivos específicos

Son el medio necesario para lograr el objetivo principal: Aquellos estados que hay que superar para llegar al objetivo principal. Representan lo que el proyecto debe hacer por sí mismo, mediante sus propios recursos y actividades. Ellos darán cuenta de las consecuencias o efectos de los productos y resultados del proyecto.

Características

Son las siguientes:

1. Nacen con el objetivo principal.
2. El número máximo de estos debe estar entre tres a cinco objetivos.
3. Concretos.
4. Prácticos.
5. Fáciles de cumplir.
6. Modificables.
7. Cuantificables.

Están elaboradas a partir de un presupuesto fijado

Ejemplo:

 Ser la mejor empresa de limpieza e incrementar la participación en el mercado del 30 y 40% en el 2009 a través de un incremento de gastos de promoción en un 14%.

Definición de valores

Valores son los lineamientos que determina “el cómo la empresa desea cumplir con su misión, son la convicción que los miembros de una organización tienen en cuanto a preferir cierto estado de cosas por encima de otros (la honestidad, la eficiencia, la calidad, la confianza, etcétera).

Los valores organizacionales afectan el desempeño en tres aspectos claves: proveen una base estable (guía) sobre la cual se toman las decisiones y se ejecutan las acciones; forman parte integral de la proposición de valor de una organización a clientes y personal y motivan y energizan al personal para dar su máximo esfuerzo por el bienestar de su compañía.

La explicitación de los valores debe ser percibida por los miembros de la organización, como una posibilidad de construcción de futuro en forma integrada, coherente y exitosa, y no como una coerción que limita sus espacios de libertad y desarrollo personal.

Ejemplo:

1. **Mejoramiento continuo:** búsqueda de la excelencia en todo lo que hacemos.
2. **Respeto a las personas:** garantizamos justicia y equidad a todos los clientes, internos y externos.
3. **Disciplina:** es un factor primordial en el cumplimiento de nuestros objetivos.
4. **Integridad:** debemos mantener nuestra integridad en todos nuestros actos.
5. **Confiabilidad:** debemos generar confianza y certeza en todo momento.

Impactos de una empresa

Impacto económico

Impacto social

Impacto ambiental



Externos

Impacto financiero

Estructura organizacional inicial



Internos

Impacto económico

El análisis económico tiene como objetivo determinar los beneficios y costos desde el punto de vista del país, la población y su impacto en la economía. La evaluación económica se encamina en determinar el precio económico de los factores de producción, eliminando las distorsiones existentes en el mercado y la subvaloración o sobrevaloración de los bienes en los mercados, tanto nacional como internacional.

Determinar, los beneficios y costos desde el punto de vista del país, la población y su impacto en la economía.

- Es un factor externo.
- Mide temas con corte de país.
- Pago de impuestos.

Es evidente que la creación de nuevas empresas en un país influye en los indicadores económicos del mismo. El estado de la economía de un país afecta el desempeño de las empresas e industrias.

Los factores de la economía incluyen tasas de inflación, tasas de interés, déficit, tasas de ahorro personal o empresarial, el producto interno bruto, entre otros.

Las fuerzas económicas que influyen un proyecto pueden ser:

1. Distribución del ingreso.
2. Situación del ahorro de la población.
3. Nuevos planes de crédito.
4. Nuevas formas de pago (*Leasing, factoring*).
5. Situación del gasto público.
6. Cambios en los patrones de compra y venta.

7. Programas del Estado.
8. Inversión extranjera.
9. Tasas de inflación e interés.
10. PIB.
11. Capacidad adquisitiva.
12. Mayor cantidad y calidad de los competidores.
13. Globalización de los mercados.
14. Competencia de los productos y servicios.
15. Competencia de países y/o regiones.
16. Tendencias de sustitución.

Impacto social

Nos permite saber cómo nuestro proyecto de emprendimiento va a influir en la parte social y en las perspectivas de desarrollo social de la población, y en particular en la que interesa a la empresa según su ámbito de acción.

Las fuerzas sociales que influyen en un proyecto pueden ser:

1. Cambios en hábitos y costumbres de compra.
2. Valores sociales, morales y éticos.
3. Mitos, creencias, tabúes, paradigmas.
4. Cambios en las costumbres y vida familiar.
5. Cambios en papeles tradicionales de los sexos.
6. Mayor interés en la conservación de la salud.
7. Estereotipos, modas y tendencias sociales.
8. Movimientos migratorios.

Podemos reconocer algunos indicadores que pueden tomarse en cuenta:

- Creación de empleo.
- Evolución del ingreso per-capital de la población.
- Mejora de la calidad de vida dentro de la población afectada por el proyecto.

Impacto ambiental

Nos permite adoptar políticas que mitiguen la contaminación. Para esto se debe tratar de cuantificar y valorar el impacto, así como las acciones tendientes a corregir, prevenir mitigar y/o compensar. Se deberá presentar el cuestionario básico ambiental y la certificación de presentación a instancias correspondientes.

Si existen medidas de mitigación deberán formar parte de la estructura de costos.

Trata de enfocar, cuál es la situación actual del medio ambiente, identificando las implicaciones de posibles oportunidades y amenazas que pueda producir en el comportamiento de la empresa; implica la influencia que tiene o puede tener en el medio ambiente en la empresa.

El estudio del impacto ambiental comprende lo siguiente:

- Descripción general de las características propias de la actividad de la empresa, relacionadas con su comportamiento desde el punto de vista ecológico, insumos, procesos de trabajo, productos finales y elementos residuales, retroalimentación, ámbito geográfico de operación, análisis de la incidencia que tiene en el comportamiento de la empresa, las leyes y reglamentaciones establecidas para la conservación del medio ambiente.
- La caracterización de la región donde se ubica la empresa y sus instalaciones, y de las regiones donde se ubican los compradores o usuarios de los bienes o servicios que produce, considerando aspectos relacionados con la topografía, el clima, la disponibilidad y acceso a recursos naturales y la geografía en general: ubicación y límites, bosques e hidrografía, geología, inventario de flora y fauna, calidad del agua en el estado actual, suelos, topografía, clima, Infraestructura de servicios circundantes, sistema vial, usos actuales, valorización y/o desvalorización de las áreas de influencia.

- Determinación de los efectos ambientales que produce la operación de la empresa: en el agua, en el área de influencia, en el cambio de uso del suelo, en el área de influencia, efectos por gases provocados por la empresa, efectos sobre el agro-ecosistema: pastos y bosques, efectos por el ruido provocados, determinación de las fuentes contaminantes de la empresa y de las clases de contaminantes de la actividad.

Las políticas deben tomar en cuenta lo siguiente:

1. Incidencia en los recursos naturales.
2. Restricciones.
3. Comportamiento ecológico.
4. Elementos residuales.
5. Leyes y reglamentaciones.

Impacto financiero

Es un tema interno del proyecto de emprendimiento, en donde señalamos dos temas: ¿Qué vamos a financiar? y ¿Cómo vamos a financiarlo?

¿Qué vamos a financiar?

Esta pregunta nos permite definir dos temas muy importantes que corresponden al lado izquierdo del balance inicial del proyecto:

¿Qué vamos a comprar?

Para poder contestar esta pregunta empezamos haciendo un inventario de lo que se necesita como equipamiento inicial para el proyecto; activos fijos como computadores, maquinaria, muebles, etcétera.

¿Cuánto dinero necesitamos?

Estamos haciendo referencia al capital en giro o de trabajo que se debe tener; como se sabe el mismo debe cubrir un periodo crítico de tiempo el cual según ciertas estadísticas es de 12 a 18 meses.

Esto nos permite tener una aproximación para el activo corriente, activo fijo y los otros activos.

¿Cómo vamos a financiar?

Esta pregunta permite completar el balance general inicial de nuestro proyecto; ya que con esto podemos saber el pasivo y patrimonio que va a tener el proyecto.

Una persona está dispuesta a invertir una cantidad de dinero que no significa un patrimonio en riesgo; esto quiere decir que es una suma que estaría dispuesto a perder.

La mayoría de proyectos pueden ser financiados de una manera mixta; de tal manera que se puede repartir el riesgo y también las utilidades obtenidas; hay muchas maneras de financiar un proyecto, no solo el solicitar financiamiento a una entidad financiera; empieza desde el realizar eventos hasta buscar personas dispuestas a invertir en una idea muy bien presentada.

Para esto podemos citar tres diferentes maneras de obtener el financiamiento necesario:

Diversas maneras de obtener capital

Las posibilidades son indefinidas; se tiene casi todas las maneras de poder obtener el dinero necesario para contar con un capital que nos permita poner en marcha el proyecto.

Créditos dados por entidades financieras

En general hay tres tipos de tablas de amortización: la alemana, la americana y la francesa.

El capital tiene un costo y este es uno de los métodos más costosos que hay para poder financiar un proyecto.

Emisión y apertura del capital de proyecto

- a. Es la manera más barata de obtener capital fresco para una empresa o un proyecto; en específico estamos hablando de acciones.
- b. La emisión de deuda

a. Acciones

¿Qué es acción?

Es un Título de Valor de carácter negociable que representa un porcentaje de participación en la propiedad de la compañía emisora del título. Parte alícuota del capital de una sociedad mercantil. Quien posee una acción se convierte en propietario parcial de la empresa. Las acciones son emitidas por las empresas para obtener capital.



Precio de las acciones

1. Precio nominal.
2. Precio contable o patrimonial.
3. Precio de mercado.

Nominal

El precio nominal está definido en la escritura de constitución de una empresa. Este precio se obtiene de dividir el capital inicial de la empresa para el número de acciones que tiene en circulación la misma.

Este valor nominal en ningún modo determina el valor real de la acción. Tan solo en el momento de constitución de la sociedad serviría como aproximación al valor real de la acción.

De todos modos, el valor nominal sí tiene importancia ya que el porcentaje que represente del capital de la empresa determina los derechos de voto de cada acción, así como el porcentaje de los dividendos que le corresponden.

Contable o patrimonial

Se calcula a partir de dividir el patrimonio de la empresa para el número de acciones en circulación.

Tampoco este valor es una buena aproximación al valor real de la acción.

Sin embargo de esto, no valora las futuras ganancias que se pueden tener por este tipo de inversiones o de activos financieros.

Mercado

Es el precio al que cotiza la acción en bolsa y es la mejor indicación de a qué precio se debe comprar o vender. Hay que tener en cuenta que la acción puede estar sobrevalorada o infravalorada en la bolsa. Si el valor de mercado estuviera muy por encima de su valor económico la acción estaría sobrevalorada, y si estuviera muy por debajo, infravalorada.

Tipos emisiones de acciones

1. Nominal.
2. Con prima.
3. Liberada.

Emisión nominal

Casi siempre es una emisión primaria la cual se realiza al valor dado en la escritura de constitución para cada acción.

En la emisión nominal las acciones salen al mercado al valor establecido en la escritura de constitución de la empresa; en el Ecuador este precio casi siempre se ha fijado en un dólar.

Este tipo de emisión tiene un defecto ya que premia a los nuevos accionistas y penaliza de alguna manera a los antiguos accionistas, veamos un ejemplo:

EMPRESA XYZ	
CAPITAL	100,00
RESERVA LEGAL	100,00
RESERVA ESTATUTARIA	100,00
UTILIDAD DE EJERCICIOS ANTERIORES	100,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO ACTUAL	100,00

PATRIMONIO DE LA EMPRESA	500,00
--------------------------	--------

No. DE ACCIONES	100
------------------------	------------

Como se puede ver, el precio nominal de la acción es de un dólar; sin embargo, los antiguos accionistas son dueños de todo el patrimonio, esto da que una acción tiene un precio contable o patrimonial de 5 dólares.

Si la junta decide aumentar el capital en número de acciones en 100 acciones más, las cuales tienen el precio nominal; tenemos lo siguiente:

EMPRESA XYZ		AUMENTO DE CAPITAL	FINAL
CAPITAL	100,00	100,00	200,00
RESERVA LEGAL	100,00		100,00
RESERVA ESTATUTARIA	100,00		100,00
UTILIDAD DE EJERCICIOS ANTERIORES	100,00		100,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO ACTUAL	100,00		100,00

PATRIMONIO DE LA EMPRESA	500,00		500,00
--------------------------	--------	--	--------

No. DE ACCIONES	100	100	200
------------------------	------------	------------	------------

El precio contable o patrimonial ha bajado a 2,5 dólares; ahora si la nueva emisión se vendió a nuevos accionistas, estos se han beneficiado ya que compraron acciones a un dólar; las cuales tienen un precio de 2,5 dólares.

Para evitar esto se realiza la emisión con prima.

Emisión con prima

La emisión con prima trata de corregir la emisión nominal; para ello se valora todo el patrimonio del cual los dueños son los actuales accionistas; este es el precio con el cual las acciones salen al mercado.

Ejemplo:

EMPRESA XYZ		AUMENTO DE CAPITAL	FINAL
CAPITAL	100,00	100,00	200,00
RESERVA LEGAL	100,00	-	100,00
RESERVA ESTATUTARIA	100,00	-	100,00
APORTES PARA FUTURAS CAPITALIZACIONES	-	400,00	400,00
UTILIDAD DE EJERCICIOS ANTERIORES	100,00	-	100,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO ACTUAL	100,00	-	100,00
PATRIMONIO DE LA EMPRESA	500,00	500,00	1.000,00
No. DE ACCIONES	100	100	200

La junta lo que decide es aumentar el capital, pero —tal como se dijo— el precio de la nueva emisión es fijado en el precio contable o patrimonial; en el ejemplo este precio es de 5,00 dólares por acción; contablemente a la cuenta de capital solo se registra los 100,00 dólares, y la diferencia, en este

caso 400,00 dólares, en la cuenta de aportes para futuras capitalizaciones. Con esto el patrimonio queda en 1.000,00 dólares y los nuevos accionistas deben entrar como tales, colocando un valor similar al que tienen ya los antiguos accionistas.

Emisión liberada

Al igual que en los otros casos, se parte de la necesidad de aumentar el capital, en este caso se lo hace con cargo a alguna de aquellas cuentas que forman parte del patrimonio. En este tipo de emisiones no hay dinero efectivo que se esté entregando a la empresa y, en general, se lo hace para mejorar algún indicador de corte financiero. También debemos mencionar que los únicos que participan en este tipo de emisiones son los antiguos accionistas; estas acciones no salen a la venta en el mercado. Veamos un ejemplo:

Ejemplo:

EMPRESA XYZ		AUMENTO DE CAPITAL	FINAL
CAPITAL	100,00	100,00	200,00
RESERVA LEGAL	100,00	-	-
RESERVA ESTATUTARIA	100,00	-	100,00
UTILIDAD DE EJERCICIOS ANTERIORES	100,00	-	100,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO ACTUAL	100,00	-	100,00
PATRIMONIO DE LA EMPRESA	500,00	100,00	600,00
No. DE ACCIONES	100	100	200

Como se puede ver en este ejercicio, se realizó el aumento del capital con cargo a la reserva legal; el valor real del patrimonio no varía; el precio contable o patrimonial de la acción pasa de 5 dólares a 2,5 dólares; en compensación de esto —como se dijo— esta emisión solo se reparte entre los antiguos accionistas, por lo que cada uno recibe un número determinado de acciones que le permite mantener el valor en dólares que tenía antes del aumento del capital.

Si son 10 accionistas y cada accionista tiene 10 acciones, entonces recibe un 10% de la nueva emisión para que puedan seguir teniendo el mismo porcentaje de participación en la empresa, como resultado de esto cada accionista recibe 10 acciones más. Consecuencia; antes tenía 10 acciones que le daban un valor de 50 dólares; después del aumento tienen 20 acciones que por el precio de 2,5 dólares le da exactamente el mismo valor.

Beneficios de este tipo de activos financieros

Para las empresas

Es la manera más barata de conseguir capital nuevo en el mercado sin tener que recurrir a ningún prestamista.

El mejor ejemplo de crecimiento en el país por medio de apertura y aumento de capital es Supermercados La Favorita, la visión de su fundador hizo que se transforme en uno de los grupos empresariales más grandes e importantes del país. Supo que no es malo compartir la rentabilidad generada por un negocio o empresa que está bien administrado.

Para los accionistas

Para los accionistas obtener tasas de rentabilidad superiores a las tasas de interés que paga cualquier entidad financiera, posiblemente con un riesgo menor.

