



1859

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**

TÍTULO

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA
DE MARCOS Y MOLDURAS EN MADERA Y SU
COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN SANTA ROSA, PROVINCIA
DE EL ORO”**

Tesis Previa a la Obtención del
Título de Ingeniera Comercial

Autora:

Sally Luisana Sanginez Alburqueque

Director:

Ing. Carlos Rodríguez

Loja – Ecuador
2014

CERTIFICACIÓN

Ing. Carlos Rodríguez
DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Haber dirigido todo el proceso investigativo realizado por la egresada Sally Luisana Sanginez Alburqueque, previo a la obtención del título de Ingeniera Comercial cuyo tema se denomina: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE MARCOS Y MOLDURAS EN MADERA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN SANTA ROSA, PROVINCIA DE EL ORO”**, el mismo que cuenta con los requerimientos establecidos por la Universidad en sus aspectos de fondo y de forma por lo que autorizo su presentación para la calificación privada, sustentación y defensa.

Loja, noviembre de 2014

Atentamente,



Ing. Carlos Rodríguez
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Sally Luisana Sanginez Alburqueque, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en repositorio Institucional- Biblioteca Virtual.

Autora: Sally Luisana Sanginez Alburqueque

Firma: 

Cédula: 0705343820

Fecha: Loja, noviembre de 2014

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Sally Luisana Sanginez Alburqueque, declaro ser autora de la tesis Titulada “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE MARCOS Y MOLDURAS EN MADERA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN SANTA ROSA, PROVINCIA DE EL ORO” Como requisito para optar al título de *Ingeniera Comercial*; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de su visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información de país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia que esta autorización en la ciudad de Loja a los 26 días del mes de noviembre del dos mil catorce.

Firma: 

Autora: Sally Luisana Sanginez Alburqueque

Cédula: 0705343820

Dirección: Santa Rosa, Barrio Ecuador, Vega Dávila y Av. Sixto Durán Ballen

Correo Electrónico: sallysanginez11@hotmail.com

Teléfono: 0984915328

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director de Tesis: Ing. Carlos Rodríguez

Tribunal de Grado:

Ing. Mg. Galo Salcedo López.	PRESIDENTE
Dr. Luis Quizhpe Salinas, MAE.	VOCAL
Mgtr. Natalia Largo	VOCAL

AGRADECIMIENTO

Al culminar esta etapa muy significativa de mi vida, quiero agradecer en primer lugar a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad; a la Universidad Nacional de Loja, modalidad a distancia, la cual me abrió sus puertas permitiendo que culmine mis estudios para la realización de mi carrera profesional .

A mis docentes, distinguidos profesionales quienes con su dedicada labor han contribuido a mi formación académica, para poder afrontar los nuevos retos y obstáculos en el ejercicio de mi profesión. De manera muy especial mi agradecimiento imperecedero a la Ing. Lolyta Hualpa Lima. Directora de la presente investigación por su paciencia, bondad, por compartir sus conocimientos y experiencia lo que me condujo a la culminación del presente trabajo.

Gracias a todas las personas que de una u otra manera me ayudaron para el éxito en su realización.

DEDICATORIA

Dedico el presente proyecto de tesis a Dios, porque ha estado presente en todo momento de mi vida, cuidándome y fortaleciéndome para continuar.

A mi incomparable esposo, Diego que ha sido mi apoyo incondicional.

A mis amados padres, Gonzalo y Marcy, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación, brindándome amor, ayuda, consejos, depositando su entera confianza en cada reto emprendido; a mi hermana Gabriela, por su apoyo y cariño.

Por esto y mucho más, dedico el presente trabajo a todos ellos como retribución a cambio de sus bondades prestadas y aliento para culminar mi preparación profesional.

a. TÍTULO

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DE MARCOS Y MOLDURAS EN MADERA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN
EL CANTÓN SANTA ROSA, PROVINCIA DE EL ORO”**

b. RESUMEN

La investigación denominada “Proyecto de factibilidad para la creación de una Empresa de marcos y molduras en madera y su comercialización en el cantón Santa Rosa, provincia de El Oro”, tiene como objetivo principal la realización de un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de marcos y molduras en madera. Con la finalidad de recabar información acerca de la oferta y demanda, se aplicó 2 tipos de encuesta, la una dirigida a los 32 artesanos agremiados, dedicados al arte de la pintura, espejos, bordado, dibujos y fotografía, y la otra a 20 propietarios de almacenes y distribuidores de marcos y molduras en madera.

Para su desarrollo se utilizó los métodos: científico, descriptivo, analítico – sintético, inductivo – deductivo, estadístico y la técnica de la encuesta.

En el estudio de mercado se obtuvieron los siguientes resultados: demanda potencial 598 artesanos, equivalente al 88% de la población artesanal dedicada al arte en Santa Rosa; demanda real 86.170 marcos y molduras en madera, que corresponden al 75%, con un consumo per cápita de 192 marcos y molduras al año; una demanda efectiva de 74.106 marcos y molduras, equivalente al 86%. La oferta anual es de 35.208 marcos y molduras; la demanda insatisfecha anual de 38.898 marcos y molduras, en el estudio técnico se determinó que la capacidad instalada para el primer año que será de 16.896 marcos y molduras. En el primer año se utilizará el 50% de la capacidad utilizada, ofreciendo 8.448 marcos y molduras en madera.

En el estudio financiero se requerirá para invertir en activos fijos \$ 7.654,50 dólares; en activos diferidos \$ 661,50 dólares y para un mes de operación se requiere de \$ 3.400,79 dólares en activos circulantes, dando un total de inversión de \$ 11.716,79 dólares, además se obtuvo el precio de venta en \$ 7,00 dólares por cada marco y moldura de madera en laurel costeño para

el primer año, que multiplicado por el total de la capacidad utilizada (8.448) da un total de ingresos de \$ 59.507,55 dólares para el primer año. En el estado de pérdidas y ganancias en el primer año se obtendrá una utilidad líquida de \$ 12.013,09 dólares. El punto de equilibrio de la empresa con respecto a las ventas para el primer año estará en \$ 33.142,88 dólares con una capacidad instalada de 55,70%.

En lo que referente a la evaluación financiera, el VAN da como resultado \$ 35.404,72, la TIR 99,51%, la Relación B/C 1,50, lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrá cincuenta centavos de dólar; la Recuperación de capital será en 1 año; el análisis de sensibilidad muestra que no ocurrirá ninguna variación si se incrementa el 30% en los costos y se disminuye el 20% en los ingresos, obteniendo una sensibilidad del 0,999 tanto para costos como para ingresos.

De las conclusiones se establece que existe demanda insatisfecha de marcos y molduras en madera en el cantón Santa Rosa, provincia de El Oro, por lo que es importante determinar a través de los indicadores financieros que el proyecto debe ejecutarse.

Se recomienda que se deba difundir los beneficios del producto en el mercado, utilizando los medios de comunicación de Machala, evitar el incremento de los gastos financieros utilizando la materia prima existente en el medio. Tratar de mantener el costo de producción mediante planes que encaminen a la productividad para evitar la escalada del costo unitario de producción y el precio de venta para hacer frente a la competencia.

ABSTRACT

The investigation called "Project feasibility of creating a company wood frames and moldings and marketing in Santa Rosa county, province of El Oro", whose main objective is the completion of a feasibility study for the creation of a producer and marketer of wood frames and moldings company. In order to collect information on supply and demand, 2 types of survey was conducted, the one addressed to the 32 unionized craftsmen, dedicated to the art of painting, mirrors, embroidery, drawings and photographs, and the other 20 owners stores and distributors of wood frames and moldings. - Synthetic, inductive - deductive, statistical and scientific survey technique, descriptive, analytical: methods was used for development.

In the market study the following results were obtained: 598 artisans potential demand, equivalent to 88% of the population devoted to art handmade in Santa Rosa; actual demand 86,170 frames and wood trim, corresponding to 75%, with a per capita consumption of 192 frames and moldings year; effective demand of 74,106 frames and moldings, equivalent to 86%. The yearly supply is 35.208 frames and moldings; annual unmet demand of 38,898 frames and moldings in the technical study found that the installed capacity for the first year will be 16,896 frames and moldings. In the first year 50% of capacity utilization is used, offering 8,448 frames and wood trim.

In business studies will be required to invest in fixed assets \$ 7.654,50 dólares; in deferred assets and \$ \$ 661.50 for a month of operation it requires \$ \$ 3,400.79 in current assets, for a total investment of \$ \$ 11,716.79, plus the sale price \$

7.00 was obtained dollars for each frame and wood trim in coastal laurel for the first year, multiplied by the total used capacity (8,448) for a total of \$ 59,507.55 revenue of \$ for the first year. In the profit and loss in the first year, a net income of \$ \$ 12,013.09 will be obtained. The balance point of the company with respect to sales for the first year will be \$ \$ 33,142.88 with an installed capacity of 55.70%.

As regards the financial evaluation, the resulting NPV \$ 35,404.72, the IRR 99.51%, the ratio B / C 1.50, meaning that for every dollar invested fifty cents will be obtained; Recovery of capital will en1 year; sensitivity analysis shows no variation increases will not occur if 30% cost and 20% decreases in revenue, with a sensitivity of 0.999 for both costs and to revenue. The conclusions state that there is unmet demand for wood frames and moldings in the canton Santa Rosa, El Oro province, so it is important to determine through financial indicators that the project should be implemented.

Is recommended that you should spread the benefits of the product in the market, using the media of Machala, avoid increased financial expenses using existing raw material in the middle. One should try to keep the cost of production through plans to help productivity to avoid the escalation of the unit cost of production and the selling price to meet competition

c. INTRODUCCIÓN

Nuestro país, viene afrontando cierta estabilidad económica debido a las políticas establecidas por el gobierno, a los acuerdos de integración regional y sobre todo a las oportunidades de retorno de nuestros compatriotas, lo que hace que registre indicadores de disminución en el desempleo permitiendo a una mayoría de ecuatorianos, disfrutar de una equitativa distribución del ingreso y un equilibrado acceso a los servicios y mercados.

Dicha situación ayuda al fortalecimiento de aspectos estructurales, culturales, estrategias y estímulos que admitan el incremento de la producción, y la generación de empleo a través de la industrialización de bienes y servicios, para el mejoramiento de vida y la continuación de cierto nivel de costumbres en las que se han desenvuelto nuestros compatriotas en el exterior; pese a ello, el desarrollo provincial y regional afronta una difícil situación, debido a que por encontrarse en la región sur ha sido relegada por los gobiernos de turno para la asignación de recursos que le permitan generar bienes y servicios en pro de mejorar el empleo y con ello su crecimiento económico.

El desarrollo socio-económico de las provincias serranas, costeñas, de la región oriental e insular es difícil, especialmente en los lugares más apartados de la capital ecuatoriana y con ello la provincia del El Oro, que se ha visto también afectada por la falta de políticas e incentivos para su desarrollo.

La implementación de una empresa dedicada a la elaboración de marcos y molduras utilizando madera propia de la región permitirá el mejoramiento socioeconómico de Santa Rosa, la provincia de El Oro, la Región Sur y el país; la gestación de nuevas fuentes de trabajo y con ello el mejoramiento social y

económico de sus habitantes, el despegue de la economía, convirtiéndolo en uno de los cantones donde existe mayor oportunidad para la inversión de propios y extraños; la inserción en el campo ocupacional de nuevas familias que podrán no solo afrontar al sustento familiar, sino promover nuevas oportunidades de mejoramiento académico de sus hijos y el pleno desarrollo de este sector importante de la provincia de El Oro y por qué no de nuestro país.

Cabe destacar que el Cantón Santa Rosa viene experimentando un gran despliegue socio cultural y económico, especialmente por encontrarse cerca de su capital provincial, Machala que a través de su avance socio cultural le permite cierto nivel de crecimiento, que si bien es cierto un poco lento, requiere de la contribución de sus habitantes para favorecer la creación de empresas de producción que permitan la generación de nuevas fuentes de trabajo a través del aprovechamiento de los recursos disponibles, generando riqueza para la eliminación del desempleo, erradicación de la pobreza y el desarrollo socio cultural.

En el caso de Santa Rosa, existe una gran cantidad de depósitos de madera que no han sido aprovechados en su totalidad para el ingreso al mercado productivo y un marcado retraso en el desarrollo cultural y del buen vivir de sus habitantes, por lo que el indiscutible problema está dado por: la falta de una empresa productora y comercializadora de marcos y molduras en madera, cuya puesta en marcha permitirá la producción y comercialización de los productos propuestos utilizando los recursos nativos del medio y evitando el incremento de los costos.

Para ejecutar el proyecto de factibilidad de la empresa productora de marcos y molduras en madera se plantearon los siguientes objetivos:

- Determinar la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de marcos y molduras en madera en el Cantón Santa Rosa de la Provincia de El Oro.
- Efectuar un estudio de mercado que permita conocer la oferta y demanda de marcos y molduras en madera, en el Cantón Santa Rosa de la Provincia de El Oro.
- Determinar un plan de comercialización para posesionar el producto propuesto.
- Realizar un estudio técnico que permita determinar el tamaño, localización e ingeniería del proyecto.
- Determinar la estructura organizacional y el marco legal para la empresa a implantar.
- Realizar un estudio económico – financiero que permita determinar costos, presupuestos, estados financieros, y la rentabilidad del proyecto requeridos para su inversión.
- Realizar la evaluación del proyecto aplicando los diferentes criterios de evaluación: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación del Capital y Análisis de Sensibilidad.

La estructura del proyecto consta de: Resumen, Introducción; Revisión de literatura; Materiales y métodos; Resultados; Discusión; Estudio técnico; Estudio organizacional; Estudio y evaluación financiera y por último las Conclusiones y Recomendaciones.

La implementación de la empresa permitirá el desarrollo de una cultura de impulso del arte y el fortalecimiento de las normas del buen vivir, puesto que el producto que se ofrecerá servirá para el adecentamiento de los hogares de Santa Rosa y con ello el crecimiento socio-cultural y económico de sus habitantes.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

Concepto de marco.- Es la pieza que rodea o guarnece ciertas cosas y que permite encajar puertas, ventanas y pinturas

La palabra marco proviene del alemán Mark, y en uno de sus usos más comunes, se define como una estructura que protege o rodea ciertos objetos, como puede ser una pintura, una ventana, un documento o una foto. Los marcos pueden estar hechos de una gran multitud de materiales distintos, entre los que destaca el metal, la madera y el plástico. Algunos, diseñados para ser usados en fotos o pinturas, funcionan también como un objeto decorativo por sí mismos, al poseer detalles artísticos como relieves o tallados.

Concepto de molduras.- La moldura es un elemento decorativo utilizado en diversas obras artísticas, entre ellas, y quizás pudiera decirse que de forma significativa, en la arquitectura. Consiste en un relieve o saliente de acusado componente longitudinal que conserva idéntico perfil en todo su trazado. Es este perfil o sección transversal el que define y diferencia los múltiples tipos de molduras.

El tipo de moldura en madera es aquél con el que se desea destacar las líneas y perfiles a la manera de un ebanista.

En las molduras de madera la característica preponderante es la elegancia en el diseño y el cuidado de los detalles. Estas molduras tienen su acabado con barnices, lacas y pinturas especiales que resaltan sus formas. Son particularmente recomendadas a aplicar en cielos rasos, paredes, zócalos y

aquella decoración perimetral, interna y externa, que quiera destacarse, como el caso por ejemplo de puertas y ventanas.

Por otra parte, está muy difundido el uso de molduras en el terminado de muebles de diseño y ebanistería. Este tipo de molduras, se sujeta con goma de carpintero y clavos, y vienen en piezas de diferentes calidades y dimensiones, según la superficie y el fin de su aplicación¹⁶

Concepto de madera.- “La madera es un material ortótropo encontrado como principal contenido del tronco d¹e un árbol. Los árboles se caracterizan por tener troncos que crecen cada año y que están compuestos por fibras de celulosa unidas con lignina. Las plantas que no producen madera son conocidas como herbáceas.”²

Una vez cortada y secada, la madera se utiliza para muchas aplicaciones.

- Fabricación de pulpa o pasta, materia prima para hacer papel.
- Alimentar el fuego se denomina leña y es una de las formas más simples de biomasa.
- Ingeniería
- Medicinal

Estructura de la Madera.- La madera de forma general se encuentra estructurada de la siguiente manera:

- **Corteza externa:** es la capa más externa del árbol. Está formada por células muertas del mismo árbol. Esta capa sirve de protección contra los agentes atmosféricos.

¹⁶ (LAMELA VIERA, Carmen, 2010)

² (CAPÚZ Lladro Rafael, 2008)

- **Cambium:** es la capa que sigue a la corteza y da origen a otras dos capas: la capa interior o capa de *xilema*, que forma la madera, y una capa exterior o capa de *floema*, que forma parte de la corteza.
- **Albura:** es la madera de más reciente formación y por ella viajan la mayoría de los compuestos de la savia. Las células transportan la savia, que es una sustancia azucarada con la que algunos insectos se pueden alimentar. Es una capa más blanca porque por ahí viaja más savia que por el resto de la madera.
- **Duramen** (o corazón): es la madera dura y consistente. Está formada por células fisiológicamente inactivas y se encuentra en el centro del árbol. Es más oscura que la albura y la savia ya no fluye por ella.
- **Médula vegetal:** es la zona central del tronco, que posee escasa resistencia, por lo que, generalmente no se utiliza”.³⁰

Composición de la madera.- “La madera se compone de un 50% de carbono (C), un 42% de oxígeno (O), un 6% de hidrógeno (H) y el 2% restante de nitrógeno (N) y otros elementos.

Los componentes principales de la madera son la celulosa, un polisacárido que constituye alrededor de la mitad del material total, la lignina (aproximadamente un 25%), que es un polímero resultante de la unión de varios ácidos y alcoholes fenilpropiónicos y que proporciona dureza y protección, y la hemicelulosa (alrededor de un 25%) cuya función es actuar como unión de las

³⁰ (VIGNOTE PEÑA, Santiago, 2010)

fibras. Existen otros componentes minoritarios como resinas, ceras, grasas y otras sustancias.

Celulosa.- Es un polisacárido estructural formado por glucosa que forma parte de la pared de las células vegetales. Su fórmula empírica es $(C_6H_{10}O_5)_n$, con el valor mínimo de $n = 200$.

Sus funciones son las de servir de "aguante" a la planta y la de darle una protección vegetal. Es muy resistente a los agentes químicos, insoluble en casi todos los disolventes y además inalterable al aire seco, su temperatura de astillado a presión de un bar son aproximadamente unos 232,2 °C.

La celulosa es un polisacárido estructural en las plantas que forma parte de los tejidos de sostén. La pared de una célula vegetal joven contiene aproximadamente un 40% de celulosa; la madera un 50 %, mientras que el ejemplo más puro de celulosa es el algodón con un porcentaje mayor al 90%.

Dureza de la madera.- Según su dureza, la madera se clasifica en:

- **Maderas duras:** son aquellas que proceden de árboles de un crecimiento lento, por lo que son más densas y soportan mejor las inclemencias del tiempo que las blandas. Estas maderas proceden, por lo general, de árboles de hoja caduca, pero también pueden ser de hoja perenne, que tardan décadas, e incluso siglos, en alcanzar el grado de madurez suficiente para ser cortadas y poder ser empleadas en la elaboración de muebles o vigas de los caseríos o viviendas unifamiliares. Son mucho más caras que las blandas, debido a que su lento crecimiento provoca su escasez, pero son mucho más atractivas para construir muebles con ellas. También son muy empleadas

para realizar tallas de madera o todo producto en el cual las maderas macizas de calidad son necesarias.

- **Maderas blandas:** engloba a la madera de los árboles pertenecientes a la orden de las coníferas. La gran ventaja que tienen respecto a las maderas duras, es su ligereza y su precio mucho menor. No tiene una vida tan larga como las duras. La manipulación de las maderas blandas es mucho más sencilla, aunque tiene la desventaja de producir mayor cantidad de astillas. La carencia de veteado de esta madera le resta atractivo, por lo que casi siempre es necesario pintarla, barnizarla o teñirla”.¹⁷

Preparación de la madera para su manufactura.- Para la preparación de la madera es indispensable seguir los siguientes pasos:

- **Apeo, corte o tala:** Leñadores con hachas o sierras eléctricas o de gasolina, cortan el árbol, le quitan las ramas, raíces y corteza para que empiece a secarse. Se suele recomendar que los árboles se los corte en invierno u otoño. Es obligatorio replantar más árboles que los que se cortaron. (MARTÍNEZ Rojas, Isaac, 2008)
- **Transporte:** Es la segunda fase y es en la que la madera es transportada desde su lugar de corte al aserradero y en esta fase intervienen muchos factores como la orografía y la infraestructura. Normalmente se hace tirando con animales o maquinaria pero hay casos en que hay un río cerca y se aprovecha para que los lleve, si hay buena corriente de agua se sueltan los

¹⁷ (LEIGUARDA Sordelli, , 2009)

troncos con cuidado de que no se atasquen pero si hay poca corriente se atan haciendo balsas que se guían hasta donde haga falta.

- **Aserrado:** En esta fase la madera es llevada a aserraderos. El aserradero divide en trozos el tronco, según el uso que se le vaya a dar después. Suelen usar diferentes tipos de sierra como por ejemplo, la sierra alternativa, de cinta, circular o con rodillos. Algunos aserraderos combinan varias de estas técnicas para mejorar la producción.
- **Secado:** Este es el proceso más importante para que la madera esté en buen estado.
- **Secado natural:** se colocan los maderos en pilas separadas del suelo, con huecos para que corra el aire entre ellos, protegidos del agua y el sol para que se vayan secando. Este sistema tarda mucho tiempo y no es rentable al del aserradero que demanda tiempos de secados más cortos.

El secado artificial: se dividen en los siguientes:

- “Secado por inmersión: en este proceso se mete al tronco o el madero en una piscina, y debido al empuje del agua por uno de los lados del madero, la savia sale empujada por el lado opuesto, consiguiendo eliminar la savia interior, evitando que el tronco se pudra. Esto priva a la madera de algo de dureza y consistencia, pero lo compensa en longevidad. El proceso dura varios meses, tras los cuales, la madera secará más deprisa debido a la ausencia de savia.
- **Secado al vacío:** en este proceso la madera es introducida en unas máquinas de vacío. Es el más seguro y permite conciliar tiempos extremadamente breves de secado con además:

Bajas temperaturas de la madera en secado.

Limitados gradientes de humedad entre el exterior y la superficie.

La eliminación del riesgo de fisuras, hundimiento o alteración del color.

Fácil utilización.

Mantenimiento reducido de la instalación.

- Secado por vaporización: se meten los maderos en una nave cerrada a cierta altura del suelo por la que corre una nube de vapor de 80 a 100 °C; con este proceso, se consigue que la madera pierda un 25% de su peso en agua, a continuación, se hace circular por la madera, una corriente de vapor de aceite de alquitrán, impermeabilizándola y favoreciendo su conservación. Es costoso pero eficaz.
- Secado mixto: en este proceso se juntan el natural y el artificial: se empieza con un secado natural que elimina la humedad en un 20-25% para proseguir con el secado artificial hasta llegar al punto de secado o de eliminación de humedad deseado.
- Secado por bomba de calor: este proceso es otra aplicación del sistema de secado por vaporización, con la aplicación de la tecnología de "bomba de calor".

El circuito será el siguiente: el aire que ha pasado a través de la madera -frío y cargado de humedad- se hace pasar a través de una batería evaporadora -foco frío- por la que pasa el refrigerante (freón R-134a) en estado líquido a baja presión. El aire se enfría hasta que llegue al punto de rocío y se condensa el agua que se ha separado de la madera. El calor cedido por el agua al pasar de estado vapor a estado líquido es recogido por el freón, que pasa a vapor a baja

a presión. Este freón en estado gaseoso se hace pasar a través de un compresor, de manera que disponemos de freón en estado gaseoso y alta presión, y por lo tanto alta temperatura, que se aprovecha para calentar el mismo aire de secado y cerrar el ciclo. De esta manera disponemos de aire caliente y seco, que se vuelve a hacer pasar a través de la madera que está en el interior de la nave cerrada. La gran importancia de este ciclo se debe a que al no hacer que entren grandes cantidades de aire exterior, no se rompa el equilibrio logrado por la madera, y no se producen tensiones, de manera que se logra un secado de alta calidad logrando como producto una madera maciza de alta calidad”.¹⁹

Manufactura de la madera.- La madera se ha usado como material en pavimentos de madera desde tiempos antiguos, debido a su ductilidad y aislamiento, pero no es hasta el siglo XVII cuando se extiende través de Europa. Ejemplos incluyen la tarima, la tarima flotante, el parquet y el entarimado.

El edificio más antiguo de madera en pie, es Hōryū-ji (Templo de la Ley Floreciente) en Japón, y tiene unos 1400 años. Aunque se han encontrado estructuras de madera por todo el globo desde el neolítico.

Tableros.- Se pueden definir como un producto a base de madera presente en diversos formatos (chapa, viruta, partícula), en el que predominan la superficie sobre el espesor. Esta definición engloba a diferentes productos con propiedades y aplicaciones muy variadas. En la construcción los tableros se utilizan fundamentalmente en carpintería y en aplicaciones estructurales.¹²

¹⁹ (MARTÍNEZ Rojas, Isaac, 2008)

¹² (Guía de la Madera: Tomo I - Productos y Carpintería, 2011)

Aglomerados o Conglomerados.- Se obtiene a partir de pequeñas virutas o serrín, encoladas a presión en una proporción de 50% virutas y 50% cola. Se fabrican de diferentes tipos en función del tamaño de sus partículas, de su distribución por todo el tablero, así como por el adhesivo empleado para su fabricación. Por lo general se emplean maderas blandas más que duras por facilidad de trabajar con ellas, ya que es más fácil prensar blando que duro.

Los aglomerados son materiales estables y de consistencia uniforme, tienen superficies totalmente lisas y resultan aptos como bases para enchapados. Existe una amplia gama de estos tableros que van desde los de base de madera, papel o laminados plásticos. La mayoría de los tableros aglomerados son relativamente frágiles y presentan menor resistencia a la tracción que los contrachapados debido a que los otros tienen capas superpuestas perpendicularmente de chapa que dan bastantes más aguante.

Aglomerados de fibras orientadas.- Material de tres capas fabricado a base en virutas de gran tamaño, colocadas en direcciones transversales, simulando el efecto estructural del contrachapado e implicados en el daño y los factores que favorecen o inhiben su desarrollo.

Aglomerado decorativo.- Se fabrica con caras de madera seleccionada, laminados plásticos o melamínicos. Para darle acabado a los cantos de estas laminas se comercializan cubre cantos que vienen con el mismo acabado de las caras.

Aglomerado de tres capas.- Tiene una placa núcleo formada por partículas grandes que van dispuestas entre dos capas de partículas más finas de alta densidad. Su superficie es más suave y recomendada para recibir pinturas.

Aglomerado de una capa.- Se realiza a partir de partículas de tamaño semejante distribuidas de manera uniforme. Su superficie es relativamente basta. Es recomendable para enchapar pero no para pintar directamente sobre él.

Contrachapado.- Un tablero o lámina de madera maciza es relativamente inestable y experimentará movimientos de contracción y dilatación, de mayor manera en el sentido de las fibras de la madera, por ésta razón es probable que sufra distorsiones. Para contrarrestar este efecto, los contrachapados se construyen pegando las capas con las fibras transversalmente una sobre la otra, alternamente. La mayoría de los contrachapados están formados por un número impar de capas para formar una construcción equilibrada. Las capas exteriores de un tablero se denominan caras y la calidad de éstas se califica por un código de letras que utiliza la A como la de mejor calidad, la B como intermedia y la C como la de menor calidad. La cara de mejor calidad de un tablero se conoce como "cara anterior" y la de menor como "cara posterior" o reverso. Por otra parte la capa central se denomina "alma". Esto se hace para aumentar la resistencia del tablero o de la pieza que se esté haciendo.

