



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LÁMPARAS A BASE DE COCO EN EL CANTÓN ZAPOTILLO PROVINCIA DE LOJA”

Tesis previa a la obtención del grado de Ingeniera Comercial.

AUTORA:

DIGNA ISABEL GODOS VÉLEZ

DIRECTOR:

ING. EDWIN BLADIMIR HERNÁNDEZ QUEZADA MG. SC.

Loja – Ecuador

2017

CERTIFICACIÓN

Ing. Edwin Bladimir Hernández Quezada Mg. Sc.

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Que ha revisado minuciosamente cada una de las partes de la presente tesis con el título: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LÁMPARAS A BASE DE COCO EN EL CANTÓN ZAPOTILLO PROVINCIA DE LOJA”**, cuya autora es: **Digna Isabel Godos Vélez**, la misma que cumple con los requisitos exigidos por las normas generales para la graduación en la Universidad Nacional de Loja, por lo que me permito autorizar su presentación para los fines pertinentes.

Loja, 17 de julio de 2017



.....
Ing. Edwin Bladimir Hernández Quezada Mg. Sc.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **Digna Isabel Godos Vélez** 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 o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

AUTORA: Digna Isabel Godos Vélez

FIRMA: 

CÉDULA: 1105131633

FECHA: Loja, 17 de julio de 2017

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

Yo, **Digna Isabel Godos Vélez** declaro ser autora de la tesis titulada **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LÁMPARAS A BASE DE COCO EN EL CANTÓN ZAPOTILLO PROVINCIA DE LOJA”**, como requisito para optar al grado de Ingeniera Comercial, por lo que autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que confines académicos muestre al mundo la publicación intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Digital Institucional.

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

La Universidad Nacional de Loja no se responsabiliza por el plagio o copia de esta tesis que realice una tercera persona.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja a los 17 días del mes de julio del año dos mil diecisiete.

Firma:

Autora: Digna Isabel Godos Vélez

Cedula: 1105131633

Dirección: Maximiliano Flores y Verdes Tamarindos - Zapotillo

Correo electrónico: isagv1990@hotmail.com

Celular: 0980595536 - 2647115

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Ing. Edwin Bladimir Hernández Quezada Mg. Sc.

Tribunal de Grado:

Presidente

Dr. Luis Alcívar Quizhpe Salinas MAE.

Vocal

Ing. Julio Arévalo Camacho Mg. Sc.

Vocal

Ing. Víctor Nivaldo Anguisaca Guerrero Mg. Sc.

AGRADECIMIENTO

Culminada esta etapa de formación académica, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a las Autoridades de la Universidad Nacional de Loja, de manera especial a la Unidad de Educación a Distancia.

La gratitud imperecedera, de manera especial, al Ing. Edwin Bladimir Hernández Quezada Mg. Sc. Director de tesis, así como también a todos los catedráticos de la Carrera de Administración de Empresas, sin cuyo trabajo y dedicación a la formación académica y su desarrollo no habría tenido la posibilidad de alcanzar el nivel profesional en el campo de la Administración de Empresas.

LA AUTORA

DEDICATORIA

A Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haberme puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis padres porque creyeron en mí y porque me sacaron adelante, dándome ejemplos dignos de superación y entrega, porque en gran parte gracias a ustedes, hoy puedo ver alcanzada mi meta, ya que siempre estuvieron impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera, y porque el orgullo que sienten por mí, fue lo que me hizo ir hasta el final. Va por ustedes, por lo que valen, porque admiro su fortaleza y por lo que han hecho de mí.

A mi esposo, por estar conmigo y por ayudarme a superar los momentos difíciles, por ser mi compañero y por su constante apoyo.

A tierna Hija por ser la razón de mi vida.

A mis familiares y amigos mil palabras no bastarían para agradecerles su apoyo, su comprensión y sus consejos en los momentos difíciles.

A todos, espero no defraudarlos y contar siempre con su valioso apoyo, sincero e incondicional.

Digna Isabel

a. TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LÁMPARAS A BASE DE COCO EN EL CANTÓN ZAPOTILLO PROVINCIA DE LOJA”

b. RESUMEN

El Presente trabajo titulado “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LÁMPARAS A BASE DE COCO EN EL CANTÓN ZAPOTILLO PROVINCIA DE LOJA” tiene como objetivo fundamental implementar una empresa en dicho cantón para un desarrollo sustentable en éste rincón de la Patria.

Para la realización del presente trabajo se plantearon objetivos, los mismos que están enmarcados en función al estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y a la evaluación financiera, dichos objetivos fueron cumplidos a través de métodos y técnicas.

La metodología utilizada para este proyecto de tesis fue: El método analítico, descriptivo, inductivo, deductivo, estadístico y las técnicas empleadas fueron la encuesta y entrevista.

En relación al estudio de mercado se han aplicado a una muestra de 357 familias de Zapotillo, estableciéndose una demanda potencial de 3.340 familias, demanda real de 2.984 familias y una demanda efectiva de 2.517 familias, lo que determino, una demanda una demanda efectiva de 4.406 lámparas y una oferta de 60 lámparas anuales, se entrevistó a 2 oferentes, con lo que se ha determinado una demanda insatisfecha de 4.346 lámparas.

En el estudio técnico se ha determinado el tamaño de la planta con una capacidad instalada de 4320 y utilizada 3036 lámparas anuales, ubicada en el cantón Zapotillo.

En el estudio organizacional la empresa se establece legalmente como DISAGO Cía. Ltda. Contando con los organigramas, tanto el estructural, posicional y el funcional y el manual de funciones respectivo.

En el aspecto financiero, se requiere una inversión de \$.10.219,52; el mismo que es financiado el 51,07% con capital propio y el 48,93% con un crédito otorgado por BanEcuador, con una tasa de interés del 10% y a 5 años plazo.

En la evaluación financiera se establece que el proyecto es factible, por los siguientes resultados: el VAN es de \$. 29188,63; TIR del 96,13%; RELACION B/C es de 1,25 dólares americanos; una SENSIBILIDAD en el incremento en los costos del 16,65% y una disminución en los ingresos del 13,37%, EL PRC se lo hará en 2 años 1 meses y 17 días

Y como parte final del presente trabajo se plantea conclusiones y recomendaciones.

PALABRAS CLAVE: artesanía, iluminación, emprendimiento, factibilidad

Abstract

This study entitled "Project of feasibility for the implementation of a microenterprise producer and marketer of lamps based COCO in the CANTON ZAPOTILLO province of LOJA" has as its main objective implement a company in the canton for a sustainable development in this corner of the country.

The methodology used for this thesis project was: The analytical method, descriptive, inductive, deductive and statistical and the techniques used were the survey and interview.

In relation to the market study, a sample of 357 families of Zapotillo was applied, establishing a potential demand of 3,340 families, real demand of 2,984 families and an effective demand of 2,517 families, which determined, a demand an effective demand of 4,406 Lamps and an offer of 60 lamps per year, applied 2 offer, which has determined an unsatisfied demand of 4,346 lamps.

The technical study has determined the size of the plant capacity installed of 4320 and used 3036 annual lamps, located in the canton Zapotillo.

In the study organizational it company is established legally as DISAGO Cia. Ltda. relying on charts, both the structural, positional and functional and the respective functions manual.

The financial aspect, requires an investment of \$10.219,52, which is funded by the 51,07% with own capital and 48,93% with a credit granted by BanEcuador, with a rate of interest of 10% and 5-year. The financial evaluation States that the project is feasible, with the following results: the VAN is \$. 29188,63; 96,13% IRR; B/c ratio is 1.25 dollars; a sensitivity in the increase in the costs of the 16,65% and a decrease in the income of the 13,37%, the PRC is it will make in 2 years 1 months and 17 days.

And as a final part of this work arises conclusions and recommendations.

Keywords: crafts, lighting, entrepreneurship, feasibility.

c. INTRODUCCIÓN

Hoy en día los países poco favorecidos en el desarrollo empresarial, deben hacer frente a los cambios sociales, a través de creación de micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, con la finalidad de paliar la falta de empleo y a la vez aprovechar recursos que nos brinda la naturaleza, especialmente en Ecuador que cuenta con una diversidad de flora y fauna.

En Ecuador la ocupación de mano de obra artesanal, se vuelve cada vez más frecuente, ya que con un poco de creatividad los artesanos expresan sus sentimientos a través de la realización de artesanías, cuya materia prima está dada por la región de donde proceden, en nuestro país existen variedades con características propias que las encontramos en costa, sierra, oriente y región insular.

El cantón Zapotillo por ser un cantón fronterizo, se encuentra limitado en su desarrollo empresarial, por ello, en busca de dar una posible solución a este problema latente, se hace necesario emprender en una idea de negocio, que permita el empleo de mano de obra local y sobre todo el aprovechamiento de recursos naturales del medio.

Ante este panorama de la falta de empresas en nuestro cantón se ha creído pertinente la creación de un proyecto titulado “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LÁMPARAS A BASE DE COCO EN EL CANTÓN ZAPOTILLO PROVINCIA DE LOJA” con el fin de dar un aporte a la sociedad en general.

El presente trabajo se encuentra estructurado de manera secuencial, el mismo que cuenta con un resumen, donde se brinda una visión general acerca de los resultados alcanzados durante el desarrollo de este proyecto.

Seguidamente se hace referencia a la introducción, en donde se realiza un breve análisis de los componentes que integran el presente trabajo.

Posteriormente, el presente trabajo hace alusión a la revisión de literatura, en donde constan tanto los contenidos referenciales del proyecto, así como los conceptuales, en donde se los estructura de manera que haya secuencia de acuerdo a los objetivos planteados y ejecutados a lo largo del desarrollo del presente.

Los materiales y métodos es otro de los aspectos importantes que contiene este trabajo, considerando como una de las partes más importantes, ya que en esta sección se determina los materiales que se utilizaron para la su realización; también constan los métodos que se emplearon para ejecutar a lo largo del proyecto; y técnicas de investigación, que sirvieron para la determinación del tamaño de la muestra de la población de Zapotillo.

Haciendo referencia a los resultados que en este apartado se describen, en éste se presenta los mismos obtenidos a partir de la encuesta aplicada a las familias zapotillanas con el respectivo análisis, así como el resultado de la entrevista aplicada a los locales existentes en éste punto de la provincia.

Otro de los puntos esenciales con los que cuenta este trabajo es la discusión, en la cual se van desarrollando partes vitales del proyecto como el estudio de mercado, en la cual se establece la demanda, la oferta existente y producto de ello se ha establecido la demanda insatisfecha; paralelamente a ello se ha realizado el estudio técnico, en donde se ha determinado el tamaño del proyecto, a través del cálculo de la capacidad instalada y utilizada; además se hace referencia y desarrollo de la ingeniería del proyecto.