Está claro que para que esto suceda debemos tener en cuenta que el plazo para realizar este tipo de inversiones debe ser no menor a los tres años.

b. Emisión de obligaciones

Para las empresas que buscan aumentar su capital o necesitan capital nuevo y no desean abrir su capital, una de las posibilidades es emitir papeles de deuda; uno de los ejemplos es la emisión de obligaciones, puede ser también una titularización. Estas herramientas nos ayudan a bajar el costo de la deuda porque quitamos el intermediario, en este caso las entidades financieras.



Actualmente, en Ecuador, este tipo de instrumentos han sido utilizados por muchas empresas; las empresas emiten este tipo de papel con tasas que llegan al 7 u 8% lo cual significa un real ahorro en costos financieros, a esto hay que sumar que los plazos son mayores y que hay posibilidades de periodos de gracia. La emisión se la hace con la tabla de amortización de deuda alemana, la cual es la menos costosa, ésta también reduce los costos.

Por otro lado, premia a los ahorristas ya que encuentran tasas de rendimiento más atractivas que las pagadas por entidades financieras.

Como puntos negativos podemos señalar que realizar este tipo de emisiones no es fácil ya que hay procedimientos que cumplir como: tener una calificación de riesgos; cumplir con los requerimientos legales pedidos de la Superintendencia de Compañías y la Bolsa de Valores; realizar esto representa no menos de 6 a 8 meses.

Siga los pasos siguientes:

1. Realice la calificación de la empresa en la Bolsa de valores.

2. Realice la calificación de riesgo tanto de la empresa como del la emisión del papel.
3. Contrate un estructurador financiero.
4. Contrate un estructurador legal.
5. Contrate una Casa de Valores para la colocación del papel.
6. Contrate un agente pagador.

Después de realizar el impacto financiero se tiene el primer balance general del proyecto, de la siguiente manera. Están los activos, todo aquello que necesitamos comprar y el dinero necesario para que podamos operar durante 12 a 18 meses, que es el tiempo crítico de un proyecto. Está el tema de cómo financiamos el proyecto, lo cual se refleja en el pasivo como prestamos obtenidos y el patrimonio de acuerdo al dinero propio colocado en la empresa.

Como ejemplo decimos lo siguiente:

Necesitamos comprar:

- 2 computadores USD 1.000,00.
- 2 Escritorios USD 300,00.
- Gastos de constitución de la empresa USD 2.000,00.
- Arriendo mensual USD 300,00.
- Gastos de servicios básicos mensual USD 300,00.
- Nomina mensual USD 2.000,00.
- Suministros mensual USD 100,00.
- Utilería USD 1.000,00.
- Maquinaria USD 10.000,00.

Hemos decidido que vamos a financiar de la siguiente manera:

- USD 30.000,00 va a salir del bolsillo de los fundadores de la empresa.
- USD 20.000,00 va a salir de un crédito obtenido a 36 meses.
- USD 16.072 se obtendrán de los socios o accionistas de la empresa.

Con estos datos nuestro balance inicial queda de la siguiente manera:

ACTIVOS**ACTIVO CORRIENTE 66.072,00**

Caja bancos (18 meses)	48.600,00
Cuentas por cobrar	
Inventarios	
IVA pagado	1.872,00

ACTIVO FIJO 12.600,00

Bienes muebles	600,00
Equipos de computación	2.000,00
Maquinaria	10.000,00
Depreciación	

OTROS ACTIVOS 3.000,00

Gastos de constitución	2.000,00
Utilería	1.000,00
Amortización	
-PASIVO + PATRIMONIO	66.072,00

PASIVO 20.000,00**PASIVO CORTO PLAZO -****PASIVO LARGO PLAZO 20.000,00**

Préstamo bancario	20.000,00
-------------------	-----------

PATRIMONIO 46.072,00

CAPITAL	46.072,00
RESERVA LEGAL	
RESERVA ESTATUTARIA	
UTILIDAD DEL EJERCICIO	
UTILIDAD DE EJERCICIOS ANTERIORES	

No olvidar que la ecuación básica de la contabilidad es:

ACTIVO= PASIVO+PATRIMONIO

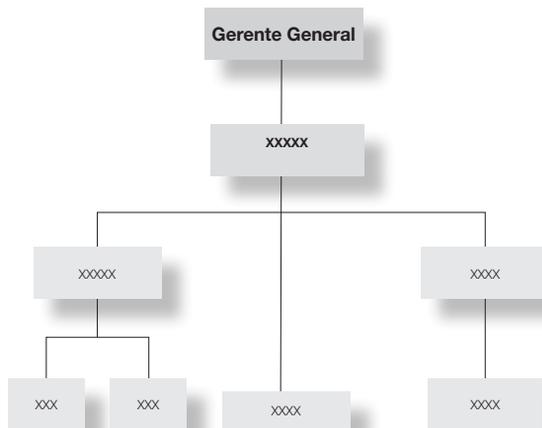
De aquí la importancia del por qué debe estar bien elaborado el balance, para aquello que se va a comprar lo aconsejable es tener por lo menos tres proformas para así tener un precio medio antes de tomar alguna decisión.

Estructura inicial

Diseñamos la estructura orgánica inicial de acuerdo a las diferentes variables que se pueden tomar en cuenta, en esta consta la carga de trabajo, las áreas fundamentales iniciales.

Siempre hay que pensar que esta estructura está en constante evolución y que la misma cambiará conforme varíen las necesidades de la empresa. Los cargos y las áreas son creadas justamente considerando estas necesidades.

Ejemplo:



Estudios de prefactibilidad

Son todos los trabajos que sustentan la factibilidad o la viabilidad de un proyecto; en general siempre se habla de tres estudios de prefactibilidad indispensables:

- Estudio de prefactibilidad legal.
- Estudio de prefactibilidad comercial.
- Estudio de prefactibilidad financiera.

La mayoría de autores de textos relacionados con este tema olvidan la importancia de los temas legales en las decisiones y cómo estos inciden en un proyecto, incluso porque muchos de estos temas son permisos que se deben obtener después de cumplir con requerimientos hechos por las entidades de control.

Estudio de prefactibilidad legal

Es un estudio anticipado sobre qué vamos a necesitar en el campo jurídico para que nuestro proyecto no tenga ningún inconveniente.

Este estudio permite tomar la decisión de cómo vamos a constituir el proyecto; aquí no hay respuestas correctas o incorrectas, sino que esto se ajusta a la necesidad que se presente en ese momento para poder legalizarlo. Además tenemos el SRI, IESS y todas las entidades donde se necesitan permisos de acuerdo al tipo de proyecto. Siguiendo estos temas está el registro del IEPI, y todos los permisos municipales, ambientales y certificaciones como la de los bomberos en donde se puede decir que con esto cumplen con todos los requisitos para poder operar sin problemas.

Lo recomendable es hacerlo por partes. En un inicio es importante saber cómo se quiere constituir el proyecto, de esto dependerá todo el trámite para obtener el RUC. Para esto es bueno realizar una matriz que nos permita evaluar las diferentes maneras que hay para constituir un proyecto, esta matriz debe tener como campos las ventajas y las desventajas de cada una de aquellas maneras que nosotros deseamos evaluar.

Citamos un ejemplo para entender el tema: podemos realizar un análisis de las empresas que son sociedades anónimas; la mayor fortaleza de esta figura legal posiblemente radica en la flexibilidad que tiene para tener un número

ilimitado de accionistas, como desventajas se puede nombrar todo el trabajo que hay que cumplir para poder enviar reportes a la Superintendencia de Compañías y el SRI, adicional a esto como promedio una empresa de esta naturaleza necesita alrededor de USD 2.500,00; valor en que se incluye la cuenta de constitución, que en este caso va a ser de USD 800,00

Fases de creación constitución y funcionamiento

Constitución

Empresas Mercantiles

- Escritura pública de constitución de la compañía.
- Aprobación en la Superintendencia de Compañías.
- Depósito de un monto de dinero en una cuenta Bancaria.
- Inscripción en el Registro Mercantil.
- Los tipos de sociedades mercantiles son: nombre colectivo, comandita simple, responsabilidad limitada, anónima y economía mixta.

Empresas Civiles

- Toda actividad económica puede desarrollar su actividad como Empresa Civil, para lo cual necesitamos llenar el estatuto de constitución y reconocerlo ante un juez de lo civil.

Empresas de Hecho

Ninguno

Funcionamiento

Empresas Mercantiles	Empresas Civiles	Empresas de Hecho
<ul style="list-style-type: none"> • Registro Único de Contribuyentes. • Patente. • Dependiendo de la actividad, requiere del permiso Sanitario. • Debe afiliarse a una de las cámaras dependiendo de la actividad. 	<ul style="list-style-type: none"> • RUC y patente para empresas permanentes. • Ninguna, para actividades de corta duración, como compra venta de 1 vehículo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Registro Único de Contribuyentes. • Patente. • Dependiendo de la actividad, requiere del permiso sanitario y otros.

Tipos de constitución legal para una empresa

Constitución legal	Formación y número de socios	Razón social	Capital social
<p>1. COMPAÑÍAS DE NOMBRE COLECTIVO</p>	<p>Es una empresa formada con dos o más personas, celebrada mediante escritura pública, ésta debe ser aprobada por un juez de lo civil, el cual ordena que se publique un extracto de la escritura, por una sola vez, en uno de los periódicos de mayor circulación del lugar de domicilio de la compañía y luego se dispone la inscripción de la compañía en el Registro Mercantil, todos los socios de esta empresa pueden participar en la conducción y administración del negocio a menos que se estipule lo contrario en su constitución, los cuales responden en forma solidaria e ilimitada en caso de quiebra, disolución o liquidación de la compañía.</p>	<p>La razón social es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios o de algunos de ellos, con la agregación de las palabras “ y compañías”.</p>	<p>Mínimo será de USD 400,00 divididos en aportaciones, siendo necesario el pago por lo menos el 50% del capital suscrito.</p>

Tipos de constitución Legal	Formación y número de socios	Razón social	Capital social
	<p>Está formada por uno o varios socios solidaria e ilimitadamente responsables y uno u otro simples suministradores de capital llamados socios comanditarios cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes. En esta sociedad hay dos clases de socios: los socios comanditados y los socios comanditarios, los unos tienen una responsabilidad solidaria e ilimitada, en cambio los otros circunscriben su ámbito de responsabilidad única y exclusiva al monto de sus aportaciones.</p>	<p>Corresponde al nombre de uno o varios de los socios solidarios e ilimitadamente responsables, a los que se agregan siempre las palabras “Compañía en Comandita.” O su abreviatura, la misma que se constituye en igual forma y con las mismas solemnidades.</p>	<p>La ley no determina su cuantía.</p>
	<p>Está formada por socios solidariamente responsables y comanditarios. La única diferencia que existe entre la comanditaria simple y la en comandita por acciones es que la una está dividida por acciones y la otra no.</p>		

Tipos de constitución legal	Formación y número de socios	Razón social	Capital social
2. COMPAÑÍAS EN COMANDITA SIMPLE	Limitada se puede contraer entre mínimo tres socios y como máximo 15, que únicamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales. Se constituye también oficialmente después de obtener la aprobación de sus escrituras de constitución por parte de la Superintendencia de Compañías y la subsiguiente publicación de un anuncio al respecto en el periódico local de mayor circulación.	Corresponde al nombre de uno o más socios, solidariamente responsables al que se le agregarán las palabras de "Compañía en comandita".	La ley no determina su cuantía.
	Está formada por lo menos con dos o más accionistas, la cual es una sociedad cuyo capital dividido en acciones negociables, está constituido por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones, esta se administra por mandatarios amovibles, sean socios o no. Se constituye igualmente por escritura pública previo mandato de la Superintendencia de Compañías del Ecuador, y luego de esto debe ser inscrita en el Registro Mercantil.		

Tipos de constitución legal	Formación y número de socios	Razón social	Capital social
3. COMPAÑÍA EN COMANDITA POR ACCIONES		Al nombre asignado o denominación objetiva, a la que se debe añadir las palabras "Compañía Limitada" o su abreviatura.	El capital de esta compañía se dividirá en acciones nominativas de un valor nominal igual (al decir acciones nominativas esta es una sociedad típicamente de capital).
			Mínimo de USD 400,00 dividido en aportaciones, siendo necesario el pago del 50% de cada participación.
		Al nombre asignado, se deberá agregar las palabras "Compañía Anónima" o "Sociedad Anónima" o sus siglas "C.A." o "S.A."	

Tipos de constitución legal	Formación y número de socios	Razón social	Capital social
<p>4. COMPAÑÍAS DE RESPONSABILIDAD LIMITADA</p>			<p>El capital mínimo para iniciar en el Ecuador es de USD 800,00 capital que se divide en acciones ordinarias y nominativas de un valor no especificado por la ley, el valor de cada acción dependerá de la decisión de quienes forman la compañía, las mismas que podrán ser pagadas por lo menos en un 25% del valor de cada una de ellas al momento de la constitución, y el saldo insoluto se cancelará en el plazo de dos años.</p>
			<p>El capital mínimo para iniciar en el Ecuador es de USD 800,00</p>

Tipos de constitución legal	Formación y número de socios	Razón social	Capital social
	Estas corporaciones son una combinación de empresa privada y estatal; generalmente se organizan para prestar un servicio público o para dirigir un proyecto de desarrollo.		
	Está formado por el Estado, las municipalidades, los consejos provinciales, personas de derecho público o las personas jurídicas semipúblicas, podrán participar conjuntamente con el capital privado.		
5. COMPAÑÍA ANÓNIMA	Está formada por una persona física que realiza en nombre propio y por medio de una empresa, una actividad comercial, industrial o profesional.	La corporación está sujeta a los mismos requisitos y regulaciones que otras corporaciones privadas, así como también a las regulaciones de la Superintendencia de Compañías.	La aportación de capital a la empresa, tanto en su calidad como en su cantidad, no tiene más límite que la voluntad del empresario.

Tipos de constitución legal	Formación y número de socios	Razón social	Capital social
		No tiene una regulación legal específica y está sometido en su actividad empresarial a las disposiciones generales del Código de Comercio en materia mercantil y a lo dispuesto en el Código Civil en materia de derechos y obligaciones.	

Requisitos para el Funcionamiento de una Microempresa



Registro Único de Contribuyentes

Para obtener el RUC para personas naturales se requiere:

1. Cédula de identidad.
2. Recibo de agua, luz o teléfono.
3. Llenar formulario.

Para obtener el RUC para personas jurídicas se requiere:

1. FORMULARIO 01-A.
2. FORMULARIO 01-B: llenos y firmados por el representante legal.

3. Copia clara de la cédula de ciudadanía y de la papeleta de votación actual del representante legal o el pasaporte en caso de ser extranjero.
4. Original y copia del nombramiento del representante legal.
5. En caso de que el trámite de actualización no pueda hacerlo directamente, deberá enviar una autorización firmada por el representante legal.
6. Original y copias claras de cédula y papeleta de votación de la persona que realiza el trámite.
7. Recibo de pago de luz, agua, o teléfono (no de SERVIPAGOS) del establecimiento matriz; para el cambio, apertura o cierre de establecimientos.
8. Original y copia de la nómina de socios o accionistas, emitida por la Superintendencia de Compañías o de Bancos.
9. En caso de nombramiento caducado, adjuntar el certificado de la institución competente como el Registro Mercantil en el que conste que no se ha registrado nombramiento o directiva posterior.
10. Formulario 106-A, por el pago de la multa de actualización tardía (30 días hábiles).

Si la empresa se encuentra bajo el control de la Superintendencia de Compañías:

- Original y copia de la hoja de datos generales del Registro de Sociedades.
- Si hay cambios en la sociedad, o si no están registrados, los nuevos datos deben estar especificados en el respectivo formulario y se debe adjuntar los documentos de respaldo: pago de luz, agua o teléfono (original y copia clara).
- Para cambio de dirección, apertura, cierre, de establecimientos: original y copia de nómina de socios o accionistas emitida por la Superintendencia de Compañías o de Bancos.
- Cambios en la estructura accionaría: Escrituras de constitución o de aumento/disminución de capital, inscritas en el Registro Mercantil.

El **RUC**: “Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objetivos proporcionar información a la administración tributaria”.

Están obligados a inscribirse todas las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeros, que inicien o realicen actividades económicas en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador.