Tableros de fibras.- Los tableros de fibras se construyen a partir de maderas que han sido reducidas a sus elementos fibrosos básicos y posteriormente reconstituidas para formar un material estable y homogéneo. Se fabrican de diferente densidad en función de la presión aplicada y el aglutinante empleado en su fabricación.

Se pueden dividir en dos tipos principales, los de alta densidad, que utilizan los aglutinantes presentes en la misma madera, que a su vez se dividen en duros y semiduros, y los de densidad media, que se sirven de agentes químicos ajenos a la madera como aglutinante de las fibras.

Se dividen en varios tipos:

Tableros semiduros.- Encontramos dos tipos de éstos tableros, los de baja densidad (DB) que oscilan entre 6 mm y 12 mm y se utilizan como recubrimientos y para paneles de control, y los de alta densidad (DA), que se utilizan para revestimientos de interiores.

Tableros de densidad media.- Se trata de un tablero que tiene ambas caras lisas y que se fabrica mediante un proceso seco. Las fibras se encolan gracias a un adhesivo de resina sintética. Estos tableros pueden trabajarse como si se tratara de madera maciza. Constituyen una base excelente para enchapados y reciben bien las pinturas. Se fabrican en grosores entre 3 mm y 32 mm.

Chapas.- Se denomina chapa pre compuesta a una lámina delgada de madera que se obtiene mediante la laminación de un bloque de chapas a partir del borde del bloque, es decir, a través de las capas de madera prensadas juntas. Las tiras de las chapas originales se convierten en el "grano" de la chapa pre compuesto, obteniéndose un grano que es perfectamente recto u homogéneo.

Al manipular el contorno de las láminas que se han de prensar, se pueden obtener muy variadas configuraciones y aspectos muy atractivos. Algunas o todas las láminas constituyentes pueden ser teñidas antes de unir las, de manera que se obtengan aspectos o colores muy llamativos.

Aglomerado decorativo.- Se fabrica con caras de madera seleccionada, laminados plásticos o melamínicos. Para darle acabado a los cantos de estas laminas se comercializan cubre cantos que vienen con el mismo acabado de las caras.

Aglomerado de tres capas.- Tiene una placa núcleo formada por partículas grandes que van dispuestas entre dos capas de partículas más finas de alta densidad. Su superficie es más suave y recomendada para recibir pinturas.

Aglomerado de una capa.- Se realiza a partir de partículas de tamaño semejante distribuidas de manera uniforme. Su superficie es relativamente basta. Es recomendable para enchapar pero no para pintar directamente sobre él.³

³ (CÉSPEDES María Francisca; LÓPEZ, Antonio; MORA Raúl ; RODRÍGUEZ Leoncio, 2010)

MARCO CONCEPTUAL

Empresa.

La Comisión de la Unión Europea sugiere la siguiente definición: «Se considerará empresa toda entidad, independientemente de su forma jurídica, que ejerza una actividad económica. En particular, se considerarán empresas las entidades que ejerzan una actividad artesanal u otras actividades a título individual o familiar, las sociedades de personas, y las asociaciones que ejerzan una actividad económica de forma regular. »⁸

Importancia.- En nuestro país se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social tanto en la producción, demanda y compra de productos así como añadiendo valor agregado, por lo que son de gran importancia ya que constituyen el actor fundamental en la generación de riqueza y empleo.

Clasificación.- Se clasifican de acuerdo al monto de facturación anual en micro, pequeña, mediana y gran empresa.

Se considera micro empresa cuando el monto de su facturación es de \$ 0 a \$99.000,00 dólares; pequeña de \$ 100.000,00 a \$ 999.999,00 dólares; mediana de \$ 1'000.000,00 a \$ 4'999.999,00 dólares y gran empresa cuando factura de \$ 5'000.000,00 de dólares en adelante. Las actividades que realizan generalmente son: Comercio al por mayor y al por menor; Agricultura, silvicultura y pesca; Industrias manufactureras; Construcción; Transporte,

⁸ Comisión de la Unión Europea: DEFINICIÓN DE MICROEMPRESAS, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS ADOPTADA POR LA COMISIÓN, art I

almacenamiento, y comunicaciones; Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas y Servicios comunales, sociales y personales

Proyecto

Es una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear, analizar en forma sistemática un conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de resultados esperados. Es de gran importancia porque permite organizar el entorno de trabajo. Un proyecto surge como respuesta a la concepción de una "idea" que busca la solución de un problema o la forma de aprovechar una oportunidad de negocio. Es una ruta para el logro de conocimiento específico en una determinada área o situación en particular, a través de la recolección y el análisis de datos.

Tipos de Proyectos

Un proyecto también es un esfuerzo temporal que se lleva a cabo para crear un producto, servicio o resultado único. Por ello, se identifica como **proyecto Comunitario** al conjunto de actividades orientadas a crear el producto, servicio o resultado que satisfaga las necesidades más urgentes de una comunidad. Está orientado fundamentalmente por quienes forman parte de la comunidad, puesto que son quienes conocen la situación real de la zona.

Existen múltiples tipos de los proyectos, una de ellas los considera como productivos y públicos.

- **Proyecto productivo:** Son proyectos que buscan generar rentabilidad económica y obtener ganancias en dinero. Los promotores de estos proyectos suelen ser empresas e individuos interesados en alcanzar beneficios económicos para distintos fines.

- **Proyecto de Factibilidad**

Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación. El estudio de factibilidad cumple como fin auxiliar a una organización para lograr los objetivos propuestos y cubrir las metas con los recursos actuales.

La investigación de factibilidad en un proyecto consiste en descubrir cuáles son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre los objetivos que se propone. La búsqueda de estos objetivos debe contemplar los recursos disponibles o aquellos que la empresa está en capacidad de proporcionar. Los objetivos que permiten la posibilidad de determinar la factibilidad sin ser limitativos son:

- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.
- Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de recursos no necesarios.
- Integración de todas las áreas y subsistemas de la empresa.
- Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.
- Aceleración en la recopilación de datos.
- Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de tareas.
- Automatización óptima de procedimientos manuales.
- Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados

La factibilidad se apoya en 3 aspectos básicos:

Operativo.

Técnico.

Económico.

El éxito de un proyecto está determinado por el grado de factibilidad que se presente en cada una de los tres aspectos anteriores.

El estudio de factibilidad hace referencia a las siguientes áreas:

a). Factibilidad Técnica.- Se ocupa de mejorar el sistema actual y la disponibilidad de tecnología que satisfaga las necesidades.

b).- Factibilidad Económica. - Costo de estudio, costo del tiempo del personal, tiempo del analista, costo de tiempo utilizado y costo desarrollo/adquisición.

c).- Factibilidad Operativa.- Hace referencia a la operación garantizada y uso garantizado²⁴

Fases del proyecto de factibilidad:

ESTUDIO DE MERCADO

“Consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización, consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización”.⁹

Objetivos del estudio de mercado.

El estudio de mercado sirve para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se supone vender,

²⁴ (PALACIO SALAZAR Ivarth, 2010)

⁹ (GEOFFREY, Randall, 2010)

dentro de un espacio definido, en un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo. Adicionalmente, indica si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente.

Cuando el estudio se hace como paso inicial de un propósito de inversión, permite conocer el tamaño del negocio por instalar, las provisiones convenientes para la ampliación posterior, mostrando los canales de distribución acostumbrados para el tipo de bien o servicio que se desea colocar y cuál es su funcionamiento.

Mercado

El mercado puede ser un lugar físico y también se refiere a las transacciones de un cierto tipo de bien o servicio, en cuanto a la relación existente entre la oferta y la demanda de los mismos.²⁷

Producto.- “El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos”.¹

Precio.- Es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el **precio** es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio”¹⁵

Plaza.- “La **distribución** es una herramienta de la mercadotecnia que incluye un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible

²⁷ (SIERRA, RODRÍGUEZ, Javier, 2010; BON)

¹ (BONTA, Patricio y Faber, Mario)

¹⁵ (KLOTTER, Philip & ARMSTRONG, Gary)

para el cliente final (consumidor o usuario industrial) en las cantidades precisas, en condiciones óptimas de consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan y/o desean”.

Publicidad.- La publicidad es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que es pagada por un patrocinador identificado (empresa lucrativa, organización no gubernamental, institución del estado o persona individual) para informar, persuadir o recordar a un grupo objetivo acerca de los productos, servicios, ideas u otros que promueve, con la finalidad de atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, seguidores u otros.

Promoción.- "La promoción es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos y/o servicios que se comercializan"

Demanda.-“Conjunto de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir a cada nivel de precios, manteniéndose constantes el resto de las variables”.⁷

Demanda Efectiva.- Es aquella que se expresa en las unidades realmente adquiridas por el mercado en un lapso de tiempo dado; dicha demanda suele ser el mejor indicador del grado de logro de resultados en la empresa.

Demanda Real.- Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de un producto, en el mercado.²⁸

⁷ (FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, Esteban , 2010)

²⁸ (Universidad Nacional de Loja)

Demanda Total.- La demanda total del mercado para un producto es el volumen total que adquiriría un grupo de clientes definido, en un área geográfica definida, dentro de un período definido, en un ambiente de mercadeo definido, bajo un programa de mercadeo definido.

Demanda Potencial.- La demanda potencial es la máxima demanda posible que se podría dar para uno o varios productos en un mercado determinado.

Demanda Actual.- Consiste en determinar en cifras, las cantidades y precios de los productos iguales o similares que se consumen (incluida la demanda insatisfecha)

Demanda Insatisfecha.- Es aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto. Existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta.

Proyección de la Demanda.- Se refiere fundamentalmente al comportamiento que esta variable pueda tener en el tiempo, suponiendo que los factores que condicionaron el consumo histórico del bien "Z" actuaran de igual manera en el futuro.

Análisis de precios.- Para el análisis de precios se debe considerar lo siguiente:

Precio.- El precio es la cantidad de dinero o de otros objetivos con utilidad necesaria para satisfacer una necesidad que se requiere para adquirir un producto.

Estrategias de precios.- Como resultado del análisis de la situación en función de las diversas variables analizadas, la empresa deberá decidir el tipo de estrategia de precios a utilizar. Las más usadas son:

- Precios en función de los costos más un porcentaje de utilidad por producto vendido.
- Precios en función de los costos totales más un monto correspondiente al

objetivo empresarial de rendimiento sobre la inversión.

- Precios en función de los competidores y en función de la demanda.¹⁰

OFERTA

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores o prestadores de servicios están decididos a poner a la disposición del mercado a un precio determinado.

Análisis de la oferta.- El propósito del análisis de la oferta es definir y medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, opera en función de una serie de factores, como el precio del producto o servicio en el mercado, entre otros. La investigación de campo que se utilice deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrolle el proyecto.

Proyección de la oferta.- Estimación a base del análisis de la oferta de personas tanto internas como externa a la organización.

Oferta global.- Es el conjunto de bienes y servicios, producidos internamente o en el exterior, de los cuales dispone un país para satisfacer sus necesidades de consumo, formación de capital y exportaciones.²²

ESTUDIO TÉCNICO.- Permite la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada y, obviamente, la selección del modelo tecnológico y administrativo idóneo que sean consecuentes con el comportamiento del mercado y las restricciones de orden financiero. El estudio técnico comprende los siguientes aspectos:²⁶

¹⁰ (GIL, ESTALLO, Ma. de los Ángeles,GINER de la FUENTE Fernando, 2013)

²⁶ (RODRÍGUEZ VALENCIA, Joaquín)

²² (MIRANDA,M. Juan José, 2006)

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

Tamaño

El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto, es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados.

“Capacidad instalada.- Es el nivel máximo de producción o de prestación de servicios que los trabajadores con la maquinaria y equipos e infraestructura disponible pueden generar.

Capacidad utilizada.- O también llamada real, es el porcentaje de la capacidad instalada que se alcanza, teniendo en cuenta las contingencias de producción y ventas.²¹

“Tamaño de proyecto-demanda.- Es el factor más importante porque de la demanda depende el proyecto, si hay suficiente demanda la empresa tendrá mayor su capacidad instalada, y sin no hay demanda, mejor es no ejecutar el proyecto, es muy riesgoso.

Tamaño de proyecto-suministros e insumos.- Teniendo suficiente demanda es lógico que la empresa requiera de suministros e insumos, por lo cual se recomienda realizar una buena planificación a través de un programa de producción.

Tamaño de proyecto-tecnología y equipos.- Una empresa debe estar consciente de que no puede utilizar una maquinaria demasiado cara y sofisticada

²¹ (MEZA,OROZCO, Jhonny de Jesús, 2013)

y en caso de no tener un mercado o demanda que pueda justificarse, debe ajustarse a lo que tiene.

Tamaño de proyecto-financiamiento.- La empresa debe percatarse de tener suficiente demanda, para endeudarse en maquinaria, lo que debe hacerlo en las mejores condiciones ofertadas por las empresas e entidades financieras.

Tamaño de proyecto-organización.- “Es de suma importancia contar con el personal adecuado para la empresa, evitando contratar personal excesivamente caro e incapaz por el solo hecho del costo de la mano de obra que implica”.¹¹

LOCALIZACIÓN.- El objetivo de la localización es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. La localización de un proyecto está orientada en dos sentidos: hacia el mercado consumidor o hacia el mercado de insumos o materia primas, dependiendo de que se agregue o no volumen al producto.

FUERZAS LOCACIONALES.- Las variables consideradas en cualquier nivel de aproximación se suelen llamar “fuerzas locacionales” y se las puede jerarquizar en tres categorías:

1. Los costos de transporte tanto de insumos como de productos,
2. la disponibilidad de insumos y sus condiciones de precio
3. Factores como:
 - Condiciones de orden fiscal y tributario
 - Existencia suficiente y adecuada de infraestructura(vías, energía, comunicaciones, educación, salud)

¹¹ (Guía de Estudio del IX Módulo de la Universidad Nacional de Loja., 2004)

- Políticas de desarrollo urbano o rural.
- Condiciones generales de vida
- Condiciones meteorológicas(temperatura, humedad)
- Precio de la tierra.

INGENIERÍA DEL PROYECTO

El estudio de Ingeniería del proyecto aporta los datos técnicos y económicos que faciliten establecer sus costos de construcción y explotación. Deben identificarse problemas de carácter técnico en la ejecución o aquellos que limiten la concreción del proyecto. En este estudio deben definirse los requerimientos de mano de obra, insumos, obras civiles, maquinaria, equipos para construcción y funcionamiento del proyecto.

Proceso de producción.- Es aquel en el que se transforman las materias primas en productos terminados mediante aplicación de una determinada tecnología, en el caso de la empresa comprende el almacenamiento de las materias primas, la transformación de productos terminados y su posterior almacenamiento, hasta que se realice su venta.²³

Diagrama de flujo.- Esquema o dibujo del movimiento de materiales productos o personas. Estos diagramas ayudan a entender, analizar y comunicar un proceso.

Diagrama de procesos.- Comprenden símbolos de tiempo y distancia, con la finalidad de ofrecer de una forma objetiva y estructurada para analizar y registrar

²³ (MIRANDA,M. Juan José, 2006)

las actividades que conforman un proceso. Permiten centrar la atención en las actividades que agregan valor.²⁵

Equipo e instalaciones.- “El proceso productivo permite determinar las actividades a realizar, así como el equipo, herramientas e instalaciones requeridas para llevar a cabo la elaboración reproducción y / o servicios de la empresa”.²⁹

Distribución de la planta.- Todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido establecer las características del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios.

Diseño de la planta.- Se refiere a la forma como estará definida la estructura física del edificio tomando en cuenta futuras ampliaciones.

Estudio Organizacional.- Tiene como propósito definir la forma de organización que requiere la unidad empresarial, con base a sus necesidades funcionales y presupuestales. Comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a funcionar la empresa, la determinación de la estructura organizacional más adecuada las características y necesidades del proyecto, y la descripción de los procedimientos y reglamentos que regularán las actividades durante el periodo de operación. Mediante este estudio se concretan todos los aspectos concernientes a la nómina personal y a la remuneración prevista para cada uno de los cargos.

²⁵ (RENDER, Barry, 2004)

²⁹ (Univesidad Técnica Particular de Loja., 2006)

La estructura organizacional de la empresa se hace mediante una representación gráfica, el organigrama que al mismo tiempo nos muestra los elementos del grupo y sus relaciones respectivas.

Estudio financiero.- Comprende la inversión, la proyección de ingresos, gastos y formas de financiamiento que se prevén para todo el periodo de su ejecución y operación. El estudio deberá demostrar que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles.¹³

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y LEGAL

“La agrupación de personas con fines de adelantar labores mancomunados, ya sea con fines de lucro o no, se suelen denominar “sociedades”, y que una vez constituida legalmente forman una persona jurídica distinta de los socios individualmente considerados”.²²

Estructura organizacional.- Corresponde al modo de reparto de las tareas y las responsabilidades dentro de la organización de la empresa para el mantenimiento de la estabilidad del sistema, mecanismos de coordinación entre las unidades y los individuos incluidos en la organización.

Niveles jerárquicos.- Se define como los diversos “escalones o posiciones” que ocupan en la estructura organizacional los cargos o las personas que los ejercen y que tienen suficiente autoridad y responsabilidad para dirigir o controlar una o más unidades administrativas”.

¹³ (ILPES, Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social, 2006)

²² (MIRANDA, Juan José)

Organigrama.- Representa el esquema de las relaciones entre los individuos y las actividades dependiendo del grado de complejidad del sistema y de la forma en que dicha relaciones se lleva a cabo.

Manual de funciones.- Es un instrumento o herramienta de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa ya que estos podrán tomar las decisiones más acertadas apoyados por las directrices de los superiores, y estableciendo con claridad la responsabilidad, las obligaciones que cada uno de los cargos conlleva.²⁷

ESTUDIO ECONÓMICO - INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

Inversión

Se define como el proceso por el cual se vinculan recursos financieros líquidos a cambio de la expectativa de obtener beneficios, también líquidos de tiempo de nominados vida útil de la inversión.

Presupuesto.- El presupuesto es la expresión monetaria de los ingresos y gastos necesarios para la ejecución del proyecto.

Inversiones fijas.- Se denomina al conjunto de bienes tangibles (edificio, maquinaria y equipo) que utilicen los contribuyentes para la realización de actividades empresariales, los cuales sufre desgaste físico o demérito por el tiempo y por el uso en el servicio.

Inversiones circulantes.- Así se llaman a todas las propiedades de una empresa que están disponibles o casi disponibles en términos de dinero efectivo. Generalmente incluye: dinero en caja y bancos, cuentas por cobrar, valores en instructores financieras, inventarios de materias primas, inventarios de productos en proceso y tránsito e inventario de productos terminados.

Capital de trabajo.- El capital de trabajo (también denominado capital corriente, capital circulante, capital de rotación, fondo de rotación o fondo de maniobra), que es el excedente de los activos de corto plazo sobre los pasivos de corto plazo, es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo. Se calcula restando, al total de activos de corto plazo, el total de pasivos de corto plazo.⁸

FINANCIAMIENTO

Las fuentes de financiación son todos aquellos elementos que permiten a una empresa contar con los recursos financieros necesarios para el cumplimiento de sus objetivos de creación, desarrollo, posicionamiento y consolidación empresarial.

Fuentes internas de financiamiento.- Las fuentes internas de financiamiento son fuentes generadas dentro de la misma empresa, como resultado de sus operaciones y promoción, dentro de las cuales están: incremento de pasivos , utilidades reinvertidas, aportaciones de los socios, venta de activos, depreciaciones y amortizaciones, emisión de acciones

⁸ (GALLARDO CERVANTES, Juan, 2002)

Fuentes externas de financiamiento.- Existen fuentes externas de financiamiento, y son aquellas otorgadas por terceras personas tales como: proveedores, anticipo de clientes, bancos (créditos, descuento de documentos), acreedores diversos (arrendamiento financiero), público en general (emisión de obligaciones, bonos, etc.)

Usos de fondos.- Son esquemas financieros que facilitan la integración de datos, mostrando cual es el origen o fuente de financiamiento tanto interno o externo de las inversiones de un proyecto.⁵

COSTOS E INGRESOS

COSTOS

El costo se define como un recurso que desprende la empresa para poder lograr un objetivo específico. Comúnmente los costos se miden como el importe monetario que se debe dar a cambio, para adquirir bienes o servicios.

Costo Primo.- Es el costo de aquellos insumos que se incorporan al producto terminado en forma directa.

Gastos de fabricación.- Aquí se incluyen la mano de obra indirecta, servicios como electricidad, teléfono, agua, combustible, repuestos, mantenimiento, depreciación, etc.

Gastos Son los desembolsos y deducciones causados por la administración de la empresa

⁵ (FACULTAD DE CONTADURIA Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.FUENTES DE FINANCIAMIENTO A MEDIANO Y LARGO PLAZO Y SU COSTO)

Gastos de administración y ventas.- Son parte de este rubro las remuneraciones del personal de administración y ventas que se refieren a los sueldos, salarios y prestaciones sociales.

Costos.- Son los gastos que se aplican sobre aquellos rubros que permiten obtener el producto elaborado o servicio final. En un proyecto en general, permiten obtener la realización del mismo y su funcionamiento.

Costos Indirectos.- Se considera como costo indirecto a cualquier costo de fabricación o de producción indirecto para un producto o servicio, esto es salarios de los supervisores de la fábrica, la depreciación de la maquinaria y el equipo de producción, así como los seguros y los costos de servicios generales relacionados con las instalaciones de producción

Costos de producción.- representa todas las operaciones realizadas desde la adquisición del material, hasta su transformación en artículo de consumo o de servicio, integrado por material, sueldos salarios y gastos indirectos de producción

Costos Fijos.- Son aquellos en los que incurre la empresa y que en el corto plazo o para ciertos niveles de producción, no dependen del volumen de productos.

Costos Variables.- Costo que incurre la empresa y guarda dependencia importante con los volúmenes de fabricación.

Gastos Financieros.- “Son los intereses a ser pagados por los préstamos previstos, según plazos concedidos y las tasas de interés vigentes para el momento de la formulación del proyecto”.²⁰

INGRESOS

Son estimaciones de dinero que dependen del rigor de estudio de mercado y están sujetos al comportamiento del mercado.

Flujo de caja.- El flujo de Caja llamado también flujo de efectivo, presupuesto de caja o cash flow. Resume las entradas y salidas de efectivo que se estiman ocurrirán en un periodo próximo, comparándolas y asimilándolas al saldo inicial al principio del año, ayudando a estimar las necesidades de efectivo de la empresa en diversas épocas del año.

Estado de Pérdidas y Ganancias.- También conocido como Estado de Resultados. Muestra la rentabilidad de la empresa a una fecha específica. Representa la cantidad que se erogó en el periodo y los rubros en los que se erogó, combinándose con la cantidad que la empresa logró ingresar y fuentes de donde provinieron los recursos, dando a conocer si el negocio es rentable o no.

Punto de equilibrio.- es la cifra de ventas que se debe alcanzar en un periodo de tiempo determinado para no perder ni ganar dinero.⁴

²⁰ (MEJÍA GUITIERREZ ,Alonso)

⁴ (Douglas R. Emery,John D. Finnerty,John D. Stowe)

EVALUACIÓN FINANCIERA

La Evaluación Financiera de Proyectos es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto.

Valor actual neto (VAN).- Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, también actualizado, de las inversiones y otro egresos en efectivo. La tasa que se utiliza para descontar los flujos es el rendimiento mínimo aceptable de la empresa, por debajo del cual los proyectos no deben ser aceptados.

El VAN se puede representar así:

Fórmula Valor Actual Neto

$$VAN = \sum \frac{BNt}{(1+i)^t} - I_0$$

Dónde:

VAN = Valor actual neto

BNt = Beneficios netos

Io = Inversión inicial

1 = Constante matemática

i = Tasa de descuento

t = Tiempo.

Tasa interna de retorno (TIR).- Es la tasa que descuenta los flujos asociados con un proyecto hasta un valor exactamente de cero.

Fórmula de la TIR

$$\text{Formula: } TIR = \sum \frac{BNt}{(1+r)^t} - I_0 = 0$$

Dónde:

TIR = Tasa interna de retorno

r = Tasa interna de retorno

Se utiliza la TIR como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto, tomando como referencia:

Si la TIR > que costo de oportunidad o de capital, se acepta el proyecto

Si la TIR = que costo de oportunidad o de capital, la realización de inversión a criterio del inversionista.

Si la TIR < que costo de oportunidad o de capital, se rechaza el proyecto

Período de recuperación de capital (PRC).- Período que se requiere para que los ingresos netos de una inversión sean iguales al costo de la inversión.

Fórmula Periodo de recuperación del capital

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros flujos}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}$$

RELACIÓN BENEFICIO/COSTO (B/C).- “Representa cuanto se gana por encima de la inversión efectuada. Igual que el VAN y la TIR, el análisis de beneficio-costos se reduce a una sola cifra, fácil de comunicar en la cual se basa la decisión. Solo se diferencia del VAN en el resultado, que es expresado en forma relativa.

Fórmula

$$\text{Relacion Costo Beneficio} = \frac{\text{VAN de los beneficios}}{\text{VAN de los costos}}$$

Análisis de sensibilidad del proyecto.- es un método de análisis que asigna diversos valores posibles a una variable específica con el fin de evaluar su impacto en el rendimiento económico de un proyecto y medir el valor actual neto (VAN) resultante,

Fórmula

$$\text{Análisis de sensibilidad del proyecto} = \frac{(VAN_n - VAN_e)}{VAN_e}$$

Dónde:

VAN_n = nuevo VAN obtenido

VAN_e =VAN antes de realizar el cambio en la variable.¹⁴

¹⁴ (JIMÉNEZ Francisco, ESPINOZA , Carlos y FONSECA ,Leonel, 2007)

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Materiales Utilizados

- ❖ Ordenador
- ❖ Calculadora
- ❖ Hojas de papel bond
- ❖ Materiales de escritorio
- ❖ Pen-drive
- ❖ Esferográficos

Materiales Económicos: Los materiales utilizados en el presente cuadro

CUADRO 1

Insumos	Ingresos	Egresos
Aporte personal	2.990,00	
Material de Escritorio		290,00
Costo invertido en equipo de computación para levantamiento tipográfico de documentos		1.500,00
Costo invertido en recolección de información, planificación y ejecución del trabajo		350,00
Costo de movilización		200,00
Costo de alimentación		150,00
Costo en Medios de Comunicación		250,00
Costo servicio de internet		250,00
TOTAL		2.990,00

MÉTODOS

Todo proyecto es necesario ejecutarlo en base a métodos y técnicas que permitan su buen desarrollo del mismo, por ello se detallan los utilizados:

Método Descriptivo.- Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de realidades de hecho, su característica fundamental, es la de presentación correcta, se la utilizó para puntualizar detalladamente lo referente al mercado, oferta, demanda satisfecha e insatisfecha así como el proceso de producción, distribución y comercialización de los productos a ofertar.

Método analítico- sintético.- El método analítico de investigación consiste en la desmembración de un todo, en sus partes o elementos para observar las causas, naturaleza y efectos. El método sintético es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis. Constituyó un método para la verificación de estudio de mercado y la evaluación financiera, determinando el efecto de la problemática existente, lo que permitió diferenciar ordenadamente los componentes del proyecto propuesto

Método inductivo-deductivo.- Es aquél que parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar su validez. La inducción va de lo particular a lo general. Su aplicación permitió determinar la factibilidad de implementar la empresa, deduciendo los resultados de las encuestas que se aplicaron y establecer las conclusiones y recomendaciones.