Con respecto a la parte organizacional, se realizó la estructura tanto jurídica, en donde se estableció con el nombre de "DISAGO" Cía. Ltda., además se dio una estructura organizativa, esquematizando los diferentes organigramas y otorgando funciones a cada uno de los puestos existentes.

En el aspecto financiero, se elaboraron los diferentes presupuestos, que se requieren para la puesta en marcha del presente proyecto, determinado de esta manera la inversión que se requiere, los ingresos que se obtendrá por concepto de ventas de las lámparas; además se establecieron los respectivos estados financieros, los mismos que sirvieron de base para el desarrollo de la Evaluación

Financiera, mediante la aplicación de los diferentes indicadores financieros.

Finalmente, en el presente trabajo se han establecido las debidas conclusiones y recomendaciones que se hacen luego de haber desarrollado y concluido los diferentes estudios, cuyos resultados han servido para establecer las mismas.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

El coco

“El coco (*Cocos nucifera* L.), es un fruto redondo y alargado de carne blanca, fibrosa y aceitosa cubierta por una cáscara dura, de color marrón y peluda. El coco tiene una envuelta fibrosa, una carne blanca dentro que recibe el nombre de copra y, cuando el fruto está aún tierno, un líquido lechoso que se suele usar como alimento básico de algunas zonas. Existe un uso predominante del coco en la producción de copra: la médula desecada del coco, de la que se obtiene aceite. Los residuos que quedan de la obtención de copra se usan para pasto animal. Aunque el aceite de coco no es uno de los aceites vegetales más importantes, se trata de un aceite láurico, y como tal merece un lugar en el mercado mundial. El fruto del cocotero es el coco y también se dedica a su procesado.

De estas palmeras (cocoteros), se puede extraer además de cocos, las nueces de cocos. La nuez de coco pesa por término medio 2,5 kg y no es realidad una nuez, sino un fruto en drupa. De éstas se elaboran cuerdas y otros productos de fibra gracias a su envoltura fibrosa externa. También, estas nueces poseen una almendra que puede ser consumida fresca o seca, obteniéndose la copra. Mediante la incisión de las inflorescencias del cocotero y recolección del líquido (savia) que exuda de ellas, se obtienen bebidas fermentadas, vinagre de

alcohol o azúcares. El cogollo terminal de la palmera puede ser consumido, fresco, cocido o como legumbre (col de coco). Con la cáscara del coco se pueden hacer recipientes de beber y para otros usos, así como también se puede usar como carbón.” (Interempresas, S.L., 2016)

Nombre científico

Nucifera (Coco), este es un género de Palmeras que incluye una sola especie que pertenece a la familia de las Arecaceae.

Es una planta muy interesante para la decoración de interiores, aunque para este fin tiene una vida limitada ya que sufre por las alteraciones de temperatura y la falta de un alto nivel de humedad que de ningún modo se ocasiona en las estancias de interior” (Plantas y flores, 2012).

Aplicaciones de Nucifera (coco)

Se dice que es la planta a la que se le conocen más aplicaciones y es una de las más aprovechadas para el hombre.

- **Industria:** la copra se usa como materia prima para la extracción de aceite, como deshidratado en conservas y en la fabricación de jabones, cosméticos y champús.

El hueso o concha es el endocarpo que cubre la copra y es empleado como materia activa para producir carbón y carbón activado o como combustible para caldera.

- **Ganadería:** la harina de coco es un subproducto de la extracción de aceite y se usa como alimento para el ganado.

Las hojas se emplean como forraje para el ganado vacuno en épocas de escasez de invierno. Es importante que cada árbol de coco no se corte más del 20% de las hojas, aproximadamente entre 5 y 6 hojas por planta al año, pues de lo contrario merma la producción de frutos.

Si se cortan demasiadas hojas en épocas de sequía, el cocotero puede morir con facilidad.

- **Agricultura:** el polvo de la estopa se usa para enmendar suelos arenosos, ya que mejoran la retención de agua y la textura del suelo.

Los productos residuales procedentes de la extracción del aceite se mezclan con otros ingredientes para preparar abonos orgánicos.

La fibra de coco como subproducto industrial tiene una gran potencialidad como sustrato hortícola alternativo en el cultivo sin suelo.

- **Construcción:** la madera de coco se emplea para la fabricación de casas, puentes y granjas y las palmas son empleadas en los techos. La corteza exterior es dura y se emplea en el montaje de muebles.

- **Artesanía:** las palmas se usan para hacer canastas, sombreros, alfombras, etc.

La concha se emplea para fabricar botones, cucharas, adornos, etc.

La fibra de coco es resistente al agua de mar y se utiliza para los cables y aparejo en las naves, para hacer las esteras, las mantas, los bolsos, las escobas, los cepillos...

- **Alimentación:** su consumo en fresco representa una importante fuente de energía para el organismo humano, pero además la pulpa ofrece un gran protagonismo en la elaboración y fabricados de repostería.

El agua de coco se utiliza como bebida refrescante y como ingrediente para guisos, helados y platos de pescado.

El palmito es la yema terminal del cocotero y se consume crudo o cocido y contiene 3% de almidón y 5% de azúcar.

En el sector apícola tiene un papel importante, pues las flores constituyen un excelente alimento para las abejas.

- **Medicina:** tiene multitud de aplicaciones entre las que destacan: antiséptico, astringente, bactericida, diurético, etc.

En muchos países tropicales se emplea como remedio popular contra el asma, la bronquitis, contusiones, quemaduras, estreñimiento, disentería, tos, fiebre, gripe, etc.

- **Ecología:** la presencia de estos árboles contribuye a la regulación del microclima y a la protección de los suelos.

- **Turismo:** para el sector turístico la destrucción de los cocoteros constituye una gran pérdida porque los paisajes costeros pierden su elemento natural que embellece las playas.

- **Jardinería:** se plantan en arboledas y alineados en calles. Los cocoteros germinados y con las primeras hojas se suelen vender como planta de interior. Además la madera del tronco se emplea en macetas para plantas ornamentales” (Infoagro, 2014).

Clasificación y descripción botánica

“El cocotero (*Cocus nucifera* L.) Se clasifica botánicamente como:

Clase: Monocotyledoneae.

Orden: Palmales

Familia: Palmae

Subfamilia: Cocowsideae

Género: Cocos

Especie: nucífera” (Agricultores, 2011).

Indicadores económicos de Zapotillo

Zapotillo por ser un cantón fronterizo, “posee una población ocupada del 66,3% en las ramas principalmente de agricultura, ganadería y silvicultura, mientras que el 7,9% se dedican al comercio al por mayor y menor, mientras que el 2,2% de la población se direcciona a la industria manufacturera” (Semplades, 2014)

Lámparas

“Las lámparas son uno de los accesorios que más vida pueden aportar a una casa, sin mencionar que el tipo de iluminación que nos ofrece también crea atmósferas y espacios que pueden ser ideales para nuestro hogar.

Tipos de lámparas Decorativas

Lámparas de pie: este es uno de los tipos de lámparas que más se están utilizando actualmente. Son un poco diferentes a las tradicionales que siempre se ponen sobre la mesa o que se cuelgan. Estas lámparas se ubican sobre la base del suelo además que cuentan con variedad de colores y diseños que son ideales para cada gusto.

Lámparas de pared: estas son también uno de los tipos de lámparas decorativas más populares. Son aquellas que se ubican siempre sobre las paredes y se emplean mucho para iluminar los pasillos, para decorar espacios como los salones comedores, habitaciones, bibliotecas entre otros.

Lámparas de mesa: las lámparas de mesa son también muy populares se emplean mucho para decorar e iluminar habitaciones, normalmente son pequeñas y podemos encontrarlas de gran variedad de colores, formas y tamaños.

Lámparas de techo: las de techos son una de las lámparas que más se utilizan en el mundo, son la mayoría de las lámparas que suelen emplearse para decorar cualquier tipo de lugar como nuestra casa, la oficina entre otros espacios. (Decorando tu Hogar, 2015)

MARCO CONCEPTUAL

Empresa

“Es la entidad que proporciona al individuo los productos y servicios que satisfacen sus necesidades. Para ello, se encargan de elegir y combinar unos recursos a los que, mediante la aplicación de una determinada tecnología, somete a unos procesos de transformación física, química o espacial, para hacerlos útiles para el consumidor de los mismos.” (Alonso R, 2013)

Tipos de empresa

“La principal clasificación de empresas se realiza sobre el criterio de cumplimiento de las formalidades de constitución son:

Empresas formales: son las que se constituyen legalmente, de acuerdo con las leyes del país. Se registran legalmente, de acuerdo con las leyes del país. Se registran y cumplen con las exigencias legales del estado para operar en este sector. Normalmente se trata de empresas medianas y grandes.

Empresas informales: son las que no constituyen legalmente. Es decir, no cumplen las formalidades que establecen las leyes para su constitución. En esta categoría están comprendidas miles de micro y pequeñas empresas”. (Graciet P. & Ortega Ortega, 2012)

Proyecto

“El proyecto es una propuesta ordenada de acciones que pretenden la solución de un problema que afecta a un individuo o grupo de individuos y en donde se plantea la magnitud, características, tipos, periodos de los recursos requeridos para completar la solución propuesta dentro de sus limitaciones técnicas, sociales, económicas y políticas en las cuales se desenvolverá el proyecto, cuya finalidad es satisfacer una necesidad, corriendo el menor riesgo posible de fracaso, y permitiendo el mejor uso de los recursos disponibles

Etapas del proyecto

a) Idea: consiste en establecer la necesidad u oportunidad a partir de la cual es posible iniciar el diseño del proyecto.

b) Diseño: Etapa de un proyecto en la que se valoran las opciones, tácticas y estrategias a seguir, teniendo como indicador principal el objetivo a lograr

c) Ejecución: Consiste en poner en práctica la planificación llevada a cabo previamente.

d) Evaluación: Etapa final de un proyecto en la que se esté revisando, y se llevan a cabo las valoraciones pertinentes sobre lo planteado y lo ejecutado, así como sus resultados, de acuerdo con el logro de los objetivos planteados.”

(Ortega, 2013)

Estudio de mercado

“El estudio de mercado requiere de análisis más complejos y se constituye en la parte más crítica de la formulación de un proyecto, porque de su resultado

depende el desarrollo de los demás capítulos de la formulación, es decir, ni el estudio técnico ni el estudio administrativo y el estudio financiero se realizarán a menos que éste muestre una demanda real o la posibilidad de venta del bien o servicio” (Meza O., 2013, pág. 22).

.Mercado

“Es el conjunto de consumidores de un lugar determinado, sobre los cuales confluyen unas circunstancias concretas; estas pueden ser geográficas, sociales (hábitos), económicas (presión ejercida por la competencia), jurídicas (leyes vigentes)” (Gispert, 2011).