El plazo para inscribirse es de TREINTA DÍAS contados a partir de la constitución o iniciación de las actividades económicas.

Los requisitos para inscribir una microempresa son la cédula de identidad y llenar el formulario. Para las empresas se requiere la escritura de constitución de la compañía, copia de la cédula del representante legal y llenar el formulario.

La actualización de los datos de inscripción procede siempre y cuando haya: 1. Cambiado de actividad económica; 2. Cambiada de domicilio; 3. Cesada su actividad; y, 4. Aumentado o disminuido el capital.

IESS

Inscripción patronal

El patrono está obligado a solicitar en el IESS el número patronal que es la identificación de empresas públicas y privadas; de empleadores domésticos, artesanos autónomos. El número patronal le sirve al empleador para afiliar a sus trabajadores y realizar los diferentes trámites en el Instituto. De no tener número patronal se obtendrá con los siguientes requisitos:

Requisitos

Presentar el formulario que entrega el IESS para la obtención del número patronal, adjuntando los documentos respectivos para cada tipo de empresa:

Sociedades anónimas:

1. Copia simple de la escritura de constitución.
2. Copias de los nombramientos de Presidente y Gerente, debidamente inscritos en el Registro Mercantil.
3. Copia del RUC.
4. Copia de la cédula de identidad del representante legal.
5. Copia de los contratos de trabajo debidamente legalizados en el Ministerio de Trabajo.
6. Copia del último pago de agua, luz o teléfono.
7. Copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías.

Sociedades civiles:

1. Copia simple de la escritura de constitución.
2. Copia del nombramiento del representante legal.
3. Copia del RUC.
4. Copia del comprobante del último pago de agua, luz o teléfono.
5. Copia de los contratos de trabajo, debidamente legalizados en el Ministerio de Trabajo.

Empresas unipersonales:

1. Copia del RUC.
2. Copia de la cédula de identidad del patrono.
3. Copia del comprobante del último pago de agua, luz o teléfono.
4. Copia de los contratos de trabajos debidamente legalizados en el Ministerio de Trabajo.

Cooperativas en general:

1. Copia de resolución de la Dirección de Cooperativas.
2. Copia del nombramiento del Gerente de la Cooperativa.
3. Copia de la cédula de identidad del Gerente.
4. Copia del comprobante del último pago de agua, luz o teléfono.
5. Copia de los contratos de trabajo debidamente legalizados en el Ministerio de Trabajo.

Artesanos:

1. Copia de la calificación artesanal.

2. Copia del RUC.
3. Copia de los contratos de trabajo. (En caso de tener trabajadores bajo su dependencia).
4. Copia de la cédula de identidad del maestro de taller.
5. Copia del comprobante del último pago de agua, luz o teléfono.

Domésticos:

1. Copia de la cédula de identidad del patrono.
2. Copia del contrato de trabajo debidamente legalizado en el Ministerio de Trabajo.
3. Copia del comprobante del último pago de agua, luz o teléfono.

Dependencias públicas:

1. Copia del Acuerdo Ministerial de creación de la dependencia.
2. Copia del nombramiento del representante legal.
3. Copia de la cédula de identidad del representante legal.
4. Copia del RUC.
5. Copia de contratos de trabajo.

Autónomos organizados:

1. Copia del Acuerdo ministerial de autorización de funcionamiento de la organización.
2. Copia del nombramiento del representante legal debidamente legalizado.
3. Copia de Estatutos de la organización.
4. Nómina de socios de la organización.
5. Nómina de socios que solicitan la afiliación al IESS.
6. Copia del comprobante del último pago de agua, luz o teléfono.
7. Copia del RUC.

Requisitos para certificaciones de números patronales

1. Solicitud en papel simple.
2. Copia de la cédula de identidad del representante legal.

El trámite para obtener el número patronal, para modificarlo y las certificaciones de números patronales se realizan en los Departamentos de Inspección de la Regional 1 en Quito o en las Direcciones Regionales respectivas.

Responsabilidad patronal

El incumplimiento en la cancelación oportuna de las obligaciones es causa de responsabilidad patronal. En este caso la empresa en mora debe pagar al IESS un fondo para cubrir el valor actuarial de las prestaciones otorgadas a los afiliados, más intereses y multas. En este caso la empresa en mora debe pagar al IESS un fondo para cubrir el valor actuarial de las prestaciones otorgadas a los afiliados, más intereses y multas.

La responsabilidad patronal el Instituto la hace efectiva mediante vía coactiva.

Regímenes de afiliación

Los afiliados están agrupados en cuatro regímenes de afiliación: el seguro general obligatorio; los seguros especiales que comprenden a los del seguro social campesino, a los de la construcción, zafreros y trabajadores contratados por horas; el régimen voluntario; y el régimen adicional o complementarios.

El que corresponde según el personal que contrataremos es:

Seguro general obligatorio

El Seguro General Obligatorio que comprende a todos los que perciben un ingreso por la ejecución de una obra o la prestación de un servicio corporal o intelectual, con relación de dependencia o sin ella. Dentro de este grupo están los empleados privados y los servidores públicos.

Los profesionales con título universitario o politécnico en libre ejercicio de su profesión; los notarios, registradores de la propiedad y registradores mercantiles; los miembros del clero secular y quienes presten servicios con carácter regular en las iglesias; los artesanos y sus operarios y los aprendices con contrato; los trabajadores a prueba; los trabajadores ocasionales y

temporales; los trabajadores a domicilio; los artistas profesionales; los chóferes profesionales; los trabajadores autónomos que pertenecen a alguna organización afín a su actividad económica, son grupos con condiciones especiales pero pertenecen al Seguro General Obligatorio.

Se exceptúan del Seguro Social Obligatorio: el cónyuge, los hijos menores de 18 años y los padres del patrono que trabajen por cuenta de su cónyuge, padre o hijo, respectivamente.

Sanciones

El incumplimiento de las obligaciones patronales ocasiona sanciones establecidas por Mora Patronal, Responsabilidad Patronal. Tienen derecho: enfermedad, subsidio en dinero, maternidad, jubilación por invalidez, vejez, seguro de sobrevivientes, cesantía, riesgos del trabajo del trabajo y préstamos quirografarios.

Pagos al IESS

Fondos de reserva

El patrono está obligado a depositar los fondos de reserva de los empleados privados hasta el 30 de septiembre de cada año, por el periodo comprendido desde el 1 de julio del año anterior hasta el 30 de junio del año a pagarse. Para los servidores públicos el fondo de reserva será depositado mensual o anualmente en el IESS, hasta el 30 de marzo del año siguiente calculado sobre el sueldo básico percibido desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre de ese año.

Salarios de aportación

A través de la Resolución CD 196 de 2008-01-22 el Consejo Directivo dispone en su Art. 1 que a partir del 1 de enero de 2008 se aplicarán las siguientes categorías de remuneraciones e ingresos mínimos de aportación al Seguro Social Obligatorio, por regímenes de afiliación.

Art. 1.-

<p>Para los trabajadores de la microempresa sean estos empleados u obreros, el contemplado en las correspondientes tablas sectoriales de encontrarse la microempresa dentro de las ramas de actividad respectiva; y, si la actividad de la microempresa no estuviere comprendida dentro de ninguna tabla sectorial, el fijado como sueldo o salario básico unificado para los trabajadores en general.</p>	<p>USD 200,00</p>
--	-----------------------

**Patente municipal en Quito**

Es un comprobante de pago emitido por la Administración zonal correspondiente por la cancelación anual del impuesto de patente municipales, se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial o industrial y opere en el Distrito Metropolitano de Quito.

Tiempo

De inmediato despacho a través de la ventanilla de recaudación.

Requisitos

En caso de inscripción para obtener la patente por primera vez, presentar:

Patente personas naturales

1. Formulario de declaración del Impuesto de Patente, original y copia.
2. RUC original y copia.
3. Copia de cédula de ciudadanía.

4. Copia de carta de pago del impuesto predial del año en curso.
5. Formulario de categorización emitido por la oficina de Control Sanitario (para las actividades comerciales que requieran el permiso sanitario).
6. Calificación artesanal (en el caso de los artesanos).

Patente jurídica

1. Formulario de declaración del impuesto de patentes, original y copia.
2. Escritura de constitución de la compañía original y copia.
3. Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías
4. Copias de la cédula de ciudadanía.

Nota 1: Para el pago de patente, cuando ya existe la inscripción el interesado, deberá acercarse a partir del 2 de enero de cada año a la Administración Zonal respectiva.

Nota 2: Para todo trámite deberá presentarse el certificado de votación de acuerdo a la Ley de Elecciones.”

En Quito se la puede obtener -dependiendo del lugar donde vive- en cualquiera de los centros Zonales, que trabajan descentralizadamente. (Norte, Centro, Eloy Alfaro, Calderón, Valle de Tumbaco, Valle de Los Chillos, La Delicia, Quitumbe).

En Guayaquil para obtener la patente se requiere:



**M.I. MUNICIPALIDAD
DE GUAYAQUIL**

1. RUC.
2. Certificado de Seguridad del Cuerpo de Bomberos.
3. Cédula de ciudadanía.

El impuesto anual por la patente es de USD 0,70. Pero esta patente no le concede autorización para el funcionamiento de su microempresa.

Requiere luego pagar la “Tasa de Habilitación” cuyo valor depende del tipo de negocio y capital declarado.

Permiso Sanitario de Funcionamiento en Quito



Es un documento emitido por la administración zonal correspondiente que autoriza el funcionamiento de los siguientes establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario por delegación del Ministerio de Salud: mercados, supermercados, micromercados, tiendas de abarrotes y locales de abastos, consignación de víveres y frutas, vendedores ambulantes y estacionarios, bares-restaurantes, boite (grill) restaurante, cafeterías, heladerías, fuente de soda, soda-bar, picantería, fondas, comedores populares y cantinas, escenarios perma-

mentes de espectáculos, plazas de toros, salas de cine, casinos, salones de billar, salones de juegos electrónicos, clubes deportivos privados, estadios y coliseos, peluquerías y salones de belleza. (Acuerdo ministerial RO N°.58 de abril de 2003).

Tiempo

Quince días laborables.

Requisitos

Presentar en la administración respectiva lo siguiente:

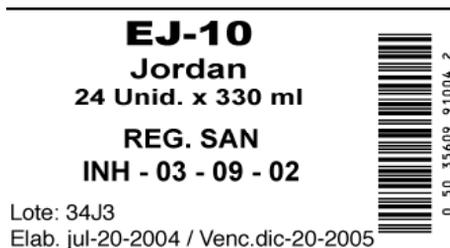
1. Solicitud (formulario) de permiso sanitario.
2. Copia de cédula de ciudadanía y de votación del propietario del negocio.

3. Informe de compatibilidad y/o factibilidad de implantación de uso (otorgado por la Administración Zonal para las actividades comerciales que deben obtener el permiso sanitario por delegación del Ministerio de Salud al Municipio).
4. Comprobante de pago de patente anterior.
5. Comprobante de pago de tasa de permiso sanitario del año.
6. Permiso Sanitario de funcionamiento del año anterior (original) para locales ya existentes.
7. Certificado (s) de salud (en áreas de alimentos, salas de belleza y peluquerías) para todo el personal, expendido por la unidad de salud San José.
8. Permiso de trabajo en el país, actualizado (para personas extranjeras).
9. Copia del RUC vigente.

Nota 1: El plazo máximo para obtener el permiso de funcionamiento es el 30 de junio de cada año, caso contrario se someterán a las sanciones establecidas en el Código de la Salud.

Nota 2: Para todo trámite deberá presentar el certificado de votación de acuerdo a Ley de Elecciones”.

Registro Sanitario



Es obligatorio obtener el Registro Sanitario cuando se elaboran productos alimenticios procesados. Es decir, hay una gran diferencia con el Permiso Sanitario, que sirve para el funcionamiento del local que expende alimentos.

Requieren Registro Sanitario: “Los alimentos procesados y aditivos alimenticios, cosméticos, productos higiénicos o perfumes, productos naturales procesados y plaguicidas de uso doméstico, industrial o agrícola, que se expendan al consumidor bajo una marca de fábrica o nombres y designaciones determinadas...”

Trámite previo para obtener el registro sanitario:

1. Obtención previa del informe técnico favorable en virtud de un análisis de control y calidad.
2. Obtención previa de un certificado de buenas prácticas de manufactura para la planta procesada.

Trámite para la obtención del registro sanitario:

Presentar la solicitud a la autoridad de salud en el formulario único con tres copias, que contiene lo siguiente:

1. Nombre o razón social del solicitante.
2. Nombre completo del producto.
3. Ubicación de la fábrica (ciudad, calle, número, teléfono).
4. Lista de ingredientes utilizados (incluyendo ingrediente). Los ingredientes deben declararse en orden decreciente de las proporciones usadas.
5. Número de lote.
6. Fecha de elaboración.
7. Formas de presentación del producto, envase y contenido en unidades del sistema internacional, de acuerdo a ley de pesas y medidas, y tres muestras de etiquetas de conformidad a la norma INEN de rotulado;
8. Condiciones de conservación.
9. Tiempo máximo para el consumo.
10. Firma del propietario o representante legal y del representante técnico, debidamente registrada en el Ministerio de Salud.

Instituciones acreditadas para la emisión de registro sanitario

Instituto Nacional de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez. Sede en Quito, con jurisdicción en Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Pastaza, Napo, Sucumbíos, Esmeraldas, Francisco de Orellana.

Instituto Nacional de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez. Sede en Guayaquil, con jurisdicción en Manabí, Los Ríos, El Oro, Guayas, Bolívar y Galápagos.

Instituto Nacional de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez. Sede en Cuenca, con jurisdicción en Cañar, Azuay, Loja, Morona Santiago, Zamora Chinchipe.

NESTLE	Laboratorio Regional	Quito
E.P.N.	Laboratorio de Alimentos	Quito
Gruentec	Laboratorio privado	Quito
U.C.	Lab. de Ciencias Químicas	Quito
Seidla	Lab. Privado	Quito
ESPOL	Inst. Ciencias Químicas	Guayaquil
ESPOL	Inst. Tecnológico de Alimentos	Guayaquil
SGS	Lab. Privado	Guayaquil
AVUE	Lab. Privado	Guayaquil
U. de Loja	Tec. de Alimentos	Loja

Costos para obtener el registro sanitario

Extranjeros	USD	568,11
Industrias Grandes Nacionales	USD	426,08
Pequeña Industria	USD	213,04
Artesanos	USD	63,92

Costos para mantener el registro sanitario

Anualmente deberá cancelar una tasa de mantenimiento, que debe ser pagada hasta el 31 de marzo de cada año.

Extranjeros	USD	170,43
Industrias Grandes Nacionales	USD	127,84
Pequeña Industria	USD	63,92
Artesanos	USD	19,61

Duración del registro sanitario

Diez años desde su expedición.

Extensos de registro sanitario

1. Productos alimenticios en su estado natural, como frutas, hortalizas, verduras frescas, miel de abeja y otras que no hubieren sido sometidas a proceso alguno de transformación.
2. Productos semielaborados.
3. Granos secos al granel.
4. Productos de origen animal, crudos, refrigerados o congelados que no hubieren sido sometidos a proceso alguno de transformación y se presente sin marca comercial.
5. Materias primas en general producidas en el país o importadas, destinadas a la elaboración de alimentos.
6. Productos de panadería y que se comercializan sin un envase o marca comercial.

Si bien están exentos de registro sanitario, no lo están del control de la autoridad de salud.

Requisitos de marcas y patentes del IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual)

Si usted desea poner un nombre o logo a sus productos alimenticios, farmacéuticos o ropas, debe hacer un trámite en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) ubicada en la ciudad de Quito (Avda. La República 396 y Almagro, edificio Forum, fono 2508 000), con jurisdicción a nivel nacional.

Trámite

1. Comprar formato para la búsqueda del nombre que quiera poner a su producto (certifica si está registrada o en trámite).
2. Cancelar USD 8,00 para la búsqueda del nombre de un producto; igual si es de un servicio, nombre comercial o lema.
3. Esperar 72 horas para la contestación.
4. Si no hubiere registrado el nombre, entonces deberá presentar la solicitud del Registro de Signos distintivos.
5. Formato original del nombre con tres copias.
6. Cancelar USD 50,00 para publicar el nombre en la Gaceta de la Propiedad Intelectual.
7. Si fuese persona jurídica, deberá presentar la representación legal;
8. 30 días se concede a las personas para que pueda presentar reclamos u oposiciones al nombre que se quiere registrar.
9. Esperar más o menos 135 días para que le extiendan el título.