Método Estadístico.- El método estadístico consiste en una serie de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación. Se lo utilizó para presentar los resultados obtenidos a través de cuadros y gráficos, haciendo más viable la interpretación del proyecto.

TÉCNICAS

Para el desarrollo del proyecto de investigación se utilizó como técnica de investigación, la encuesta

Encuesta.- Con la finalidad de recabar la mayor cantidad de información acerca de la oferta y demanda de marcos y molduras en madera, se aplicó 2 tipos de encuestas, la una dirigida a los 32 artesanos agremiados dedicados al arte de la pintura, espejos, bordado, dibujos y fotografías, en el Cantón Santa Rosa para determinar la demanda y la otra dirigida a 20 propietarios de almacenes y distribuidores de marcos y molduras en madera para determinar la oferta existente en el Cantón.

Distribuidores de marcos y molduras en madera del Cantón Santa Rosa

Para la investigación se procedió a recopilar datos aplicando una encuesta a 20 propietarios de almacenes y distribuidores de marcos y molduras en madera del Cantón Santa Rosa, provincia de El Oro.

1.-<u>DECOARTE:</u> Calle.- Av. Vargas y Dr. Wilson Ollague	11.-<u>TALLER EMANUEL</u> Los Ríos y Teresa Arcaya
2.-<u>COMERCIAL BERNAVE:</u> Calle Voltaire Paladines y Antonio José de Sucre	12.-<u>MADEARTE</u> Calle La quinta y Los Ríos
3.-<u>MARCOS Y MOLDURAS JAPON</u> Calle Coronel Félix Vega Dávila y Colon	13.-<u>TALLER CENTRAL</u> Calle Joffre Lima
4.-<u>COMERCIAL MI ROSITA</u> Calle Tercera transversal y L4	14.- <u>MARQUETERIA MATHIAS</u> Calle Marlene Nieto
5.-<u>TALLER JOSE CARLOS</u> Calle kinver Estello y Manuela Muñoz	15.-<u>MARCOS Y MOLDURAS AÑAZCO</u> Av. Colon y Quito
6.-<u>TALLER ROJAS</u> Sixto Duran Ballén y av. Quito	16.-<u>DIGITAL CENTER</u> Calle Sucre y Octavio Ochoa
7.-<u>MARCOS Y MOLDURAS ROMA</u> Calle Teresa Arcaya y Sixto Duran	17.-<u>SUPER FOTO</u> El Oro y Colon
8.-<u>TALLER ROMERO</u> Av. Loja cdla Las Palmeras	18.-<u>MARCOS Y MOLDURAS RAMON</u> Calle Libertad y Cuenca
9.-<u>TALLER JIREH</u> Av. Panamericana	19.- <u>MARCOS Y MOLDURAS LA MODERNA</u> Calle Sucre y Octavio Ochoa
10.-<u>TALLER SANTA ROSA</u> Sixto y Vicente Betancourt	20.- <u>TALLER CHALO</u> Calle Olmedo y El Oro

Segmentación del mercado.- La muestra estuvo dirigida a los artesanos de pintura, bordado, dibujos, espejos y fotografía así como a propietarios de almacenes y distribuidores de marcos y molduras en madera, ya que son ellos quienes consumen y venden el producto.

Tamaño de la muestra.- Para determinar el número de encuestas a realizar, se tomó de base los datos otorgados por el Servicio de Rentas Internas de Santa

Rosa, quienes informaron que el número de artesanos en madera, pintura, espejos, fotografía y dibujo es de 32 personas.

Cálculo de la muestra

Población: Para conocer el número de artesanos existentes en el cantón Santa Rosa se consideró el total de agremiados en el año 2013 que es de 680 con una tasa de crecimiento del 15,50%.

PROYECCIÓN DEL TAMAÑO DE LA POBLACIÓN ARTESANAL

$$\text{POBLACIÓN PROYECTADA} = (\text{POBLACIÓN ACTUAL} * \text{TASA DE CRECIMIENTO}) + \text{POBLACIÓN ACTUAL}$$

Tamaño Muestral: En la ciudad de Santa Rosa existen en el año 2014 32 artesanos de pintura, bordado, dibujos, espejos y fotografía, según datos del Gremio de Artesanos, por lo que no hubo necesidad de determinar el tamaño de la muestra.

f. RESULTADOS

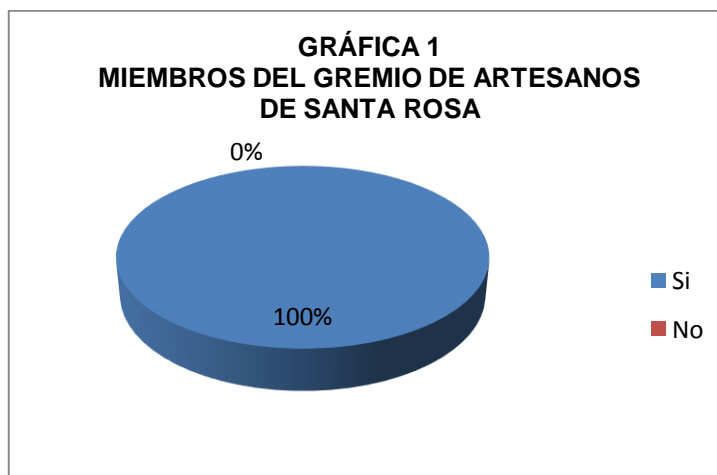
Pregunta N°1

¿Es Ud. miembro activo del gremio de artesanos de madera, pintura, espejos, fotografía y dibujo de Santa Rosa?

CUADRO 2
MIEMBROS DEL GREMIO DE ARTESANOS DE SANTA ROSA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	32	100%
NO	0	0%
Total	32	100%

Fuente: Encuesta a miembros del gremio de artesanos de Santa Rosa
Elaboración: La Autora



Fuente: Encuesta a miembros del gremio gremio de artesanos de Santa Rosa
Elaboración: La Autora

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 100% de los encuestados pertenece al gremio de artesanos de madera, pintura, espejos, fotografía y dibujo de Santa Rosa, lo que determina que los existen 32 agremiados, conforme datos obtenidos en el Gremio de Artesanos de Santa Rosa.

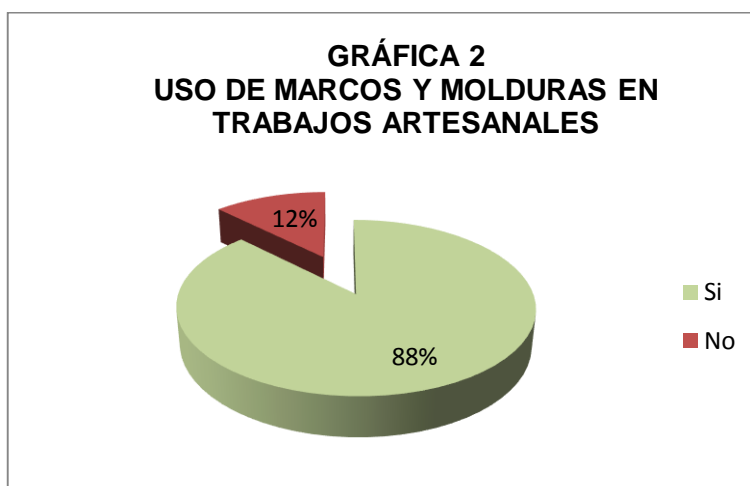
Pregunta N° 2

¿Utiliza marcos y molduras de madera en sus trabajos artesanales?

CUADRO 3
USO DE MARCOS Y MOLDURAS EN TRABAJOS
ARTESANALES

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	28	88%
NO	4	12%
Total	32	100%

Fuente: Encuesta a miembros del gremio de artesanos de Santa Rosa
Elaboración: La Autora



Fuente: Encuesta a miembros del gremio de artesanos de Santa Rosa
Elaboración: La Autora

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

Con respecto a la utilización de marcos y molduras en madera en los trabajos manuales elaborados por los artesanos el 88% los utiliza, mientras que el 12% no lo hace. Estableciéndose que la empresa tendría una gran acogida por cuanto se utilizan marcos y molduras para los trabajos elaborados.

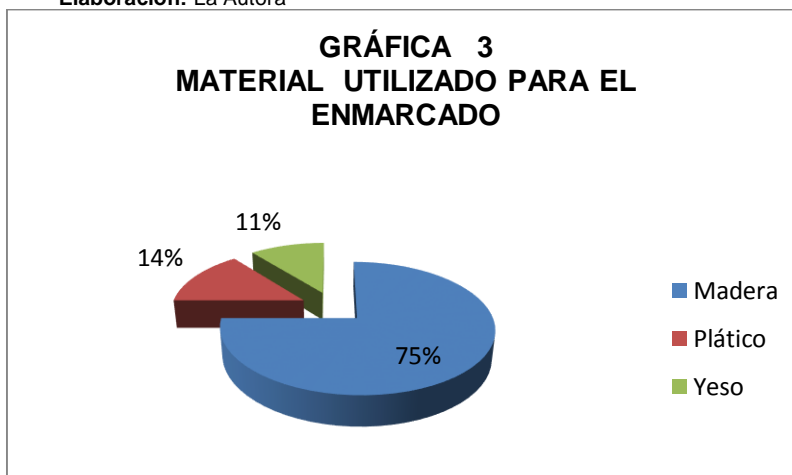
Pregunta N°3

¿Qué material utiliza para enmarcar los marcos y molduras para sus artesanías?

CUADRO 4
MATERIAL UTILIZADO PARA EL ENMARCADO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Madera	21	75%
Plástico	4	14%
Yeso	3	11%
Total	28	100%

Fuente: Encuesta a miembros del gremio de artesanos de Santa Rosa
Elaboración: La Autora



Fuente: Encuesta a miembros del gremio de artesanos de Santa Rosa
Elaboración: La Autora

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

El 75% de los encuestados utilizan la madera como material para enmarcar los marcos y molduras; el 14%, plástico; 11% yeso. La mayoría de los artesanos enmarcan sus artesanías en madera.

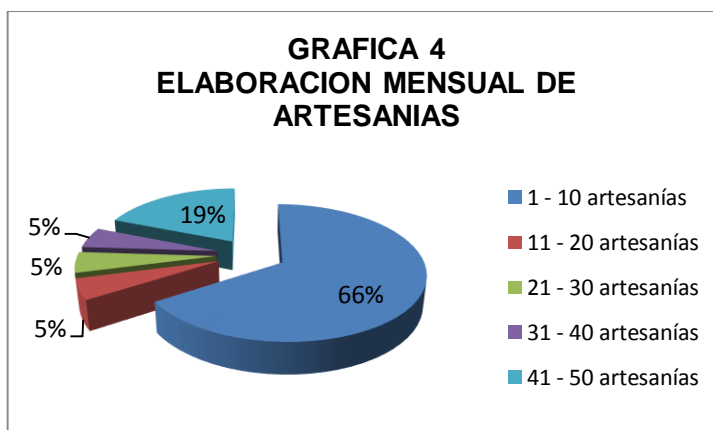
Pregunta N° 4.

¿Cuántas artesanías enmarcadas en madera elabora mensualmente?

CUADRO 5
ELABORACIÓN MENSUAL DE ARTESANÍAS

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 - 10 artesanías	14	66%
11 - 20 artesanías	1	5%
21 - 30 artesanías	1	5%
31 - 40 artesanías	1	5%
41 - 50 artesanías	4	19%
Total	21	100%

Fuente: Encuesta a miembros del gremio de artesanos de Santa Rosa
Elaboración: La Autora



Fuente: Encuesta a miembros del gremio de artesanos de Santa Rosa
Elaboración: La Autora

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Del 100% de los encuestados, el 66%, elabora entre 1 a 10 artesanías mensualmente, el 5%, entre 11 a 20; entre 21 a 30 y entre 31 a 40 y el 19% restante entre 41 a 50 artesanías. Por consiguiente el mayor porcentaje elaboran entre 1 a 10 artesanías al mes.

Consumo Per cápita

Para determinar el consumo individual per cápita se aplicó la siguiente fórmula:

$$x = \frac{E f \cdot x_m}{N}$$

Dónde:

X= Consumo promedio mensual.

f= Frecuencia.

X_m= Punto medio.

N= Universo.

E=margen de error

CUADRO 6

CONSUMO PER CAPITA DETERMINACIÓN CONSUMO PER CAPITA

Alternativa	Frecuencia	X _m	F*M
1-10	14	5,5	77
11-20	1	15,5	15,5
21-30	1	25,5	25,5
31-40	1	35,5	35,5
41-50	4	45,5	182
TOTAL	21		335,5

Fuente: Cuadro N° 5
Elaboración : La Autora

INTERPRETACIÓN: El consumo per cápita se obtuvo dividiendo **335,5** que es la cantidad del producto para 21 artesanos que utilizan los marcos y molduras en madera para sus artesanías, dando un promedio de 15,98 marcos y molduras por mes. Esta cantidad multiplicada por doce meses que tiene el año, da el siguiente resultado:

15,98 x 12= 192 marcos y molduras por año.

Pregunta N°5

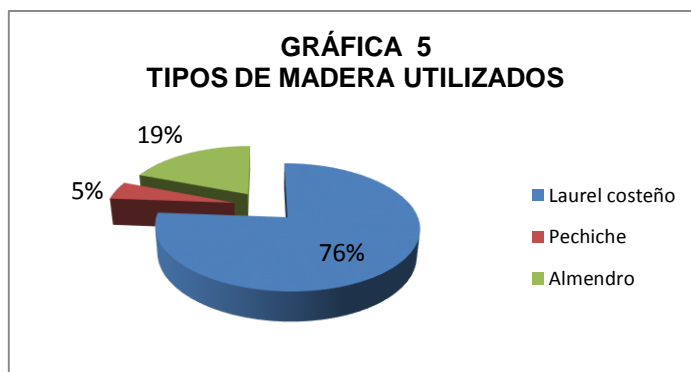
De que de madera utiliza los marcos y molduras para sus artesanías?

CUADRO 7
TIPOS DE MADERA UTILIZADOS

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Laurel costeño	16	76%
Pechiche	1	5%
Almendro	4	19%
Total	21	100%

Fuente: Encuesta a miembros del gremio de artesanos de Santa Rosa

Elaboración: La Autora



Fuente: Encuesta a miembros del gremio de artesanos de Santa Rosa

Elaboración: La Autora

INTERPERTACIÓN Y ANÁLISIS

Con respecto al tipo de madera que utilizan para el enmarcado de sus artesanías, el 76% utiliza laurel costeño, el 5% pechiche, mientras que el 19% utiliza almendro. Lo que determina que la madera que mayor acogida tiene para el enmarcado es el laurel costeño.

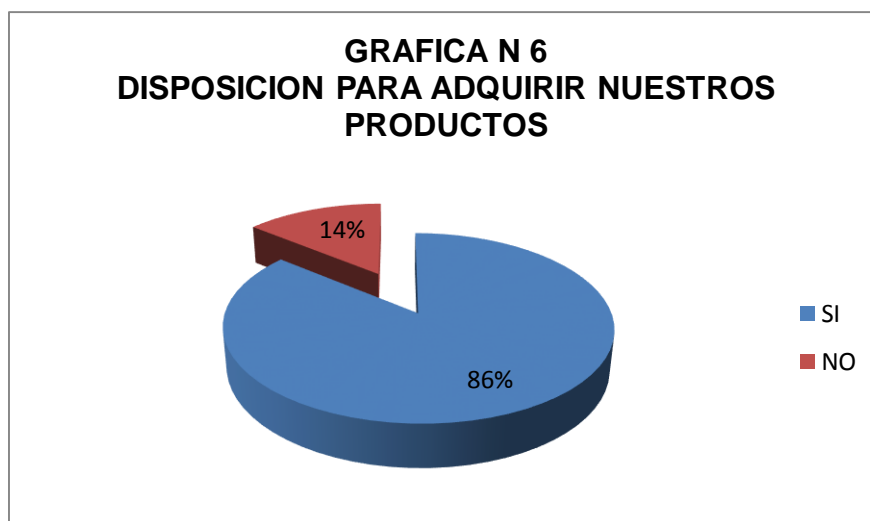
Pregunta N°6

¿Si se creara una empresa de marcos y molduras en madera en el cantón Santa Rosa estaría Ud. dispuesto a adquirirlos?

CUADRO 8
DISPOSICIÓN PARA ADQUIRIR NUESTROS PRODUCTOS

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	18	86%
NO	3	14%
Total	21	100%

Fuente: Encuesta a miembros del gremio de artesanos de Santa Rosa
Elaboración: La Autora



Fuente: Encuesta a miembros del gremio de artesanos de Santa Rosa
Elaboración: La Autora

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

Del 100% de los encuestados, el 86% estaría dispuesto a adquirir los productos en la nueva empresa, mientras que el 14% no lo estaría. En consecuencia la nueva empresa tendría gran acogida dentro del mercado.

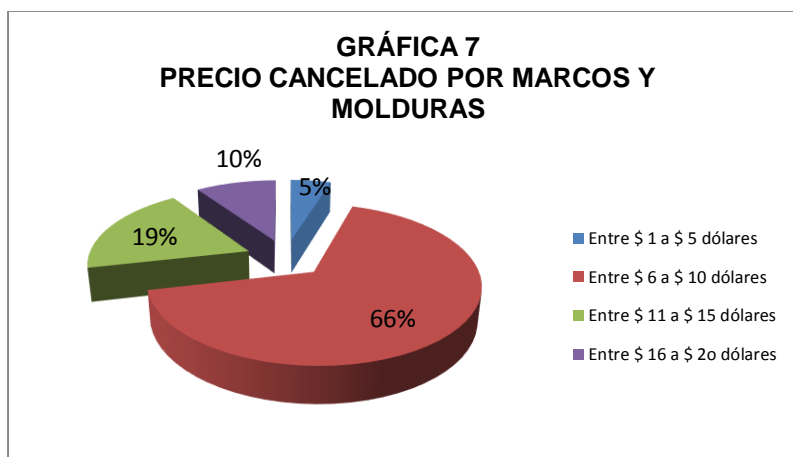
Pregunta N°7

¿Cuál es el precio de los marcos y molduras en madera que Ud. paga?

CUADRO 9
PRECIO CANCELADO POR MARCOS Y MOLDURAS

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre \$ 1 a \$ 5 dólares	1	5%
Entre \$ 6 a \$ 10 dólares	12	66%
Entre \$ 11 a \$ 15 dólares	3	19%
Entre \$ 16 a \$ 20 dólares	2	10%
Total	18	100%

Fuente: Encuesta a miembros del gremio de artesanos de Santa Rosa
Elaboración: La Autora



Fuente: Encuesta a miembros del gremio de artesanos de Santa Rosa
Elaboración: La Autora

INTERPETACIÓN Y ANÁLISIS:

Con respecto al precio que cancelan por la compra de marcos y molduras el 5% cancela entre \$1 a \$ 5 dólares, el 66% entre \$ 6 a 10 dólares, el 19% entre \$11 a \$ 15 dólares, mientras que el 10% restante entre \$16 a \$ 20 dólares. Lo que determina que los precios de los marcos y molduras fluctúan mayoritariamente entre \$6 a \$ 10 dólares.

Pregunta N°8

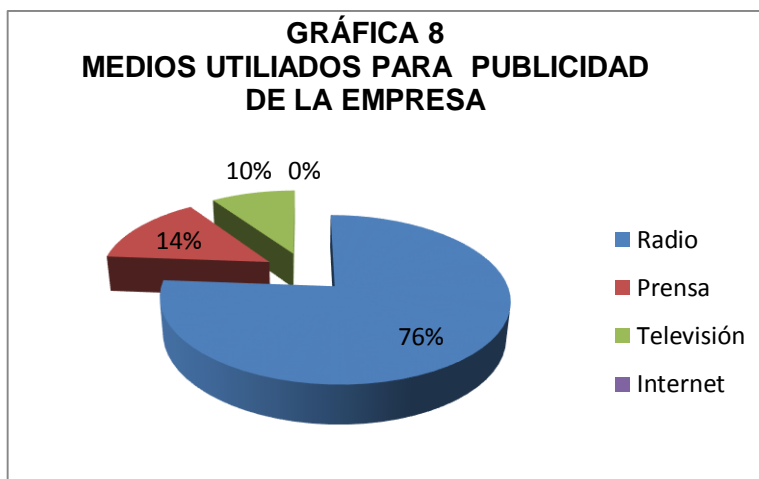
¿Por cuál de los siguientes medios de comunicación realiza la promoción de su producto?

CUADRO 10
MEDIOS UTILIZADOS PARA PUBLICIDAD DE LA EMPRESA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	13	76%
Prensa escrita	3	14%
Televisión	2	10%
Internet	0	0%
Total	18	100%

Fuente: Encuesta a miembros del gremio de artesanos de Santa Rosa
Elaboración: La Autora

GRÁFICA 8
MEDIOS UTILIZADOS PARA PUBLICIDAD DE LA EMPRESA



Fuente: Encuesta a miembros del gremio de artesanos de Santa Rosa
Elaboración: La Autora

INTERPETACIÓN Y ANÁLISIS

Del 100% de los encuestados, el 76% considera que se debería utilizar medios de comunicación como la radio para dar a conocer la empresa y el producto, el 14% que debería utilizarse la prensa, el 10% la televisión. Por consiguiente el medio que mayor acogida tiene para la publicidad es la radio.

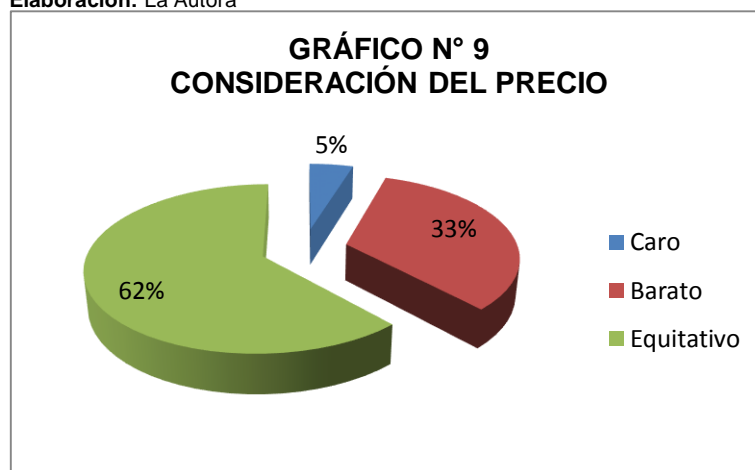
Pregunta N°9

¿El precio al que Ud. compra los marcos y molduras de madera considera?

CUADRO 11
CONSIDERACIÓN DEL PRECIO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Caro	1	5%
Barato	6	33%
Equitativo	11	62%
Total	18	100%

Fuente: Encuesta dirigida al gremio de artesanos de Santa Rosa
Elaboración: La Autora



Fuente: Encuesta a miembros del gremio de artesanos de Santa Rosa
Elaboración: La Autora

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

Con respecto a los precios que se cancelan por la compra de marcos y molduras, un 5% lo considera caro, 33% baratos, mientras que el 62% equitativos. La mayoría considera al precio como equitativo.

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DE SANTA ROSA

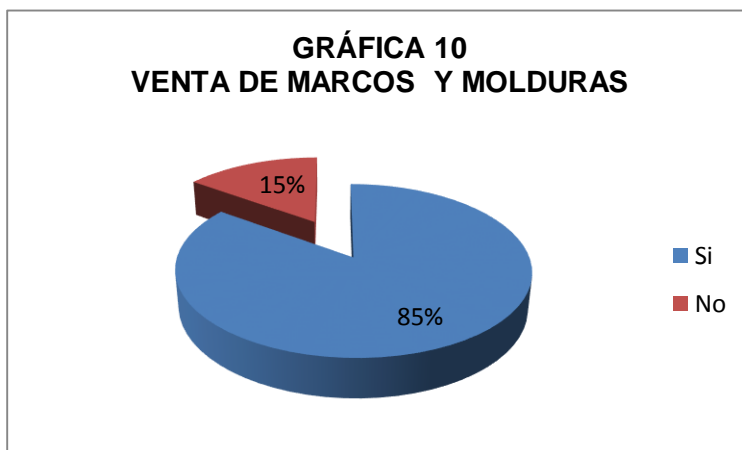
Pregunta N°1

¿Vende Ud. marcos y molduras?

CUADRO 12
VENTA DE MARCOS Y MOLDURAS

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	17	85%
No	3	15%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a comerciantes de Santa Rosa
Elaboración: La Autora



Fuente: Encuesta a comerciantes de Santa Rosa
Elaboración: La Autora

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

El 85% de los encuestados afirma que en su establecimiento se vende marcos y molduras, mientras que el 15% indica que no lo hacen. Lo que determina que sea un producto con gran acogida dentro del mercado.

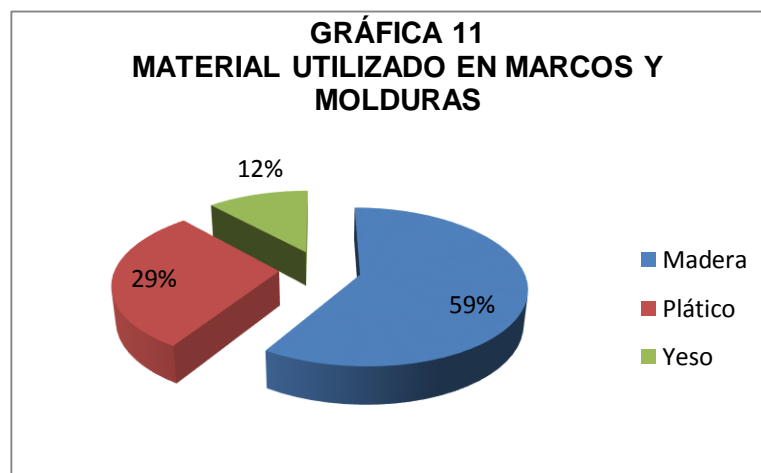
Pregunta N°2

¿De qué material son los marcos y molduras que Ud. vende?

CUADRO 13
MATERIAL UTILIZADO EN MARCOS Y
MOLDURAS

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Madera	10	59%
Plástico	5	29%
Yeso	2	12%
Total	17	100%

Fuente: Encuesta a comerciantes de Santa Rosa
Elaboración: La Autora



Fuente: Encuesta a comerciantes de Santa Rosa
Elaboración: La Autora

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

Del 100% de los encuestados, el 59% venden marcos y molduras de madera; 29% son de plástico; y el 12% de yeso. La mayoría vende marcos y molduras de madera.

Pregunta N°3

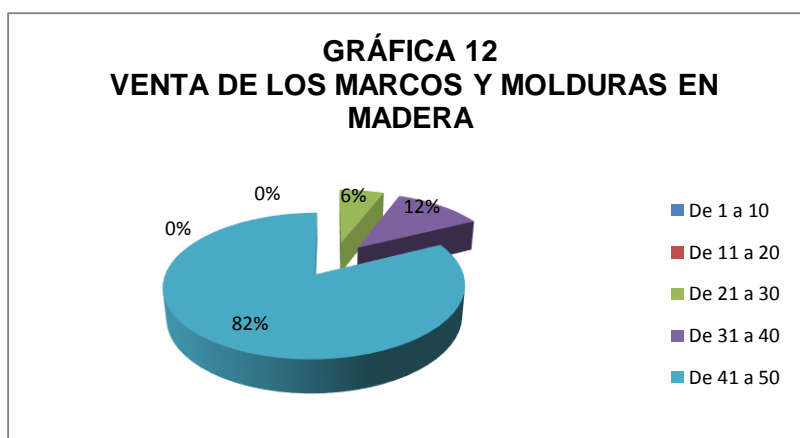
¿Cuántos marcos y molduras en madera vende Ud. semanalmente?