Segmentación de mercado

“Se basa en agrupar a conjuntos de consumidores homogéneos que respondan de modo similar a las estrategias de marketing de las empresas o instituciones, lo que exige realizar análisis de datos para seleccionar los segmentos de mercado que más se ajusten a sus objetivos; diseñar para cada segmento una oferta y una estrategia de marketing específica y diferenciada que se adapte a sus particularidades, etc.” (Cubillo & Alicia, 2014).

Investigación de mercado

“Es el estudio que proporciona información que sirve de apoyo para la toma de decisiones, la cual está encaminada a determinar si las condiciones del mercado son un obstáculo para llevar a cabo el proyecto.” (Baca U., 2013)

Demanda

“Se entiende por demanda a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” (Baca U., 2013)

Demanda potencial

“Es el límite máximo que teóricamente, podría alcanzar la demanda de un producto o servicio en el mercado” (Santandreu, 2012).

Demanda real

“Para estimar la demanda real se deberá partir de los datos históricos existentes. A veces, será difícil conseguir la información y los datos necesarios para analizar algunos ámbitos geográficamente delimitados, por lo que será necesario trabajarlos antes de manera analógica en función de otros datos demográficos existentes y de algunos otros datos de comportamiento disponibles para los niveles nacionales o regionales.” (Wiki eoi, 2012)

Demanda efectiva:

“Es la demanda real, es decir la cantidad que realmente compra las personas de un producto y/o servicios”. (Cotrina, 2011)

Demanda insatisfecha

“Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se

ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”. (Rosenbeg, 2012)

Oferta

“No es otra cosa que la cantidad de bienes o servicios en un mercado dado y que pueden ser vendidos a un precio determinado” (Baca U., 2013).

Plan de comercialización

“El plan de comercialización es la herramienta básica de gestión que debe utilizar toda empresa orientada al mercado que quiera ser competitiva. En su puesta en marcha quedarán fijadas las diferentes actuaciones que deben realizarse en el área del marketing, para alcanzar los objetivos marcados.” (Muñiz, 2016)

Producto

“El producto es un conjunto de materiales que han sufrido un proceso de elaboración o transformación y que tienen como finalidad la venta” (Escudero, 2013, pág. 7)

“Para dar a conocer y vender un producto, previamente hay que estudiar y dominar a fondo sus características técnicas (definición, composición, especificaciones), sus aplicaciones prácticas, las necesidades reales de los consumidores, tanto cuantitativa como cualitativamente, el precio que se va a dar a éste, se determina teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- Relación precio – producto. Debe analizarse que está dispuesto a pagar el consumidor para satisfacer su necesidad de un producto determinado.
- Relación precio - competencia. Es necesario conocer el precio de los competidores y la calidad y características técnicas de sus productos para establecer comparaciones.
- Relación precio – margen empresa (y, o margen distribuidor en sus caso).
El precio siempre debe estar regido por el volumen de producción global de la empresa, su rentabilidad de costos y el beneficio que se ha de obtener.

Hay que tener en cuenta otros aspectos auxiliares del producto, como son el envase) forma, tamaño, color) y el embalaje, que además de darle seguridad, solidez y garantía, también juega un papel importante en su imagen” (Gispert, 2011)

Precio

“El precio es el que esta generalmente expresado en unidades monetarias, mediante la entrega del cual se adquiere un bien o un servicio” (Améz, 2011).

Distribución

“La distribución consiste en poner el producto demandado a disposición del mercado, de manera que le facilite y estimule su consumo. Las decisiones sobre distribución son decisiones a largo plazo y en numerosas ocasiones irreversibles (Medina & Correa, 2011).

Estructura y clasificación de los canales de distribución

“los canales de distribución lo componen un conjunto de entidades que intervienen en el acercamiento de los bienes y servicios, de los lugares de producción a los lugares de consumo; la estructura de éstos es variada, en el caso de los canales de distribución directos, el fabricante asume todas las funciones y vende la mercancía directamente al consumidor final; en el caso de canales de distribución indirectos son los intermediarios junto con los agentes comerciales los que asumen esa función, produciéndose un reparto funcional entre ellos.

Entre las diferentes entidades que participan en el proceso de distribución comercial unas lo hacen como intermediarios realizando la compra y distribución de las mercancías; mientras que otras actúan como apoyo a diversas partes del canal.

Clasificación de los canales de distribución

- Según la longitud del canal de distribución
 - a) canal directo (fabricante – consumidor final)
 - b) canal corto (fabricante – minorista - consumidor)
 - c) canal largo (fabricante – mayorista – minorista – consumidor)
- Según el grado de vinculación entre los miembros del canal de estructura básica.
 - a) canal convencional o independiente
 - b) sistema vertical de distribución

c) Sistema horizontal de distribución” (Parra & Molina, 2014).

Promoción

“La promoción es todo aquello que se utiliza como parte de las actividades de mercadotecnia para estimular o fomentar la compra o venta de un producto o servicio, mediante incentivos de corto plazo. De esa manera, se complementan las acciones de publicidad y se facilita la venta personal” (Gispert, 2011).

Publicidad

“La publicidad es la acción de transmitir un mensaje utilizando medios de comunicación (televisión, periódico, revistas, hojas volantes, otros) con la intención de influir sobre el comportamiento del consumidor. La publicidad forma parte de la promoción, uno de los elementos del Marketing Mix. El objetivo es dar a conocer el producto, para así aumentar el nivel de ventas” (Peumans, 2011)

Marca

“La marca es el nombre o símbolo, o combinación de ambos, que trata de identificar los productos o la empresa, diferenciándolos de la competencia.

Cabe distinguir la marca del nombre de la empresa. No tienen por qué coincidir. El nombre de la empresa tiene carácter legal, mientras que la marca es únicamente comercial, la marca puede estar integrada por dos elementos distintos o uno solo de ellos:

- Nombre del producto: permiten que los consumidores identifiquen el producto.
- Logotipo: expresión gráfica de una marca” (Gispert, 2011).

Estudio técnico

“Con el estudio técnico se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto, o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto. El objetivo principal de este estudio es determinar si es posible lograr producir y vender el producto o servicio con la calidad, cantidad y costo requerido; para ello es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, procesos, recursos humanos, etc. El estudio técnico debe ir coordinado con el estudio de mercado, pues la producción se realiza para atender las ventas que se identifican en este último estudio (Meza O., 2013, pág. 23).

Determinación del tamaño óptimo de la planta

“Hace referencia a la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto, y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos para alcanzar un volumen de producción óptimo.

Capacidad diseñada: es el nivel de producción o de prestación de servicios en condiciones normales.

Capacidad instalada: es el nivel máximo de producción o de prestación de servicios que los trabajadores con la maquinaria y equipos e infraestructura disponible puede generar.

Capacidad utilizada o real: es el porcentaje de la capacidad instalada que se alcanza, teniendo en cuenta las contingencias de producción y ventas. (Meza O., 2013).

Localización

“El objetivo que persigue la localización del proyecto es lograr una posición de competencia basada en menos costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental porque una vez localizadas y construidas las instalaciones del proyecto, no es una cosa fácil cambiar el domicilio. Lo ideal en los proyectos de inversión es que a la hora de tomar la decisión de seleccionar el sitio en donde se debe construir la obra civil de la futura empresa, este no esté condicionado, es decir, que se puedan tomar en consideración elementos como: vías de comunicación, servicios de transporte, servicios públicos, mercado de materias primas, mercado de consumo del producto o servicios, disponibilidad de mano de obra y la configuración topográfica del sitio. (Meza O., 2013).

Macro localización

“Es el estudio que tiene por objeto determinar la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia con el medio. Describe sus características y

establece ventajas y desventajas que se pueden comparar en lugares alternativos para la ubicación de la planta. La región a seleccionar puede abarcar el ámbito internacional, nacional o territorial, sin que cambie la esencia del problema; solo requiere analizar los factores de localización de acuerdo a su alcance geográfico.

Micro localización

Una vez que se ha sido escogida la región donde se puede localizar el proyecto (macro localización), se comienza el proceso de elegir la zona y dentro de esta, el sitio preciso (a nivel de factibilidad).

Cuando el estudio se adelanta a nivel de investigación preliminar, con identificar la zona geográfica es suficiente para efectos de localización.

La planificación en algunas ciudades han previsto la creación de ciertas zonas con todas las dotaciones necesarias y ventajas operativas para el establecimiento de industrias, son los llamados parques industriales, centros comerciales centros de abastos en el caso de mercadeo al por mayor. También se ha previsto la prohibición de alguna clase de industria o de comercio en zonas residenciales, debido desde luego, a la contaminación de olores, ruido, polución, inseguridad, propios de estas instalaciones” (Flores, 2011)

Factores de Localización

“Los factores que influyen más comúnmente en la decisión de localización de un proyecto son:

- ✓ Medios y costos de transporte.
- ✓ Disponibilidad y costo de mano de obra idónea.
- ✓ Cercanía a fuentes de abastecimiento.
- ✓ Cercanía del mercado.
- ✓ Costo y disponibilidad de terrenos.
- ✓ Disponibilidad de agua, energía y otros suministros.
- ✓ Eliminación de efluentes.
- ✓ Comunicaciones.
- ✓ Topografía y tipo de suelos.
- ✓ Disponibilidad y confiabilidad de sistemas de apoyo.
- ✓ Condiciones sociales y culturales.
- ✓ Condiciones políticas y legales.
- ✓ Seguridad pública.
- ✓ Factores ambientales, entre otros” (wordpress, 2012)

Distribución de la planta

“Una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar de los trabajadores.

Los objetivos y principios básicos de una distribución de la planta son los siguientes:

Integración total.- consiste en integrar en lo posible todos los factores que afectan la distribución, para obtener una visión de todo el conjunto y la importancia relativa de cada factor.

Mínima distancia de recorrido.- al tener una visión general de todo el conjunto, se debe tratar de reducir en lo posible el manejo de materiales, trazando el mejor flujo.

Utilización del espacio cúbico.- aunque el espacio es de tres dimensiones, pocas veces se piensa en el espacio vertical. Esta acción es muy útil cuando se tienen espacios reducidos y su utilización debe ser máxima.

Seguridad y bienestar para el trabajador.- este debe ser uno de los objetivos principales en toda distribución.

Flexibilidad.- se debe obtener una distribución fácilmente reajutable a los cambios que exige el medio, para poder cambiar el tipo de proceso de la manera más económica, si fuera necesario” (Baca U., 2013, pág. 117).

Ingeniería del proyecto

“El objetivo general de la ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la

descripción del proceso, adquisición del equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener en la planta productiva” (Baca U., 2013, pág. 110).

Proceso de producción

“Este proceso determina la forma como una serie de insumos (materias primas) se transforman en producto terminados, mediante la aplicación de una determinada tecnología que combina mano de obra, maquinaria y equipos, y procedimientos de operación. (Meza O., 2013)

Uso e importancia del flujograma de proceso

“El flujograma constituye la representación diagramática de la secuencia lógica de pasos en las operaciones y actividades desarrolladas por las diferentes unidades organizativas. Representa el flujo de trabajo involucrado en la realización de las funciones de sección, oficina y departamentos.