Finalmente, lo que se puede decir de este estudio es que permite obtener los requisitos indispensables para que el proyecto pueda funcionar sin problemas. Desde hace años atrás los contadores utilizan el nombre de hoja de balance, informe de posición financiera, estado de situación, para determinar los activos.

Estudio de prefactibilidad comercial

Definición

Es el estudio que nos permite ver la viabilidad comercial en nuestro proyecto.



La prefactibilidad comercial está formada por dos estudios:

- El análisis de competencia.
- El estudio de mercado.

Al final de este estudio tratamos de verificar si el proyecto, comercialmente hablando, es o no factible de realizar, esto se da por la aceptación que puede tener nuestro producto o servicio y porque la competencia que tenemos permite que nosotros podamos entrar en el mercado.

Análisis de la competencia

Corresponde en este punto realizar un análisis de lo que hacen las empresas que son nuestra competencia, para esto describimos a nuestros competidores, quiénes son, dónde están, qué tamaño tienen, cuánto usan de este tamaño y cuál es la participación en el mercado o volumen total de ventas. Evaluamos sus fortalezas y debilidades; sus productos y o servicios.

El análisis comprende desde volúmenes, calidad y comportamiento de esos productos o servicios, precios, garantías, entre otros. Igualmente importante es la evaluación de las capacidades técnicas, financieras, de mercadeo y tendencias en la participación de ellas en el mercado total.

Conocer las estrategias de diferenciación, las barreras de protección y las estrategias de mercadeo (promoción y publicidad) de la competencia; son elementos que permitirán definir nuestras propias estrategias de competitividad y mercadeo para capturar la participación de mercadeo. Igualmente, definir nuestras ventajas competitivas, nuestra propia barrera de protección y detectar las debilidades de la competencia que pueden explotarse para garantizar esa porción de mercado a nuestra empresa.

En este punto se realiza un análisis detenido referente a la competencia con respecto a las:

Competencia

Son todas aquellas empresas que elaboran y venden lo mismo que usted y la misma clientela de su mercado meta.

Las 5 (P) tangibles

Producto: mide las características Antes /Durante/ Después.

Precio: determina el precio (costo + % utilidad).

Plaza: mercado y los canales de distribución.

Promoción: estrategias de venta que pueden ser sobre precio, cantidad de producto o un mix.

Publicidad: manejo de imagen, marca de la empresa y producto.

P de productos intangibles

Producto: se mide la calidad durante y después.

Precio: se determina el precio la competencia + valor agregado + reconocimiento de la marca.

Plaza: mercado y los canales de distribución de ofertantes y demandante.

Promoción: estrategias de venta.

Personal: son las personas encargadas de mantener contacto con los clientes.

Procesos: los procesos que se desarrollan en el momento que se presta el servicio.

Evidencia Física: es hacer visible la representación de un servicio en la mente y percepción del consumidor.

Pasos básicos para realizar el análisis de competencia

La competencia es necesaria investigarla y analizarla, para ello debemos recabar información sobre todo aquello que consideramos trascendente, puede ser:

¿Dónde están ubicados?
¿Cuántos son?
¿Cuántos son según el tamaño?
¿Qué productos ofrecen?
¿Quiénes son sus clientes?
¿Porqué le compran?
¿Qué piensa sus clientes de sus productos?
¿Cuáles son sus tácticas y formas de publicidad?
¿Cuáles son sus formas de distribución?
Productor- cliente.
Productor- Detallista- cliente.
Productor- mayorista- detallista- cliente.

¿Cuáles son sus tácticas y/o formas de publicidad?

1. Medios de comunicación para publicitarse.
2. Características del producto, precio, distribución, publicidad.
3. Ofertas y descuentos.

4. Como en el caso de la segmentación de la demanda, también se puede generar una estructura del mercado desde la perspectiva de los competidores como sigue:

Lo que se aconseja es armar una matriz que nos permita tener muy en claro toda la información de cada una de estas empresas.

Varios aspectos a tomarse en cuenta, en el análisis de la competencia:

- Monopolios.
- Oligopolios.
- Mercados puramente competitivos.
- Mercado con competencia imperfecta.
- Localización geográfica de estas empresas.
- Estacionalidad de la oferta.
- Líneas de productos.
- Capacidad instalada.

Estudio de mercado

Esta herramienta nos permita tener una idea de la aceptación que podemos tener de nuestro producto, en unas condiciones dadas. En general se utiliza como herramienta para realizar este tipo de estudios; la encuesta, la cual esta formada de pregunta cerradas, lo que permite que la tabulación sea fácil y que podamos tener conclusiones acerca de la interpretación de estos datos.

Concepto

Es el estudio que nos permite generar, a partir de una información obtenida, estrategias para poder tener una buena aceptación de nuestro producto o servicio en el mercado.

A través de esta información podemos identificar las oportunidades y problemas de mercado para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso de venta de nuestros productos sean estos tangibles o intangibles.

Dicho de otra manera, el estudio de mercado es una herramienta que permite y facilita la obtención de datos, los cuales deben ser analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

Antecedentes del estudio de mercados

El estudio de mercado surge como una herramienta muy utilizada en el área de marketing. El realizar un estudio de este tipo resulta costoso y complejo por las variables que se deben tomar en cuenta por la dedicación, tiempo que se necesita y recursos necesarios para hacerlo.

Ámbito de aplicación del estudio de mercado

Con el estudio de mercado se pueden lograr múltiples objetivos que pueden ser aplicados en la práctica a cuatro campos definidos, de los cuales mencionaremos algunos de los aspectos más importantes a analizar, como son:

El consumidor

1. Sus motivaciones de consumo.
2. Sus hábitos de compra.
3. Sus opiniones sobre nuestro producto y los de la competencia.
4. Su aceptación de precio, preferencias, etcétera.

El producto

1. Estudios sobre los usos del producto.
2. Tests sobre su aceptación.
3. Tests comparativos con los de la competencia.
4. Estudios sobre sus formas, tamaños y envases.

El mercado

1. Estudios sobre la distribución.
2. Estudios sobre cobertura de producto en tiendas.
3. Aceptación y opinión sobre productos en los canales de distribución.
4. Estudios sobre puntos de venta, etcétera.

La publicidad.

1. Pre-tests de anuncios y campañas publicitarias.
2. Estudios anteriores y posteriores de la realización de una campaña, sobre actitudes del consumo hacia una marca.
3. Estudios sobre eficacia publicitaria.

Objetivos del estudio de mercado

El objetivo básico del estudio de mercado es analizar, determinar, y cuantificar la necesidad social de disponer de un cierto bien o servicio (demanda), y definir una estructura de producción (o de prestación) y de comercialización, capaz de satisfacer esa necesidad.

Como el objetivo del proyecto es generar una oferta que tienda a satisfacer esa demanda, el estudio de mercado debe responder algunas preguntas básicas como las siguientes:

- Quién va a demandar el producto.
- Cuántos productos va a comprar.
- El precio de aceptación.
- Condiciones de aceptación.
- Ubicación geográfica.
- Promociones y publicidad a utilizar.

Un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que están dispuestos a adquirir el bien o servicio que se piensa vender dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo. Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. El estudio de mercado nos dará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

Por otra parte, cuando el estudio se hace como paso inicial de un propósito de inversión, ayuda a conocer el tamaño indicado del negocio por instalar, con las previsiones correspondientes para las ampliaciones posteriores, consecuentes del crecimiento esperado de la empresa.

Finalmente, el estudio de mercado deberá exponer los canales de distribución acostumbrados para el tipo de bien o servicio que se desea colocar y cuál es su funcionamiento.

Pasos básicos para realizar el estudio de mercado

El primer paso es verificar las variables que nos van a permitir tener una muestra para realizar la encuesta; para esto es necesario realizar algunas definiciones estadísticas básicas:

Universo

El universo como concepto estadístico es la población total que se tiene y de la cual se desea sacar una muestra.

El universo suele resultar demasiado amplio o grande para poder trabajar para cualquier investigador, los recursos necesarios y entre ellos el tiempo se vuelven infinitos por lo que se trata de acortar este universo con sesgos.

Muestra

Una muestra es un conjunto de unidades, una porción del total, que puede representar al universo en su conjunto.

No todas las muestras resultan útiles para llevar a cabo un trabajo de investigación.

Muestra representativa

Lo que se busca al emplear una muestra es que, observando una porción relativamente reducida de unidades, se obtengan conclusiones semejantes a las que lograríamos si estudiáramos el universo total. Cuando una muestra cumple con esta condición, es decir, cuando nos refleja en sus unidades lo que ocurre en el universo, la llamamos muestra representativa.

Por lo tanto, una muestra representativa contiene las características relevantes de la población en las mismas proporciones en que están incluidas en tal población. Sus conclusiones son susceptibles de ser generalizadas al conjunto del universo, aunque para ello debemos añadir un cierto margen de error en nuestras proyecciones

Sesgos

Estadísticamente hablando, este concepto nos permite dar al universo características similares a las que necesitamos para poder realizar un estudio; hagamos un ejemplo:

UNIVERSO: EL universo para este proyecto va a ser la población total de Quito; es decir 2'500.000,00 de habitantes finalidad de la investigación, supongamos que es para la venta de licor.

A este universo le podemos aplicar los sesgos, de tal manera que la población a estudiar sea realmente aquella que conocemos consume licor.

Sesgo demográfico

El sesgo demográfico permite que con datos de la población podamos obtener un universo más ajustado a la realidad; estos datos pueden ser: edad, sexo.

En este caso se puede ver que de la población total de Quito, el 10% se encuentra en edades de 0 a 4 años; otro 10% de 4 a 10 años; un 11% de 11 a 15 años; un 9% de 15 a 20 años; un 30% de 20 a 40 años; 15% de 40 a 60 años y más de 60 años otro 15%.

Si nuestro proyecto está enfocado a personas que están en una edad de 20 a 40 años, entonces de los 2.500.000 de habitantes nos quedan solo 750.000 habitantes.

Si tomamos en cuenta el sexo, sabemos que en Quito por cada tres mujeres hay un hombre; y que los hombres consumen más licor que las mujeres o que la relación es de tres veces el consumo de licor de los hombres.

Por esta razón podríamos tomar en cuenta esto como un dato válido y decir que de esos 750.000 habitantes, el 30% son hombres quedando entonces; 225.000 personas.

Sesgo sociocultural

Una vez que obtenemos el anterior, podemos aplicar un segundo sesgo el cual va a tomar como variables: la educación, religión, clase social.

Si seguimos el ejemplo anterior y aplicamos las variables entonces lo que tenemos es que de la población, el 35% es evangélico lo que hace que por razones religiosas no tomen licor; por lo que nos quedaría una población de 146.250 personas.

Influye también la educación recibida y la clase social lo que hace que el número se reduzca un poco más.

Sesgo económico

Podemos también realizar un estudio de cómo está compuesta la población a partir de sus ingresos, de tal manera que se pueda obtener un resultado de esto.

Si sabemos que de la población el 40% es pobre y que hay un 10% que están en la indigencia, podríamos decir que nos queda alrededor de 52.650 personas.

Sesgo geográfico

En donde va a estar colocado el proyecto de tal manera que podamos saber la densidad de la población que cumple con los requisitos mínimos para poder considerarlos dentro de cualquier estudio que se realice.

Escogemos un sitio para llevar a cabo nuestro proyecto en este caso al sur de la ciudad, de los datos que existen en el sur de la ciudad se encuentra alrededor del 40% del total de la población; una vez aplicado este sesgo lo que nos queda es 21.060 personas las cuales podríamos decir que se convierten en la demanda total que podemos tener.

Tamaño de la muestra

Una vez realizados los análisis podemos definir la encuesta a realizar. Se concluye lo siguiente:

- Se debe colocar preguntas cerradas, que nos permitan realizar tabulaciones y su posterior análisis de estas tabulaciones.
- Se debe colocar preguntas que nos permitan tener información la cual es importante para el negocio que deseamos realizar.
- Puede haber datos demográficos, geográficos, socioeconómicos que también ayuden a definir el segmento de mercado.
- En general se recomienda no pasar de 10 a 15 preguntas para que se pueda realizar el trabajo de tabulación de una manera fácil.

Para calcular el número de encuestas a realizar debemos aplicar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 \times N \times (p \times q)}{(p \times q) \times (z^2) + (N - 1) \times e^2}$$

n= número de elemento de la muestra.

N= número de elemento de la población o universo

p/q= probabilidades con las que se presenta este fenómeno.

z= valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido, siempre se opera con un valor de zeta=2

e= margen de error permitido determinado por el responsable del estudio.

Análisis de la demanda

Definición

La demanda se define como la cantidad que están dispuestos a comprar los consumidores de un determinado producto o servicios, considerando un precio y en un determinado periodo.

La finalidad del estudio de mercado es probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades que dadas ciertas condiciones presenta una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción de bienes o servicios.

Tipos de demanda

Uno de los factores decisivos para el éxito de nuestro proyecto es que nuestro producto o servicio tenga mercado, por tal motivo es importante encontrar una demanda insatisfecha y potencial, porque la primera permite ingresar al mercado y la segunda nos ayuda a crecer. En el mercado podemos encontrar los siguientes tipos de demanda:

Demanda total

Es el número de habitantes que pueden consumir en este caso licor, en realidad todavía no es la demanda potencial ni la demanda real.

Demanda potencial

Es la que después de haber realizado un análisis se la puede conseguir; nace de la posibilidad real del consumo del producto.

Demanda real

Es la demanda real, es decir la cantidad que realmente compran las personas de un producto y/o servicios.

Demanda satisfecha

Es la demanda en la cual el público ha logrado acceder al producto y/o servicio, además está satisfecho con él.

Demanda insatisfecha

Es el porcentaje de habitantes que no han logrado cubrir sus necesidades porque no pueden acceder a los productos similares, a los cuales nosotros deseamos sacar al mercado.

Lo siguiente es calcular el tamaño de la muestra y la muestra representativa, con sus respectivos rangos de error, la metodología que se aplica es la campana de Gauss.

Estudio de prefactibilidad financiera

Definición

Prefactibilidad financiera: busca determinar, con la mayor precisión posible, la cuantía de las inversiones, costos y beneficios de un proyecto para posteriormente compararlos y determinar la conveniencia de emprenderlo si es factible realizar el proyecto.

La prefactibilidad financiera está formada por algunas partes básicas: los balances, el presupuesto y los indicadores.

Los tres estados financieros básicos

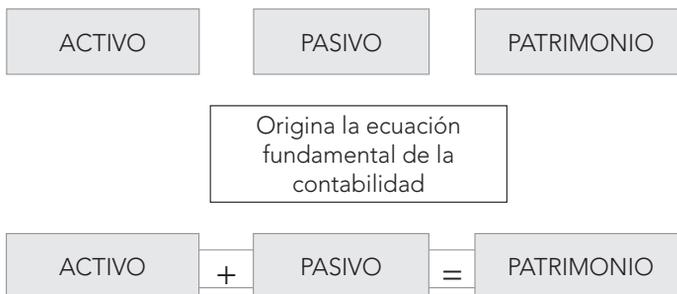
Balance general

Es la composición contable de una empresa. Podemos decir que es el informe que nos detalla exactamente, qué es lo que tiene la empresa, qué es lo que debe la empresa y qué les pertenece a los accionistas.

Los grupos de cuentas que conforman el balance general son:

1. Activos.
2. Pasivos.
3. Patrimonio.

El balance se compone de tres grupos de tipos de cuentas:



En resumen, es una fotografía clara y sencilla de lo que vale una empresa.

ACTIVOS

En los activos tenemos tres grupos grandes de cuentas:

1. Activo corriente.
2. Activo fijo.
3. Otros activos.

Todas las empresas deben colocar en estos grupos sus cuentas contables de activos.

La clasificación anterior se da de acuerdo a la posibilidad de liquidar o convertir en dinero a esos activos.

Activos corrientes

Son aquellos activos que son más fáciles para convertirse en dinero en efectivo durante el periodo normal de operaciones del negocio.

Estos activos son:

Caja

Es el dinero disponible. Se lo tiene en el cajón del escritorio, en el bolsillo y en los cheques al día no consignados.