CUADRO 14
VENTA DE LOS MARCOS Y MOLDURAS EN
MADERA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 10	0	0%
De 11 a 20	0	0%
De 21 a 30	1	6%
De 31 a 40	2	12%
De 41 a 50	14	82%
Total	17	100%

Fuente: Encuesta a comerciantes de Santa Rosa

Elaboración: La Autora



Fuente: Encuesta a comerciantes de Santa Rosa

Elaboración: La Autora

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

El 6% de los encuestados vende entre 21 a 30, el 12% entre 31 a 40, mientras que el 82% restante entre 41 a 50 marcos y molduras por semana. Los comerciantes venden semanalmente gran cantidad de marcos y molduras en madera.

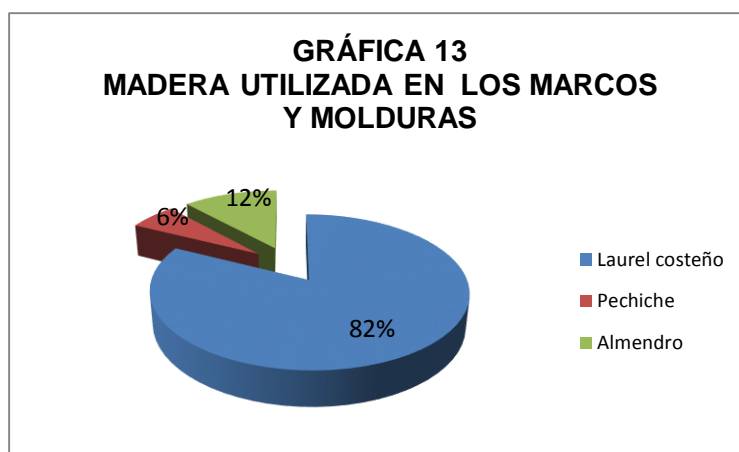
Pregunta N°4

¿De qué madera son los marcos y molduras que Ud. vende?

CUADRO 15
MADERA UTILIZADA EN LOS MARCOS Y
MOLDURAS

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Laurel costeño	14	82%
Pechiche	1	6%
Almendro	2	12%
Total	17	100%

Fuente: Encuesta a comerciantes de Santa Rosa
Elaboración: La Autora



Fuente: Encuesta a comerciantes de Santa Rosa
Elaboración: La Autora

INTEPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

El 82% de los encuestados indica que los marcos y molduras que expende son fabricados de laurel costeño, el 6% de pechiche, mientras que el 12% de almendro. Por consiguiente de marcos y molduras que más se venden son los elaborados en laurel costeño.

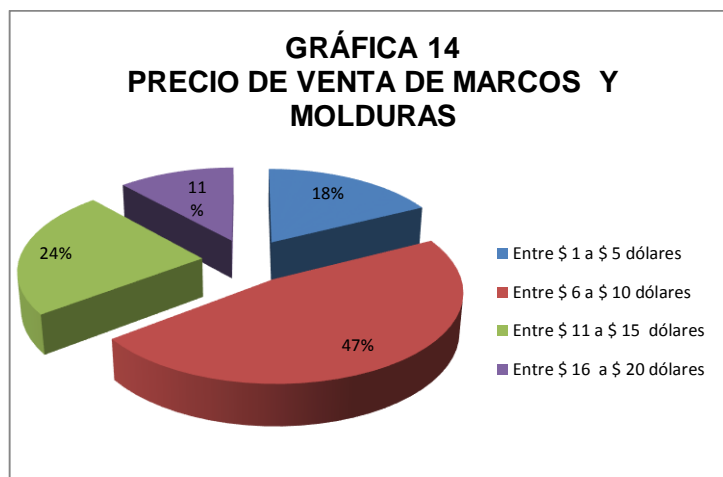
Pregunta N°5

¿Cuál es el precio en el que Ud. vende cada marco y moldura?

CUADRO 16
PRECIO DE VENTA DE MARCOS Y MOLDURAS

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre \$ 1 a \$ 5 dólares	3	18%
Entre \$ 6 a \$ 10 dólares	8	47%
Entre \$ 11 a \$ 15 dólares	4	24%
Entre \$ 16 a \$ 20 dólares	2	11%
Total	17	100%

Fuente: Encuesta a comerciantes de Santa Rosa
Elaboración: La Autora



Fuente: Encuesta a comerciantes de Santa Rosa
Elaboración: La Autora

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

El precio en que expenden los marcos y molduras en un 18% fluctúa entre \$1 a \$5 dólares, el 47% entre \$6 a \$10 dólares, el 24% entre \$11 a \$15 dólares, mientras que el 11% los expenden entre \$16 a \$20 dólares. Lo que determina que los marcos y molduras de madera se venden en precios que van desde \$6 a \$10 dólares.

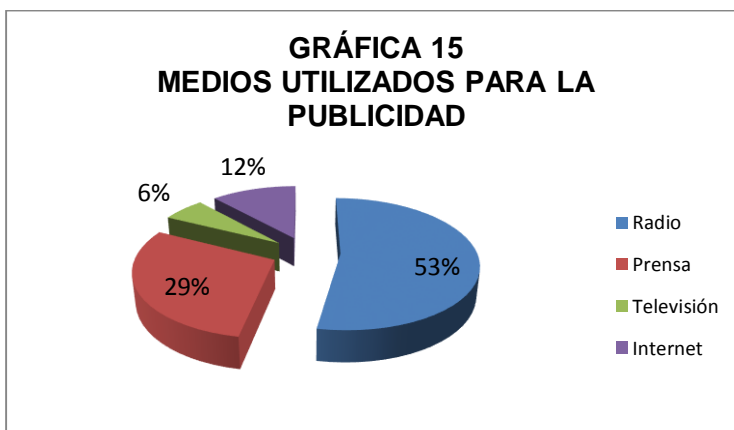
Pregunta N°6

¿En cuál de los siguientes medios realiza Ud. la publicidad del producto?

CUADRO 17
MEDIOS UTILIZADOS PARA LA PUBLICIDAD

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	9	53%
Prensa	5	29%
Televisión	1	6%
Internet	2	12%
Total	17	100%

Fuente: Encuesta a comerciantes de Santa Rosa
Elaboración: La Autora



Fuente: Encuesta a comerciantes de Santa Rosa
Elaboración: La Autora

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:

El 53% de los encuestados indica utilizar la radio para dar a conocer la empresa, el 29% la prensa, mientras que el 6% utiliza la televisión y el 12% el internet. Por consiguiente el medio utilizado para la publicidad empresarial es la radio

g. DISCUSIÓN

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

DEMANDA POTENCIAL

La mayor demanda posible del proyecto estará constituida por 680 artesanos que pertenecen a la Junta de Defensa del Artesano del Cantón Santa Rosa, considerando que la tasa de crecimiento de la población artesanal es del 15,50% anual, según datos de la misma Junta. La demanda potencial para el presente proyecto de una población de 680 artesanos es de 598, que representa el 88% de artesanos que utilizan marcos y molduras en los trabajos artesanales, conforme al cuadro N° 3, pregunta 2 de la encuesta dirigida a los artesanos de la pintura, madera, espejos fotografía y bordados, cuyo resultado se obtuvo de la siguiente manera:

$$680 \times 88\% = 598$$

CUADRO 18

DEMANDA POTENCIAL			
AÑOS	Población Artesanal del Cantón Santa Rosa	88% UTILIZAN MARCOS Y MOLDURAS	DEMANDA POTENCIAL
0	680	88%	598
2014	785	88%	691
2015	907	88%	798
2016	1.048	88%	922
2017	1.210	88%	1.065
2018	1.398	88%	1.230

Fuente: Cuadro N° 3. Junta de Defensa del Artesano
Elaboración: La Autora

DEMANDA REAL

De la respuesta a la pregunta 3, cuadro 4, se determina que el 75% de los artesanos utilizan para el enmarcado de sus artesanías marcos y molduras.

$$598 \times 75\% = 449$$

CUADRO 19

DEMANDA REAL/ ENMARCADO DE ARTESANÍAS

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	% UTILIZADO PARA ENMARCADO DE ARTESANÍAS	DEMANDA REAL
0	598	75%	449
2014	691	75%	518
2015	798	75%	599
2016	922	75%	692
2017	1.065	75%	799
2018	1.230	75%	923

Fuente: Cuadro N° 4 y 18
Elaboración: La Autora

DEMANDA REAL EN MARCOS Y MOLDURAS DE MADERA

Para determinar la demanda real en marcos y molduras de madera se procedió a multiplicar la demanda real de marcos y molduras por el consumo Per cápita anual de cada artesano, obteniéndose el siguiente resultado:

449 X 192 = 86.170 marcos y molduras, conforme se demuestra en el siguiente cuadro.

CUADRO 20

DEMANDA REAL EN MARCOS Y MOLDURAS DE MADERA			
AÑOS	DEMANDA REAL 75%	CONSUMO PER CÁPITA	DEMANDA REAL EN MARCOS Y MOLDURAS
0	449	192	86.170
2014	518	192	99.475
2015	599	192	114.935
2016	692	192	132.803
2017	799	192	153.331
2018	923	192	177.155

Fuente: Cuadro Nº 5 y 19

Elaboración: La Autora

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA

Para determinar la demanda efectiva se procedió de la siguiente manera, de acuerdo a la pregunta Nº 7, cuadro 9, de los 21 artesanos que utilizan marcos y molduras de madera, en el cantón Santa Rosa, provincia de El Oro, 18 equivalentes al 86 % están dispuestos a adquirirlos en nuestra empresa, dando como resultado una demanda efectiva de **74.106** marcos y molduras en madera

**CUADRO 21
DEMANDA EFECTIVA**

AÑOS	DEMANDA REAL EN MARCOS Y MOLDURAS DE MADERA	% UTILIZAN	DEMANDA EFECTIVA
0	86.170	86%	74.106
2014	99.475	86%	85.549
2015	114.935	86%	98.844
2016	132.803	86%	114.210
2017	153.331	86%	131.865
2018	177.155	86%	152.353

Fuente: Cuadro Nº 8 y 20

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Con el objeto de conocer el número de oferentes de marcos y molduras en el cantón Santa Rosa se encuestó a 20 a propietarios de almacenes y distribuidores.

DETERMINACIÓN DE LA OFERTA

Oferta Promedio

Para determinar la oferta total se encuestó al azar a 20 a propietarios de almacenes y distribuidores de marcos y molduras en el cantón Santa Rosa. Conforme a la pregunta 3, cuadro N 15, de la encuesta dirigida a los oferentes, se obtuvo como resultado que solo 17 venden marcos y molduras así: el **6%** de 1-10 marcos y molduras; de 11-20 el **0%**, de 21-30 el **5%**, de 31-40 el **12%** y de 41-50 el **82%**. Para obtener la oferta promedio se determinó la media, se multiplicó por la frecuencia, se sumó los promedios y se multiplicó por 4 semanas que tiene el mes y por los 12 meses que tiene el año.

$733,5 \times 4 = 2.934$ $2.934 \times 12 = 35.208$ al año.

CUADRO 22

DETERMINACIÓN DEL PROMEDIO DE VENTA SEMANAL DE MARCOS Y MOLDURAS			
CANTIDAD	F	Md	PROMEDIO
1-10	0	5,5	0
11-20	0	15,5	0
21-30	1	25,5	25,5
31-40	2	35,5	71
41-50	14	45,5	637
TOTAL	17		733,5

Fuente: Cuadro N° 14
Elaboración: La Autora

CUADRO 23

PROYECCIÓN ANUAL DE LA OFERTA		
AÑO	TASA DE CRECIMIENTO 1%	OFERTA TOTAL
0		35.208
2014	1,0%	35.560
2015	1,0%	35.916
2016	1,0%	36.275
2017	1,0%	36.638
2018	1,0%	37.004

Fuente: Cuadro N° 22. Junta de Artesanos de Santa Rosa
Elaboración: La Autora

CUADRO 24

DEMANDA INSATISFECHA			
AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA TOTAL	DEMANDA INSATISFECHA
0	74.106	35.208	38.898
2014	85.549	35.560	49.989
2015	98.844	35.916	62.928
2016	114.210	36.275	77.935
2017	131.865	36.638	95.227
2018	152.353	37.004	115.349

Fuente: Cuadro N° 21y 23
Elaboración: La Autora

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

El plan de comercialización tiene como finalidad la elaboración y puesta en práctica de un programa en el que se da a conocer la descripción, objetivo, precio, distribución y posicionamiento del producto. Gira alrededor de una idea, que es la de dar respuesta, satisfacer alguna necesidad existente y percibida en el mercado con rentabilidad para la empresa.

PRODUCTO.- *MARCOS Y MOLDURAS “ALVASAN” CIA. LTDA*, ofrece como producto para elaborar y comercializar, marcos y molduras en madera de laurel

costeño, utilizados para enmarcar cuadros en pintura, bordado, dibujos, espejos y fotografía, para la decoración del hogar.

Los marcos y molduras elaborados son de las siguientes dimensiones: 3,5 m de largo X 5cm de ancho.

Nombre de la empresa: **“ALVASAN” CIA. LTDA.**

Producto: **Marcos y Molduras de Madera del Laurel Costeño**

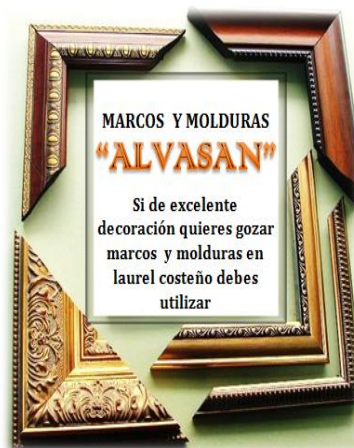
Lugar de elaboración: **Santa Rosa, El Oro, Ecuador**

Tel. **2944538** Cel. **0989681517**

Dirección de la Fábrica: **Vega Dávila entre Av. Sixto Duran Ballén y Víctor Ollague.**

Logotipo: Es la identidad corporativa de una empresa, que se usa para denotar el símbolo de una marca, el nombre de ésta o ambos; el cual es utilizado para que la empresa sea fácilmente identificada.

SLOGAN: Es una expresión o frase corta, concisa y fácil de recordar, que sintetiza la esencia e idea principal de una campaña publicitaria o una marca.



MARCOS Y MOLDURAS “ALVASAN”

Si de excelente decoración quieres gozar, marcos y molduras en laurel costeño debes utilizar

Materia prima: Son productos naturales semielaborados o elaborados básicos que posteriormente se convertirán en bienes aptos para el uso o consumo. La materia prima que va emplear la empresa para la elaboración de los marcos y molduras es: tablones de laurel costeño, pintura para madera, diluyente y laca.

Tamaño: Los marcos y molduras que se va comercializar son para enmarcar cuadros en pintura, bordados, dibujos, espejos y fotografías, de las siguientes dimensiones 3,5 m de largo X 5cm de ancho.

Diseño: se define como un conjunto de procesos que transforman los requisitos en la especificación de un producto. El diseño del producto es clave en todo proceso productivo porque debe satisfacer las necesidades de los clientes y/o consumidores logrando al mismo tiempo el cumplimiento de objetivos empresariales. Los diseños y modelos de marcos y molduras de madera se los llevará a cabo de acuerdo al gusto del cliente y conforme a lo ya establecido, procurando el deleite de todos.

PRECIO

El precio es el valor en moneda que se le asignará a un bien o servicio según corresponda, estará fijado a partir de la ley de la oferta y la demanda, será entonces la solicitud de ese bien de parte de los consumidores y la cantidad de que ofrezcan los productores, lo que determinará el precio en cuestión. Los

costos de producción y la competencia nos permitirán determinar el precio los marcos y molduras en madera lo que facilitará el posicionamiento del producto en el mercado.

El precio del producto estará determinado por el costo unitario de producción más un margen de utilidad y será flexible a los cambios del entorno de mercado, para ello, se iniciará con precios competitivos y de fácil acceso al mercado garantizando así la confianza de los clientes.

PLAZA

Es todo lo relacionado con el recorrido físico del producto antes de llegar al consumidor o cliente. Se trata de la distribución, intermediarios, logística, depósitos o almacenes regionales, recepción, procesado, despacho y entrega de pedidos.

La empresa ha considerado como plaza el Cantón Santa Rosa provincia de El Oro, localizándose en puntos estratégicos de distribución para que los productos sean identificados y adquiridos directamente por el consumidor y así lograr el fin deseado por la compañía en el mercado.

Para la comercialización o distribución del producto se utilizarán dos canales:

Venta directa de la empresa, el consumidor final realizará los pedidos directamente a la empresa, ubicada en el centro de Santa Rosa provincia de El Oro.

- a) **Venta mediante intermediarios**, se la realizará a través de los establecimientos comerciales existentes en el medio producto, minorista y consumidor



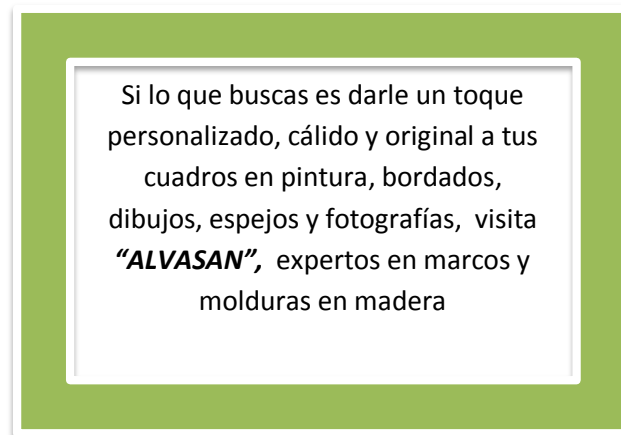
MARCOS Y MOLDURAS “ALVASAN” CIA. LTDA, a través del canal de distribución productor, intermediario y consumidor se espera ingresar al mercado con productos de calidad, innovadores, plasmando en cada diseño la distinción y originalidad de la empresa, satisfaciendo las expectativas del cliente.

El primer canal indica que la empresa **MARCOS Y MOLDURAS “ALVASAN” CIA. LTDA**, venderá marcos y moleduras en madera del productor al intermediario y este al consumidor final.

El segundo muestra que comercializará el producto a través de comerciantes mayoristas, quienes lo distribuirán al usuario final.

PROMOCION Y PUBLICIDAD

La publicidad es el conjunto de actividades que se desarrollan con el propósito de comunicar informar y persuadir a las personas que conforman los mercados objetivos de la empresa, a los distintos canales de comercialización y al público en general la existencia, calidad, y ventajas que ofrece el bien o servicio.



ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico permite proponer y analizar el funcionamiento y la operatividad del proyecto, las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes y servicios que se requieren, verificando la factibilidad de cada una de ellas. El análisis identifica los equipos, maquinaria, materia prima e instalaciones requeridas para el proyecto y los costos. Implica considerar, dónde, cuándo, cuánto, cómo y con qué producir lo que se desea.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

El tamaño de la empresa está definido por la cantidad a producir en función de la fracción del mercado que se desea satisfacer, mientras que la localización de la empresa dependerá del tipo y de las características de la actividad empresarial que se va a desarrollar.

a) TAMAÑO DEL PROYECTO.-

Los aspectos que se toman en cuenta para la determinación del tamaño de la empresa son: el sector económico en el que actuará la empresa, el tipo de

bien o producto que se va a ofertar y el segmento de mercado al que está dirigido el producto o servicio.

En el presente proyecto se ha estimado laborar en jornadas normales de trabajo de 8 horas al día, de lunes a viernes y el mediodía del sábado, de 8H00 a 12H00 y de 14H00 a 18H00, por las 52 semanas que tiene un año económico.

CAPACIDAD INSTALADA.- Es la cantidad máxima de bienes o servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipos de una empresa por unidad de tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas. Se puede medir en cantidad de bienes y servicios producidos por unidad de tiempo.

En el presente proyecto se utilizará una máquina tronadora- lijadora, cuya capacidad es lijar y trocear 20 listones de 3 metros 10 cm/hora; 160/día; 3.200/mes; 38.400/año.

Una máquina tupí o trompo, que servirá para calado y moldurado de los listones, con capacidad de 10 moldurados /hora; 80/día; 1.600/mes; 19.200/año.

Una máquina lijadora, cuya capacidad es lijar 8 molduras/hora por las 2 caras; 48 /día; 352/semana; 1.408/mes y 16.896/año.

Un compresor, cuya capacidad es realizar la pintura de una gran cantidad de marcos y molduras por los dos lados, dependiendo de la viscosidad del material a utilizar para la pintura y acabado de los marcos y molduras. Sin embargo en este caso, solo se considera la pintura por las dos caras de las 8 molduras que lija la maquina anterior, por lo que su capacidad será utilizada así:

8 molduras/hora por las 2 caras; 48 /día; 352/semana; 1.408/mes y 16.896/año.

Para la producción de marcos y molduras en laurel costeño se contará con dos obreros para el manejo de la maquinaria y el proceso productivo que consiste en troceado y lijado de los listones; calado y moldurado; lijado-pintado y acabado del producto.

La capacidad instalada de la máquina se determina conforme al siguiente procedimiento:

38.898 = Demanda Insatisfecha

16.896 = Capacidad instalada

Capacidad máxima de producción:

38.898 100%

16.896 X

$$\frac{16.896 \times 100}{38.898}$$

Se cubrirá el **43,44 %** de la demanda insatisfecha

CUADRO 25

CAPACIDAD INSTALADA			
AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	%	CAPACIDAD INSTALADA
0	38.898	43,44%	16.896
2014	49.989	33,77%	16.896
2015	62.928	26,84%	16.896
2016	77.935	21,69%	16.896
2017	95.227	17,74%	16.896
2018	115.349	14,65%	16.896

Fuente: Cuadro N° 24

Elaboración: La Autora

CAPACIDAD UTILIZADA.- La capacidad utilizada es el volumen máximo de producción que se genera efectivamente en cada uno de los años de la proyección.

CUADRO 26

CAPACIDAD UTILIZADA			
AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	%	CAPACIDAD UTILIZADA
0	16.896		0
2014	16.896	50%	8.448
2015	16.896	60%	10.138
2016	16.896	70%	11.827
2017	16.896	80%	13.517
2018	16.896	90%	15.206

Fuente: Cuadro N° 26
Elaboración: La Autora

b) FACTORES DETERMINANTES DEL PROYECTO

Los factores de localización que influyen en la decisión de la mejor ubicación del proyecto hacen referencia a aquellos que en mayor medida justifiquen la toma de decisión que beneficie la instalación de la empresa en base a un criterio economista, facilite la máxima rentabilidad durante su operación, logrando costes de producción y distribución mínimos, donde los precios y volúmenes de venta conduzcan a la maximización de beneficios. Dentro de estos factores se puede enumerar: existencia de vías de comunicación, infraestructura urbana, entorno, disponibilidad de recursos financieros, mano de obra, tecnología, insumos y materia prima, política tributaria y existencia de mercados insatisfechos y potenciales.

c) LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO El objetivo que persigue la localización de un proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio, la decisión de localización debe tener en cuenta criterios de eficiencia. La zona o sector geográfico en donde se ubique la empresa, hace más fácil la comercialización de sus productos. A través de la utilización de métodos cuantitativos y cualitativos, se logró escoger la opción más adecuada que permita obtener rentabilidad sobre la inversión, a su vez contribuya a la optimización y minimización de los costos de producción.

Macro localización, también llamada macro zona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto, determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes, aspectos sociales y nacionales de planeación así como las condiciones regionales de oferta y demanda.

En este aspecto se ha considerado todos los medios que faciliten el adecuado funcionamiento de la empresa **MARCOS Y MOLDURAS “ALVASAN” CIA. LTDA**, empresa que se encontrará ubicada en el Ecuador, provincia de El Oro, cantón Santa Rosa.

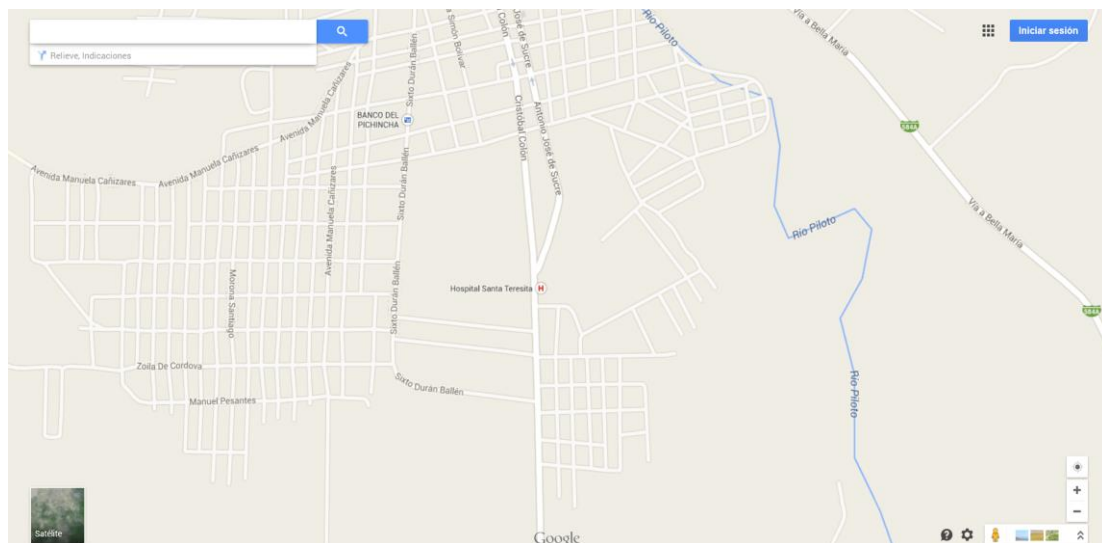
GRÁFICA 16



Microlocalización, abarca la investigación y comparación de los componentes del costo y un estudio del sitio donde se operará.

La ubicación de la empresa **MARCOS Y MOLDURAS “ALVASAN” CIA. LTDA**, en el cantón Santa Rosa, provincia de El Oro, dentro de la distribución geográfica es en para determinar el lugar exacto donde se va a ubicar la empresa, esto es, en **Vega Dávila entre Av. Sixto Duran Ballén Víctor Ollague**.

GRÁFICA 17



MÉTODO DE LOCALIZACIÓN POR PUNTOS

Consiste en definir, luego de un estudio de la actividad productiva del proyecto, los principales factores de la localización y asignarle a cada factor, valores ponderados de peso relativo, de acuerdo a la importancia que el estudio de la actividad productiva proporcione.

Al comparar 2 o más opciones de localización sobre las cuales se ha analizado lo más real posible y se ha determinado la importancia relativa que tiene cada factor sobre cada opción de localización, se procede a asignar una calificación a cada factor y por opción. El método permite ponderar factores de preferencia como: disponibilidad y costo de mano de obra, cercanía a fuentes de abastecimiento, medios y costes de transporte, acceso a la comunicación, disponibilidad de insumos, infraestructura, servicios básicos y costos.