La importancia de su uso radica en que es una herramienta efectiva en el análisis administrativo, ya que facilita la apreciación y valoración del seguimiento del flujo de trabajo a través de actividades y facilita su simplificación” (Hernández O, 2011).

Estudio organizacional

“Este estudio como propósito definir la forma organizacional que requiere la unidad empresarial, con base en sus necesidades funcionales y

presupuestales. Comprende el análisis del marco jurídico en el cual funciona la empresa, la determinación de la estructura organizacional más adecuada a las características y necesidades del proyecto, y la descripción de los procedimientos y reglamentos que regularan las actividades durante el período de operación. Mediante este estudio se concretan todos los aspectos concernientes a la nómina de personal y a la remuneración prevista para cada uno de los cargos (Meza O., 2013).

Organización Legal

La organización legal está orientada a otorgarle el marco jurídico a una unidad de producción, a la vez que establece las normas y estructura de la empresa.

“Requisitos

1. Reservar el nombre de la compañía.
2. Abrir una cuenta de integración de capitales en un banco de la localidad.
3. Elaborar el acta de constitución
4. Nombrar a los administradores: Gerente.
5. Elaborar los estatutos:
6. Elevar estatutos a escritura pública en una notaria
7. Mediante carta firmada por un abogado, ingresar los documentos a la superintendencia de compañías para su revisión y aprobación
8. Una vez validado la documentación, la superintendencia de compañías, dispondrá que se publique un extracto de constitución en un diario de la localidad de mayor circulación.

9. Se presenta el diario de la publicación en la superintendencia de compañías.
10. Se procede a registrar a los administradores en el registro mercantil
11. Apertura el RUC en el SRI
12. La superintendencia emite una carta de autorización para el retiro del dinero de la cuenta de integración de capitales.
13. Registrar el RUC en la superintendencia de compañías
14. La superintendencia emite la resolución de constitución de la compañía.
“ (Supercias.gob.ec)

Organigrama

El organigrama es una representación gráfica de la estructura formal de autoridad y de la división especializada del trabajo de una organización por niveles jerárquicos.

La palabra organigrama proviene del prefijo organi, que implica organización, y gama que significa gráfico. Quiere decir gráfico de organización.

Existen varias clases de organigramas, entre los más importantes tenemos:

Por su aspecto, los organigramas pueden ser verticales o planos, es decir, tienen forma de pirámide, pero los primeros son los más acentuados en lo vertical, mientras que los segundos lo hacen hacia lo horizontal. Los verticales son más centralizadores y posee muchos niveles jerárquicos, mientras que los

horizontales son menos centralizadores, desconcentran más y poseen pocos niveles jerárquicos.

Por la forma, son estructurales verticales, estructurales horizontales, estructurales circulares y semicirculares.

Por las clases, los organigramas son de unidades organizativas y de cargos o de puestos. No se acostumbra mezclar un organigrama de unidades departamentales con el de cargos, por cuanto dificulta el diseño y también su interpretación” (Hernández O, 2011).

Niveles jerárquicos

“Los niveles jerárquicos son el conjunto de órganos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad. La administración: señala y delega responsabilidades y es una autoridad. Ocurre cuando la autoridad es retenida o reservada por el ejecutivo máximo de la organización” (Pensamiento Colectivo Organizacional, 2016).

Manual de funciones

“Los manuales en sí son parte de este sistema de interrelación y consecuencia inmediata de los organigramas, al comunicar a todos y cada uno de los jefes los siguientes contenidos:

- Designación formal de su cargo.
- El enunciado de sus funciones.

- La descripción de sus tareas habituales.
- Sus vinculaciones dentro y fuera de la empresa
- Quienes dependen de él y de quién depende él.
- La información que recibe, la que procesa y la que emite.
- Los distintos tipos y niveles de autoridad” (Gispert, 2011).

Estudio Financiero

Corresponde a la última etapa de la formulación del proyecto y recoge y cuantifica toda la información proveniente de los estudios de mercado, estudio técnico y estudio organizacional. Las etapas mencionadas son secuenciales, lo que indica que se deben realizar en este orden. Una vez que el evaluador del proyecto se haya dado cuenta que existen mercado para el bien o servicio, que no existen impedimentos de orden técnico y legal para la implementación del proyecto, procede a cuantificar el monto de las inversiones necesarias para que el proyecto entre en operación y a definir los ingresos y costos durante el período de evaluación del proyecto. (Meza O., 2013)

Presupuestos

“Son los planes operacionales relacionados con el dinero manejado en determinado periodo, los presupuestos generalmente abarcan un año, correspondiente al ejercicio fiscal de la empresa. Cuando los valores financieros y los periodos se amplían, se presenta la planeación financiera, definida y elaborada en el nivel intermedio de la empresa, con dimensiones y efectos más amplios que los presupuestos, cuya dimensión es solo local y cuya temporalidad es limitada.

El flujo de caja, los presupuestos departamentales de gastos, los beneficios sociales de los empleados, las reparaciones y el mantenimiento de máquinas y equipos, los costos directos de producción, los gastos de promoción y publicidad, etc., constituyen ejemplos de presupuestos del nivel operacional” (Chiavenatto, 2011).

Depreciación y Amortización

El termino depreciación tiene exactamente la misma connotación que amortización, pero el primero sólo se aplica al activo fijo, ya que con el uso de estos bienes valen menos; es decir, se deprecian; en cambio, la amortización sólo se aplica a los activos diferidos o intangibles, ya que, por ejemplo, si se ha comprado una marca comercial, esta, con el uso del tiempo, no baja de precio o se deprecia, por lo que el término amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión.

“La amortización (denominada en América Latina) es el desgaste que han sufrido en un ejercicio aquellos elementos que son propiedad de la empresa (maquinaria, edificios, ordenadores, etc.) y que están más de un año en la misma. El desgaste puede deberse al uso del bien o al paso del tiempo, ya que el bien se vuelve obsoleto. (Soriano, 2011)”

Cualquier empresa que esté en funcionamiento, para hacer los cargos de depreciación y amortización correspondientes deberá basarse en la ley tributaria. El monto de los cargos hechos en forma contable puede ser esencialmente distinto de los hechos en forma fiscal” (Baca U., 2013).

Inversión

“Es la etapa del ciclo del proyecto en la cual se materializa las acciones, que dan como resultado la producción de bienes o servicios y termina cuando el proyecto comienza a generar beneficios. La inversión se realiza en un período de tiempo determinado y generalmente termina con un producto o con los elementos necesarios para la prestación de un servicio. (Meza O., 2013)

Costos

“El costo de un producto se obtiene sumando los gastos que se generan en las distintas fase de la actividad empresarial”

Costos de fabricación

“Son los gastos que se ocasionan para transformar los materiales en productos terminados y aptos para la venta. Los cotos de fabricación pueden clasificarse en directos e indirectos.

- Los *costos directos* son aquellos que forman parte del proceso productivo y a mayor volumen de producción el coste es mayor.
- Los *costes indirectos* son todos aquellos que se pueden imputar a un producto, sección o departamento determinado. (Escudero, 2013)

Costo fijo

“Los costos fijos son aquellos que, generalmente, no guardan una relación directa con el volumen de actividad que se refiere, es decir, son costes que no se ven afectados por las variaciones que se puedan producir en el volumen de actividad.

Costo variable

Se recogen aquellos costes de la empresa para los que existe una correlación directa entre su importe y el volumen al que se refieren. Se trata, pues, de costes que varían de manera directa con los cambios en el nivel de actividad (producción, venta, horas de personal productivo directo, horas –máquina, etc.) al que van referidos” (Alcoy & et, 2011)

Costo total

El costo total, como se desprende de su nombre, es el costo mínimo que permite obtener un nivel de producción dado. Si aumenta el nivel de producción, aumentará el costo total.

Punto de equilibrio

“El punto de equilibrio señala el momento de la relación entre costos y producción en los cuales los costos son totalmente absorbidos, y podemos empezar a obtener ganancias.

- **En función de los Gastos e Ingresos**

Se fija en base a los gastos y los volúmenes de ventas o ingresos monetarios que genera el proyecto; para su cálculo se aplicará la siguiente fórmula.

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

En donde:

PE = Punto de Equilibrio

CF = Costos Fijos

CV = Costos Variables

VT = Venta Total

- **En función a la capacidad instalada**

Determina el porcentaje que debe trabajar la planta para que su producción pueda cubrir los costos; se aplica la siguiente fórmula para su cálculo.

$$\text{P.E.\%} = \frac{\text{CFT}}{\text{VT} - \text{CVT}} = X 100$$

Dónde:

PE = Punto de Equilibrio

CT = Venta Totales o Ingresos

- **En función a la producción.**

$$\text{P.E. \%} = \frac{\text{CFT}}{\text{PVu} - \text{CVu}} = X 100$$

PVu = precio de venta unitario

CVu = costo variable unitario

$$\text{CVu} = \frac{\text{CVT}}{\text{Nro. De unidades}}. \text{ (Rincón, 2011)}$$

Capital de trabajo

“La inversión en capital de trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante el ciclo productivo, esto es, el proceso que se inicia con el primer desembolso para cancelar los insumos de la operación y finaliza cuando los insumos transformados en productos terminados son vendidos y el monto de la venta recaudado y disponible para cancelar la compra de nuevos insumos. El capital de trabajo, es entonces, la parte de la inversión orientada a financiar los desfases o anacronismos entre el momento en que se producen los egresos correspondientes a la adquisición de insumos y los ingresos generados por la venta de los bienes o servicios, que constituyen, que constituyen la razón de ser del proyecto” (Miranda, 2012).

Estados Financieros

Según la NIC: Los estados financieros constituyen una representación estructurada de la situación financiera y del desempeño financiero de una entidad.

Estado de pérdidas y ganancias

“El Estado de Pérdidas y Ganancias es un estado financiero que representa el resultado de la operación de la compañía en un tiempo determinado” (Barojas, 2012).

Flujo de caja

“El flujo neto de caja representa en una forma esquemática las salidas y entradas de dinero en efectivo al proyecto permitiendo aplicar criterios de rentabilidad para conocer la bondad del proyecto desde el punto de vista financiero” (Miranda, 2012).

Evaluación financiera

“Es el análisis a la información proveniente de la combinación de operaciones aritméticas, el mismo que permite decidir sobre la factibilidad del proyecto. Esta información se conoce como coeficiente de evaluación financiera y consiste en obtener valores actuales de los ingresos y gastos para luego determinar los mismos para el futuro” (Britell, 2011).