Bancos

Es el dinero que se tiene en la cuenta corriente del banco.

Cuentas por cobrar

Es el saldo a recaudar de las ventas a crédito y que todavía deben los clientes, los préstamos; se incluyen los cheques o letras de cambio por cobrar, porque no ha llegado la fecha de su vencimiento o porque las personas deudoras no han cumplido con los plazos acordados.

Inventarios

Es el detalle completo de las cantidades y valores correspondientes de materias primas, productos en proceso y productos terminados de una empresa.

En empresas comerciales y de distribución, tales como tiendas, graneros, ferreterías, droguerías, etcétera; no existen inventarios de materias primas ni de productos de proceso. Solo se maneja el inventario de mercancías disponibles para la venta, valoradas al costo.

En el caso de empresas de servicios no existen los inventarios de materia prima o de productos.

Activos fijos

En este grupo está todo lo que necesita de manera física la empresa para poder llevar a cabo su operación normal, y que pertenece a la empresa.

Aquí pueden estar edificios o construcciones, vehículos, equipos de computación, equipos de oficina, maquinaria.

Otros activos

En este grupo encontramos aquellos que por su naturaleza no pueden estar en los grupos anteriores. Se puede encontrar gastos pagados por anticipado y que se debe recuperar: compra de licencias de uso de software, compra de derechos de algún tipo de conocimiento; en este caso lo que se adquiere es la posibilidad de uso ya que en sí la propiedad intelectual no pasa a ser parte de las propiedades de la empresa. Utensilios o herramientas que se deben reponer en muy corto plazo por su uso o pérdida que se puede dar.

PASIVOS

Son las deudas que tiene una empresa y se pueden clasificar en orden de su exigibilidad de la manera siguiente:

1. Pasivo corriente o corto plazo.
2. Pasivo largo plazo.
3. Otros pasivos.

Pasivos corrientes o corto plazo

Son aquellos pasivos que la empresa debe pagar en un periodo menor a un año. En general estas cuentas casi siempre no tienen una duración de más allá de 30 días.

Sobregiros

Son obligaciones o préstamos que la empresa ha obtenido en muy corto plazo y que su vigencia no sobrepasa los 30 días.

Obligaciones bancarias

Son préstamos obtenidos que se tienen que cancelar en un plazo no mayor de 12 meses.

Cuentas por pagar a proveedores

Es el valor de las deudas contraídas por compras hechas a crédito a proveedores, por lo general aquí tenemos plazos de 15, 30, 45 y 60 días, que es lo más usual.

Anticipos

Es el valor del dinero que un cliente anticipa por un trabajo aún no entregado.

Cuentas por pagar

Es el valor de otras cuentas por pagar distintas a las de proveedores, como los préstamos de personas particulares o créditos de entidades financieras.

Prestaciones y cesantías consolidadas

Representan el valor de las cesantías y otras prestaciones que la empresa le debe a sus trabajadores. La empresa debe constituir un fondo con el objeto de cubrir estas obligaciones en el momento.

Impuestos por pagar

Es el saldo de los impuestos que se adeudan en la fecha de realización del balance. Aquí debemos separar lo que es el pago del IVA y del impuesto a la renta.

Pasivo a largo plazo

Son préstamos obtenidos que por lo general están en un plazo mayor a 1 año. Como herramienta esto se utiliza, en especial, para la compra de activos fijos; también cuando una empresa necesita por temas de flujo de caja reestructurar sus pasivos de corto plazo con pasivos de largo plazo; esta reestructuración se da en especial cuando las empresas están estables, sin embargo el dinero generado cada mes no les alcanza para realizar sus pagos.

Otros pasivos

Son aquellos pasivos que no se pueden clasificar en las categorías de pasivos corrientes y pasivos a largo plazo, ejemplo pagos recibidos por anticipado.

PATRIMONIO

En este grupo se encuentran todos los valores que le pertenecen al empresario en la fecha de realización del balance. Este se clasifica en:

Capital

Es el aporte inicial hecho por el empresario para poner en funcionamiento su empresa.

Reservas legales

Son una parte de las utilidades que por ley se deben retener para que se pueda mejorar el capital de la empresa, o para absorber futuras pérdidas que se puedan presentar.

Reservas estatutarias

Es similar al concepto anterior solo que está dado más por una decisión de la junta de socios o accionistas de la empresa.

Aportes futuras capitalizaciones

Es aquel dinero que han contribuido los socios o accionistas que pueden pasar a ser parte del capital en cualquier momento.

Utilidades del ejercicio

Es la generación de beneficios que ha tenido la empresa en un periodo determinado.

Utilidades del periodo anterior

Son los beneficios que ha obtenido la empresa en periodos anteriores y que no se han distribuido, los cuales se han dejado en esta cuenta para que puedan en algún momento ser capitalizados.

Estado de resultados

En general refleja los ingresos y egresos que la empresa pudo realizar en un periodo determinado, a diferencia de las cuentas contables del balance general; las cuentas del estado de resultados en su gran mayoría no son acumulativas.

Ejemplo, estado de resultados:

- + Ingreso por ventas

- Costo de la mercadería vendida o de los servicios prestados

- = **Resultado bruto**

- Gastos de venta

- Gastos de administración

- = **Resultado de las operaciones ordinarias**

- Gastos financieros

- + Productos financieros

- = **Resultado antes de impuesto a las ganancias**

- Impuesto a las ganancias

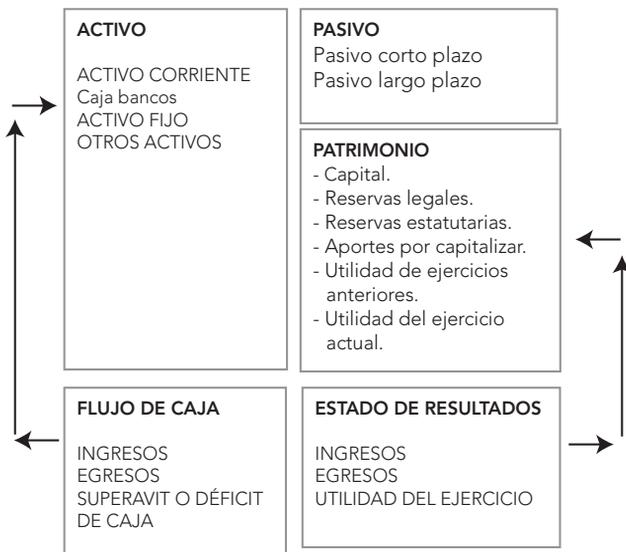
- = **Resultado del ejercicio**

Utilidad/ pérdida ejercicio actual

- *Flujo de caja*

En el flujo de caja se refleja el movimiento de fondos efectivo de dinero de una empresa; el flujo de caja es similar al estado de resultados; las diferencias están en cuentas como las NO MONETARIAS, las cuales están en el estado de resultados, podemos citar la depreciación y amortización; estas cuentas son de gasto, sin embargo, no se reflejan en el flujo de caja porque de manera real no hay movimiento de efectivo. Se puede citar otras cuentas como las de pago de impuestos, las cuales no se reflejan en el estado de resultados pero si se reflejan en el flujo de caja porque hay movimiento de dinero, estas cuentas juegan directamente contra las cuentas de activo o pasivo de la empresa, en específico activo corriente o pasivo corto plazo.

La otra diferencia es que la última línea del flujo de caja se lo conoce como superávit o déficit de caja; el mismo que siempre está en el balance general en la cuenta contable de caja bancos. En el caso del estado de resultados la última línea se llama utilidad o pérdida del periodo y ésta es una cuenta patrimonial. Si tomamos en cuenta cuando realizamos los movimientos debemos siempre recordar que el realizar este trabajo correctamente permitirá tener un balance general cuadrado.



Las empresas tienen muchos problemas al planificar de manera correcta el flujo de caja, ya que no toman en cuenta su importancia; se debe indicar que muchas de estas empresas quiebran, no por falta de rentabilidad sino porque está mal administrado el flujo de caja.

Ser rentable no significa, necesariamente, tener liquidez. Una compañía puede tener problemas de efectivo, aun siendo rentable. Por lo tanto, permite anticipar los saldos en dinero.

En finanzas y en economía se entiende por flujo de caja o flujo de fondos (en inglés *cash flow*) los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un periodo dado.

Los flujos de liquidez se pueden clasificar en:

Flujos de caja operacionales: efectivo recibido o expendido como resultado de las actividades económicas de base de la compañía.

Flujos de caja de inversión: efectivo recibido o expendido considerando los gastos en inversión de capital que beneficiarán el negocio a futuro. (ej: la compra de maquinaria nueva), inversiones o adquisiciones.

Flujos de caja de financiamiento: efectivo recibido o expendido como resultado de actividades financieras, tales como recepción o pago de préstamos, emisiones o recompra de acciones y/o pago de dividendos.

Presupuesto

Una vez que tenemos claros los estados financieros lo siguiente a realizar es el presupuesto.

Un presupuesto es un supuesto de lo que puede suceder en un periodo futuro; en el caso de los proyectos de emprendimiento el presupuesto a realizar es de 5 años o 60 meses. Es imprescindible que se lo realice mes a mes, ya que es muy complicado colocarlo de manera anual, tomando en consideración todas las variables que se dan dentro de un año.

El presupuesto es la representación numérica de la planificación de una empresa; es decir la misión, la visión y los objetivos.

Un presupuesto correctamente realizado permite a las empresas, los gobiernos, las organizaciones privadas y las familias establecer prioridades y evaluar la consecución de sus objetivos.

Para alcanzar estos fines puede ser necesario incurrir en déficit (que los gastos superen a los ingresos) o, por el contrario, puede ser posible ahorrar, en cuyo caso el presupuesto presentará un superávit (los ingresos superan a los gastos), en estos dos casos lo siguiente que debe suceder es que si hay déficit se busque el financiamiento y se lo planifique acorde a la necesidad y en el mes o periodo establecido de ese déficit; si por el contrario hay un superávit, se planifica las inversiones a realizar y el horizonte temporal para las mismas.

El presupuesto es un instrumento importante, utilizado como medio administrativo de determinación adecuada de capital, costos e ingresos necesarios en una organización. Así como la debida utilización de los recursos disponibles acorde con las necesidades de cada una de las unidades y/o departamentos. Este instrumento también sirve de ayuda para la determinación de metas que sean comparables a través del tiempo, coordinando así las actividades de los departamentos a la consecución de éstas, evitando costos innecesarios y mala utilización de recursos. De igual manera, permite a la administración conocer el desenvolvimiento de la empresa, por medio de la comparación de los hechos y cifras reales con los hechos y cifras presupuestadas y/o proyectadas para poder tomar medidas que permitan corregir o mejorar la actuación organizacional.

Tipos de datos en los presupuestos

En un presupuesto vamos a encontrar tres tipos de datos:

1. Datos proyectados.
2. Datos corregidos.
3. Datos reales.

Proyectados

Son datos que por su naturaleza tenemos que proyectarlos, por lo general, se habla de las ventas de una empresa. Hay diferentes técnicas para poder realizar las proyecciones, esto lo veremos más adelante.

Corregidos

Son datos que deben ser modificados tomando en cuenta la inflación, el cambio de estructura en la empresa, o los dos temas a la vez. Se toma en cuenta la inflación cuando no se tiene planificado ningún cambio en la empresa, este tipo de cambios pueden ser el aperturar un nuevo local, lo cual implica contratación de nuevo personal y compra de nuevos equipos.

En general estas cuentas son las de gasto, como la nómina, por ejemplo, ésta se debe corregir de acuerdo a la inflación y si se tiene planificado nue-

vo personal debe estar contemplado para colocarlo en el mes específico de esta contratación.

Reales

Son datos que podemos obtener directamente de la contabilidad y que no van a cambiar; por ejemplo, la depreciación, la amortización, el pago de préstamos realizados.

Anexos del presupuesto

Una vez que tenemos estos conceptos básicos entendidos podemos empezar a operativizar la realización de un presupuesto; para lo cual se necesita algunos anexos los cuales se van a nombrar a continuación:

- Anexo de premisas de trabajo.
- Anexo de activos fijos.
- Anexo de otros activos.
- Anexo de nómina.
- Anexo de gastos básicos y suministros.
- Anexo de préstamos.
- Anexo de ventas.
- Anexo de materia prima (si fuese necesario).
- Anexo resumen.
- Anexo de evaluación.

Estos anexos deben alimentar la información al presupuesto o al anexo donde se encuentra el balance general, estado de resultados y flujo de caja.

Se debe tomar en cuenta que el anexo de evaluación es necesario en los proyectos de emprendimiento; este anexo va a tener el flujo de caja descontado y el TIR, VAN y Costo/Beneficio; en el caso de empresas ya constituidas esta evaluación estará dada por el cumplimiento del presupuesto.

Anexo de las premisas de trabajo

Este anexo reúne cierto tipo de datos que van a ser importantes para todo el trabajo, son: la inflación, tasa referencial activa, tasa referencial pasiva, tasa de descuento y salario mínimo vigente.

Con estos datos se puede trabajar para realizar los diferentes cálculos para el presupuesto.

Ejemplo:

Premisas de trabajo

DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Inflación Esperada	8,18%	9,29%	9,69%	9,87%	10,02%	9,97%
S.M.V.G.	218	238,25	261,34	287,13	315,90	347,40
Tasa Referencial Activa	10,26%	12,16%	12,30%	13,15%	12,70%	13,11%
Tasa Referencial Pasiva	4,60%	4,20%	4,70%	4,00%	4,30%	4,92%
Tasa de descuento	15,61%	17,47%	18,19%	18,45%	18,52%	18,99%

Inflación: se dice que es el desequilibrio económico por el cual pierde poder adquisitivo una unidad monetaria. Un inversionista espera que el rendimiento que se tiene por lo menos le permita no perder.

Tasa referencial activa: es el precio del dinero que se da de acuerdo a las condiciones del mercado; esta tasa siempre tiene como parte de sus componentes el riesgo. Las razones por las que se vuelve importante es porque si necesitamos financiamiento debemos tener en cuenta esta tasa de interés; por otro lado, al tener como componente el riesgo esto nos permite a evaluar un proyecto.

Tasa referencial pasiva: es el porcentaje que paga una institución bancaria por el dinero; la razón por la que este dato se vuelve importante es porque

se define como el costo de oportunidad que tiene una persona para poder realizar una inversión.

Tasa de descuento: la tasa de descuento nos permite realizar la evaluación al proyecto de emprendimiento, matemáticamente se la define como la suma de la tasa activa referencial más la tasa pasiva referencial dividido para dos más la inflación; el resultado de esta operación permite que podamos traer los flujos futuros a valor presente.

Esta tasa tiene los componentes económicos y financieros que permiten evaluar el proyecto; como el costo de oportunidad el riesgo y la pérdida del poder adquisitivo.

Salario mínimo vigente: el salario mínimo vigente es aquel que por ley es lo mínimo que se debe pagar a un empleado, y que se va a revisar por lo menos una vez al año de acuerdo a la inflación.

Anexo de activos fijos

Este anexo nos permite tener un pleno conocimiento de todos los activos fijos, el gasto de la depreciación; cronograma de compras nuevas de activos fijos.

Como sabemos, estos son datos reales que salen de la contabilidad. Si es necesario que el cálculo de la depreciación se realice de acuerdo a la parte legal de la contabilidad de tal manera que no haya inconvenientes.