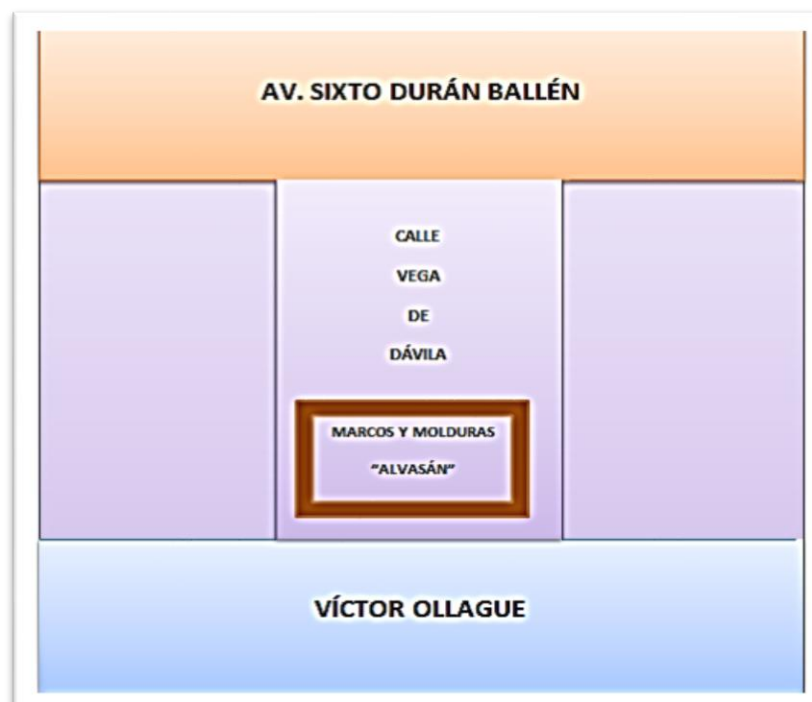
De acuerdo a los factores que se han considerado para realizar la evaluación por puntos, la mejor alternativa es en la **calle Vega de Dávila entre Av. Sixto Durán Ballén y Víctor Ollague.**

A continuación se muestra como la asignación de puntaje a cada uno de los factores, nos permite ubicar la empresa en la dirección más aceptable.

CUADRO 27
LOCALIZACION POR PUNTOS

FACTOR	PUNTAJE	Calle: AV. COLÓN ENTRE TRANSVERSAL 8 Y LILIANA IRALDA		Calle: VEGA DÁVILA ENTRE AV. SIXTO DURAN BALLÉN Y VÍCTOR OLLAGUE.	
		CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
Medios y costos de transporte.	0,14	6,00	6,14	7,00	7,14
Disponibilidad y costo de mano de obra.	0,20	5,00	5,20	7,00	7,20
Cercanía de Fuentes de abastecimiento.	0,20	6,00	6,20	6,00	6,20
Costo y disponibilidad de infraestructura.	0,12	4,00	4,12	3,00	6,12
Disponibilidad de servicios básicos	0,09	3,00	3,09	4,00	4,09
Acceso a la comunicación	0,15	3,00	3,15	1,00	1,15
Disponibilidad de insumos	0,10	3,00	3,10	3,00	3,10
TOTAL	1,00		31,00		35,00

GRÁFICA 18
UBICACIÓN DE LA PLANTA



Elaboración: La autora

INGENIERIA DEL PROYECTO

La Ingeniería del proyecto permitirá determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado.

Para determinar la función de producción óptima deberán analizarse las distintas alternativas y condiciones en que se pueden combinar los factores productivos.

Aporta los datos económicos y técnicos que faciliten establecer costos de construcción y explotación, detallando los requerimientos de mano de obra, insumos, obras civiles, maquinaria, equipos, depósitos necesarios para materias primas y elaborados con el fin de determinar la distribución de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la empresa para la puesta en marcha y su funcionamiento.

PROCESO PRODUCTIVO

El proceso de producción se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología existente con la finalidad de obtener bienes que satisfacen necesidades humanas.

PROGRAMACION DE LA PRODUCCION

ETAPAS PARA LA INICIACION DEL PROCESO PRODUCTIVO.- Las etapas del proceso productivo para la elaboración de marcos y molduras en madera de son las siguientes:

a) Tronzado y lijado de listones



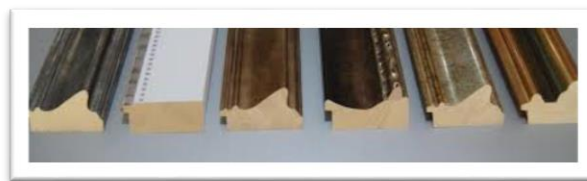
b) Calado y Moldurado



c) Lijado.



d) Pintado y terminado



DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO

- a) Adquiridos los tablonces de laurel costeño se procede al cortado y cepillado de los listones con la máquina tronadora-cepilladora.
- b) Luego al calado y moldurado de los listones, valiéndose de la máquina tupí o trompo

- c) Moldurada y calada la moldurera se la somete a la máquina lijadora para darle un toque de finura y calidad a la pieza.
- d) Por último, se procede a la pintura y acabado de los listones

DIAGRAMA DEL PROCESO PARA LA ELABORACION

De *MARCOS Y MOLDURAS “ALVASAN” CIA. LTDA*

El diagrama de procesos que se presenta a continuación muestra detalladamente el ciclo de actividades que se debe cumplir para realizar la producción y comercialización de los marcos y molduras de madera en laurel costeño.

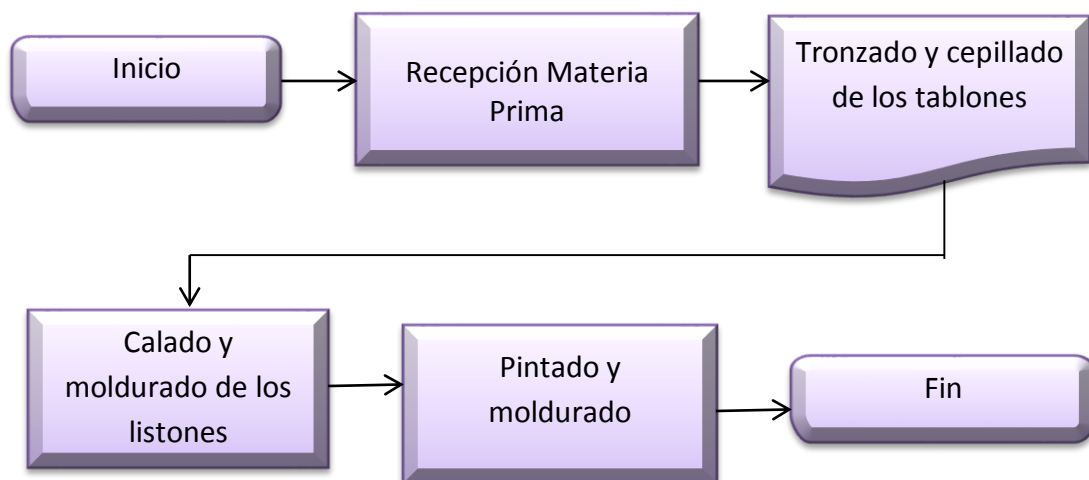
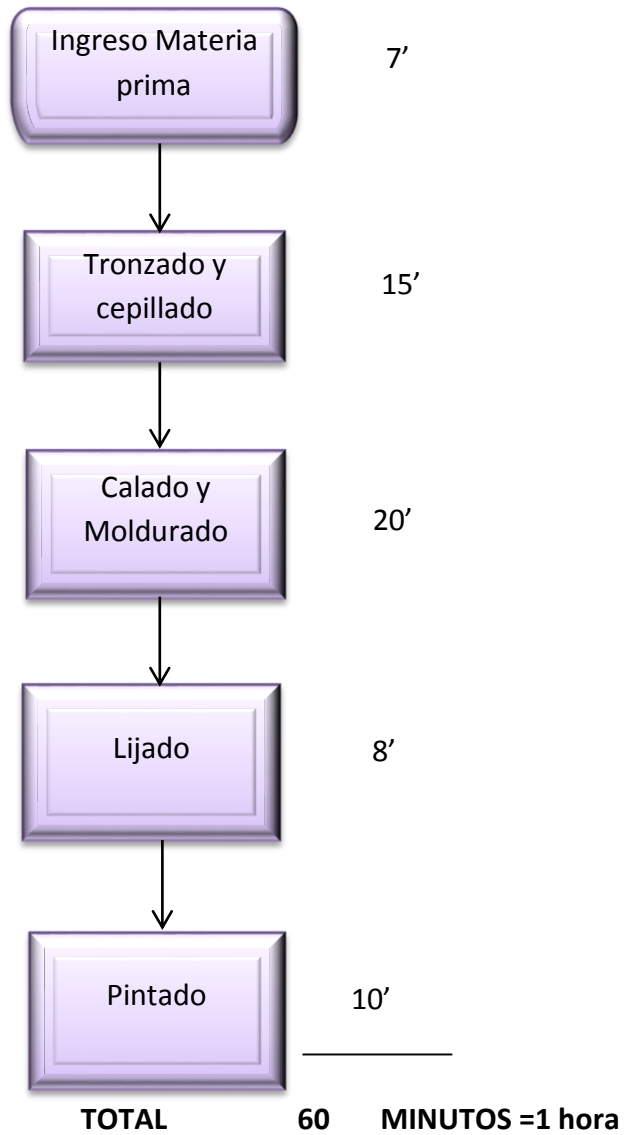


DIAGRAMA DE RECORRIDO**MARCOS Y MOLDURAS "ALVASAN" CIA. LTDA**

HOJA DE RUTA DEL PROCESO PRODUCTIVO DE MARCOS Y MOLDURAS “ALVASÁN “CIA.LTDA.

OPERACIÓN	DESCRIPCIÓN	SELECCIONES	MAQUINARIAS O HERRAMIENTAS	TIEMPO
1	INGRESO MATERIA PRIMA	1		7 minutos
2	TRONZADO Y CEPILLADO	2	TRONZADORA-CEPILLADORA	15 minutos
3	CALADO Y MODURADO	3	TUPÍ O TROMPO-MODURADORA	20 minutos
4	LIJADO	4	MÁQUINA LIJADORA	8 minutos
5	PINTADO Y TERMINADO	5	COMPRESOR	10 minutos
	TOTAL	6		60 minutos = 1 Hora

Elaboración: La Autora

DESCRIPCIÓN DE MAQUINARIA

La maquinaria que se utilizara el proceso de producción de **MARCOS Y MOLDURAS “ALVASAN” CIA. LTDA** es:

TRONZADORA – CEPILLADORA INDUSTRIAL



Sirve para realizar cortes de madera compuestos y el cepillado de los mismos, maximizando su capacidad de corte y cepillado. La máquina DW743N tiene una capacidad de biselado de capacidad de 45/45° , hoja de sierra d3 30, dientes SERIE 60 y cuenta con las herramientas de montaje, cuya capacidad es trozar y cepillar por las dos caras 20 listones por hora.

MÁQUINA TUPÍ O TROMPO



Sirve para realizar modificación de perfiles de piezas de madera, ranuras y creación de molduras, con una capacidad para realizar 10 molduras por hora

MÁQUINA LIJADORA



Máquina lijadora orbital con bandas que permite lijar y dar acabado sobre piezas rectas o curvas y molduradas con sección redonda, ovalada, elíptica o irregular de madera, partes cónicas y molduras, con una capacidad de 8 molduras por hora, por las 2 caras y los bordes, dando un acabado perfecto a la pieza.

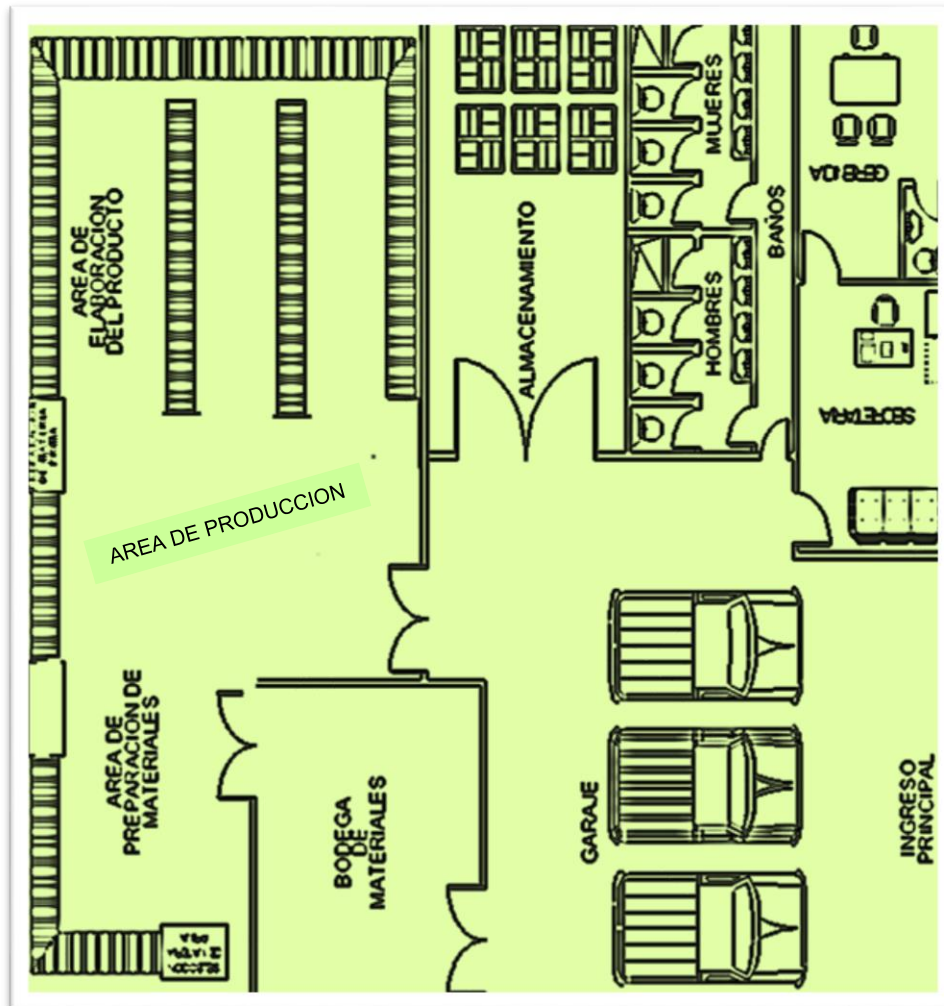
COMPRESOR



Es una máquina de fluido que está construida para aumentar la presión y desplazar cierto tipo de fluidos llamados compresibles, tal como lo son los gases y los vapores, la capacidad de pintado depende de la viscosidad que contenga el material a utilizar.

DISTRIBUCION FISICA DE LA PLANTA
MARCOS Y MOLDURAS "ALVASAN" CIA. LTDA

GRÁFICA 19



ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Las políticas empresariales y organizacionales establecidas dentro de la empresa se deben ejecutar de forma coordinada, de manera que se puedan delimitar las funciones y responsabilidades de todos los funcionarios y empleados.

Organización Legal

Se ha previsto que la empresa sea creada bajo la denominación de Responsabilidad Limitada, con razón social **MARCOS Y MOLDURAS “ALVASAN” CIA. LTDA**, para lo cual solicitamos minuta de constitución de la compañía **MARCOS Y MOLDURAS “ALVASAN” CIA. LTDA**,

MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE MARCOS Y MOLDURAS “ALVASAN” CIA. LTDA

SEÑOR NOTARIO:

Sírvase insertar en el protocolo de escrituras públicas a su cargo, el acta de constitución de compañía, contenida en las siguientes cláusulas:

TÍTULO PRIMERO.- COMPARECIENTES.- Sally Luisana Sanginez Alburqueque , ecuatoriana portadora de la cédula C.C: 0705343820 y los señores Diego Fabián Alvarado Sandoval, CI 704538412, Gonzalo Javier Sanginez Espinoza C.I. 0701843179, en ejercicio pleno de sus derechos comparecen a la constitución de **MARCOS Y MOLDURAS “ALVASAN” CIA. LTDA**

TÍTULO SEGUNDO .- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.- Los comparecientes declaran que constituyen una empresa dedicada a la elaboración y

comercialización de marcos y molduras en madera de laurel costeño, con responsabilidad limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

TÍTULO TERCERO.- DENOMINACIÓN, DOMICILIO, OBJETO Y DURACIÓN.-

Art. 1.- La empresa de Responsabilidad Limitada, formada en virtud del presente contrato de sociedad y que se registrará de acuerdo a este estatuto se denomina **MARCOS Y MOLDURAS “ALVASAN” CIA. LTDA**, en el cantón Santa Rosa

Art. 2.- (DOMICILIO).- El domicilio principal es en el cantón Santa Rosa, provincia de El Oro, República del Ecuador.

Art. 3.- (OBJETO).- El objeto de la compañía es dedicarse a la elaboración y comercialización de marcos y molduras en madera de laurel costeño.

Art. 4.- (PLAZO, DURACIÓN).- El plazo de duración de la sociedad será de treinta años desde la inscripción del contrato de sociedad en el Registro Mercantil, plazo que podrá ser modificado por la Junta General de Accionistas siguiendo el procedimiento que señala la Ley.

TÍTULO CUARTO.- CAPITAL, ACCIONES, OBLIGACIONES, DEBERES DE

LOS SOCIOS, AUMENTOS.-Art. 5.- (CAPITAL).- El capital autorizado, suscrito y pagados es de UN MIL OCHOSCIENTOS DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD. \$ 1.800,00).- Las acciones serán ordinarias y nominativas de UN DÓLAR DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD. \$ 1,00) cada una.

Art. 6.- (DERECHOS).- Las acciones dan derecho a voto en la Junta General de Accionistas en proporción a su valor pagado, para tomar parte en las juntas, es necesario que el accionista conste como tal en el libro de acciones y accionistas.

Art. 7.- (AUMENTO DE CAPITAL).- El capital de la empresa podrá ser aumentado en cualquier momento, por resolución de la Junta General de Accionistas, por los medios y en la forma establecida por la ley de Compañías. Los accionistas tendrán derecho preferente en la suscripción de las nuevas acciones en proporción de las que tuvieron pagadas al momento de efectuar dicho aumento.

Art. 8.- (PARTICIPACIONES).- Todas las participaciones son de igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

Art. 9.- (CERTIFICADO DE APORTACIONES).- La compañía entregará a cada socio el certificado de aportaciones que le corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libre tiñes acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y número de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del presidente y gerente de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios

Art. 10.- (RESPONSABILIDAD).- La responsabilidad de los accionistas por las obligaciones sociales se limita al monto de sus acciones. La acción con derecho a voto lo tendrá en relación a su valor pagado, los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

Art. 11.- (OBLIGACIONES DE LOS SOCIOS).- Son obligaciones de los socios: Las que señala la Ley de Compañías:

- Cumplir con las funciones, actividades y deberes que le asignen la Junta General de Socios, el Presidente y el Gerente;
- Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta General de Socios; y,

Art 12.- (DERECHOS Y ATRIBUCIONES DE LOS SOCIOS) Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

- Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta General de Socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y, el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto;
- Elegir y ser elegido para los órganos de administración;
- A percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones, lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la compañía.

TITULO QUINTO.- DEL GOBIERNO, ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN DE LA COMPAÑÍA.

Art. 13.- (GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN).- La empresa estará gobernada por la Junta General de Accionistas y Administrada por el Gerente General, este órgano con las atribuciones y deberes que les concede la Ley de Compañías y estos estatutos.

Art. 14.- (DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS).- La Junta General de Accionistas es el organismo supremo de la empresa, se reunirá ordinariamente una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico y extraordinariamente las veces que fuere convocada para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria. La Junta estará formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos.

Art. 15.- (CONVOCATORIA).- La convocatoria a la Junta General de Accionistas la hará el Gerente de la empresa mediante comunicación escrita, cuando menos con diez días de anticipación a la reunión de la Junta y expresando los puntos a tratarse.

Art. 16.- (REPRESENTACIÓN DE LOS ACCIONISTAS).- Las Juntas Generales de Accionistas, ordinarias y extraordinarias, se reunirán en el domicilio principal de la empresa, los accionistas podrán concurrir a la junta personalmente o mediante poder otorgado a un accionista o tercero, ya se trate de poder notarial o de carta poder, no podrán ser representantes de los accionistas los administradores.

Art. 17.- (QUÓRUM).- Para que se instale válidamente la Junta General de Accionistas, en primera convocatoria se requerirá de la presencia de por lo

menos la mitad del capital pagado, si no hubiere este quórum habrá una segunda convocatoria mediando cuando más treinta días de la fecha fijada para la primera reunión y la Junta General se instalará con el número de accionistas presentes o que concurren, cualquiera sea el capital que representen, particular que se expresará en la convocatoria para los casos contemplados en el Art. 240 de la Ley de Compañías, se seguirá al procedimiento señalado.

Art. 18.- (DE LA PRESIDENCIA).- Presidirá la Junta General de Accionistas el Gerente de la empresa el mismo que actuará como secretario, a falta de este actuará quien lo delegue

Art. 19.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL).- La Junta General de Accionistas legalmente convocada y reunida, es el órgano supremo de la empresa y en consecuencia tiene plenos poderes para resolver todos los asuntos relacionados con los negocios sociales así como con el desarrollo de la empresa que no se hallaren atribuidos a otros órganos de la empresa siendo de su competencia los siguiente:

- Nombrar al Gerente General.
- Autorizar la contratación de auditorías externas.
- Conocer y aprobar el presupuesto anual y sus reformas.
- Conocer y resolver todos los informes que presente el Directorio como los relativos a balances, reparto de utilidades, formación de reservas, administración.
- Conocer y aprobar los reglamentos internos de la empresa.
- Fijar las remuneraciones que percibirá el Gerente General, fijar los sueldos que percibirán los miembros del Directorio.

- Resolver acerca de la disolución y liquidación de la empresa, designar a los liquidadores, señalar la remuneración de los liquidadores y considerar las cuentas de liquidación.
- Autorizar al Gerente General el otorgamiento de poderes generales de conformidad con la ley.
- Interpretar obligatoriamente el presente estatuto.
- Los demás que contemple la ley y estatutos.

Art. 20.- (DEL DIRECTORIO).- El directorio estará integrado por el Presidente de la empresa y por dos vocales principales, los vocales deben ser elegidos por la Junta General de Accionistas, los vocales durarán en sus funciones cuatro años y pueden ser reelegidos y permanecerán en sus cargos hasta ser legalmente reemplazados, para ser vocales del Directorio no se requiere la calidad de accionista.

Art. 21.- (PRESIDENCIA DEL DIRECTORIO).- Presidirá las sesiones del Directorio el Gerente General, a falta de este lo reemplazará su subrogante y se nominará un secretario Ad-hoc.

Art. 22.- (CONVOCATORIA).- La convocatoria a sesión de directorio la hará el Presidente de la empresa mediante comunicación escrita a cada uno de los miembros, con cuarenta y ocho horas de anticipación, por lo menos a la fecha de sesión, el quórum se establece con más de la mitad de los miembros que lo integran.

Art. 23.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL DIRECTORIO).- Son atribuciones y deberes del directorio los siguientes:

- Autorizar al Gerente General el otorgamiento y celebración de actos, contratos e inversiones para los que se requiera tal aprobación, en razón de la cuantía fijada por la Junta General.
- Someter a la consideración de la Junta General de Accionistas el Proyecto de Presupuesto en el mes de Enero de cada año.
- Autorizar la compra y transferencia de inmuebles a favor de la empresa, así como la elaboración de contratos de hipoteca y cualquier otro gravamen que limite el dominio y autonomía o posesión de los bienes inmuebles de propiedad de la empresa.
- Sesionar ordinariamente cada cuatro meses y extraordinariamente cuando fuere convocado.
- Controlar el movimiento económico de la empresa y dirigir la política de los negocios de la misma.
- Determinar los cargos para cuyo ejercicio se requiera caución y calificar las cauciones.
- Presentar a conocimiento de la Junta General de Accionistas el proyecto de creación e incremento de reservas legales, facultativas o especiales
- Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General y las disposiciones legales, del Estatuto y Reglamentos.
- Los demás que contemple la ley, los estatutos y las resoluciones de la Junta General de Accionistas.

Art. 24.- (RESOLUCIONES).- Las resoluciones del Directorio serán tomadas por simple mayoría de votos y los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

Art. 25.- (ACTAS).- De cada sesión de Directorio se levantará la correspondiente acta, la que será firmada por el Presidente y el Secretario que actuaron en la reunión.

Art. 26.- (DEL GERENTE GENERAL).- El Gerente General será elegido por la Junta General de Accionistas, para un periodo de cuatro años, puede ser reelegido indefinidamente y podrá tener o no la calidad de accionista, ejercerá el cargo hasta ser legalmente reemplazado. El Gerente General será el representante legal de la empresa.

Art. 27.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL GERENTE GENERAL).- Son deberes y atribuciones del Gerente General de la empresa:

- Representar legalmente a la empresa, en forma judicial y extrajudicial.
- Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la empresa.
- Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la empresa.
- Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la empresa.
- Realizar inversiones, adquisiciones y negocios, sin necesidad de firma conjunta con el Presidente, hasta por el monto para el que está autorizado.
- Extender el nombramiento del Presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo.
- Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil.

- Presentar anualmente informa de labores ante la Junta General de Accionistas.
- Conferir poderes especiales y generales de acuerdo a lo dispuesto en el estatuto y en la ley.
- Cuidar que se lleven de acuerdo con la ley los libros de contabilidad, el de acciones y accionistas y las actas de la Junta General de Accionistas.
- Presentar a la Junta General de Accionistas el Balance, el estado de Pérdidas y Ganancias, la liquidación presupuestaria y la propuesta de distribución de beneficios dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico.
- Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, el presente estatuto y reglamentos de la empresa, así como las que señale la Junta General de Accionistas.

TÍTULO SEXTO.- DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

Art. 28.- La disolución y liquidación de la compañía se regla por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once; así como por el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

Art. 29.- No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

Art. 30.- El capital con el que constituye la compañía **MARCOS Y MOLDURAS “ALVASAN” CIA. LTDA**, ha sido suscrito y pagado en su totalidad en la siguiente forma: la señora Sally Luisana Sanginez Alburqueque y los señores Diego Fabián Alvarado Sandoval, Gonzalo Javier Sanginez Espinoza,

seiscientas participaciones de un dólar cada una; que dan un valor de MIL OCHOSCIENTAS PARTICIPACIONES DE UN DÓLAR y un total de MIL OCHOSCIENTOS DÓLARES; valor que será depositado en efectivo en una de las entidades bancarias del cantón Santa Rosa, provincia de El oro, como cuenta de «Integración de Capital», cuyo certificado se agrega a la presente escritura como documento habilitante. Los socios de la compañía autorizan al Dr. Marco Aurelio Apolo abogado de la empresa, se encargue de los trámites pertinentes, encaminados a la aprobación de la escritura constitutiva de la compañía, su inscripción en el Registro Mercantil y convocatoria a la primera junta general de socios, en la que se designarán presidente y gerente de la compañía. .

Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez.

Atentamente,

Marco Aurelio Apolo

ABOGADO

MISIÓN

MARCOS Y MOLDURAS “ALVASAN” CIA. LTDA, es una empresa que elabora marcos y molduras decorativas, a base de madera de laurel costeño con calidad, innovación y creatividad, basado en técnicas manuales, ofreciendo variedad para todos los gustos, para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.

VISIÓN

Ser reconocidos por la producción, comercialización, calidad y diseños creativos de nuestros marcos y molduras en madera de laurel costeño.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

NIVELES JERÁRQUICOS.

Es la dependencia y relación que tienen las personas dentro de la empresa.

Nivel Legislativo:

Las funciones principales son; legislar políticas, crear normas y procedimientos que debe seguir la organización; realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional de la empresa. Constituye el primer Nivel jerárquico de la empresa, formado principalmente por la Junta general de accionistas.

Nivel Ejecutivo:

Este nivel, se encarga de manejar Planes, Programas, Métodos y otras técnicas administrativas de alto nivel, en coordinación con el nivel operativo y

auxiliar, para su ejecución. Velará el cumplimiento de las leyes y reglamento obligatorios y necesarios para el funcionamiento de la organización, este nivel está representado por un Director o Gerente.

Nivel Asesor:

Encargado de preparar proyectos en materia jurídica, económica y financiera.

Nivel Auxiliar:

Este nivel está conformado por la Secretaria- Contadora, quién acatará las órdenes del gerente, atenderá a clientes y realizará la contabilidad de la empresa.