Evaluación Económica

“La evaluación económica describe los métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa interna de rendimiento y el valor presente neto; se anotan sus limitaciones de aplicación y se comparan con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, y en ambos se muestra su aplicación práctica” (Baca U., 2013).

VALOR ACTUAL NETO

“El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar hasta donde puede modificarse el valor de una variable para que el proyecto siga siendo rentable.

El VAN, representa los valores actuales de la inversión, el total de los recursos que posee la empresa al final de toda su vida útil; es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto.

El VAN es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Para realizar este cálculo se debe tomar en cuenta el costo de oportunidad de Capital que predomina en varias instituciones financieras.

Para aceptar un proyecto las ganancias deberán ser mayores que los desembolsos, lo cual dará como resultado que el valor actual neto sea mayor a cero.

$VANP = \sum VAN - \text{Inversión inicial}$ (Sapag, 2011).

TASA INTERNA DE RETORNA (TIR)

“La tasa interna de retorno, es un indicador que expresa en forma porcentual la capacidad de rendimiento de un proyecto de inversión, se lo define como la tasa de descuento que hace posible que la corriente de beneficios y costos de capital actualizados sean iguales en cierto periodo de tiempo y en consecuencia se obtenga un valor actualizado neto igual a cero.

Para calcularla Tasa Interna de Retorno TIR, se emplea la siguiente formula:

$$TIR = T_m + DT \left[\frac{VAN_{Menor}}{VAN_{Menor} - VAN_{Mayor}} \right]$$

En donde:

TIR	=	Tasa Interna de Retorno
Tm	=	Tasa Menor o VAN Menor
DT	=	Diferencia de TIR

RELACIÓN BENEFICIO COSTO (B/C)

A este índice se lo interpreta como la cantidad obtenida en la calidad de beneficio por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

B/C es mayor que 1 se acepta el proyecto.

B/C es igual a 0 es indiferente realizarlo.

B/C es menor a 1 se rechaza el proyecto

$$\text{Relación B / C} = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos Actualizados}} - 1$$

(Britell, 2011).

PERIODO DE RECUPERACIÓN.

“El periodo de recuperación es el tiempo necesario para recuperar el importe de la inversión a través de los flujos netos de fondos originados en el proyecto

$$\text{PRC} = \text{Año que sup. Inversión} + \frac{\text{inversión} - \sum \text{de primeros flujos}}$$

Flujo del año que supera la inversión” (Loring,
2011).

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

“Es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de interpretar a un proyecto la vulnerabilidad, ya que no se conocen

las condiciones económicas que suceden en el futuro. Las variables que presentan incertidumbre en un proyecto son los ingresos y los egresos. Para tomar una decisión se debe conocer lo siguiente:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que 1, quiere decir que el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a cero el proyecto es indiferente.
- Si el coeficiente es menor que 1, quiere decir que el proyecto no es sensible, por lo tanto soporta el incremento a los costos y la disminución en los ingresos

FÓRMULAS

Diferencia de TIR = TIR del proyecto – Nueva TIR

% de Variación = $\frac{\text{Diferencia entre TIR}}{\text{TIR del Proyecto}}$

Sensibilidad = $\frac{\% \text{ variación}}{\text{Nueva TIR}''}$ (Britell, 2011).

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Para realizar el presente trabajo de investigación fue necesario seguir un procedimiento metodológico que permitió llegar a obtener información precisa mediante el empleo de materiales, métodos y técnicas.

Entre los materiales utilizados para el desarrollo del presente trabajo se puede describir a los siguientes:

MATERIALES:

- Equipo de computación
- Impresora Canon
- Celular Samsung
- Pen drive
- Suministros de oficina
- Impresiones
- Copias
- Internet
- Libros
- Calculadora

Entre los principales métodos utilizados se describen los siguientes:

MÉTODOS

MÉTODO DEDUCTIVO

“El método deductivo es aquel que siempre parte de una cuestión o ley general para llegar a lo particular, o sea, va de lo general a lo particular” (Definición Abc, 2016)

El presente método permitió conocer las necesidades o carencias que se presentan internamente en la localidad las cuales afectan al desarrollo micro empresarial del cantón Zapotillo, así como también permitió establecer los criterios en base a los datos teóricos y empíricos obtenidos, al momento de realizar estudio de mercado, como la tabulación de datos, el análisis la información obtenida a través de los instrumentos de investigación; establecimiento de la macro y la micro localización de la planta, así como a los criterios de evaluación financiera para determinar la factibilidad; para formulación de criterios y juicios de valor en las conclusiones y en el desarrollo de los estudios de inversión realizados.

MÉTODO INDUCTIVO

“El método inductivo es aquel método científico que alcanza conclusiones generales partiendo de hipótesis o antecedentes en particular” (Venemedia, 2014).

A través de la aplicación de éste método se pudo tomar la mejor alternativa de inversión al tratar de buscar posibles soluciones a problemas locales de nuestro cantón, partiendo de las generalidades y supuestos de emprendimientos.

MÉTODO ANALÍTICO

“Es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos” (Grupo morzing org, 2011)

El presente método se lo aplicó en múltiples instancias, como el de analizar las ideas de negocio de acuerdo a las carencias y necesidades que se presentan en nuestro medio, así como también para extraer las ideas de cada una de las respuestas de la encuesta que se aplicó; organizando la microempresa desde su estructura organizativa y legal, estableciendo el proceso productivo de una manera secuencial y coherente; y, aplicando los indicadores de evaluación financiera que permitió determinar la factibilidad sobre la creación del negocio en mención.

TÈCNICAS

Encuesta:

“La encuesta es un instrumento de captura de la información estructurado, lo que puede influir en la información recogida y no puede utilizarse más que en

determinadas situaciones en las que la información que se requiere capturar está estructurada en la población objeto de estudio” (Alvira, 2011)

La técnica de la encuesta fue aplicada a las familias del cantón Zapotillo, que de acuerdo al último censo del 2010 son “12.312 habitantes” (INEC) y con un índice de crecimiento proporcional anual del 1.37%

Entrevista:

“Es una técnica cualitativa, primaria estática, personal y directa que suele aplicarse en investigaciones de naturaleza exploratoria. Una entrevista no es más que una conversación entre dos personas, frente a frente, para intercambiar información, ideas, opiniones o sentimientos” (Grande & Elena, 2014)

Esta técnica se la aplicó a los 2 locales existentes en el cantón Zapotillo, los mismos que están dedicadas al comercio de artículos para el hogar, en cuyos locales se expenden lámparas, de la cual se determinó el segmento de mercado al cual abastecen.

Observación:

“Este método se lo utiliza para realizar exámenes exploratorios de cualquier problema social. También lo es para obtener datos variables que tengan que ver con relaciones interpersonales, estructurales grupales, comportamientos y conductas sociales” (Juárez & Juárez, 2011).

Esta técnica se la empleó a las personas que se dedican a la actividad de forma artesanal, así como también verificar el mercado objetivo al cual ofrecen dicho producto.

DATOS:

Los datos que se utilizaron para la realización del presente trabajo fueron extraídos de los informes oficiales del INEC en donde consta la información acerca de la población (12312) existente en el cantón Zapotillo, dicha cifra se divide para el número promedio de miembros que conforman una familia que es 4, lo que resultó un total de 3078 familias, luego de esto se hizo una proyección de la población al año actual (2016) obteniendo una población actual de 13359 (3340 familias).

Cuadro N°. 1 PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN

AÑOS	POBLACION CANTÓN ZAPOTILLO	N°. De FAMILIAS T. de crecimiento 1,37%
2010	12312	3078
2011	12481	3120
2012	12652	3163
2013	12825	3206
2014	13001	3250
2015	13179	3295
2016	13359	3340
2017	13542	3.386
2018	13725	3.431
2019	13908	3.477
2020	14091	3.523
2021	14274	3.569
2022	14457	3.614
2023	14640	3.660
2024	14823	3.706
2025	15006	3.752
2026	15189	3.797

Fuente: INEC - 2010

Elaboración: La autora

A continuación se describe la forma en la que se proyectó la población aplicando la fórmula que se requiere para este efecto.

En donde:

P_n= crecimiento de poblacional

P_a= población actual

n= número de años

i= índice de crecimiento

$$pn = pa(1+i)^n$$

$$pn = 3078(1+0,037)^6$$

$$pn = 3340$$

Tamaño De La Muestra

$$n = \frac{N}{1+(e)^2N}$$

En donde:

N= Población total (familias)

e = Margen de error

$$n = \frac{3340}{1+(0.05)^2 * 3340}$$

$$n = \frac{3340}{1+ 8,35}$$

n = 357 encuestas a ciudadanos de Zapotillo

f. RESULTADOS

ENCUESTA APLICADA A FAMILIAS DE ZAPOTILLO

1. ¿Posee lámparas ornamentales en su casa?

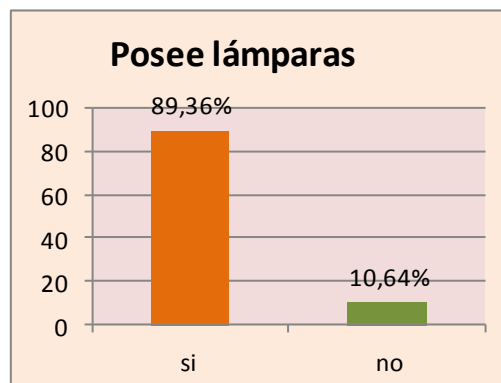
Cuadro N°. 2

Posee lámparas ornamentales		
OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	319	89,36
No	38	10,64
TOTAL	357	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a familias de Zapotillo

Elaborado por: La autora

Gráfico N°.1



Interpretación: El 89,36% de las familias del cantón Zapotillo poseen lámparas ornamentales en sus domicilios, mientras que el 10,64% no tienen lámparas.

Si su respuesta es positiva puede continuar con la siguiente pregunta, caso contrario gracias por su colaboración.

2. ¿Cuántas lámparas ornamentales posee en su casa?

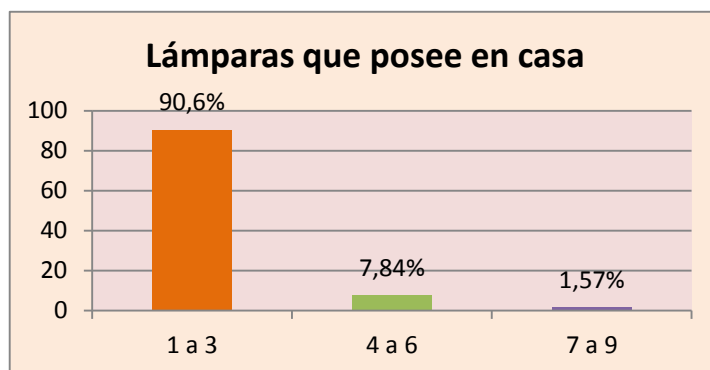
Cuadro N°. 3

Lámparas ornamentales que posee en casa		
OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 3	289	90,60
4 a 6	25	7,83
7 a 9	5	1,57
TOTAL	319	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a familias de Zapotillo

Elaborado por: La autora

Gráfico N°. 2



Interpretación: El 90,60% de las familias han señalado que tienen lámparas ornamentales, en un promedio de 2 en sus casas, mientras que el 7,83% indican que poseen un promedio de 5 lámparas y en un porcentaje menor de 1,57% tienen un promedio de 8 lámparas.