Porcentajes de depreciación anual

5 %	10 %
Edificios Aviones Buques	Maquinaria Muebles y Enceres Equipos de Oficina
20 %	33,33 %
Vehículos	Equipos de Computación Software

Ejemplo:

ACTIVOS FIJOS PROYECTO XYZ

Cant.	DETALLE	Depreciación %			Precio \$	Total	Deprec. Anual	Deprec. Mensual	IVA
		%	Tiempo años	Valor Residual					
	BIENES MUEBLES								
25	Sillas	10%	10	2,50	625,00	62,50	5,21	75,00	
25	Mesas	10%	10	5,50	1.375,00	137,50	11,46	165,00	
2	Juego de sala	10%	10	50,00	1.000,00	100,00	8,33	120,00	
3	Mesas de centro	10%	10	2,00	60,00	6,00	0,50	7,20	
4	Mesa para barra	10%	11	39,00	1.560,00	156,00	13,00	187,20	
1	Congelador horizontal	10%	10	80,00	800,00	80,00	6,67	96,00	
1	Cocina 6 quemadores	10%	10	40,00	400,00	40,00	3,33	48,00	
1	Microondas	10%	10	18,00	180,00	18,00	1,50	21,60	
1	Cafetera grande	10%	11	10,00	100,00	10,00	0,83	12,00	
1	Batidora industrial	10%	10	35,00	350,00	35,00	2,92	42,00	
2	Cilindros de gas	10%	10	5,50	110,00	11,00	0,92	13,20	

	Total						6.560,00	656,00	54,67	787,20
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN									
1	Computadora	33,33%	3	599,94	1.800,00	1.800,00	180,00	15,00		216,00
1	Caja registradora	33,33%	3	133,32	400,00	400,00	40,00	3,33		48,00
1	Plasma 42 pulgadas	33,33%	3	709,10	2.127,50	2.127,50	212,75	17,73		255,30
	Total					4.327,50	432,75	36,06		519,30
	EQUIPO DE OFICINA									
1	Teléfono	10%	10	12,00	120,00	120,00	12,00	1,00		14,40
1	Escritorio/silla	10%	10	30,00	300,00	300,00	25,00	2,08		30,00
	Total					370,00	37,00	3,08		44,40
	TOTAL ACTIVOS FIJOS					11.257,50	1.125,75	93,81		1.350,90

Es importante, para realizar este ejercicio, el haber obtenido proformas de lo qué se va a comprar como parte de los activos fijos; el anexo debe tener el detalle minucioso de todo lo que se desea comprar, y por último hacer constar el IVA, ya que se lo usa como crédito tributario.

Anexo de otros activos

Similar al anterior anexo este tiene que tener todo aquello que nosotros compramos como utensilios; o propiedad intelectual (*software*) o gastos realizados como los de constitución de la empresa y preoperación. Se debe tener en cuenta los plazos de amortización de los diferentes rubros.

Ejemplo:

GASTOS							
No	DETALLE	Amortización	Precio \$	Total	Amortiz. Anual	Amortiz. Mensual	IVA
		Tiempo años				12	12%
1	Gastos de Constitución	5	2.000,00	2.000,00	2.000,00	33,33	240,00
1	Gastos Preoperacionales	5	800,00	800,00	800,00	13,33	
	Total Gastos			2.800,00		46,67	240,00

UTILERÍA Y MENAJE							
No	DETALLE	Amortización	Precio \$	Total	Amortiz. Anual	Amortiz. Mensual	IVA
		Tiempo años				12	12%
20	Platos tendidos	1	6,13	122,60	122,60	10,22	14,71
50	Tazas chocolateras	1	2,99	149,50	149,50	12,46	17,94
40	Platos para postre	1	6,13	245,20	245,20	20,43	29,42
50	Vasos lisos	1	0,37	18,50	18,50	1,54	2,22
80	Cucharas pequeñas aluminio	1	0,30	24,00	24,00	2,00	2,88
2	Juegos de cuchillos	1	2,00	4,00	4,00	0,33	0,48
1	Cucharones grandes	1	1,30	1,50	1,50	0,13	0,18
3	Ollas grandes	1	14,00	42,00	42,00	3,50	5,04
2	Ollas medianas	1	9,00	18,00	18,00	1,50	2,16
1	Ollas pequeñas	1	4,00	4,00	4,00	0,33	0,48
1	Molde grande para chocolate	1	3,52	3,52	3,52	0,29	0,42
1	Molde pequeño para chocolate	1	3,36	3,36	3,36	0,28	0,40
1	Molde cake para chocolate	1	3,25	3,25	3,25	0,27	0,39
20	Molde varios modelos chocolate	1	5,29	105,80	105,80	8,82	12,70
8	Servilleteros	1	0,73	5,84	5,84	0,49	0,70

UTILERÍA Y MENAJE							
No	DETALLE	Amortización	Precio \$	Total	Amortiz. Anual	Amortiz. Mensual	IVA
		Tiempo años				12	12%
3	Jarras pequeñas	1	2,50	7,50	7,50	0,63	0,90
4	Set decorador de torta	1	1,00	4,00	4,00	0,33	0,48
1	Charol madera	1	12,00	12,00	12,00	1,00	1,44
30	Manteles para mesas 52 x 90	1	3,50	105,00	105,00	8,75	12,60
5	Toallas para cocina	1	1,25	6,25	6,25	0,52	0,75
2	Cestos	1	4,00	8,00	8,00	0,67	0,96
2	Escobas recogedor	1	3,50	7,00	7,00	0,58	0,84
1	Licudadora	1	100,00	100,00	100,00	8,33	12,00
20	Guantes para vajilla	1	1,00	20,00	20,00	1,67	2,40
3	Fuente de chocolate	1	6,00	18,00	18,00	1,50	2,16
15	Floreros pequeños	1	1,00	15,00	15,00	1,25	1,80
	Total utilería y menaje			1.000,82		83,40	120,10

Anexo de nómina

El anexo de nómina debe tener el detalle del gasto que se tiene o se va a tener por personal, aquí se incluyen todos los beneficios de ley y los beneficios que como empresa se les va a otorgar a los empleados.

Vacaciones

Son un derecho irrenunciable que no puede ser compensado en dinero.

Los trabajadores sometidos al Código del Trabajo tienen derecho a recibir por concepto de vacaciones 15 días al año; las vacaciones deben ser pagadas y consiste en la 24^{ava} parte de todas las remuneraciones, sueldos y salarios que reciba el trabajador en un año.

Su cálculo es el sueldo anual dividido para 24, este valor corresponde a las vacaciones.

Contablemente las empresas lo que realizan es una provisión en una cuenta por pagar y van realizando este tipo de gasto todos los meses; el día que el empleado pide las vacaciones, lo siguiente es jugar el pago del salario contra el gasto y contra esta cuenta de pasivo donde se encuentra provisionado este gasto.

La razón por la que es la 24^{ava} parte es porque si tomamos en cuenta que el trabajador ese mes solo trabaja 15 días, esto se vuelve un beneficio, y en realidad la empresa la paga de la siguiente manera; ejemplo:

SALARIO TOTAL USD 300,00

- Salario que le corresponde por haber trabajado 15 días: USD 150,00

- Rubro por pago de vacaciones USD 150,00

Como se ve, el patrono paga todo el salario ese mes pero compuesto tal como se explica.

Bono navideño

También se lo conoce como décimo tercero, se paga la doceava parte de todos los sueldos y salarios percibidos por el trabajador en un año, se incluyen los ingresos que se obtienen por concepto de horas extras (extraordinarias y suplementarias).

Su cálculo es el sueldo anual dividido para 12, este valor corresponde al bono navideño.

La empresa lo calcula y este rubro lo va provisionando mes a mes; en qué consiste esta famosa provisión; en colocar el gasto de manera mensual en el estado de resultados, pero como este valor se paga una sola vez al año, se lo coloca en una cuenta por pagar, el cual el día del pago debería ser utilizada para pagar ese rubro.

Con esto vemos que es diferente el flujo de caja con respecto al estado de resultados; ya que este rubro en el estado de resultados se lo coloca todos los meses; pero en el flujo de caja colocamos la salida efectiva del dinero el día que se realizó el pago.

Bono escolar

Conocido también como décimo cuarto, se cancela en la Sierra y en el Oriente hasta el 15 de septiembre; y en la Costa y Galápagos hasta el 15 de abril, se paga a trabajadores públicos, privados y jubilados o pensionistas y su valor es un salario básico unificado.

Tiene el mismo tratamiento del rubro anterior.

IESS patronal

Se toma como base el salario que se va a pagar al empleado, de esto se tiene que cancelar el 12,15% de manera mensual a mes caído; esto quiere decir que el rubro de enero se paga en febrero y el rubro de febrero se lo cancela en marzo. Contablemente, en enero este gasto se refleja como una cuenta por pagar, la cual se liquida en el mes de febrero.

Fondos de reserva

El cálculo de los fondos de reserva se lo realiza de la misma manera que el bono navideño o décimo tercero. Este beneficio se lo paga siempre y cuando el empleado haya superado el año de trabajo en la empresa. Esto quiere decir que en el primer año este beneficio no se lo tiene como empleado y como empleador como obligación.

Beneficios adicionales

Como parte de estos rubros se debe considerar todo aquello adicional que la empresa desea pagar; aquí pueden estar rubros como seguros de salud, seguros de vida, planes telefónicos, bonos y cualquier rubro que se pueda efectivizar como un beneficio que la empresa otorga el empleado.

Ejemplo:

Recursos humanos (nómina)

REGISTRO DE PERSONAL

Nº	Cargo	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	IESS Patronal	Bono Escolar		Bono Navideño		Fondos de Reserva		Vacaciones
					12	12	12	12	12	12	
1	GERENTE	350,00	4.200,00	510,30	218,00	350,00	-	-	-	175,00	
1	CONTADOR	250,00	3.000,00	364,50	218,00	250,00	-	-	-	125,00	
1	POSILLERO	170,00	2.040,00	247,86	218,00	170,00	-	-	-	85,00	
3	MESEROS	200,00	2.400,00	291,60	218,00	200,00	-	-	-	100,00	
1	BARMAN	200,00	2.400,00	291,60	218,00	200,00	-	-	-	100,00	
1	COSINERO	300,00	3.600,00	437,40	218,00	300,00	-	-	-	150,00	
SUMA		1.470,00	17.640,00	2.143,26	1.308,00	1.470,00	-	-	-	735,00	
		Aportación Mensual		178,61	109,00	122,50	-	-	-	61,25	

IESS diario	3,63	367,50
IESS quincenal	54,50	
bono escolar liq.	763,00	
bono navd liq.	1.102,50	

Concepto	Anuales	Mensuales
Sueldo	17.640,00	1.470,00
Beneficios	2.778,00	231,50
IESS	2.143,26	178,61
TOTAL	22.561,26	1.880,11

Anexo de gastos básicos y suministros

Este anexo nos permite detallar todo gasto que se va a realizar, es importante no perder de vista el hecho de que algunos de estos rubros tienen IVA; este impuesto hay que hacerlo constar ya que nos sirve como crédito tributario. Podemos citar como ejemplo el pago del consumo telefónico, el arriendo, la publicidad, suministros de oficina.

Ejemplo:

GASTOS ADMINISTRATIVOS	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Publicidad	200,00	216,36	234,06	253,20	273,92	296,32
Arriendo	700,00	757,26	819,20	886,21	958,71	1.037,13
Servicios básicos	100,00	108,18	117,03	126,60	136,96	148,16
Suministros de oficina	50,00	72,40	75,09	78,10	81,47	85,25
Papelería	20,00	22,40	25,09	28,10	31,47	35,25
Emisión de Facturas	60,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00

Como habíamos dicho, estos rubros se corrigen con la inflación; y/o con la inflación y el cambio de estructura de la empresa.

En el caso de cambio de estructura se debe tomar en cuenta el mes en el cual se va a realizar este aumento en el personal, en locales, en infraestructura.

Anexo de préstamos

Como sabemos, en especial los proyectos de emprendimiento deben tener financiamiento; en la mayoría de casos nosotros realizamos préstamos a entidades financieras.

Habíamos hablado en el impacto financiero de las diferentes maneras que tenemos para poder financiar un proyecto; la importancia que tenía esto para poder armar el balance inicial.

Entonces, si nosotros lo hacemos con un préstamo, necesitamos realizar un anexo que nos permita poder manejar la información.

Necesitamos manejar como información el pago de la deuda, el capital y el interés.

El rubro de pago de la deuda afecta al flujo de caja en los egresos.

El rubro de la deuda mensual afecta al pasivo en donde se encuentra el préstamo.

El rubro de interés que afecta al gasto financiero.

Si hacemos un poco de contabilidad analítica vemos que al afectar el flujo de caja con el pago de la cuota del préstamo, estamos afectando el activo corriente; para que el balance quede cuadrado, afectamos con el pago de capital al préstamo en el pasivo y el interés pagado en el estado de resultados, lo cual afecta a la utilidad o pérdida del ejercicio.

Ejemplo:

Tabla de amortización

CAPITAL	10.000,00
INTERÉS	22%
CUOTAS	36

Cuota	Term. Amort.	Capital	Interés	Capital vivo	Capital amort.
				10.000,00	
1	381,90	198,57	183,33	9.801,43	198,57
2	381,90	202,21	179,69	9.599,22	202,21
3	381,90	205,92	175,99	9.393,30	205,92
4	381,90	209,69	172,21	9.183,60	209,69
5	381,90	213,54	168,37	8.970,07	213,54
6	381,90	217,45	164,45	8.752,61	217,45
7	381,90	221,44	160,46	8.531,17	221,44
8	381,90	225,50	156,40	8.305,67	225,50
9	381,90	229,63	152,27	8.076,04	229,63
10	381,90	233,84	148,06	7.842,20	233,84
11	381,90	238,13	143,77	7.604,06	238,13
12	381,90	242,50	139,41	7.361,57	242,50
13	381,90	246,94	134,96	7.114,62	246,94
14	381,90	251,47	130,43	6.863,16	251,47
15	381,90	256,08	125,82	6.607,08	256,08
16	381,90	260,77	121,13	6.346,30	260,77
17	381,90	265,56	116,35	6.080,74	265,56
18	381,90	270,42	111,48	5.810,32	270,42
19	381,90	275,38	106,52	5.534,94	275,38
20	381,90	280,43	101,47	5.254,51	280,43
21	381,90	285,57	96,33	4.968,94	285,57
22	381,90	290,81	91,10	4.678,13	290,81
23	381,90	296,14	85,77	4.381,99	296,14
24	381,90	301,57	80,34	4.080,42	301,57
25	381,90	307,10	74,81	3.773,32	307,10
26	381,90	312,73	69,18	3.460,60	312,73
27	381,90	318,46	63,44	3.142,14	318,46

Cuota	Term. Amort.	Capital	Interés	Capital vivo	Capital amort.
28	381,90	324,30	57,61	2.817,84	324,30
29	381,90	330,24	51,66	2.487,59	330,24
30	381,90	336,30	45,61	2.151,30	336,30
31	381,90	342,46	39,44	1.808,83	342,46
32	381,90	348,74	33,16	1.460,09	348,74
33	381,90	355,14	26,77	1.104,95	355,14
34	381,90	361,65	20,26	743,31	361,65
35	381,90	368,28	13,63	375,03	368,28
36	381,90	375,03	6,88	0,00	375,03

Tomemos la primera cuota y sus rubros para entender mejor lo dicho.

CUOTA 381,90

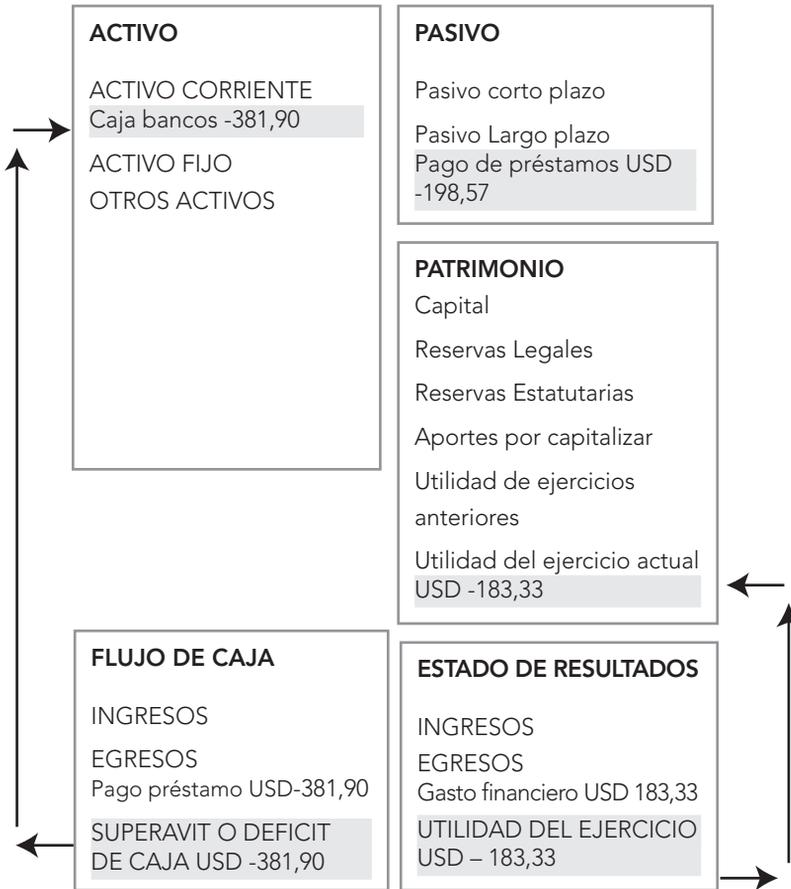
CAPITAL 198,57

INTERÉS 183,33

PAGO REALIZADO USD 381,90 está en el flujo de caja por lo que afecta al activo corriente a caja bancos.