Nivel Operativo:

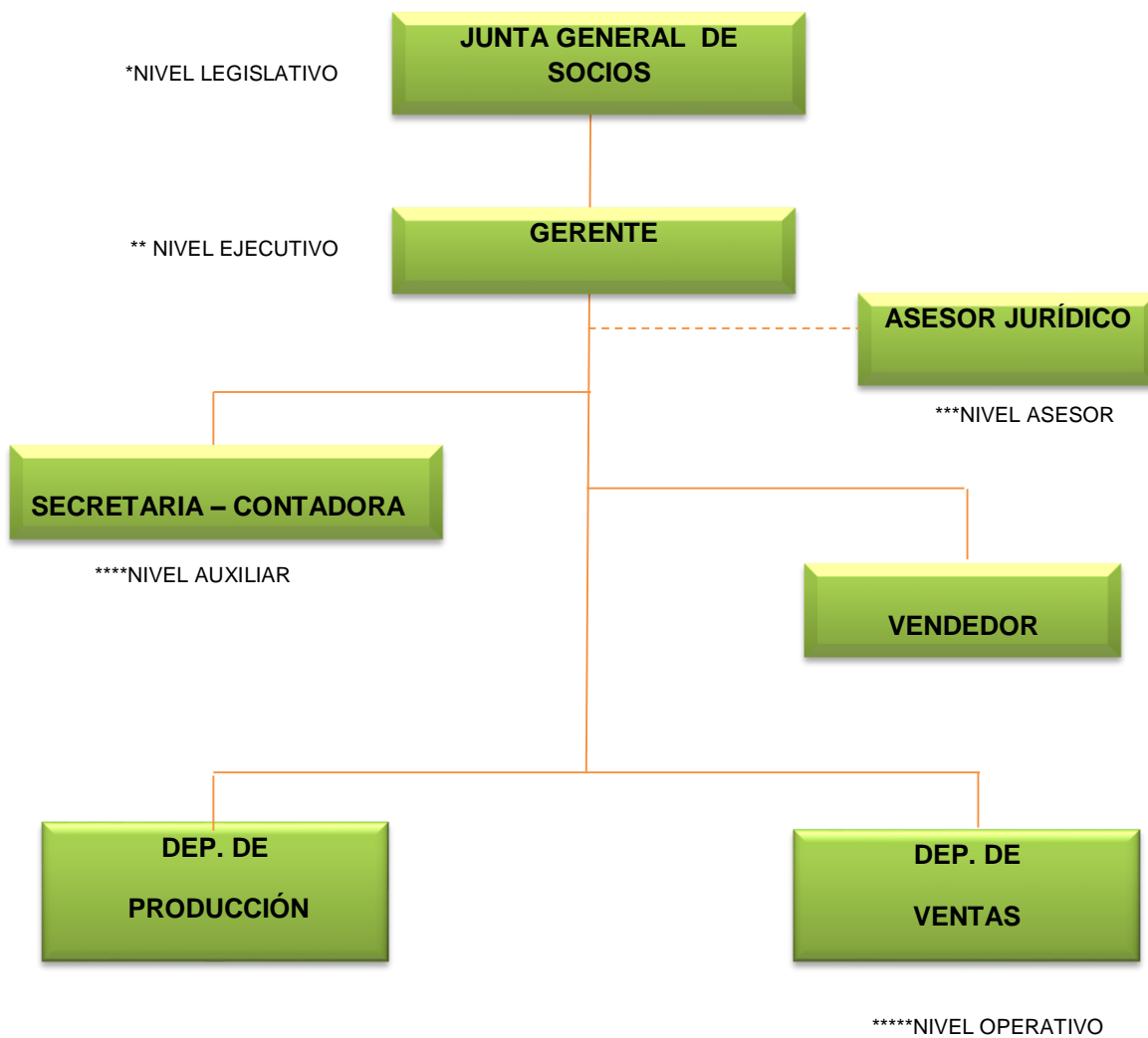
Este nivel lo constituye el nivel más importante de la empresa y es el responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa, siendo el pilar de la producción y comercialización, responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad, bajo su mando puede delegar autoridad, más no responsabilidad.

ORGANIGRAMA

Es la representación gráfica que permite visualizar, las interrelaciones, obligaciones y autoridad de los órganos que componen una empresa.

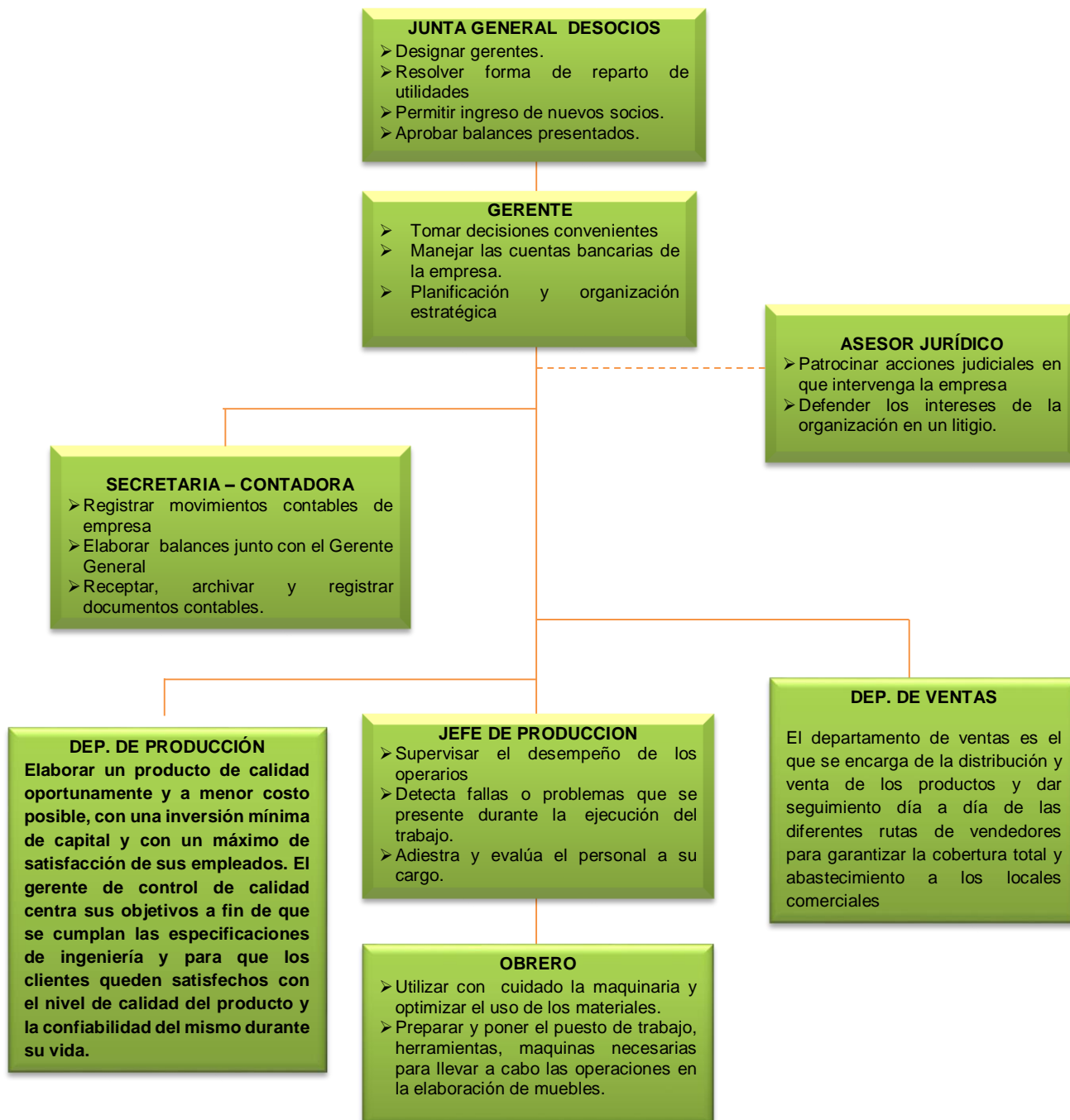
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

“EMPRESA ALVASAN – MARCOS Y MOLDURAS CIA. LTDA.”

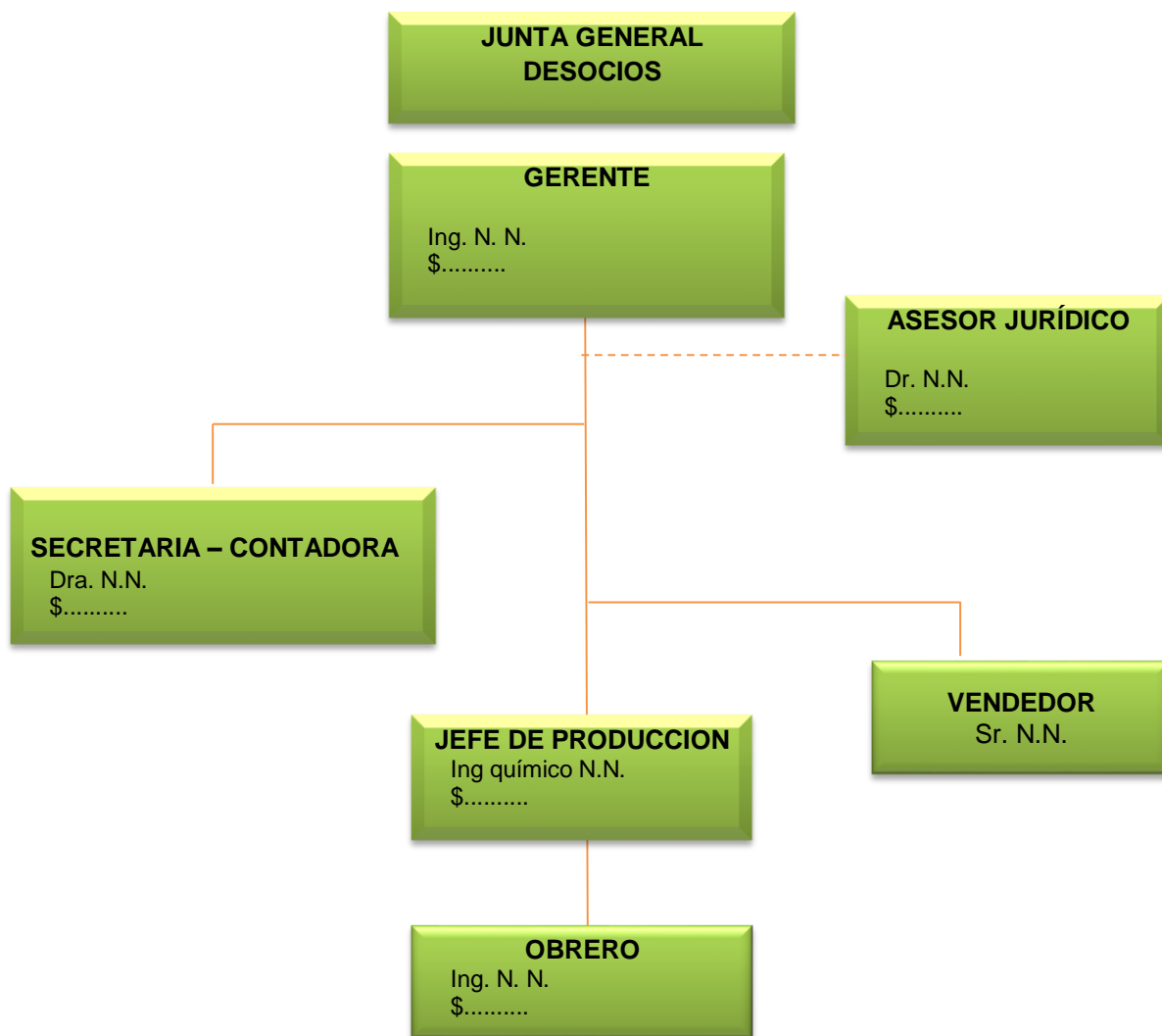


- *NIVEL LEGISLATIVO
- **NIVEL EJECUTIVO
- ***NIVEL ASESOR
- ****NIVEL AUXILIAR DE APOYO
- *****NIVEL OPERATIVO

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA
“EMPRESA ALVASAN – MARCOS Y MOLDURAS CIA. LTDA.”



ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA
“EMPRESA ALVASAN – MARCOS Y MOLDURAS CIA. LTDA.”



MANUAL DE FUNCIONES PARA EL PERSONAL

CÓDIGO: 06
TÍTULO DEL PUESTO: GERENTE
NATURALEZA DEL TRABAJO:
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dirigir, vigilar, controlar, coordinar y evaluar áreas de la empresa. ➤ Manejo de herramientas y maquinas. ➤ Supervisar y controlar el personal a su cargo. ➤ Realizar operaciones básicas de carpintería. ➤ Velar por los resultados y cumplimiento de objetivos propuestos.
FUNCIONES TÍPICAS:
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tomar decisiones convenientes para la empresa ➤ Realizar las actividades de corte, pintado y acabado en madera. ➤ Supervisar el desempeño de los empleados ➤ Colaborar con el Jefe de producción para verificar la calidad de los artículos. ➤ Revisar la contabilidad de la empresa ➤ Manejar las cuentas bancarias de la empresa. ➤ Utilizar con cuidado la maquinaria y optimizar el uso de los materiales. ➤ Planificar y organizar con miras a resultados de calidad ➤ Cumplir con las normas de seguridad y protección ambiental. ➤ Desarrollar y motivar al personal
CARACTERÍSTICAS DE CLASE:
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alta capacidad en manejo de herramientas y equipos. ➤ Asumir riesgos. ➤ Habilidad y conocimiento de la tarea asignada.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE:
REQUISITOS MÍNIMOS:
EDUCACIÓN: Instrucción bachiller en carpintería.
EXPERIENCIA: Dos años, desempeñando funciones de carpintero
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ser emprendedor. ➤ Integridad moral y ética.
REQUISITOS MÍNIMOS:
EDUCACIÓN: Título en administración de empresas, Ingeniero Comercial.
EXPERIENCIA: Dos años en el cargo

NIVEL ASESOR	
CÓDIGO: 02	
TÍTULO DEL PUESTO:	ASESOR JURÍDICO
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ejercer la defensa jurídica de la organización. ➤ Asesorar a los departamentos de la empresa en materia jurídica. 	
FUNCIONES TÍPICAS:	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Representar y/o defender a la empresa en situaciones legales o administrativas. ➤ Intervenir en la resolución de conflictos judiciales y extrajudiciales. ➤ Asesorar y redactar contratos y documentos empresariales. ➤ Estudiar e informar sobre proyectos de convenios, contratos y similares. ➤ Participar en procesos contractuales ➤ Aconsejar a los directivos de la empresa y a sus funcionarios sobre asuntos de carácter jurídico. ➤ Preparar convenios con otras empresas. ➤ Participar en sesiones de Junta General de socios 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE:	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Resolver problemas de su trabajo y responder por sus funciones. 	

NIVEL AUXILIAR
CÓDIGO: 03
TÍTULO DEL PUESTO: SECRETARIA-CONTADORA
NATURALEZA DEL TRABAJO:
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Brindar el apoyo incondicional con las tareas establecidas, además de colaborar en la vigilancia de los procesos.
FUNCIONES TÍPICAS:
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Atender al público en general. ➤ Registrar los movimientos contables que realice la empresa. ➤ Elaborar los balances junto con el Gerente General. ➤ Realizar los pagos de impuestos ➤ Archivar y registrar documentos contables. ➤ Realizar evaluaciones periódicas de los proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de los mismos. ➤ Mantener actualizados los archivos físicos y base de datos, sobre las facturas generadas, clasificándolas correctamente. ➤ Y las demás que sean encomendadas por el Gerente
CARACTERÍSTICAS DE CLASE:
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Facilidad de expresión verbal y escrita. ➤ Dominio de paquetes de computación. ➤ Conocimiento del manejo de créditos, cobranza, y atención al cliente.
REQUISITOS MÍNIMOS:
EDUCACIÓN: Bachiller en Secretariado y Título de Contadora PA.
EXPERIENCIA: Dos años en funciones afines a su cargo.

ESTUDIO FINANCIERO
CÓDIGO: 04
TÍTULO DEL PUESTO: VENDEDOR
NATURALEZA DEL TRABAJO:
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se encarga de las ventas, entrega de productos.
FUNCIONES TÍPICAS:
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Realiza el nexo entre la empresa y los clientes ➤ Conocimiento del mercado y del sector con el que se trabaja ➤ Supervisa con frecuencia a clientes con el propósito de motivarlos. ➤ Se encarga de la entrega de pedidos ➤ Controlar el cobro de los diferentes pedidos ➤ Realiza el análisis de zonas para ampliación de nuevos mercados, considerando la competencia, líneas de crédito y acercamiento a los clientes ➤ Demás funciones que le asignare el jefe inmediato superior
CARACTERÍSTICAS DE CLASE:
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Facilidad de expresión verbal y escrita. ➤ Dominio de paquetes de ventas.
REQUISITOS MÍNIMOS:
EDUCACIÓN: Bachiller en Gestión Secretarial Contable.
EXPERIENCIA: No indispensable

NIVEL OPERATIVO

CÓDIGO: 05
TÍTULO DEL PUESTO: JEFE DE PRODUCCIÓN
NATURALEZA DEL TRABAJO:
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Supervisar los trabajos de tronzado ,calado y moldurado de la madera
FUNCIONES TÍPICAS:
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Supervisar el desempeño de los operarios. ➤ Manejar la logística de envío y entrega de los artículos desde la planta hacia el local de ventas. ➤ Manejo y control de inventarios. ➤ Receptar la materia prima e insumos. ➤ Detecta fallas o problemas que se presente durante la ejecución del trabajo. ➤ Efectuar control de calidad del producto elaborado ➤ Adiestra y evalúa el personal a su cargo. ➤ Cumplir las disposiciones emanadas por los superiores
CARACTERÍSTICAS DE CLASE:
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Liderazgo para dirigir el equipo de trabajo. ➤ Trabajo en equipo. ➤ Conocimiento del manejo de Kárdex.
REQUISITOS MÍNIMOS:
EDUCACIÓN: Tecnólogo en Carpintería y Ebanistería
EXPERIENCIA: Dos años en funciones afines a su cargo.

En el Estudio Financiero, las proyecciones financieras y económicas se basan en la investigación de mercadeo y el estudio técnico del proyecto; el horizonte del proyecto es a 5 años.

La inversión se fundamenta en los siguientes activos:

- Fijos.
- Diferidos.
- Circulantes o capital de trabajo

ACTIVOS FIJOS

Son aquellos bienes que la empresa utiliza de una manera continua durante el curso normal de sus operaciones y que representarán al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido. Entre ellos tenemos:

MAQUINARIA Y EQUIPO: necesarias para la producción del bien y servicio, en este caso el total de gastos por la maquinaria y equipo que se utilizará para la elaboración de marcos y moldurad en madera de laurel costeño, es de \$ 3,320.00

**CUADRO 28
MAQUINARIA Y EQUIPO**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
TRONZADORA CEPILLADORA	1	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
MÁQUINA TUPÍ O TROMPO	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
MÁQUINA LIJADORA	1	\$ 400.00	\$ 400.00
COMPRESOR	1	\$ 220.00	\$ 220.00
TOTAL			\$ 3,320.00

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

ADECUACION DEL LOCAL: Son los acondicionamientos que ha realizado la empresa de acuerdo a sus necesidades. Su valor asciende a \$ 1,800.00

**CUADRO 29
ADECUACIONES**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
ADECUACIONES DE GALPÓN	200	\$ 9.00	\$ 1,800.00
TOTAL			\$ 1,800.00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

MUEBLES Y ENSERES:

Serán necesarios para la atención en general de usuarios y proveedores. La cuenta Muebles y Enseres ascienden a \$ 840.00

**CUADRO Nº 30
INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
ESCRITORIO	2	\$ 200.00	\$ 400.00
MESAS PARA COMPUTADORAS	2	\$ 50.00	\$ 100.00
SILLAS GIRATORIAS	2	\$ 80.00	\$ 160.00
SILLAS DE MADERA	6	\$ 30.00	\$ 180.00
TOTAL			\$ 840.00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

EQUIPO DE OFICINA Y SEGURIDAD:

Servirán para para el funcionamiento de las áreas administrativas de la organización el total de su costo es \$ 210.00

**CUADRO 31
EQUIPO DE OFICINA**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
SUMADORA	1	\$ 25.00	\$ 25.00
CÁLCULADORA	1	\$ 15.00	\$ 15.00
TELEFONO	1	\$ 160.00	\$ 160.00
GRAPADORA	1	\$ 5.00	\$ 5.00
PERFORADORA	1	\$ 5.00	\$ 5.00
TOTAL			\$ 210.00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN:

El equipo informático es el sistema en el que se maneja las cuentas de clientes y proveedores, así como paquetes contables y toda la información pertinente sobre el manejo administrativo de la empresa. El equipo de cómputo necesario asciende a un valor de \$1.120,00 detallados a continuación.

**CUADRO 32
EQUIPO DE COMPUTO**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Computadoras	2	\$ 520.00	\$ 1,040.00
Impresoras	2	\$ 80.00	\$ 80.00
TOTAL			\$ 1,120.00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

TOTAL DE ACTIVOS FIJOS

El total de activos fijos asciende a \$ 7,654.50

**CUADRO Nº 33
RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS**

ARTÍCULO	V/T
ADECUACIONES	\$ 1,800.00
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 1,120.00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 210.00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 840.00
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 3,320.00
IMPREVISTOS 5%	\$ 364.50
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	\$ 7,654.50

Fuente: Cuadros N 30-34

Elaboración: La Autora

ACTIVOS DIFERIDOS

Representan costos y gastos que no se cargan en el período en el cual se efectúa el desembolso sino que se pospone para cargarse en períodos futuros, los cuales se beneficiaran con los ingresos producidos por estos desembolsos;

aplicando el principio contable de la asociación de ingresos y gastos. Son gastos que no ocurren de manera recurrente.

Gastos de Organización: cuando una empresa se constituye incurre en una suma cuantiosa de costos cuyo objeto es poner en funcionamiento su administración. Ejemplo de estos costos son: gastos de constitución, estudios de investigación, estudios de ingeniería, gastos de constitución. Todos estos desembolsos se efectúan con el propósito de que contribuyan a la generación de utilidades en el futuro. Teóricamente estos costos tienen una vida útil tan larga como la capacidad del negocio para mantener su potencial para generar utilidades

Gastos de Constitución:

Su valor asciende a \$ 250,00 dólares.

**CUADRO 34
ELABORACION DE MINUTA**

DESCRIPCION	COSTO
Elaboración de Minuta	\$ 250,00
TOTAL	\$ 250,00

Fuente: Dr. Marco Apolo
Elaboración: La Autora

Estudios de Ingeniería

Su valor es de \$ 280,00

**CUADRO Nº 35
ESTUDIOS DE INGENIERÍA**

DESCRIPCIÓN	COSTO
Estudio de ingeniería	\$ 280
TOTAL	\$ 280

Fuente: Arq. Juan Gallardo
Elaboración: La Autora

Permisos de Funcionamiento y Operación

Son los gastos que se erogan por el permiso de funcionamiento y patente de operación. Su costo asciende a \$ 100 dólares.

**CUADRO 36
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO Y OPERACIÓN**

DESCRIPCIÓN	COSTO
Permiso de funcionamiento y operación	\$ 100
TOTAL	\$ 100

Fuente: Municipio de Santa Rosa
Elaboración: La Autora

TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS: el total de activos es de \$ 3.137,40

**CUADRO 37
RESUMEN DE ACTIVO DIFERIDO**

DETALLE	V/TOTAL
Estudios de ingeniería	\$ 280,00
Gastos de constitución	\$ 250,00
Permisos de funcionamiento y operación	\$ 100,00
Imprevistos 5%	\$ 31,50
TOTAL	\$ 661,50

Fuente: Cuadro 35-37
Elaboración: La Autora

ACTIVOS CIRCULANTES O CAPITAL DE TRABAJO

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesario en forma de activos corrientes, para la operación de la nueva planta de producción durante un ciclo productivo.

COSTO PRIMO

MATERIA PRIMA DIRECTA: son todos aquellos elementos físicos susceptibles de almacenamiento o stock, forman parte integral para la elaboración de los marcos y molduras. Su costo total es de \$ 2,304.00

CUADRO 38
MATERIA PRIMA DIRECTA

ARTÍCULO	CANTIDAD ANUAL	V/U	V/ ANUAL
Listones de Laurel Costeño	5,760	\$ 0.20	\$ 1,152
Galones de pintura para madera	115	\$ 8.00	\$ 920
Galones de diluyente	58	\$ 4.00	\$ 232
TOTAL			\$ 2,304.00

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

MATERIA PRIMA INDIRECTA: Su valor total es de: \$ 328.00

CUADRO 39
MATERIA PRIMA INDIRECTA

ARTÍCULO	CANTIDAD ANUAL	V/U	V/ ANUAL
Pliegos de lija de madera	576	\$ 0.50	\$ 288
Guaype	100	\$ 0.40	\$ 40
TOTAL			\$ 328.00

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

REMUNERACIONES:

MANO DE OBRA DIRECTA: es la mano de obra consumida en las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio, es la mano de obra calificada.

CUADRO 40
MANO DE OBRA DIRECTA

CARGO	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IEISS 11,15% IECE(0,5%) Y SECAP(0,5%)	APORTE PERSONAL 9,35%	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
OBRERO 1	340,00	41,31	31,79	28,33	28,33	26,50	496,27	1	5.955,20
TOTAL	340,00	41,31	31,79	28,33	28,33	26,50	496,27	1	5.955,20

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

GASTOS DE VENTAS: son gastos que incurren para la distribución y comercialización del producto

MANO DE OBRA INDIRECTA: es aquella que no tiene un costo significativo en el momento de la producción, corresponde a la remuneración de los trabajadores que ejercen funciones de planificación, supervisión y apoyo de la actividad productiva.

**CUADRO 41
MANO DE OBRA INDIRECTA**

CARGO	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRON AL AL IESS 11,15%, IECE(0,5 %) Y SECAP(0,5%)	APORTE PERSONAL AL 9,35%	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA ANUAL
JEFE DE PRODUCCIÓN	400	48,60	37,40	33,33	33,33	26,50	579,17	1	6.950,00
TOTAL	400	48,60	37,40	33,33	33,33	26,50	579,17	1	6.950,00

FUENTE: Investigación directa

AUTORA: La Autora

PÚBLICIDAD: Constituye el valor que se estableció para la publicidad de los marcos y molduras es de \$ 900.00 anuales.

**CUADRO 42
PÚBLICIDAD**

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	V/MES	VALOR ANUAL
CUÑAS RADIALES	UNIDAD	30.00	\$ 2.50	\$ 75.00	\$ 900.00
TOTAL				\$ 75.00	\$ 900.00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

GASTOS ADMINISTRATIVOS: son reparticiones incurridas en la dirección y administración general de la empresa, abarcan los sueldos y salarios, del personal.

**CUADRO 43
SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

CARGO	NRO DE EMPLEADOS	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE(0,5%) Y SECAP(0,5%)	APORTE PERSONAL 9,35%	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA MENSUAL	TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA ANUAL
GERENTE	1	430	52,25	40,21	35,83	35,83	26,50	620,62	7.447,40
SECRETARIA CONTADORA	1	340	41,31	31,79	28,33	28,33	26,50	496,27	5.955,20
VENDEDOR	1	340	41,31	31,79	28,33	28,33	26,50	496,27	5.955,20
TOTAL	3	1110,00	134,87	103,79	92,50	92,50	79,50	1.613,15	19.357,80

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

ARRIENDO: es el costo que se pagará un lote de terreno, cuyo costo es de \$ 150.00 mensual y \$ 1,800.00 anual.