3. ¿Con que frecuencia adquiere lámparas ornamentales?

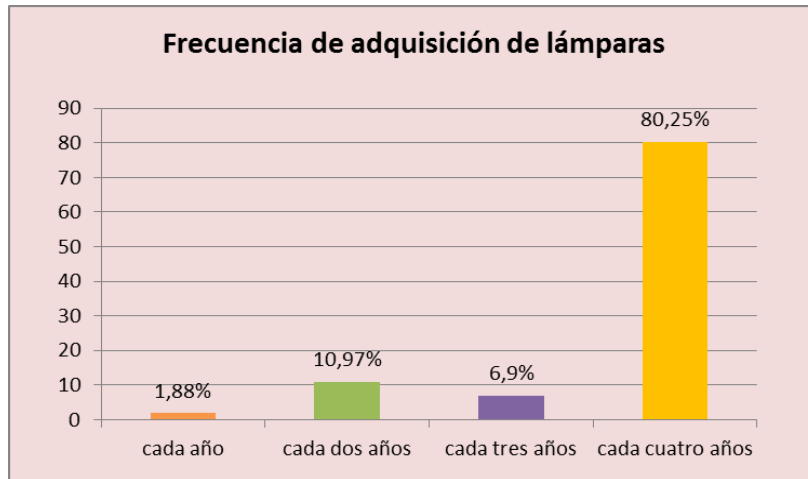
Cuadro N°. 4

Frecuencia de adquisición de lámparas		
OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
cada año	6	1,88
cada dos años	35	10,97
cada tres años	22	6,90
cada cuatro años	256	80,25
TOTAL	319	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a familias de Zapotillo

Elaborado por: La autora

Gráfico N°. 3



Interpretación: El 80,25% manifiestan adquirir cada cuatro años, el 10,97% lo hacen cada dos años; el 6,90% cada 3 años; y, el 1,88% compran cada año.

4. ¿Cuántas lámparas ornamentales compra al año?

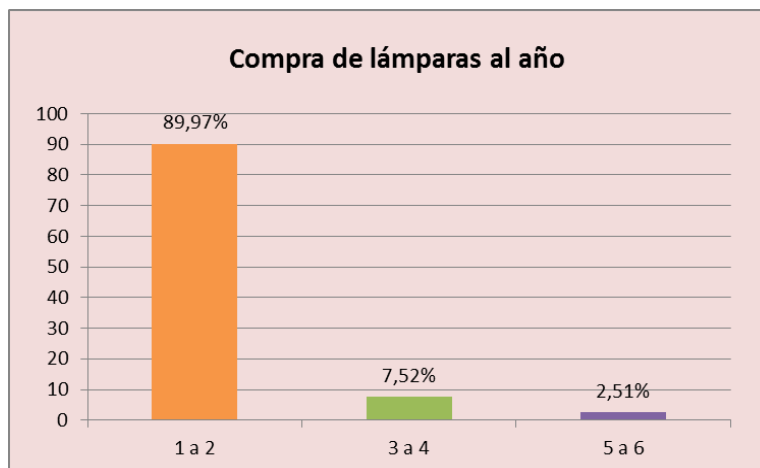
Cuadro N°. 5

Compra de lámparas ornamentales al año		
OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 2	287	89,97
3 a 4	24	7,52
5 a 6	8	2,51
TOTAL	319	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a familias de Zapotillo

Elaborado por: La autora

Gráfico N°. 4



Interpretación: Las familias representadas en el 89,97% compran en una cantidad de una a dos lámparas, así también el 7,52% compran entre tres y cuatro lámparas; y, finalmente el 2,51% manifiestan adquirir lámparas entre cinco y hasta seis lámparas.

5. De que material prefiere las lámparas ornamentales que Ud. adquiere

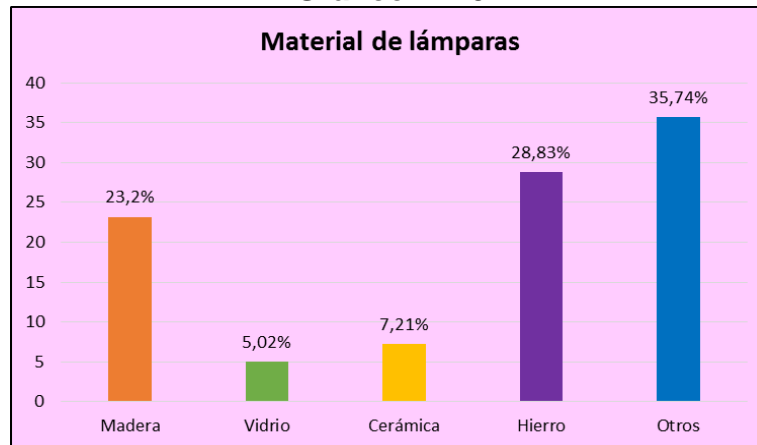
Cuadro N°. 6

Material de lámparas		
OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Madera	74	23,20
Vidrio	16	5,02
Cerámica	23	7,21
Hierro	92	28,83
Otros	114	35,74
TOTAL	319	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a familias de Zapotillo

Elaborado por: La autora

Gráfico N°. 5



Interpretación: El 35,74% de las familias de Zapotillo prefieren otro tipo del material de las lámparas, asimismo el 28,83% prefieren lámparas de hierro; el 23,20% prefieren que sean de madera, y finalmente un 7,21% se inclinan por las lámparas de cerámica.

6. ¿Qué toma en cuenta al momento de comprar las lámparas ornamentales?

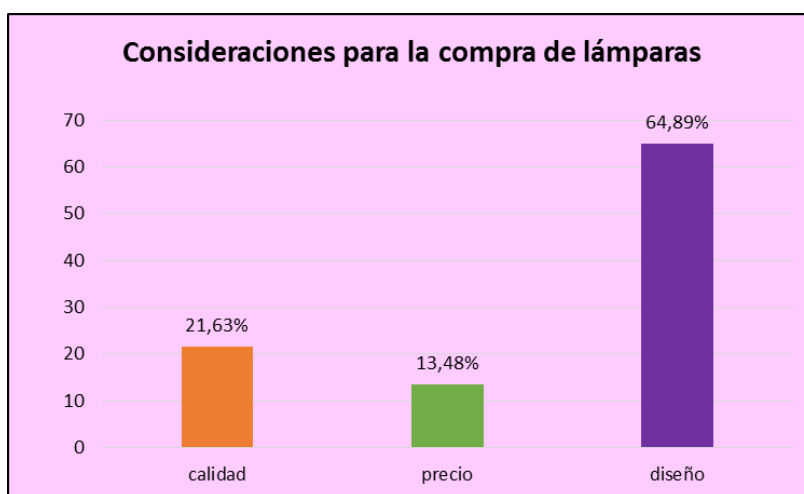
Cuadro N°.7

Consideraciones para la compra de lámparas		
OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
calidad	69	21,63
precio	43	13,48
diseño	207	64,89
TOTAL	319	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a familias de Zapotillo

Elaborado por: La autora

Gráfico N°.6



Interpretación: Los motivos que impulsan a las familias de Zapotillo a adquirir lámparas es por el diseño, representando el 64,89%, mientras que el 21,63% prefieren la calidad del producto; y un 13,48% prefieren tomar en cuenta el precio, como factor determinante de compra.

7. ¿Qué tipo de lámparas ornamentales tiene en su casa?

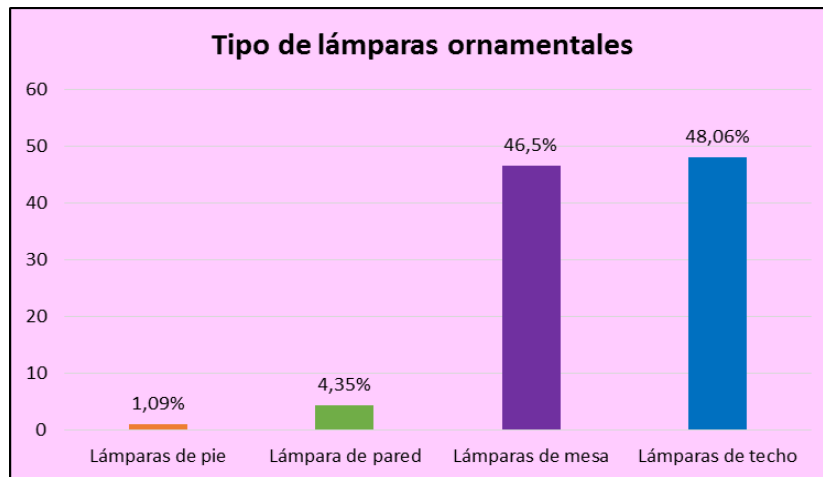
Cuadro N°.8

Tipo de lámparas ornamentales		
OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Lámparas de pie	7	1,09
Lámpara de pared	28	4,35
Lámparas de mesa	299	46,50
Lámparas de techo	309	48,06

Fuente: Encuesta aplicada a familias de Zapotillo

Elaborado por: La autora

Gráfico N°.7



Interpretación: La presente interrogante, las familias zapotillanas indicaron que poseen en sus domicilios varios tipos de lámparas, lo que constituye una pregunta de respuesta múltiple, a ello se puede indicar que las de mayor preferencia o solicitadas son las lámparas de techo y de mesa.

8. ¿Cuánto paga en promedio por una lámpara ornamental?

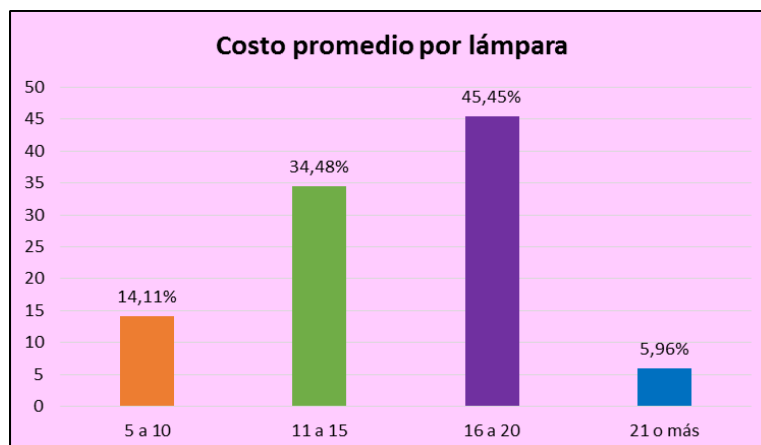
Cuadro N°. 9

Costo promedio por lámpara		
OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5 a 10	45	14,11
11 a 15	110	34,48
16 a 20	145	45,45
21 o más	19	5,96
TOTAL	319	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a familias de Zapotillo

Elaborado por: La autora

Gráfico N°.8



Interpretación: El 45,45%, han manifestado que pagan por una lámpara precios que van desde los \$41 hasta los \$60, el 34,48% de las familias pagan un promedio de \$30; el 14,11%, pagan por una lámpara un promedio \$10.