El capital USD 198,57 se debe reducir del capital vivo del préstamo realizado, esto afecta al pasivo.

EL interés pagado USD 183,33 está en el estado de resultados como un gasto financiero, por ende afecta a la utilidad o pérdida del ejercicio; si nos acordamos que ésta es una cuenta patrimonial, vemos que esto se refleja en el patrimonio.



Se puede ver que se afecta tanto en la parte derecha como en la izquierda del balance la misma cantidad de dinero solo que en diferentes cuentas.

Tenemos tres tipos de tablas de amortización éstas se pueden utilizar dependiendo de la necesidad de la persona que desea contratar el crédito: la tabla francesa, la alemana y la americana. En el país, por lo general, se utiliza la francesa, que nos da pagos constantes durante la vigencia de la deuda contratada.

Para realizar el cálculo aplicamos la siguiente formula:

$$(\text{Capital} * (\text{tasa de interés}/12)) / (1 - (1 + (\text{tasa de interés}/12))^{-\text{(número total de periodos a pagar)}}).$$

El sistema francés consiste en determinar una cuota fija. Mediante el cálculo apropiado del interés compuesto se segrega el principal (que será creciente) de los intereses (decrecientes).

El sistema alemán determina que la amortización de capital sea fija. Por lo tanto, los intereses y la cuota total serán decrecientes.

El sistema americano establece una sola amortización al final de un periodo, en el cual solo se pagan intereses. Al no haber pagos de capital, los intereses son fijos.

Anexo de ventas

Se construye a partir de las posibles ventas de los productos o servicios que son la razón de ser de nuestra empresa o proyecto. Este tipo de datos son proyectados; existen tres maneras de realizar estas proyecciones:

- Simulaciones.
- Logaritmos naturales.
- Regresión lineal.

Simulaciones

Es una técnica numérica que permite ver el comportamiento en monto de las ventas de un determinado producto en el tiempo. La ventaja de este método es que nos permite simular la estacionalidad o ciclicidad del producto.

Quizá es el mejor para realizar proyecciones; como desventaja está el conocimiento real matemático que se debe tener para efectuar estas proyecciones.

Logaritmos naturales

Utilizando logaritmos podemos hacer proyecciones, no es tan sensible como la metodología anterior, se utiliza el logaritmo natural el cual explicamos a continuación.

El logaritmo natural tiene como base el número 2,718281828...

Debido a que es muy incómodo trabajar con un número que tiene muchos decimales, se le ha asignado la letra “e”:

$$e = 2,718281828\dots$$

Para simplificar esta notación, en logaritmos se utiliza la abreviación de logaritmo natural (Ln) para referirse a un logaritmo que tenga este número como base:

$$\text{Ln}A = n$$

$$\text{Log}_e A = n$$

$$A = e^n$$

Regresión lineal

Es una metodología estadística que ayuda a realizar proyecciones basadas en datos históricos. Ésta es quizá la metodología de más utilidad por su facilidad en la parte matemática. Como desventaja, se puede decir que al tener estos datos históricos y por la metodología de los mínimos cuadrados ajustarlos a una línea recta, la proyección siempre va a tener este tipo de tendencia, sin que se respete la estacionalidad o cíclicidad que hay dentro de un periodo determinado de tiempo, en este caso un año.

Para corregir estos limitantes, hacemos lo siguiente:

- La regresión lineal la aplicamos en periodos de tiempo no menores a un año; el estándar es un año.

- Se realiza un análisis de corte mensual para poder saber cuál es el porcentaje de venta mensual y, de esta manera, se pueda distribuir la venta anual cada mes.

Con estas consideraciones se vuelve una herramienta excelente y de fácil uso para realizar estos trabajos.

En los casos de proyectos de emprendimiento en los cuales no tenemos datos anteriores, lo mejor es recopilar este tipo de datos de la competencia; también es importante verificar el crecimiento de la población ya que con este dato se puede obtener el posible crecimiento que hay de la demanda del producto.

Para entender de qué se trata la estacionalidad o ciclicidad de un producto podemos tomar como ejemplo la venta de productos tales como las flores o los juguetes; las flores, en general, tienen una venta muy baja el primer mes del año o enero; en el segundo mes del año, febrero, tienen un pico dado por el día del amor y la amistad; los meses de marzo y abril son bajos en la venta, luego tenemos el mes de mayo en el cual por el día de la madre volvemos a tener un pico; junio, julio, agosto y septiembre son meses de muy baja venta de flores; para luego llegar al último trimestre del año en el que la venta es muy buena, en especial, porque en el hemisferio norte se encuentran en invierno; eso sin dejar de mencionar que en noviembre alcanza un pico provocado por el día de los santos y difuntos. Esta ciclicidad se da en todo tipo de producto por lo que es un error pensar que se puede tener siempre una demanda creciente.

Aplicación del análisis de regresión lineal

1. En la descripción cuantitativa de las relaciones existentes entre una variable dada y un conjunto de variables.
2. Interpolación entre valores de una función.
3. Predicción y pronóstico.

4. Nos permite estimar coeficientes del modelo propuesto.

Ejercicio práctico de regresión lineal

Las fórmulas de la ecuación lineal:

Línea Recta

$Y - y_{media} = m (X - x_{media})$

Ejemplo con la venta de zapatos en miles de dólares

año	X	Y	X-X	Y-Y	X ²	HSI	y ²
97	0	66,6	-5	-28,4	25	142	806,56
98	1	84,3	-4	-10,1	16	40,4	102,01
99	2	88,6	-3	-6,4	9	19,2	40,96
2000	3	78	-2	-17	4	34	289
2001	4	96,8	-1	1,8	1	-1,8	3,24
2002	5	105,2	0	10,2	0	0	104,04
2003	6	93,2	1	-1,8	1	-1,8	3,24
2004	7	111,6	2	16,6	4	33,2	275,56
2005	8	88,3	3	-6,7	9	-20,1	44,89
2006	9	117	4	22	16	88	484
2007	10	115,2	5	20,2	25	101	408,04
total	55	1.044,8	0	0,4	110	434,1	2.561,54
media	5	94,98					

$$Y - \bar{Y} = m(X - \bar{X})$$

$$m = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

$$m = \frac{\sum XY}{\sum X} \quad \text{Pendiente}$$

$$m = (\sum XY / \sum X^2) = 434,25 / 110 = 3,95$$

$$y - 95 = \frac{434,1}{110}(X - 5)$$

$$y = 3,95X - 19,75 + 95$$

$$y = 3,95x + 75,25$$

$$y = mx + b \Rightarrow \text{fórmula lineal}$$

Para el cálculo para los diferentes periodos se hace la siguiente manera:

$$Y - 95 = 3,95(x - 5)$$

$$Y = 3,95X - 19,75 + 95$$

$$Y = 3,95X + 75,25$$

$$Y = 3,95(11) + 75,25 = 118,70$$

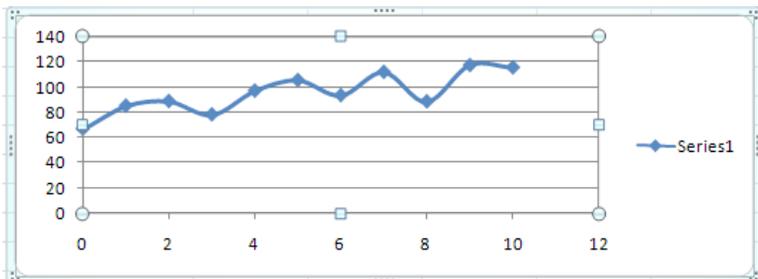
$$Y = 3,95(12) + 75,25 = 122,65$$

$$Y = 3,95(13) + 75,25 = 126,6$$

$$Y = 3,95(14) + 75,25 = 130,55$$

$$Y = 3,95(15) + 75,25 = 134,5$$

Gráfico de datos:



Para los periodos 11, 12, 13, 14, 15 hay los siguientes datos:

Periodo 11 las ventas son 118,70

Periodo 12 las ventas son 122,65

Periodo 13 las ventas son 126,60

Periodo 14 las ventas son 130,55

Periodo 15 las ventas son 134,50

Como vemos, hemos podido calcular las ventas anuales de los periodos futuros, ahora vamos a verificar que tan fiables son estos datos; para esto calculamos la correlación.

La correlación nos sirve para armar los tres escenarios de los cuales se habla, el escenario optimista, el moderado y el pesimista.

El moderado es aquel que hemos podido obtener mediante el cálculo de la regresión lineal. Para el escenario optimista se sumará el rango de error calculado mediante la correlación, y para el escenario pesimista se restará el rango de error del moderado.

Correlación

Es expresar de manera cuantitativa la magnitud y dirección de una relación.

Está representada por r.

$$r = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

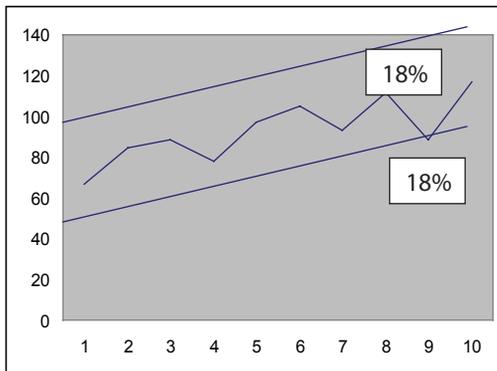
Continuando con el ejemplo con los datos de la tabla se aplica a la fórmula:

$$r = \frac{434,1}{\sqrt{(110)(2.561,54)}}$$

$$r = 0,82$$

$$(1 - 0,82) = 0,18 \Rightarrow \pm 18\% \text{ rango de error}$$

Graficándole sería:



Me permite tener tres escenarios:

- Optimista.
- Moderado.
- Pesimista.

El punto optimista se aplica con el gerente de ventas, para el 2008 sería:

$$X=118,7+18\%$$

$$X=140,07$$

El punto moderado se trabaja como referencia para la empresa que debe llegar a cubrir dicha proyección.

$$X=118,7$$

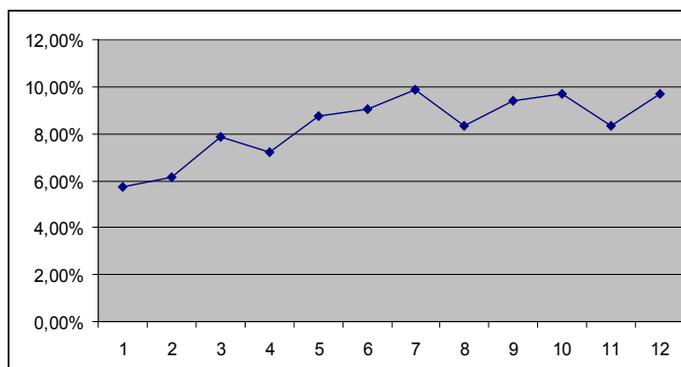
El punto pesimista se da a conocer al directorio de la empresa, dueños, accionistas.

$$X=118,7-18\%$$

$$X=97,33$$

Veamos un ejemplo de cómo debemos realizar la estacionalidad del producto.

MESES	2001	2002	2003	2004	2005	2006	TASA MENSUAL PROMEDIO
ENERO	6,34%	6,55%	5,07%	3,26%	5,48%	6,01%	5,75%
FEBRERO	6,07%	6,22%	5,99%	3,76%	6,34%	7,90%	6,15%
MARZO	9,04%	7,67%	8,04%	6,84%	6,69%	8,36%	7,86%
ABRIL	4,98%	7,60%	7,43%	7,32%	6,33%	7,53%	7,24%
MAYO	5,18%	10,45%	9,11%	6,15%	8,87%	8,57%	8,72%
JUNIO	9,83%	7,91%	7,42%	9,30%	9,70%	8,74%	9,02%
JULIO	10,03%	10,37%	9,23%	10,39%	8,46%	9,68%	9,86%
AGOSTO	7,85%	8,51%	10,28%	7,43%	9,53%	8,19%	8,35%
SEPTIEMBRE	8,52%	11,33%	9,22%	9,53%	9,74%	8,39%	9,37%
OCTUBRE	9,02%	8,18%	10,04%	11,89%	10,81%	9,33%	9,68%
NOVIEMBRE	12,76%	8,53%	7,35%	8,91%	8,10%	6,64%	8,31%
DICIEMBRE	10,39%	6,67%	10,83%	15,20%	9,96%	10,66%	9,70%



Se puede ver en este gráfico el comportamiento de las ventas de manera mensual con un promedio simple, este comportamiento generalmente no cambia ya que es un segmento de mercado que se comporta de la misma manera siempre.

Anexo de materia prima

Para las empresas que solo venden servicios realizar este tipo de anexos no es necesario.

La materia prima está atada a la producción proyectada a partir de las ventas que se desea tener del producto.

Por esta razón es mucho mejor hacer las proyecciones en número de productos, esto tiene como beneficio que nos permitirá ver cuánta materia prima necesitamos para poder producir un determinado producto en una cantidad proyectada para un mes determinado.

Ejemplo:

2009					
MATERIA PRIMA					
Detalle	Unidad	Cantidad	P. U .	Total	IVA
Chocolate	Kilo	50	4,40	220,00	
Chocolate blanco	libras	50	2,80	140,00	
Barra Chocolate	unidades	5	22,00	110,00	13,20
Arroz Crocante	libras	4	1,20	4,80	0,58
Azúcar blanca	quintales	2	30,00	60,00	
Azúcar morena	quintales	1	35,00	35,00	
Sal	unidades	5	0,50	2,50	
Chocolisto	libras	10	2,00	20,00	2,40
Grajeas	libras	20	1,00	20,00	2,40
Maní	Libras	20	2,00	40,00	

2009					
MATERIA PRIMA					
Detalle	Unidad	Cantidad	P. U .	Total	IVA
Cerezas	cajas	6	17,00	102,00	
Manzanas	cajas	6	10,00	60,00	
Frutillas	cajas	8	12,00	96,00	
Huevos	unidades	500	0,15	75,00	
Leche	litros	50	0,65	32,50	
Panela	unidades	5	1,80	9,00	
Leche Condensada	unidades	10	1,75	17,50	2,10
Esencias	unidades	10	0,80	8,00	0,96
Café	unidades	2	1,85	3,70	0,44
Palos de pincho	unidades	100	0,15	15,00	1,80
Colorante	libras	20	1,20	24,00	2,88
Cocoa	unidades	10	1,50	15,00	1,80
Gas	unidades	4	2,20	8,80	
TOTAL			151,95	1.118,80	18,58

Cuando se hace difícil colocar costo unitarios de producción es mejor trabajar con costos globales; esto sucede a menudo con productos que necesitan muchos materiales pero en muy poca cantidad.

Anexo resumen

Este anexo nos sirve para realizar la evaluación basándose en el TIR, VAN y costo /beneficios. Este pasa a ser un resumen de las proyecciones, respetando siempre al año fiscal; esto quiere decir que solo se va a colocar en este anexo datos de los diciembre acumulados o diciembre de cierre de las proyecciones realizadas.