**CUADRO 44
ARRIENDO**

ARTÍCULO	UNIDAD/MES	V/U	V/T
ARRIENDO DE LOCAL	12	\$ 150.00	\$ 1,800.00
TOTAL			\$ 1,800.00

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

MATERIALES DE OFICINA: El costo anual es de \$ 169.20

**CUADRO 45
MATERIALES DE OFICINA**

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	V/MENSUAL	V/ANUAL
FACTURAS	LIBRETIN	2.00	\$ 6.00	\$ 12.00	\$ 144.00
ESFEROS	UNIDAD	2.00	\$ 0.30	\$ 0.60	\$ 7.20
CLIPS	CAJA	1.00	\$ 0.70	\$ 0.70	\$ 8.40
GRAPAS	CAJA	0.80	\$ 1.00	\$ 0.80	\$ 9.60
TOTAL				\$ 14.10	\$ 169.20

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

ÚTILES DE ASEO:

**CUADRO 46
ÚTILES DE ASEO**

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	V/SEMESTRAL	V/ANUAL
ESCOBA	UNIDAD	4	\$ 3.00	\$ 12.00	\$ 24.00
TRAPEADOR	UNIDAD	2	\$ 5.00	\$ 10.00	\$ 20.00
BASURERO	UNIDAD	1	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 10.00
RECOGEDOR	UNIDAD	2	\$ 2.50	\$ 5.00	\$ 10.00
FRANELAS	UNIDAD	6	\$ 1.00	\$ 6.00	\$ 12.00
PINOKLIN	UNIDAD	2	\$ 6.00	\$ 12.00	\$ 24.00
DETERGENTE	UNIDAD	4	\$ 1.50	\$ 6.00	\$ 12.00
AMBIENTADOR	UNIDAD	6	\$ 1.50	\$ 9.00	\$ 18.00
PAPEL HIGIENICO	DOCENA	12	\$ 5.00	\$ 60.00	\$ 120.00
JABON LÍQUIDO	UNIDAD	6	\$ 3.00	\$ 18.00	\$ 36.00
TOTAL				\$ 143.00	\$ 286.00

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

SERVICIOS BÁSICOS:

**CUADRO 47
SERVICIOS BÁSICOS**

ARTÍCULO	UNIDAD	CANTIDAD	V/U	V/MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía Eléctrica	KW/H	500.00	\$ 0.12	\$ 60.00	\$ 720.00
Agua	M3	10.00	\$ 0.20	\$ 2.00	\$ 24.00
Teléfono	MINUTOS	120.00	\$ 0.10	\$ 12.00	\$ 144.00
TOTAL				\$ 68.00	\$ 816.00

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

RESUMEN DE ACTIVO CIRCULANTE PARA EL 1er MES

CUADRO 48
RESUMEN DE ACTIVO CIRCULANTE PARA EL 1ER MES

ARTÍCULO	PARCIAL	TOTAL
COSTO PRIMO		\$ 688,27
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 192,00	
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 496,27	
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		\$ 606,50
MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ 579,17	
MATERIA PRIMA INDIRECTA	\$ 27,33	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 1.869,08
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	\$ 1.613,15	
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 68,00	
MATERIALES DE OFICINA	\$ 14,10	
UTILES DE ASEO	\$ 23,83	
ARRIENDO	\$ 150,00	
GASTOS DE VENTAS		\$ 75,00
PÚBLICIDAD	\$ 75,00	
IMPREVISTOS 5%		\$161,94
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS		\$ 3.400,79

Fuente: Cuadro 38-47
Elaboración: La Autora

INVERSIONES TOTALES: son todos los gastos que se efectúan en unidad de tiempo para la adquisición de determinados Factores o medios productivos.

**CUADRO 49
INVERSIONES TOTALES**

INVERSIONES	PARCIAL	TOTAL
ACTIVOS FIJOS		\$ 7.654,50
ADECUACIONES	\$ 1.800,00	
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 1.120,00	
EQUIPO DE OFICINA	\$ 210,00	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 840,00	
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 3.320,00	
IMPREVISTOS 5%	\$ 364,50	
ACTIVOS DIFERIDOS		\$ 661,50
ESTUDIOS DE INGENIERÍA	\$ 280,00	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 250,00	
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO Y OPERACIÓN	\$ 100,00	
IMPREVISTOS 5%	\$ 31,50	
ACTIVO CIRCULANTE		\$ 3.400,79
COSTO PRIMO	\$ 688,27	
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 606,50	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 1.869,08	
GASTOS DE VENTAS	\$ 75,00	
IMPREVISTOS 5%	\$ 161,94	
TOTAL DE INVERSIONES		\$ 11.716,79

Fuente: Cuadro N 33,37,48

Elaboración: La Autora

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN: se ocupa de la búsqueda de Capital a través de los diferentes mecanismos de obtención de recursos Financieros y de la especificación de los diferentes Flujos de origen y uso de fondos para el periodo de tiempo estipulado.

**CUADRO 50
FINANCIAMIENTO**

FUENTE	%	MONTO
Capital Propio	11	\$ 11.716,79
TOTAL	100	\$ 11.716,79

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

**CUADRO 51
DEPRECIACIONES**

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL 10%	VALOR A DEPRECIAR	VIDA UTIL EN AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	Reinversión
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 1.120,00	\$ 112,00	\$ 1.008,00	3	\$ 336,00	\$ 1.259,78
EQUIPO DE OFICINA	\$ 210,00	\$ 21,00	\$ 189,00	10	\$ 18,90	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 840,00	\$ 84,00	\$ 756,00	10	\$ 75,60	
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 3.320,00	\$ 332,00	\$ 2.988,00	5	\$ 597,60	
0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	10	\$ 0,00	

Fuente: Cuadro N 28,30,31,32

Elaboración: La Autora

**CUADRO 52
DEPRECIACIONES DE REINVERSIONES**

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL 10%	VALOR A DEPRECIAR	VIDA UTIL EN AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 1,259.78	\$ 125.98	\$ 1,133.80	3	\$ 377.93

Fuente: Cuadro 30

Elaboración: La Autora

AMORTIZACIONES:

Las amortizaciones son reducciones en el valor de los activos o pasivos para reflejar en el sistema de contabilidad cambios en el precio del mercado u otras reducciones de valor.

**CUADRO 53
AMORTIZACIONES**

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	AÑOS DE AMORTIZACIÓN	VALOR DE AMORTIZACIÓN ANUAL
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 661.50	5	\$ 132.30

Fuente: Cuadro 51

Elaboración: La Autora

PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS: Se lo realiza sumando los desembolsos realizados durante un año. Aquí se calcula para los cinco años que

dura el proyecto, considerando la tasa de inflación a diciembre del 2013 del 2,70%.

Cuadro 54

PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO PRIMO	\$ 8.587,20	\$ 8.819,05	\$ 9.057,17	\$ 9.301,71	\$ 9.552,86
Materia Prima Directa	\$ 2.304,00	\$ 2.366,21	\$ 2.430,10	\$ 2.495,71	\$ 2.563,09
Materia Prima Indirecta	\$ 328,00	\$ 336,86	\$ 345,95	\$ 355,29	\$ 364,88
Mano de Obra Directa	\$ 5.955,20	\$ 6.115,99	\$ 6.281,12	\$ 6.450,71	\$ 6.624,88
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 6.950,00	\$ 7.137,65	\$ 7.330,37	\$ 7.528,29	\$ 7.731,55
Mano de Obra Indirecta	\$ 6.950,00	\$ 7.137,65	\$ 7.330,37	\$ 7.528,29	\$ 7.731,55
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 22.429,00	\$ 23.034,58	\$ 23.656,52	\$ 24.295,24	\$ 24.951,21
Sueldos Administrativos	\$ 19.357,80	\$ 19.880,46	\$ 20.417,23	\$ 20.968,50	\$ 21.534,65
Servicios Básicos	\$ 816,00	\$ 838,03	\$ 860,66	\$ 883,90	\$ 907,76
Materiales de Oficina	\$ 169,20	\$ 173,77	\$ 178,46	\$ 183,28	\$ 188,23
Utiles de Aseo	\$ 286,00	\$ 293,72	\$ 301,65	\$ 309,80	\$ 318,16
Arriendo	\$ 1.800,00	\$ 1.848,60	\$ 1.898,51	\$ 1.949,77	\$ 2.002,42
GASTOS DE VENTAS	\$ 900,00	\$ 924,30	\$ 949,26	\$ 974,89	\$ 1.001,21
Publicidad	\$ 900,00	\$ 924,30	\$ 949,26	\$ 974,89	\$ 1.001,21
DEPRECIACIONES	\$ 673,20	\$ 673,20	\$ 673,20	\$ 673,20	\$ 1.028,10
Equipo de Computo	\$ 336,00	\$ 336,00	\$ 336,00	\$ 336,00	\$ 336,00
Equipo de Oficina	\$ 18,90	\$ 18,90	\$ 18,90	\$ 18,90	\$ 18,90
Muebles y Enseres	\$ 75,60	\$ 75,60	\$ 75,60	\$ 75,60	\$ 75,60
Maquinaria y Equipo	\$ 597,60	\$ 597,60	\$ 597,60	\$ 597,60	\$ 597,60
GASTOS FINANCIEROS	\$ 132,30	\$ 132,30	\$ 132,30	\$ 132,30	\$ 132,30
Amortización de Activo Diferido	\$ 132,30	\$ 132,30	\$ 132,30	\$ 132,30	\$ 132,30
Intereses de Préstamo	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 39.671,70	\$ 40.721,09	\$ 41.798,81	\$ 42.905,63	\$ 44.397,23

Fuente: Cuadro 44 al 50 tasa de inflación año 2013 2,70%

Elaboración: La autora

INGRESOS TOTALES: Es el monto total que recibe una Empresa por la Venta de su Producto: el Precio.

Los ingresos para la vida útil de la empresa permiten determinar el ingreso total, el precio unitario de venta considerándose un margen de utilidad bruta por unidad del 90%, con un incremento gradual de la utilidad en cada año en función a los costos de producción, procurando que al incrementar el costo unitario sea aceptable dentro del mercado.

C.U= COSTO TOTAL / NÚMERO DE UNIDADES PRODUCIDAS

C.U= \$ 39.671,70 /8.448

C.U= 4,70

P.V.P= C.U+50% DE UTILIDAD

P.V.P= 4,70 + 2,35 = 7,00 por cada marco y moldura

**CUADRO 55
INGRESOS TOTALES**

AÑO	COSTOS TOTALES	CAPACIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD 50%	PRECIO MARCOS Y MOLDURAS DE MADERA	INGRESOS TOTALES
1	\$ 39.671,70	8.448	\$ 4,70	\$ 2,35	\$ 7,0	\$ 59.507,55
2	\$ 40.721,09	10.138	\$ 4,02	\$ 2,01	\$ 6,0	\$ 61.081,63
3	\$ 41.798,81	11.827	\$ 3,53	\$ 1,77	\$ 5,3	\$ 62.698,21
4	\$ 42.905,63	13.517	\$ 3,17	\$ 1,59	\$ 4,8	\$ 64.358,44
5	\$ 44.397,23	15.206	\$ 2,92	\$ 1,46	\$ 4,4	\$ 66.595,85

Fuente: Cuadro 26 y 54

Elaboración: La autora

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS:

Es un estado financiero que muestra los ingresos de una organización así como sus gastos, durante un determinado periodo.

**CUADRO 56
ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS**

PERIODOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO POR VENTAS	\$ 59.507,55	\$ 61.081,63	\$ 62.698,21	\$ 64.358,44	\$ 66.595,85
(-) COSTO TOTAL	\$ 39.671,70	\$ 40.721,09	\$ 41.798,81	\$ 42.905,63	\$ 44.397,23
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 19.835,85	\$ 20.360,54	\$ 20.899,40	\$ 21.452,81	\$ 22.198,62
(-) 15% UTILIDAD A TRABAJADORES	\$ 2.975,38	\$ 3.054,08	\$ 3.134,91	\$ 3.217,92	\$ 3.329,79
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 16.860,47	\$ 17.306,46	\$ 17.764,49	\$ 18.234,89	\$ 18.868,82
(-) 25% DE IMPUESTO A LA RENTA	\$ 4.215,12	\$ 4.326,62	\$ 4.441,12	\$ 4.558,72	\$ 4.717,21
(=) UTILIDAD LIQUIDA DE EJERCICIO	\$ 12.645,35	\$ 12.979,85	\$ 13.323,37	\$ 13.676,17	\$ 14.151,62
(-) 5% RESERVA LEGAL	\$ 632,27	\$ 648,99	\$ 666,17	\$ 683,81	\$ 707,58
(=) UTILIDAD NETA PARA SOCIOS	\$ 12.013,09	\$ 12.330,85	\$ 12.657,20	\$ 12.992,36	\$ 13.444,04

Fuente: Cuadro 54y 55

Elaboración: La Autora

PUNTO DE EQUILIBRIO:

El punto de equilibrio, conocido también como umbral de rentabilidad o punto muerto, es aquel volumen de ventas (en valores monetarios y /o en cantidades físicas) en el cual la empresa no obtiene utilidades ni pérdidas.

COSTOS FIJOS: son aquellos costos que no sufren variaciones ante cambios en los niveles de producción o de ventas. Es preciso aclarar que estos costos son fijos sólo en el corto plazo. En el largo plazo todos los costos son variables.

COSTOS VARIABLES: son aquellos que varían en función de cambios en los niveles de producción y ventas.

CUADRO 57
CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS EN FIJOS Y VARIABLES

COSTOS	AÑO 1		AÑO 5	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
COSTO PRIMO	\$ 0,00	\$ 15.537,20	\$ 0,00	\$ 17.284,41
Materia Prima Directa		\$ 2.304,00		\$ 2.563,09
Materia Prima Indirecta		\$ 328,00		\$ 364,88
Mano de Obra Directa		\$ 5.955,20		\$ 6.624,88
Mano de Obra Indirecta		\$ 6.950,00		\$ 7.731,55
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 22.429,00	\$ 0,00	\$ 26.548,80	\$ 0,00
Sueldos Administrativos	\$ 19.357,80		\$ 21.534,65	
Servicios Básicos	\$ 816,00		\$ 907,76	
Materiales de Oficina	\$ 169,20		\$ 188,23	
Utiles de Aseo	\$ 286,00		\$ 318,16	
Arriendo	\$ 1.800,00		\$ 3.600,00	
GASTOS DE VENTAS	\$ 900,00	\$ 0,00	\$ 1.001,21	\$ 0,00
Publicidad	\$ 900,00		\$ 1.001,21	
DEPRECIACIONES	\$ 1.028,10	\$ 0,00	\$ 1.028,10	\$ 0,00
Equipo de Computo	\$ 336,00		\$ 336,00	
Equipo de Oficina	\$ 18,90		\$ 18,90	
Muebles y Enseres	\$ 75,60		\$ 75,60	
Maquinaria y Equipo	\$ 597,60		\$ 597,60	
GASTOS FINANCIEROS	\$ 132,30	\$ 0,00	\$ 132,30	\$ 0,00
Amortización de Activo Diferido	\$ 132,30		\$ 132,30	
Intereses de Préstamo	\$ 0,00		\$ 0,00	
TOTAL DE COSTO	\$ 24.489,40	\$ 15.537,20	\$ 28.710,41	\$ 17.284,41

Fuente: Cuadro 54

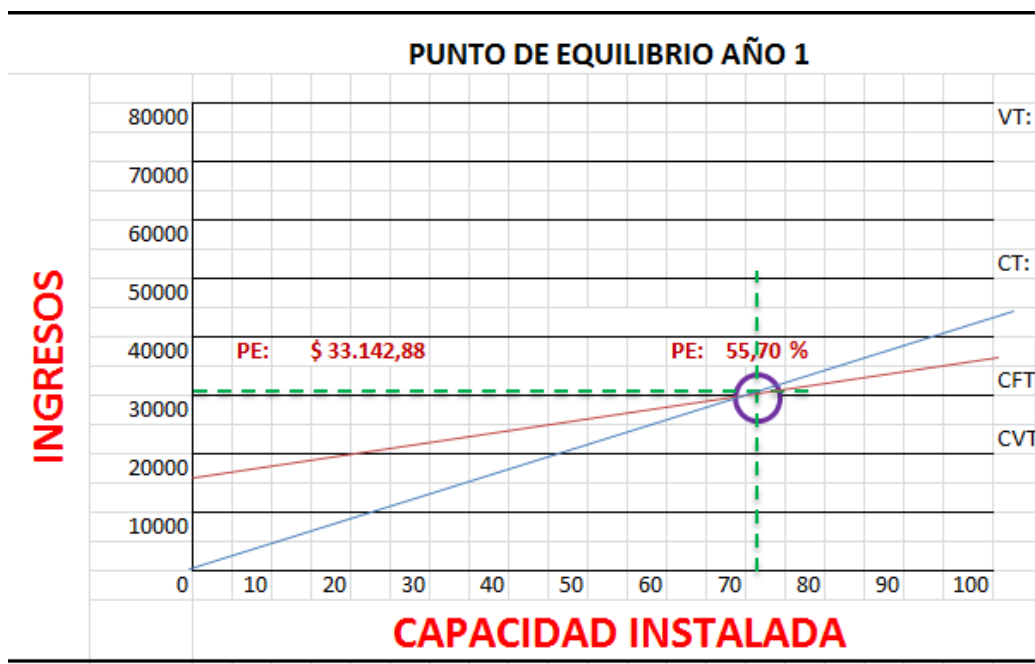
Elaboración: La Autora

El punto de equilibrio se ha calculado para el año 1 y 5 matemática y gráficamente en base al cuadro de clasificación de costos.

PUNTO DE EQUILIBRIO DEL AÑO 1

AÑO 1	
MATEMATICAMENTE	
EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA	
$\text{PE} = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTO VARIABLE TOTAL}} \times 100$	
$\text{PE} = \frac{\$ 24.489,40}{\$ 59.507,55 - 15.537,20} \times 100$	
$\text{PE} = \frac{\$ 24489,40}{\$ 43.970,35} \times 100$	
$\text{PE} = \boxed{55,70 \%}$	
EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS	
$\text{PE} = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$	
$\text{PE} = \frac{\$ 24.489,40}{1 - \frac{\$ 15.537,20}{\$ 59.507,55}}$	
$\text{PE} = \frac{\$ 24.489,40}{1 - 0,26109628}$	
$\text{PE} = \boxed{\$ 33.142,88}$	

GRÁFICA 20



El PE se produce cuando la empresa vende \$33.142,88 y trabaja con una capacidad instalada de 55,70%, en este punto ni pierde ni gana.

PUNTO DE EQUILIBRIO DEL AÑO 5

AÑO 5	
MATEMATICAMENTE	
EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA	
PE=	$\frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTO VARIABLE TOTAL}} \times 100$
PE=	$\frac{\$ 28.710,41}{\$ 66.595,85 - \$ 17.284,41} \times 100$
PE=	$\frac{\$ 28.710,41}{\$ 49.311,44} \times 100$
PE=	58,22 %

EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

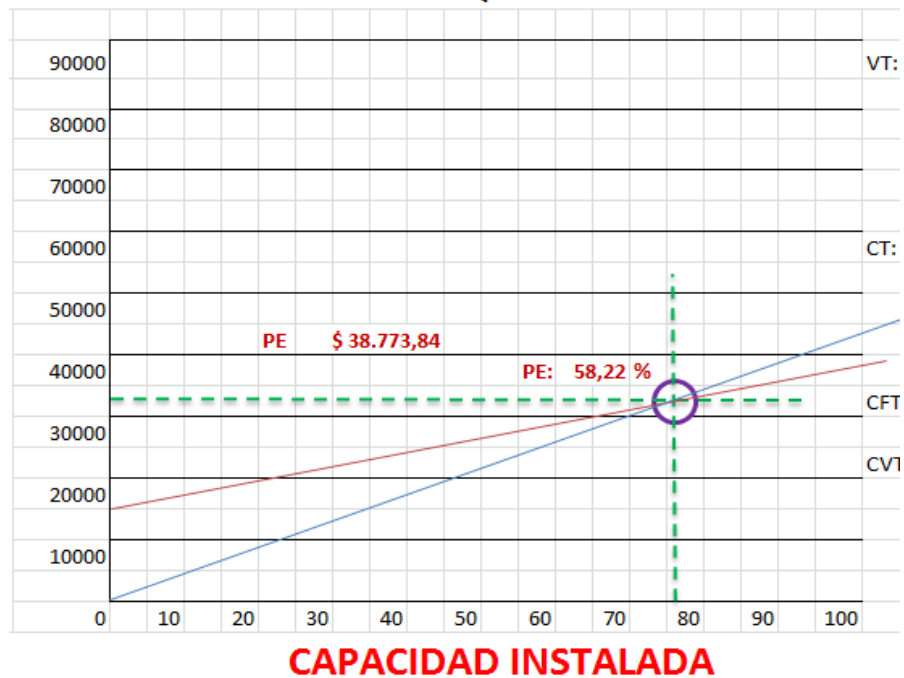
$$PE = \frac{\$ 28.710,41}{1 - \frac{\$ 17.284,41}{\$ 66.595,85}}$$

$$PE = \frac{\$ 28.710,41}{1 - 0,25954184}$$

$$PE = \boxed{\$ 38.773,84}$$

GRÁFICA 21

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5



El PE en el año 5 se produce cuando la empresa vende \$38.773,84 y trabaja con una capacidad instalada del 58,22%.

EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera consiste en decidir si el proyecto es realizable o no, concertando operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación basándose en los flujos de ingresos y egresos formulados con precios de mercado sobre los que puede aplicarse factores de corrección para contrarrestar la inflación.

FLUJO DE CAJA

Representa la diferencia entre ingresos y egreso. Los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activos. En su cálculo ni se incluyen como ingresos las depreciaciones ni las amortizaciones de activos diferidos ya que ello no significa desembolsos económicos para la empresa. La proyección del flujo de caja es la base fundamental para la evaluación del proyecto

El flujo de caja para un proyecto nuevo se compone de los siguientes elementos: Inversión inicial, egresos de operación, reinversiones, valor residual o de salvamento.

1. La inversión inicial está constituida por los valores estimados para poder en funcionamiento la empresa.
2. Los ingresos y egresos de operación constituyen los valores reales de entrada y salida de efectivo.
3. Las reinversiones son valores que se consideran para reemplazar un activo en el periodo de evaluación, para lo cual deberá considerarse el ingreso por la venta del activo (valor residual), así como el egreso por la compra de uno nuevo.
4. El valor residual representan los valores que se esperan obtener al final de la

vida útil del proyecto, constituye un beneficio neto adicional al periodo de operación.

**CUADRO 58
FLUJO DE CAJA**

PERIODOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO POR VENTAS		\$ 59.507,55	\$ 61.081,63	\$ 62.698,21	\$ 64.358,44	\$ 66.595,85
CAPITAL	\$ 11.716,79					
(+) VALOR RESIDUAL		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 112,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL DE INGRESOS	\$ 11.716,79	\$ 59.507,55	\$ 61.081,63	\$ 62.810,21	\$ 64.358,44	\$ 66.595,85
EGRESOS						
ACTIVOS FIJOS	\$ 7.654,50					
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 661,50					
ACTIVOS CIRCULANTES	\$ 3.400,79					
REINVERSIÓN					\$ 1.259,78	
(-) COSTO TOTAL		\$ 39.671,70	\$ 40.721,09	\$ 41.798,81	\$ 42.905,63	\$ 44.397,23
TOTAL DE EGRESOS	\$ 11.716,79	\$ 39.671,70	\$ 40.721,09	\$ 41.798,81	\$ 44.165,40	\$ 44.397,23
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 0	\$ 19.835,85	\$ 20.360,54	\$ 21.011,40	\$ 21.452,81	\$ 22.198,62
(-) 15% UTILIDAD A TRABAJADORES		\$ 2.975,38	\$ 3.054,08	\$ 3.151,71	\$ 3.217,92	\$ 3.329,79
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPTO RTA		\$ 16.860,47	\$ 17.306,46	\$ 17.859,69	\$ 18.234,89	\$ 18.868,82
(-) 25% DE IMPUESTO A LA RENTA		\$ 4.215,12	\$ 4.326,62	\$ 4.464,92	\$ 4.558,72	\$ 4.717,21
(=) UTILIDAD LIQUIDA DE EJERCICIO		\$ 12.645,35	\$ 12.979,85	\$ 13.394,77	\$ 13.676,17	\$ 14.151,62
(+) DEPRECIACIONES		\$ 673,20	\$ 673,20	\$ 673,20	\$ 673,20	\$ 1.028,10
(+) AMORTIZACIONES		\$ 132,30	\$ 132,30	\$ 132,30	\$ 132,30	\$ 132,30
FLUJO NETO	\$ 0	\$ 13.450,85	\$ 13.785,35	\$ 14.200,27	\$ 14.481,67	\$ 15.312,02

Fuente: Cuadros 49-56

Elaboración: La Autora

VALOR ACTUAL NETO.- El VAN se define como la sumatoria de los flujos de netos multiplicados por el factor de descuento, lo que implica trasladar al año cero los gastos del proyecto para asumir el riesgo de la inversión.

Los criterios de decisión basados en el VAN son:

Si el VAN es positivo se acepta el proyecto, porque incrementará los valores de la empresa; si este es negativo se rechaza el proyecto porque con el tiempo los valores invertidos se perderán.

Si el VAN es igual a cero, es el inversionista quien decidirá si puede en marcha el proyecto o no.

**CUADRO 59
VALOR ACTUAL NETO**

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACION 15,20%	VALOR ACTUALIZADO
0	11.716,79		
1	13.450,85	0,868055556	11.676,09
2	13.785,35	0,753520448	10.387,54
3	14.200,27	0,654097611	9.288,36
4	14.481,67	0,567793065	8.222,59
5	15.312,02	0,492875924	7.546,92
Sumatoria valor actualizado			47.121,51
Inversión			11.716,79
Reinversión 4to año			1.630,96
VAN AL 15,20%			33.773,76

Fuente: Cuadro 58

Elaboración: La autora

VAN= Sumatoria Flujo Neto – Inversión
VAN= 47.121,51-11.716,79

VAN= 35.404,72

Como podemos observar el valor de sumatoria de los flujos de todo el período suma \$ **47.121,51** dólares, esto menos la inversión inicial de \$11.716,79 dólares, nos da un resultado de un VAN positivo de \$ **35.404,72** por lo que es conveniente aceptar este proyecto. El 15,20% es la tasa de interés activa referencial vigente del Banco Central de Ecuador.

TASA INTERNA DE RETORNO

Se considera como TIR a la tasa de interés, de la que deducimos los flujos de efectivo generados por el proyecto, durante su vida económica para que estos se igualen con la inversión.

La TIR es el rédito de descuento que iguala el valor actual de los egresos con el valor futuro de los ingresos previstos, se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

Los criterios para tomar decisiones de mediante la TIR son los siguientes:

Si la TIR es > que el costo oportunidad o de capital, se acepta el proyecto

Si la TIR es = que el costo de oportunidad o de capital, la realización de la inversión es propia del inversionista.

Si la TIR es < que el costo de oportunidad o de capital, se rechaza el proyecto.

Para proceder al cálculo de esta utilizamos la siguiente formula

$$TIR \square Tm \square Dt \square \frac{AN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} \square VAN_{MAYOR}}$$

Donde:

TIR= tasa interna de retorno

Tm= tasa menor de descuento para actualización

DT= diferencia de tasas de descuento para actualización VAN Tm = valor actual a la tasa menor

VAN TM = Valor actual a la tasa mayor

Para Si la TIR. Es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto

Si la TIR. Es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto

Si la TIR. Es igual que el costo de capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.

Si resultado de la TIR, es mayor que el costo de capital, el proyecto puede ejecutarse sin ninguna dificultad.