9. Si se creara una empresa dedicada a la elaboración y comercialización lámparas a base de coco. ¿Estaría Ud. dispuesto a adquirir este producto?

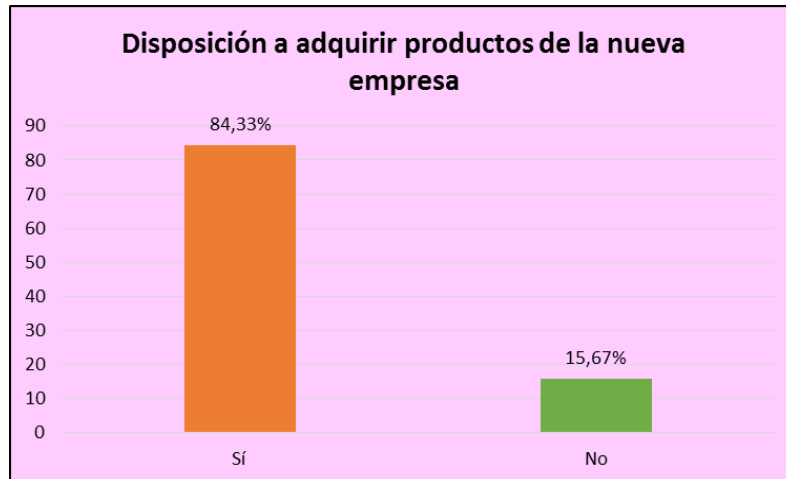
Cuadro N°. 10

Disposición a adquirir productos de la nueva empresa		
OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
si	269	84,33
no	50	15,67
TOTAL	319	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a familias de Zapotillo

Elaborado por: La autora

Gráfico N°.9



Interpretación: El 84,33% de las familias manifiestan disposición por adquirir este tipo de lámparas, mientras que el 15,67% no desean.

10. ¿En qué lugares le gustaría adquirir este tipo de lámparas ornamentales?

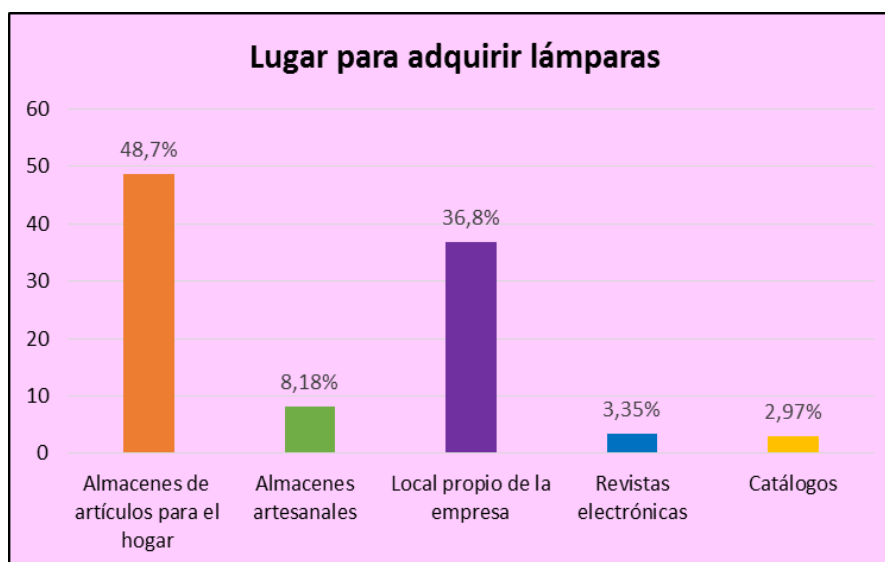
Cuadro N°.11

Lugar para adquirir lámparas		
OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Almacenes de artículos para el hogar	131	48,70
Almacenes artesanales	22	8,18
Local propio de la empresa	99	36,80
Revistas electrónicas	9	3,35
Catálogos	8	2,97
TOTAL	269	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a familias de Zapotillo

Elaborado por: La autora

Gráfico N°.10



Interpretación: El 48,70% indican que desearían que se exhibieran para la venta en almacenes, mientras que el 36,80% desearían en la propia empresa; el 8,18% en cambio almacenes artesanales; y, en un bajo porcentaje de 3,35% y el 2,97% desearía adquirir por medios virtuales o catálogos.

11. ¿En qué medio de comunicación le gustaría recibir la publicidad de esta nueva empresa?

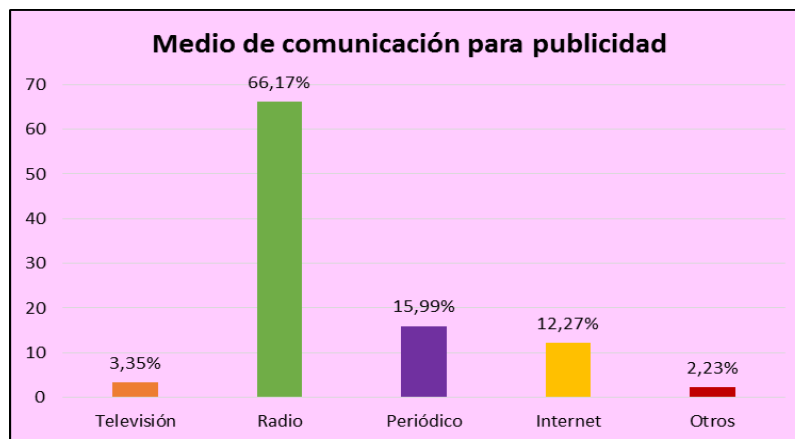
Cuadro N°.12

Medio de comunicación para publicidad		
OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	9	3,35
Radio	178	66,17
Periódico	43	15,99
Internet	33	12,27
Otros	6	2,23
TOTAL	269	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a familias de Zapotillo

Elaborado por: La autora

Gráfico N°.11



Interpretación: El 66,17% les gustaría la publicidad a través de una radio, en cambio el 15,99% desearía que se promocionen a través de un medio impreso, un 12,27 a través del internet (red social), y el 3,35% por medio de la Tv.

12. ¿Al momento de realizar su compra de lámparas que promoción desearía recibir?

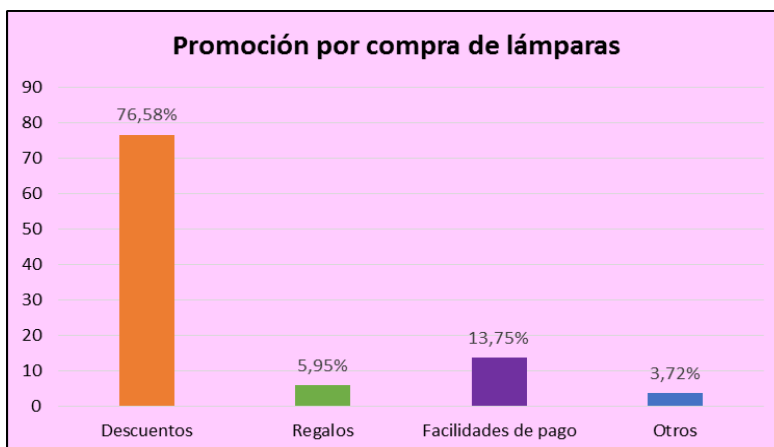
Cuadro N°.13

Promoción por compra de lámparas		
OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descuentos	206	76,58
Regalos	16	5,95
Facilidades de pago	37	13,75
Otros	10	3,72
TOTAL	269	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a familias de Zapotillo

Elaborado por: La autora

Gráfico N°.12



Interpretación: El 76,58% desearían que se hicieran descuentos por la compra de éste producto, por otra parte el 13,75% desearían que se dieran facilidades de pago, el 5,95%, quisieran recibir un regalo por la compra y un 3,72% otros (garantía)

Análisis de la entrevista aplicada a comercios

En cuanto a la entrevista realizada a dos locales que expenden lámparas de mesa se ha determinado lo siguientes:

1. ¿Comercializan lámparas ornamentales?

En los dos locales si se comercializan lámparas ornamentales y de otros tipos.

2. ¿Qué tipo de lámparas tienen mayor demanda?

En lo que tiene que ver a la comercialización de las lámparas. Se puede concluir que el tipo de lámparas que tienen mayor demanda están las Lámparas de pie mañana, de mesa y lámparas de techo

3. ¿Cuántas lámparas vende al mes?

Con respecto a la venta mensual que poseen estos negocios se ha estimado una venta promedio mensual de 5 lámparas entre los dos comercios; lo que nos da 60 lámparas anuales. (en el Local Reina del Cisne 3 lámparas y en el Regalón 2 lámparas)

4. ¿Cuáles son los costos de las lámparas?

En cuanto a la determinación de los precios de las lámparas rústicas que comercializa en su empresa, estos fluctúan están entre los 20 y 50 dólares.

5. ¿Estaría de acuerdo en adquirir nuevas lámpara a base de coco?

Con respecto a la interrogante de disponibilidad en la adquisición del nuevo producto para la comercialización en su negocio, estos han señalado que sí desearían el producto, como parte de apoyo a la empresa local.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es la fase más importante del presente proyecto, ya que por medio de ésta permite conocer el comportamiento del mercado especialmente el zapotillano, con el firme propósito de determinar la demanda del producto, que en el presente caso se trata de las lámparas a base de coco, así como también determinar la oferta existente de lámparas en el cantón Zapotillo, y con estos datos poder establecer la demanda insatisfecha; y, que a su vez permite establecer o fijar las estrategias de comercialización.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Con el análisis de la demanda se pretende establecer la cantidad del producto (lámparas de coco) que tendría aceptación por parte de la población de Zapotillo, que para ello se determina en primera instancia la demanda potencial o los posibles compradores de este producto, luego se establece la demanda real o lo que es los que verdaderamente compran o poseen este tipo de artículo en su hogar; y finalmente se establece la demanda efectiva o los compradores que realmente estaría dispuestos a adquirir el producto o las lámparas de coco a la nueva empresa.

Demanda Potencial

Para el cálculo o determinación de la demanda potencial, se ha tomado en cuenta como población a las familias del cantón Zapotillo, las misma que de

acuerdo al último censo de población y vivienda llevada a cabo en el 2010 es de (12312 habitantes) 3078 familias, dicha cifra se la ha proyectado para el año 2016 con una tasa de crecimiento poblacional del 1,37%, dando un total de población en estudio de (13359 habitantes) 3340 familias.