Ejemplo:

**BALANCE GENERAL
(EN DÓLARES)**

Cuentas	INICIAL	Dic. Acum.	Dic. Acum.	Dic. Acum.	Dic. Acum.	Dic. Acum.
		2010	2011	2012	2013	2014
TOTAL ACTIVOS						
<u>ACTIVO</u>						
ACTIVO CIRCULANTE						
Caja/Bancos						
IVA Pagado						
ACTIVO FIJO						
Bienes Muebles						
Equipos de Computación						
Equipos de Oficina						
Depreciación Acumulada						
OTROS ACTIVOS						
Gastos de Constitución						
Gastos Preoperacionales						
Utilería y menaje						
Amortización Otros Activos						
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO						

CUENTAS	INICIAL	Dic. Acum.	Dic. Acum.	Dic. Acum.	Dic. Acum.	Dic. Acum.
		2010	2011	2012	2013	2014
<i>PASIVO</i>						
PASIVO CORRIENTE						
TOTAL OBLIGACIÓN BANCARIA						
<i>Obligación bancaria a corto plazo</i>						
<i>Pago mensual del crédito</i>						
Participación empleados por pagar						
Cuentas por pagar Proveedores						
Impuestos por pagar						
IVA por Pagar						
Impuesto a la Renta						
IESS por Pagar						
Beneficios sociales por Pagar						
<i>PATRIMONIO</i>						
Capital Pagado						
Reserva Legal						
Resultado Acumulado						
Utilidad o Pérdida del Ejercicio						

**ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS
(EN DÓLARES)**

CUENTAS	INICIAL	Dic.	Dic.	Dic.	Dic.	Dic.
		Acum. 2010	Acum. 2011	Acum. 2012	Acum. 2013	Acum. 2014
<u>INGRESOS</u>						
Ventas	-	-	-	-	-	-
TOTAL INGRESOS	-	-	-	-	-	-
<u>EGRESOS</u>						
Gastos Administrativos						
IESS	-	-	-			
Beneficios Sociales	-	-	-			
Sueldos y Salarios	-	-	-			
Publicidad	-	-	-			
Arriendo	-	-	-			
Servicios Básicos	-	-	-			
Suministros	-	-	-			
Proveedores	-	-	-			
Depreciación Acumulada	-	-	-			
Amortización Otros Activos	-	-	-			
Total Gastos Administrativos	-	-	-			
Total Gastos Financieros	-	-	-			
TOTAL EGRESOS	-	-	-			
RESULTADO DEL EJERCICIO	-	-	-			

Anexo de evaluación del proyecto

En este anexo realizaremos los cálculos para poder evaluar de manera financiera el proyecto; ver la recuperación del capital.

Ejemplo:

FLUJO DE CAJA CORRIENTE Y DESCANTADO (EN DÓLARES)

CONCEPTO	Inversión Inicial	Año 1 2010	Año 2 2011	Año 3 2012	Año 4 2013	Año 5 2014
INGRESOS						
Aporte de Accionistas	12.500					
Total Ingresos		45.815	78.986	89.425	97.828	101.428
TOTAL INGRESOS	12.500	45.815	78.986	89.425	97.828	101.428
TOTAL EGRESOS		39.320	44.626	52.696	61.746	70.122
SALDO FINAL	-12.500	6.495	34.360	36.729	36.082	31.306

ÍNDICES DE EVALUACIÓN

CONCEPTO	Inversión Inicial	Final Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJOS DE FONDOS NOMINALES	-12.500	6.495	34.360	36.729	36.082	31.306
TASA DE DESCUENTO APLICABLE: K_e		23%	24%	24%	25%	22%
FACTOR DE VALOR ACTUAL: $1/(1+K_e)^i$		0,81	0,65	0,52	0,42	0,37

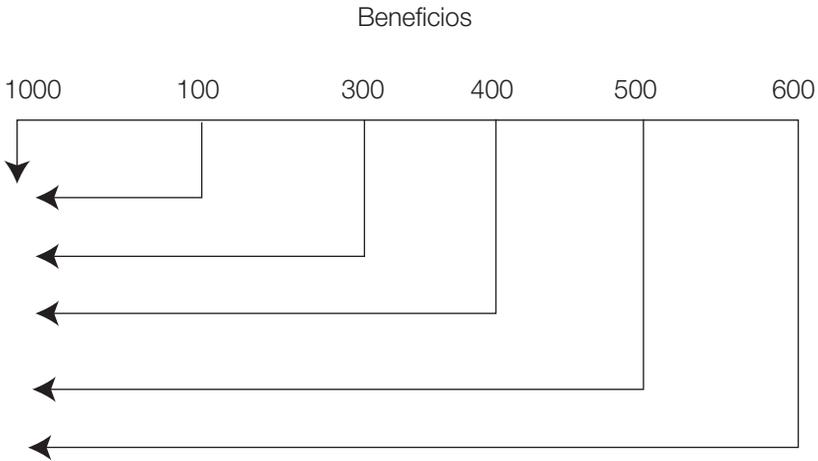
CONCEPTO	Inversión Inicial	Final Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJOS DE CAJA ACTUALIZADOS		5.260	22.347	19.136	15.018	11.435
FICI ACTUALIZADOS Y ACUMULADOS		5.260	27.606	46.743	61.761	73.195
SUMA DE LOS FICI ACTUALIZADOS		73.195				
MONTO DE LA INVERSIÓN INICIAL		-12.500				

VALOR ACTUAL NETO	60.695
RELACION BENEFICIO/COSTO (B/C)	485,56%
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	142,62%

De manera siguiente conceptualizamos los conceptos que vemos en este ejemplo y colocamos las fórmulas necesarias para realizar los cálculos.

Valor Actual Neto (VAN)

Es un indicador financiero que nos permite realizar una evaluación de la inversión efectuada; en esta evaluación se hace lo siguiente; se trae al momento actual los flujos futuros. En otras palabras colocamos el ingreso del primer año y restamos el egreso o los gastos del primer año; le aplicamos la tasa de descuento para que este dinero tenga una equivalencia al momento que se hizo la inversión. Esto lo hacemos por cada uno de los años.



La tasa de descuento está compuesta por la inflación como concepto económico sobre el cual, como explicamos, es el fenómeno en la que una unidad monetaria pierde poder adquisitivo en el tiempo. A este concepto le añadimos las tasas activa y pasiva; estas tasas añaden el costo de oportunidad ya que podemos ver si ese dinero lo podemos dejar en el banco o mejor realizamos la inversión en este proyecto; la tasa activa tiene un componente dado por el riesgo, con lo cual cubrimos los conceptos financieros y económicos.

La fórmula para la tasa de descuento es la siguiente:

Tasa de descuento:

$$\frac{(\text{Tasa de interés activa} + \text{tasa de interés pasiva}) + \text{Inflación}}{2}$$

2

Si el VAN es positivo, el proyecto es rentable. Entre dos o más proyectos, el más rentable es el que tenga un VAN más alto.

Tasa interna de retorno (tir)

Es la tasa con la cual el valor actual neto es igual a cero. Esto quiere decir que la sumatoria de los flujos prácticamente son iguales a la inversión inicial.

$$VAN = -I + \sum_{i=1}^N \frac{Q_i}{(1 + TIR)^i} = 0$$

Relacion costo-beneficio

Es aquel que mide la absorción de los costos.

El costo-beneficio es una lógica o razonamiento basado en el principio de obtener los mayores y mejores resultados con un menor uso de recursos, logrando eficiencia por una mayor producción y venta de productos.

Podemos decir que es una relación matemática que compara los dólares que gastamos, contra los dólares que tenemos de utilidad sirve para ver cómo va evolucionando el proyecto.

Punto de equilibrio

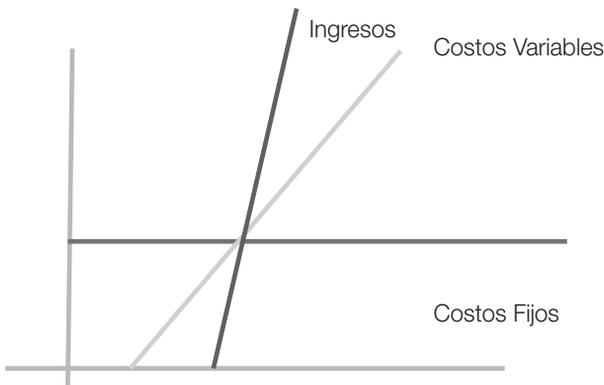
Es el cálculo mediante el cual podemos saber en qué momento los ingresos del proyecto pueden cubrir todos los costos; tanto fijos como variables.

Este cálculo se lo puede realizar para cada año de manera que se pueda saber en qué momento en el tiempo se cubre el total de los gastos y costos; cuál es el monto que se necesita cubrir para que no se pierda; esto quiere decir que podemos saber cuál es el esfuerzo que se debe hacer para que los ingresos puedan cubrir los egresos.

Dicho de manera más simple, es el punto en el cual la empresa no gana ni pierde, es decir, su beneficio es igual a cero.

Este cálculo es útil al comienzo para conocer el nivel mínimo de ventas a fin de obtener beneficios y recuperar la inversión. Una vez en marcha el emprendimiento, se podrá saber si el nivel de ventas alcanza para cubrir costos, y de no ser así, se puede realizar cualquier modificación que sea conveniente.

Es el punto de los ingresos se igualan a los Costos Fijos + Costos Variables



Finalmente, podemos decir que la evaluación financiera se basa en:

- El cálculo y análisis del VAN.
- El cálculo y análisis del TIR.
- El cálculo y análisis del Costo-Beneficio.
- El cálculo y análisis del punto de equilibrio.

Debemos decir que estos indicadores se calculan una vez que se tiene el presupuesto, el cual en general se hace para cinco años, de manera mensual; son 60 meses.

Recordamos que el presupuesto está compuesto por el balance general, el estado de resultados y el flujo de caja; estos tres estados financieros deben estar cuadradas.

Para realizar este presupuesto se debe seguir un orden lógico, de tal manera que no se trate al final de colocar todos los datos de cuadra de una u otra

manera los estados financieros; en la vida real no hay como simplemente cuadrarlos sino que hay que tener los soportes necesarios para esto, por ello se propone que se lo realice en el siguiente orden:

- Trabajar con el anexo de activos fijos.
- Trabajar con el anexo de otros activos.
- Trabajar con el anexo de nómina.
 - No olvidar que muchos de estos gastos se colocan en cuentas por pagar ya que el desembolso de dinero se lo hace en un mes determinado del año.
- Trabajar con el anexo de gastos básicos y suministros.
 - No olvidarse del IVA para poder utilizar el crédito tributario.
- Trabajar con el anexo de préstamos.
 - Siempre recordar que el pago mensual del crédito afecta el pasivo y el patrimonio.
- Trabajar con el anexo de ventas.
 - Tomar en cuenta el IVA que se cobra.
- Trabajar con el anexo de materia prima (si es necesario).
 - Tomar en cuenta el IVA que se paga.
- Trabajar con el anexo resumen.
- Trabajar con el anexo de la evaluación financiera.

Los análisis que se realizan en las diferentes áreas nos permiten tomar la decisión de realizar o no el proyecto.

Ejemplo del resumen del presupuesto de un proyecto.

BAR CON PIERNAS
BALANCE GENERAL
(EN DÓLARES)

CUENTAS	BALANCE INICIAL	Dic. Acum. 2009	Dic. Acum. 2010	Dic. Acum. 2011	Dic. Acum. 2012	Dic. Acum. 2013	Dic. Acum. 2014
	TOTAL ACTIVOS	16.000,00	72.306,35	138672,42	184.133,44	267.125,81	386678,27
ACTIVO							
ACTIVO CIRCULANTE	7.767,46	65.150,47	132.729,54	179.403,56	263.608,92	384.374,37	494.983,36
Caja	6.136,81	64.703,53	132.246,60	178.884,14	263.122,38	383.869,59	494.473,18
Bancos	0,00	-	-	-	-	-	-
Caja Chica	0,00	-	-	-	-	-	-
IVA Pagado	1.630,65	446,94	482,94	519,42	486,54	504,78	510,18
ACTIVO FIJO	5.702,53	4.764,41	3.638,66	2.512,91	1.387,16	261,41	-864,34
Bienes Muebles	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Equipos de Computación	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Equipos de Oficina	2.902,53	2.902,53	2.902,53	2.902,53	2.902,53	2.902,53	2.902,53
Depreciación Acumulada	0,00	-938,13	-2.063,88	-3.189,63	-4.315,38	-5.441,13	-6.566,88

CUENTAS	BALANCE INICIAL	Dic. Acum.	Dic. Acum.	Dic. Acum.	Dic. Acum.	Dic. Acum.	Dic. Acum.
		2009	2010	2011	2012	2013	2014
OTROS ACTIVOS	2.530,01	2.391,47	2.304,23	2.216,98	2.129,73	2.042,49	1.955,24
Gastos de Constitución	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Gastos Preoperacionales	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Inv. Artículos de Enfermería	30,01	30,01	30,01	30,01	30,01	30,01	30,01
Amortización Otros Activos	0,00	-138,54	-225,78	-313,03	-400,28	-487,52	-574,77
Inv uniformes	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	16.000,00	72.306,35	138.672,42	184.133,44	267.125,81	386.678,27	496.074,26
PASIVO	10.000,00	11.413,80	9233,79	6570,52	7.488,59	9.608,08	11.416,55
PASIVO CORRIENTE	10.000,00	11.413,80	9233,79	6570,52	7.488,59	9.608,08	11.416,55
TOTAL OBLIGACIÓN BANCARIA							
Obligación bancaria a corto plazo	10.000,00	7.842,20	4678,13	743,31	0,00	0,00	0,00

CUENTAS	BALANCE INICIAL	Dic. Acum.					Dic. Acum. 2014
		2009	2010	2011	2012	2013	
Participación trabajadores	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cuentas por pagar Proveedores	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Impuestos por pagar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
IVA por Pagar	0,00	2.358,00	2.532,00	2.561,16	2.961,88	3.754,29	3.997,96
Impuesto a la Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
IESS por Pagar	0,00	178,61	193,28	280,67	301,32	318,34	368,15
Beneficios sociales por Pagar	0,00	1.035,00	1.830,39	2.985,39	4.225,39	5.535,45	7.050,45
PATRIMONIO	6.000,00	60.892,55	129.438,63	177.562,93	259.637,22	377.070,19	484.657,71
Capital Pagado	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
Reserva Legal	0,00	0,00	3.499,40	9.137,74	14.249,57	21.334,84	31.389,60
Resultado Acumulado	0,00	0,00	31.494,60	82.239,70	128.246,12	192.013,57	282.506,44
Utilidad o Pérdida del Ejercicio	0,00	54.892,55	88.444,63	80.185,48	111.141,53	157.721,77	164.761,66
Diferencia entre activo y patrimonio	-	-	-	-	-	-	-

BAR CON PIERNAS
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
(EN DÓLARES)

CUENTAS	BALANCE INICIAL	Dic. Acum.					
		2009	2010	2011	2012	2013	2014
INGRESOS							
Ventas	0,00	131.032,00	187.697,40	195.253,96	226.357,88	278.445,60	294.158,33
TOTAL INGRESOS	0,00	131.032,00	187.697,40	195.253,96	226.357,88	278.445,60	294.158,33
EGRESOS							
Gastos Administrativos							
IESS	0,00	1.786,05	2.319,34	3.367,98	3.615,84	3.820,13	4.417,74
Beneficios Sociales	0,00	2.837,50	5.288,41	7.453,32	8.043,97	8.579,04	9.806,00
Sueldos y Salarios	0,00	14.700,00	19.089,24	27.720,00	29.760,00	31.441,44	36.360,00
Publicidad	0,00	2.000,00	2.596,32	2.808,70	3.038,45	3.287,00	3.555,87
Arriendo	0,00	7.000,00	9.087,12	9.830,45	10.634,58	11.504,49	12.445,55
Servicios Básicos	0,00	900,00	1.298,16	1.404,35	1.519,23	1.643,50	1.777,94

CUENTAS	BALANCE INICIAL	Dic. Acum.	Dic. Acum.	Dic. Acum.	Dic. Acum.	Dic. Acum.	Dic. Acum.
		2009	2010	2011	2012	2013	2014
Suministros	0,00	450,00	868,80	901,06	937,18	977,64	1.022,96
Gasto Depreciación Activos fijos	0,00	938,13	1.125,75	1.125,75	1.125,75	1.125,75	1.125,75
Gasto Amortización Otros Activos	0,00	138,54	87,25	87,25	87,25	87,25	87,25
Total Gastos Administrativos	0,00	30.750,21	41.760,38	54.698,85	58.762,24	62.466,23	70.599,06
Proveedores	0,00	43.728,00	56.073,60	59.721,60	56.433,60	58.257,60	58.797,60
Total Gastos Financieros	0,00	1.661,24	1.418,79	648,03	20,50	-	-
Interés	0,00	1.661,24	1.418,79	648,03	20,50	-	-
TOTAL EGRESOS	0,00	76.139,45	99.252,77	115.068,48	115.216,35	120.723,83	129.396,66
RESULTADO DEL EJERCICIO	0,00	54.892,55	88.444,63	80.185,48	111.141,53	157.721,77	164.761,66