CUADRO 60
TASA INTERNA DE RETORNO

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACION	VAN MENOR	FACTOR ACTUALIZACION	VAN MAYOR
		99,00%		100,00%	
0	11.716,79				
1	13.450,85	0,502512563	6.759,22	0,5	6.725,43
2	13.785,35	0,252518876	3.481,06	0,25	3.446,34
3	14.200,27	0,126893907	1.801,93	0,125	1.775,03
4	14.200,27	0,063765783	905,49	0,0625	887,52
5	14.481,67	0,032043107	464,04	0,03125	452,55
		Valor actualizado	13.411,74	Valor actualizado	13.286,87
		Inversión	11.716,79	Inversión	11.716,79
		Reinversión	1.630,96	Reinversión 4to año	1.630,96
		VAN MENOR	63,99	VAN MAYOR	-60,89

Fuente: Cuadro 58

Elaboración: La autora

$$TIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

$$TIR = 0,99 + 1 \left(\frac{63,99}{124,87} \right)$$

$$TIR =$$

$$TIR = 99,51\% \quad \%$$

La Tasa interna de retorno en este caso de **99,51%**, al comparar con la tasa de oportunidad, que es el 15,20%, es rentable porque se evalúa todo el proyecto.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Permite determinar el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utilizan los valores del flujo de caja y el monto de la inversión.

CUADRO 61
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Periodo	Inversión	Flujo neto de caja	Flujo acumulado
0	11.716,79		
1		13.450,85	13.450,85
2		13.785,35	27.236,20
3		14.200,27	41.436,47
4	1.630,96	14.481,67	55.918,14
5		15.312,02	71.230,16

Fuente: Cuadro 60
Elaboración: La autora

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{D}$$

DONDE:

- a** = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.
- b** = Inversión Inicial
- c** = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.
- d** = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

$$PRI = 1 + \frac{13.347,75 - 13.450,85}{13.450,85}$$

$$PRI = 0,9923$$

$$PRI =$$

0 AÑOS

$$PRI = 0,9923 \quad x12 = 11,9080 =$$

11 MESES

$$PRI = 0,9080 \quad x 30 = 27,241 =$$

27 DÍAS

La inversión se recupera en **1 año**.

RELACIÓN BENEFICIO/COSTO

Mide el rendimiento que se obtiene por cada unidad monetaria invertida, con lo cual se determina la factibilidad del mismo en base a los siguientes criterios:

RB/C mayor que 1 se puede realizar el proyecto. RB/C igual que 1 es indiferente realizar el proyecto. RB/C menor que 1 no se debe realizar el proyecto.

$$R/B-C = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados}} - 1$$

CUADRO 62
RELACIÓN BENEFICIO-COSTO

PERIODO	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	COSTO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZACION 20,00%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO	FACT. ACTUALIZACION 20,00%	INGRESO ACTUALIZADO
0	11.716,79					
1	39.671,70	0,833333333	33.059,75	\$ 59.507,55	0,833333333	49.589,63
2	40.721,09	0,694444444	28.278,53	\$ 61.081,63	0,694444444	42.417,80
3	41.798,81	0,578703704	24.189,13	\$ 62.698,21	0,578703704	36.283,69
4	42.905,63	0,482253086	20.691,37	\$ 64.358,44	0,482253086	31.037,06
5	44.397,23	0,401877572	17.842,25	\$ 66.595,85	0,401877572	26.763,38
TOTAL COSTO ACTUALIZADO			124.061,03	INGRESO ACTUALIZADO		186.091,55

Fuente: Cuadro 56
Elaboración: La Autora

$$R B/C = \frac{\text{INGRESO TOTAL ACTUALIZADO}}{\text{COSTO TOTAL ACTUALIZADO}}$$

$$R B/C = \frac{186.091,55}{124.061,03} = 1,50$$

ANÁLISIS RBC.

Si la relación beneficio costo es mayor a uno se acepta el proyecto

Si la relación beneficio coto en menor a uno no se acepta el proyecto

Si la relación beneficio costo es igual a uno conviene o no conviene realizar el proyecto

En el presente proyecto la relación beneficio-costo es mayor a uno (1.50), lo que significa que por cada dólar invertido recibirá \$0, 50 centavos de utilidad.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Todo tipo de análisis, requiere de estimaciones sobre las variables que intervienen en el proceso y que están sujetas a cambios por fluctuaciones que se producirán a lo largo de la vida útil del proyecto, especialmente en lo referente a ingresos y costos, cuyas variaciones más sensibles se dan en el incremento o disminución de los precios.

El criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es:

- ✓ Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno, el proyecto es sensible.
- ✓ Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno, el proyecto no sufre ningún efecto.
- ✓ Cuando en coeficiente de sensibilidad es menor que uno, no es sensible. Para su cálculo se aplican las siguientes fórmulas:

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)^n$$

$$**Diferencias TIR** = Tir\ proyecto - Nueva\ Tir$$

$$**Porcentaje de variación** = Diferencia.Tir / Tirdelproyecto$$

$$**Sensibilidad** = porcentaje\ de\ variación / Nueva\ Tir$$

CUADRO 68
ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO DEL 30% DE LOS COSTOS

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 30,00%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACION				
				FLUJO NETO	47,00%	VAN MAYOR	47,70%	VAN MENOR
					FACT. ACTUALIZ.		FACT. ACTUALIZ.	
Inversión						-11.716,79		-11.716,79
Reinversión						-1.630,96		-1.630,96
1	39.671,70	51.573,21	59.507,55	7.934,34	0,680272109	5397,51	0,67704807	5371,92959
2	34.605,10	44.986,63	51.907,65	6.921,02	0,462770142	3202,84	0,45839409	3172,55439
3	35.517,69	46.172,99	53.276,53	7.103,54	0,31480962	2236,26	0,310354834	2204,61712
4	36.454,92	47.391,39	54.682,37	7.290,98	0,214156204	1561,41	0,210125141	1532,01884
5	37.772,35	49.104,05	56.658,52	7.554,47	0,145684493	1100,57	0,142264822	1074,73531
						150,84		8,10

Fuente: Cuadros 55 y 56

Elaboración: La autora

$$NTIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 47 + 1 \left(\frac{150,84}{-142,74} \right) = \mathbf{46,96\%}$$

$$\text{Diferencias TIR} = Tir \text{ Proyecto} - Nueva Tir = 88,45\% - 46,96\% = 41,49\%$$

$$\text{Porcentaje de variación} = \frac{Diferencia. Tir}{Tir \text{ del proyecto}} = \frac{41,49\%}{88,45\%} = 46,91\%$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{Porcentaje \text{ de variación}}{Nueva Tir} = \frac{46,91\%}{46,96\%} = \mathbf{0,99888}$$

CUADRO 69
ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON UNA DISMINUCIÓN DEL 20% DE LOS INGRESOS

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO DISMINUIDO EN UN 20,00%	ACTUALIZACION				
				FLUJO NETO	46,9%	VAN MAYOR	47,9%	VAN MENOR
					FACT. ACTUALIZ.		FACT. ACTUALIZ.	
Inversión						-11.716,79		-11.716,79
Reinversión						-1.630,96		-1.630,96
1	39.671,70	59.507,55	47.606,04	7.934,34	0,680735194	5401,18	0,676132522	5364,665
2	34.605,10	51.907,65	41.526,12	6.921,02	0,463400404	3207,20	0,457155187	3163,980
3	35.517,69	53.276,53	42.621,22	7.103,54	0,315452964	2240,83	0,30909749	2195,686
4	36.454,92	54.682,37	43.745,90	7.290,98	0,214739935	1565,67	0,208990865	1523,749
5	37.772,35	56.658,52	45.326,82	7.554,47	0,146181031	1104,32	0,141305521	1067,488
						171,45		-32,18

Fuente: Cuadros 57

Elaboración: La autora

$$NTIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 47 + 1 \left(\frac{-32,18}{-203,64} \right) = \mathbf{47,06\%}$$

$$\text{Diferencias TIR} = \frac{Tir \text{ Proyecto} - Nueva TIR}{Tir \text{ Proyecto}} = \frac{47,058\% - 47,06\%}{47,058\%} = 41,39\%$$

$$\text{Porcentaje de variación} = \frac{Diferencia. TIR / TIR \text{ del proyecto}}{TIR \text{ del proyecto}} = \frac{0,41}{47,058\%} = 46,80\%$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{Porcentaje \text{ de variación} / Nueva TIR}{Nueva TIR} = \frac{46,80\%}{47,058\%} = \mathbf{0,99446}$$

h. CONCLUSIONES

Al culminar el proyecto de investigación, se llegó a concluir lo siguiente:

- Se realizó el estudio de factibilidad para determinar la viabilidad de crear una empresa productora de marcos y molduras en madera y su comercialización en el cantón Santa Rosa de la provincia de El Oro.
- Como el producto que se propone ofertar al mercado es marcos y molduras en madera se pretende elaborarlos con madera de laurel costeño que es de excelente calidad y se cultiva en el medio y además porque la mayoría de demandantes manifestaron estar dispuestos a adquirirlo.
- A través del estudio técnico se determinó los diferentes equipos y maquinarias que serán de utilidad en la elaboración del producto a fin de garantizar su calidad.
- Mediante métodos de Macro localización y Micro localización, se determinó que la ubicación idónea de la planta productora marcos y molduras en madera se ubicara en la calle Vega de Dávila, entre las Av. Sixto Duran Ballén y Víctor Ollague, debido a que cuenta con los servicios básicos requeridos para de la actividad comercial.
- El producto se ofertará con el 100% de calidad y costo accesible al público satisfaciendo las necesidades de los demandantes.
- Se constituirá como compañía de Responsabilidad Limitada, sujeta a las normas legales establecidas a la Ley de Compañías del Ecuador.
- El costo unitario de cada producto es de \$4,70 dólares, y al sumar el margen de utilidad del 50% nos da un precio de venta al público de \$7,00 dólares, lo que permite que el producto se oferte de manera

satisfactoria en el mercado, ya que la mayoría de demandantes está dispuesto a pagar hasta \$ 10 por cada marco y moldura en madera de laurel costeño.

- La demanda efectiva anual es de 74.106 y la oferta es de 35.208 marcos y molduras en madera.
- Se estableció mediante el análisis financiero que el monto de la inversión total de la puesta en marcha del proyecto, será de \$ 11.195,74 dólares, conformada por activos fijos, diferidos y circulantes acorde al estudio financiero.
- Se determinó que se requiere menor inversión, ya que la maquinaria y la materia prima a más de no ser de costo muy elevado se la puede adquirir en el mercado local.
- Se estableció por medio del estudio económico-financiero que el tiempo en el cual la inversión se recuperará en 1 año
- De la evaluación financiera se determina que el proyecto es rentable ya que el VAN es positivo 35.404,72, la TIR tiene un valor satisfactorio de 99,51%
- La Relación Beneficio – Costo es de \$0,50 dólares, lo que determina que la rentabilidad es conveniente.
- El Análisis de Sensibilidad incrementando los costos y disminuyendo los egresos determinó que el proyecto no será sensible al incremento de los costos en el 30%, ni a la disminución de los ingresos en el 20%.

i. RECOMENDACIONES

- Ejecutar el presente proyecto, por los resultados obtenidos a través de los criterios de evaluación propuestos, utilizando el máximo de la capacidad instalada para satisfacer la demanda insatisfecha mediante la ampliación de los canales de comercialización.
- Difundir los beneficios del producto en el mercado, utilizando los medios de comunicación del cantón Machala.
- Evitar el incremento de los gastos financieros utilizando la materia prima existente en el medio (madera de laurel costeño).
- Mantener en lo posible el costo de producción mediante planes que permitan el incremento de la productividad para evitar la escalada del costo unitario de producción y el precio de venta para hacer frente a la competencia.

j. BIBLIOGRAFÍA

1. **BONTA**, Patricio y Farber, Mario. (s.f.). Preguntas sobre Marketing y Publicidad. Bogotá-Colombia: Grupo Editorial Norma.
2. **CAPÚZ** Lladró Rafael. (2008). Materiales orgánicos: maderas. Valencia-España: Universidad Politécnica de Valencia.
3. **CÉSPEDES** María Francisca; **LÓPEZ**,Antonio; **MORA** Raúl ; **RODRÍGUEZ** Leoncio. (2010). Construcción de Elementos No estructurales. España.
4. **Douglas R.** Emery,John D. **Finnerty**,John D. **Stowe**. (s.f.). Fundamnetos de administración financiera.
5. **FACULTAD DE CONTADURIA Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.FUENTES DE FINANCIAMIENTO A MEDIANO Y LARGO PLAZO Y SU COSTO.** México D.f.
6. **FERNÁNDEZ ESPINOZA**,M. Saúl. (2009). Guía para la Presentación de Proyectos. Evaluación Financiera.
7. **FERNÁNDEZ SÁNCHEZ**, Esteban . (2010). Administración de empresas : un enfoque interdisciplinar Madrid-España: Paraninf.
8. **GALLARDO CERVANTES**, Juan. (2002). Evaluacion Economica Y Financiera : Proyectos Y Portafolios de Inversion . México D.F: Universidad nacional Autónoma de México.
9. **GEOFFREY**, Randall. (2010). Principios de Marketing.
10. **GIL, ESTALLO**, Ma. de los Ángeles,**GINER de la FUENTE** Fernando. (2013). Cómo crear y hacer funcionar una empresa. Madrid: ESCIC. Editorial. 9na Edición.
11. (2004). **Guía de Estudio del IX Módulo de la Universidad Nacional de Loja.** Loja-Ecuador.
12. (2011). **Guía de la Madera:** Tomo I - Productos y Carpintería.
13. **ILPES**,Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social. (2006). Guía para la presentación de proyectos. México D.F.
14. **JIMÉNEZ** Francisco, **ESPINOZA** , Carlos y **FONSECA** ,Leonel. (2007). Ingeniería Económica. Costa Rica: Editorial Tecnológica. 1era Edición.
15. **KLOTTER**, Philippy & **ARMSTRONG**, Gary. (s.f.). Fundamentos de Marketing: Edición para Latinoamerica. México D.F.: Pearson Educación de méxico. 6ta Edición.

16. **LAMELA VIERA**, Carmen. (2010). Estudio de usos y plan de mejora de la carpintería de ribeira de "O Charango". Galicia: Colegio de arquitectos de Galicia.
17. **LEIGUARDA Sordelli**, . (2009). Tallado en Madera. Buenos Aires-Argentina: Albatros Saci.
18. **MARÍN HERNÁNDEZ** Salvador. (2009). Contabilidad Bancaria: Financiera, de Gestión y Auditoría. Madrid: Paseo de la Castellana.
19. **MARTÍNEZ Rojas**, Isaac. (2008). Tecnología de la Madera. Madrid-España: Mundi Prensa. 3era edición.
20. **MEJÍA GUITIERREZ** ,Alonso . (s.f.). Estructura Presupuestal de un Proyecto Económico. Bogotá-Colombia: Universidad Santo Tomás.
21. **MEZA,OROZCO**, Jhonny de Jesús. (2013). Evaluación financiera de proyectos:. Bogotá-Colombia: Ecoe Ediciones.
22. **MIRANDA**, Juan José. (s.f.). Gestión de Proyectos. Bogotá-Colombia: MB .Editores.1era Edición.
23. **MIRANDA,M.** Juan José. (2006). Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera, económica, social y ambiental. Bogotá-Colombia. : MMEditores.
24. **PALACIO SALAZAR** Ivarth. (2010). Guia practica para la identificacion, formulacion y evaluacion de proyectos. Bogotá -Colombia: Universidad del Rosario.
25. **RENDER**, Barry. (2004). Principios de administración de operaciones. México D.F: Pearson Education. Edición en español. 5ta Edición.
26. **RODRÍGUEZ VALENCIA**, Joaquín. (2006.) Administración de pequeñas y medianas empresas. México: 6ta Edición.
27. **SÁNCHEZ GALÁN**, José Ramón. (s.f.). Principios Básicos de Empresa. Madrid-España: Visión Libros.
28. **Universidad Nacional de Loja**. " Elaboración y Evaluación de Proyectos".
29. **Univesidad Técnica Particular de Loja**. (2006). Guía didactica. Negocios. Loja -ecuador.
30. **VIGNOTE PEÑA**, Santiago. (2010). Tecnología de la madera. Mundi Prensa Libros.

k. ANEXOS

FICHA RESUMEN DEL PROYECTO

TEMA

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE MARCOS Y MOLDURAS EN MADERA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN SANTA ROSA, PROVINCIA DE EL ORO

b) PROBLEMA

Nuestro país, viene afrontando cierta estabilidad económica debido a las políticas establecidas por el gobierno, a los acuerdos de integración regional y sobre todo a las oportunidades de retorno de nuestros compatriotas, lo que hace que registre indicadores de disminución en el desempleo permitiendo a una mayoría de ecuatorianos, disfrutar de una equitativa distribución del ingreso y un equilibrado acceso a los servicios y mercados.

Dicha situación ayuda al fortalecimiento de aspectos estructurales, culturales, estrategias y estímulos que admitan el incremento de la producción, y la generación de empleo a través de la industrialización de bienes y servicios, para el mejoramiento de vida y la continuación de cierto nivel de costumbres en las que se han desenvuelto nuestros compatriotas en el exterior; pese a ello, el desarrollo provincial y regional afronta una difícil situación, debido a que por encontrarse en la región sur ha sido relegada por los gobiernos de turno para la asignación de recursos que le permitan generar bienes y servicios en pro de mejorar el empleo y con ello su crecimiento económico.

El desarrollo socio-económico de las provincias serranas, costeñas, de la región oriental e insular es difícil, especialmente en los lugares más apartados de la capital ecuatoriana y con ello la provincia del El Oro, que se ha visto también afectada por la falta de políticas e incentivos para su desarrollo.

La implementación de una empresa de esta naturaleza, permitirá el mejoramiento socioeconómico de Santa Rosa, la provincia y el Oro, la Región

Sur y el país; la gestación de nuevas fuentes de trabajo y con ello el mejoramiento social y económico de sus habitantes, el despegue de la economía, convirtiéndolo en uno de los cantones donde existe mayor oportunidad para la inversión de propios y extraños; la incursión en el campo ocupacional de nuevas familias que podrán no solo afrontar al sustento familiar, sino promover nuevas oportunidades de mejoramiento académico de sus hijos y con ello del pleno desarrollo de este sector importante de la provincia de El Oro y por qué no de nuestro país.

Cabe destacar que el Cantón Santa Rosa viene experimentando un gran despliegue socio cultural y económico, especialmente por encontrarse cerca de su capital provincial, Machala que a través de su avance socio cultural le permite cierto nivel de crecimiento, que si bien es cierto un poco lento, requiere de la contribución de sus habitantes para favorecer la creación de empresas de producción que permitan la generación de nuevas fuentes de trabajo a través del aprovechamiento de los recursos disponibles, generando riqueza para la eliminación del desempleo, erradicación de la pobreza y el desarrollo socio cultural.

En el caso de Santa Rosa, existe una gran cantidad de depósitos de madera que no han sido aprovechados en su totalidad para el ingreso al mercado productivo y un marcado retraso en el desarrollo cultural y del buen vivir de sus habitantes, por lo que el indiscutible problema está dado por:

LA FALTA DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MARCOS Y MOLDURAS EN MADERA PARA EL CANTÓN SANTA ROSA, PROVINCIA DE EL ORO.

JUSTIFICACIÓN

La justificación del proyecto apunta a lo siguiente:

➤ JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA

El desarrollo del presente proyecto, se justifica porque permite la conjugación de la teoría con la práctica a través de la demostración de conocimientos,

habilidades y destrezas adquiridas como egresada de la carrera de Ciencias Administrativas, modalidad a Distancia de la Universidad Nacional de Loja, y además porque tras haber culminado la carrera universitaria permitirá el obtener el título de Ingeniera Comercial.

➤ **JUSTIFICACIÓN SOCIAL**

Se justifica socialmente el proyecto porque al implementar una nueva empresa de producción se desarrollan nuevas formas de empleo formal e informal, disminuyendo la desocupación y dando la oportunidad para que los habitantes del cantón puedan ingresar al mercado laboral

➤ **JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA**

Se justifica económicamente, porque generará nuevos recursos económicos, incrementará los puestos de trabajo y contribuirá a mejorar las economías de los habitantes del Cantón Santa Rosa, de la Provincia de El Oro y del país.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Determinar la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de marcos y molduras en madera en el Cantón Santa Rosa de la Provincia de El Oro.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Efectuar un estudio de mercado que permita conocer la oferta y demanda de marcos y molduras en madera, en el Cantón Santa Rosa de la Provincia de El Oro.
- Determinar un plan de comercialización para posesionar el producto propuesto.
- Realizar un estudio técnico que permita determinar el tamaño, localización e ingeniería del proyecto.

- Determinar la estructura organizacional y el marco legal para la empresa a implantar.
- Realizar un estudio económico – financiero que permita determinar costos, presupuestos, estados financieros, y la rentabilidad del proyecto requeridos para su inversión.
- Realizar la evaluación del proyecto aplicando los diferentes criterios de evaluación: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación del Capital y Análisis de Sensibilidad.

METODOLOGÍA

La metodología a utilizar para el presente estudio de factibilidad es la siguiente:

La realización del presente trabajo “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de marcos y molduras en madera y su comercialización en el cantón Santa Rosa, provincia de el Oro” requiere del manejo de diferentes métodos y técnicas para el desarrollo eficiente del tema, los que se describen:

Método Científico.- El método científico es el conjunto de procedimientos lógicos que sigue la investigación para descubrir las relaciones internas y externas de los procesos de la realidad natural y social en la que se desenvolverá el proyecto

Al ponerlo en práctica permitirá sustentar científicamente los objetivos propuestos y resultados obtenidos en la investigación para establecer la posibilidad de su puesta en marcha.

Método Descriptivo.- Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. La investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hecho, y su característica fundamental es la de presentación correcta.

La utilización del presente método permitirá puntualizar detalladamente lo referente al mercado, oferta, demanda satisfecha e insatisfecha así como el proceso de producción, distribución y comercialización de los productos a ofertar.

Método analítico- sintético.- El método analítico de investigación consiste en la desmembración de un todo, en sus partes o elementos para observar las causas, naturaleza y efectos.

El método sintético es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis; se trata en consecuencia de hacer una exposición metódica y breve.

Se lo utilizará como instrumento de análisis y síntesis para la verificación de estudio de mercado y la evaluación financiera, determinando el efecto de la problemática existente, lo que permitirá diferenciar ordenadamente los componentes del proyecto propuesto

Método inductivo-deductivo.- Es aquél que parte de datos generales aceptados como válidos, para derivar por medio del razonamiento lógico varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar su validez.

La inducción va de lo particular a lo general. Se utiliza el método inductivo cuando de la observación de los hechos particulares se obtiene proposiciones generales, o sea, es aquél que establece un principio general una vez realizado el estudio y análisis de hechos y fenómenos en particular.

Este método permitirá establecer la factibilidad de implementar la empresa, deduciendo los resultados de las encuestas que se aplicarán así como las conclusiones y recomendaciones.

Método Estadístico.- El método estadístico consiste en una serie de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la

investigación.

Dicho manejo de datos tiene por propósito la comprobación, en una parte de la realidad de una o varias consecuencias verticales deducidas de la hipótesis general de la investigación.

Se lo utilizará para la presentación de los resultados obtenidos a través de cuadros y gráficos, que permitan hacer más viable la interpretación del proyecto.

TÉCNICAS

Se utilizará las siguientes técnicas:

Encuesta.- Con la finalidad de recabar la mayor cantidad de información acerca de la oferta y demanda de marcos y molduras en madera, se aplicarán 2 tipos de encuestas, la una dirigida a los 32 artesanos de la pintura, bordado, dibujos, fotografías, agremiados en el Cantón Santa Rosa, provincia de El Oro para determinar la demanda y la otra dirigida a los almacenes y distribuidores de marcos y molduras en madera para determinar la oferta existente en el Cantón.

ANEXOS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ARTESANOS (DEMANDANTES) DE SANTA ROSA

Distinguido Sr. (a):

Con la finalidad de efectuar una investigación que permita realizar el proyecto de tesis previo a la obtención del título de Ingeniera comercial, le solicito se digne dar respuesta al siguiente cuestionario, que me permitirá determinar la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de marcos y molduras en madera en el Cantón Santa Rosa, provincia de El Oro.

1. ¿Es Ud. miembro activo del gremio de artesanos de madera, pintura, espejos, fotografía y dibujo de Santa Rosa?

SI ()

NO ()

2. De la siguiente lista señale las artesanías que usted elabora?

Espejos ()

Pinturas ()

Bordados ()

Fotografías ()

Dibujos ()

sus

3. ¿Utiliza marcos y molduras en trabajos artesanales?

SI ()

NO ()

4. Qué material utiliza para enmarcar los marcos y molduras para sus artesanías?

Madera ()

Plástico ()

Yeso ()

5. ¿Cuántas artesanías enmarcadas en madera elabora mensualmente?

1 - 10 artesanías ()

11 - 20 artesanías ()

21 - 30 artesanías ()

31 - 40 artesanías ()

41 - 50 artesanías ()

6. De que de madera utiliza los marcos y molduras para sus artesanías?

Laurel costeño ()

Pechiche ()

Almendro ()

7. ¿En qué lugar adquiere los marcos y molduras?

Centros Comerciales ()

Carpinterías ()

8. ¿Si se creara una empresa de marcos y molduras en madera en el cantón Santa Rosa estaría ud. dispuesto a adquirirlos?

SI ()

NO ()

9. ¿Cuál es el precio de los marcos y molduras en madera que Ud. paga?

Entre \$ 1 a \$ 3 dólares ()

Entre \$ 4 a \$ 6 dólares ()

Entre \$ 7 a \$ 9 dólares ()

Entre \$ 10 a \$ 12 dólares ()

10. ¿El precio al que Ud. compra los marcos y molduras de madera considera?

Caro ()

Barato ()

Equitativo ()

11. ¿En cuál de los siguientes medios de publicidad realiza la promoción de su producto?

Radio ()

Prensa ()

Televisión ()

Internet ()



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA DIRIGIDA A COMERCIANTES DE MARCOS Y MOLDURAS

DE LA PROVINCIA DE EL ORO

Señor (a):

En calidad de egresada de la carrera de Administración de empresas y con el propósito de desarrollar la tesis de grado, planteo a Ud. la presente encuesta, que tiene como objeto recopilar información para establecer la posibilidad de crear una empresa productora y comercializadora de marcos y molduras en madera en el cantón Santa Rosa, provincia de El Oro, por lo que le solicito su colaboración dando respuesta a las siguientes preguntas:

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DE SANTA ROSA,

1. ¿Vende Ud. marcos y molduras?

SI ()

NO ()

2. De qué material son los marcos y molduras que Ud. vende?

Madera ()

plástico ()

Yeso ()

3. ¿Cuántos marcos y molduras en madera vende Ud. semanalmente?

De 1 a 10 ()

De 11 a 20 ()

De 21 a 30 ()

De 31 a 40 ()

De 41 a 50 ()

4. De que madera son los marcos y molduras que Ud. vende?

Laurel costeño ()

Pechiche ()

Almendra ()

5. ¿Cuál es el precio en el que Ud. vende cada marco y moldura?

Entre \$ 1 a \$ 5 dólares ()

Entre \$ 6 a \$ 10 dólares ()

Entre \$ 11 a \$ 15 dólares ()

Entre \$ 16 a \$ 20 dólares ()

6. ¿En cuál de los siguientes medios realiza Ud. la publicidad del producto

Radio ()

Prensa ()

Televisión ()

Internet ()

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA.....	vi
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN	2
ABSTRACT.....	4
c. INTRODUCCIÓN.....	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	10
e. MATERIALES Y MÉTODOS	43
f. RESULTADOS	48
g. DISCUSIÓN	64
h. CONCLUSIONES.....	140
i. RECOMENDACIONES.....	142
j. BIBLIOGRAFÍA.....	143
k. ANEXOS	145
FICHA RESUMEN DEL PROYECTO.....	145
ÍNDICE	156