Cuadro N°.14

AÑO	POBLACIÓN DE ZAPOTILLO 1,37%	DEMANDA POTENCIAL (FAMILIAS)
0	13359	3.340
1	13542	3.386
2	13725	3.431
3	13908	3.477
4	14091	3.523
5	14274	3.569
6	14457	3.614
7	14640	3.660
8	14823	3.706
9	15006	3.752
10	15189	3.797

Fuente: INEC – cuadro No 1

Elaborado por: La autora

Demanda real

Para determinar la demanda real, esta ha sido considerada tomando en cuenta teniendo como base a las familias de Zapotillo, de cuyo segmento se establecen las familias que si poseen lámparas en su casa, constituyéndose de ésta manera en la demanda real del presente proyecto.

A continuación se presenta muestra el cuadro en donde se puede observar el cálculo de la demanda real y su respectiva proyección para los 10 años.

Cuadro N°.15

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL 89,36%
0	3.340	2.984
1	3.386	3.025
2	3.431	3.066
3	3.477	3.107
4	3.523	3.148
5	3.569	3.189
6	3.614	3.230
7	3.660	3.271
8	3.706	3.311
9	3.752	3.352
10	3.797	3.393

Fuente: Cuadro N°.1 y Cuadro N°.2

Elaborado por: La autora

Demanda efectiva

La demanda efectiva se constituye aquella demanda en donde la población está dispuesta a adquirir el producto de la nueva empresa (84,33%), conforme consta en la información proporcionada a través de la encuesta aplicada, y, que para ello se la calcula en base a la demanda real, como se puede apreciar en el siguiente cuadro.

Cuadro N°.16

AÑO	DEMANDA REAL	DEMANDA EFECTIVA 84,33%
0	2.984	2.517
1	3.025	2.551
2	3.066	2.586
3	3.107	2.620
4	3.148	2.655
5	3.189	2.689
6	3.230	2.724
7	3.271	2.758
8	3.311	2.793
9	3.352	2.827
10	3.393	2.862

Fuente: cuadro N°.15 y cuadro N°.10

Elaborado por: La autora

Demanda Proyectada Per Cápita

Previo a la proyección de la demanda efectiva se establece el uso per cápita anual de cada familia, para ello se ha tomado en consideración la pregunta N°.

4

Cuadro N°.17

OPCIÓN	xm	FRECUENCIA	F.(xm)
1 a 2	1,5	287	430,5
3 a 4	3,5	24	84
5 a 6	5,5	8	44
TOTAL	10,5	319	558,5

Fuente: cuadro N°.5

Elaborado por: La autora

$$X = \frac{\sum \text{Uso per cápita anual}}{N}$$

-

N

$$X = \frac{558,5}{319} = 1,75$$

Una vez que se ha establecido el compra per cápita anual por familia se procede a multiplicar este promedio por el número de demanda efectiva de cada año, así como lo demuestra el siguiente cuadro.

Cuadro N°. 18

AÑO	DEMANDA EFECTIVA	USO PERCAPITA	DEMANDA PROYECTADA
	84,33%		
0	2.517	2	4.406
1	2.551	2	4.467
2	2.586	2	4.527
3	2.620	2	4.587
4	2.655	2	4.648
5	2.689	2	4.708
6	2.724	2	4.768
7	2.758	2	4.829
8	2.793	2	4.889
9	2.827	2	4.950
10	2.862	2	5.010

Fuente: cuadro N°.16

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS DE LA OFERTA

En cuanto a la oferta de lámparas en el cantón Zapotillo, se hace hincapié sobre dos comercios existentes, los cuales ofertan lámparas de todo tipo, considerado dichos artículos como productos sustitutos, ya que no existen en el cantón que se elaboren ni comercialicen lámparas elaboradas a base de coco.

Para tomar como referente la información proporcionada en la entrevista por los dueños de los dos comercios existentes en la localidad se ha podido establecer lo que existe un promedio de venta de 5 lámparas en el mes, este valor multiplicado por los 12 meses del año, se obtiene una venta anual de 60 lámparas, luego se procede a realizar la proyección para el resto de años de vida del proyecto.

Cuadro N°.19

AÑO	OFERTA Tc. Comercial 1,66%
0	60
1	61
2	62
3	62
4	63
5	64
6	65
7	66
8	67
9	67
10	68

Fuente: Entrevista a comercios locales

Elaborado por: La autora

Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha establecida para el presente proyecto se la ha calculado en función al balance entre oferta y demanda existente como se puede apreciar en el siguiente cuadro.

Cuadro N°.20

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	4.406	60	4.346
1	4.467	61	4.406
2	4.527	62	4.465
3	4.587	62	4.525
4	4.648	63	4.584
5	4.708	64	4.644
6	4.768	65	4.704
7	4.829	66	4.763
8	4.889	67	4.823
9	4.950	67	4.882
10	5.010	68	4.942

Fuente: cuadro N°.18 y cuadro N°.19

Elaborado por: La autora

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

PRODUCTO

Como aporte al desarrollo micro empresarial del Cantón Zapotillo, el producto que se ofrecerá a las familias es un producto que ofrece funcionalidad en cuanto al tipo de lámpara de mesa se refiere, la materia prima principal es de origen natural y los materiales para los componentes para la elaboración de la lámpara son de fácil adquisición, así como su en su elaboración no requiere mayor utilización de tiempo.

Características del producto

Entre las características principales que el producto (lámparas de coco) tendrá serán aquellas que las diferencian del resto de productos sustitutos.

- Base de coco
- Cable de luz
- Boquilla
- Bombilla incandescente.
- Interruptor
- Conector de corriente o enchufe.
- Pantalla
- Dimensiones: 35cm. de alto por 70 cm. de diámetro.
- Etiqueta

Gráfico N°.13



Elaboración: la autora

Logotipo

El logotipo que se utilizará para dar a conocer a la empresa será diferenciado del resto de productos de la competencia.

Gráfico N°.14

Elaboración: la autora

PRECIO

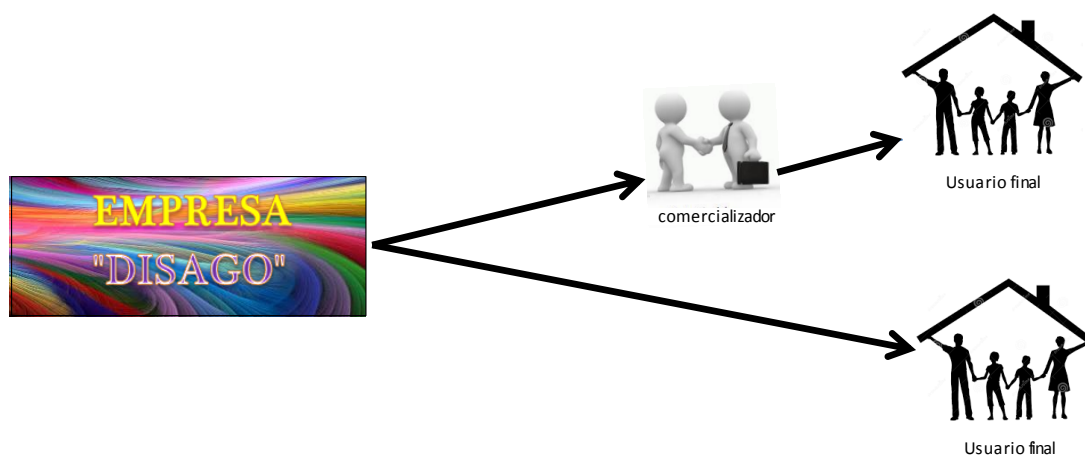
El precio que se establecerá para las lámparas de coco, será de acuerdo a los costos totales de inversión, sumado a este un margen aceptable de utilidad para la empresa que le permita flexibilizar la variación de precios de los materiales e insumos; así mismo se tomará en cuenta los precios referenciales de los productos sustitutos de la competencia existente. (\$ 40 a \$ 60) pregunta 4 a locales comerciales de Zapotillo.

PLAZA

En cuanto a los canales de distribución que se emplearán para la comercialización de las lámparas se ha tomado en cuenta dos tipos de canales, debido a que de acuerdo a la información obtenida en las encuestas la población se ha manifestado en un alto porcentaje porque se lo comercialice en los negocios de la localidad y así mismo han referido la empresa como un

medio directo para hacer la compra de éste artículo; y por otra parte los comerciantes han mostrado su predisposición a comercializar las lámparas en sus locales comerciales.

Por ello se plantea dos tipos de canales de distribución:



Elaboración: la autora

PROMOCIÓN

La promoción de la empresa jugará un papel preponderante, ya que de ella dependerá en nivel de aceptación que tendrán las lámparas para propios y extraños que visitan nuestro cantón, especialmente en fechas festivas y de acontecimientos naturales.

PUBLICIDAD

La publicidad permitirá transmitir un mensaje utilizando medios de comunicación como la radio y periódico, con la intención de influir sobre el comportamiento del consumidor de la ciudad de Zapotillo. La publicidad forma

parte de la promoción, uno de los elementos del Marketing Mix. El objetivo es dar a conocer el producto, para así aumentar el nivel de ventas.

Gráfico N°.15



Elaboración: la autora

Cuadro N°. 21

PUBLICIDAD

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL ANUAL	TOTAL MENSUAL
Cuñas radiales	5	2,5	150,00	12,50
Periódico	2	5,0	120,00	10,00
VALOR TOTAL			270,00	22,50

Fuente: Sitios de Publisher

Elaboración: La autora

ESTUDIO DE TÉCNICO

El estudio técnico tiene como objetivo fundamental establecer los requerimientos y los recursos que se necesitan en el proceso de elaboración de las lámparas, así como determinar el espacio físico de las instalaciones, la ingeniería del proyecto, el talento humano requerido, la ubicación geográfica, y otros elementos que serán necesarios considerarlos para lo posterior.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Tamaño

Al hacer referencia al tamaño del presente proyecto se establece que éste guarda relación con la capacidad productiva durante la vida útil del mismo, para lo cual se tomará en cuenta el número de lámparas que se elaborarán en el año.

a) Capacidad instalada

La capacidad instalada por lo general está determinada por el componente tecnológico que una empresa pueda poseer para la producción o elaboración de productos o artículos, en virtud de ello, y frente a un mercado relativamente pequeño, no se hace necesario la adquisición de maquinaria de punta para la elaboración de las lámparas de coco, pero si se hará uso de equipos y herramientas que facilitarán y ahorran tiempo en dicho proceso de elaboración, por lo tanto, estas se las realizará de forma manual.

Ahora bien, para la determinación de la capacidad instalada tomando en cuenta las lámparas que le tardará a una persona, según información referencial de la experiencia de artesanos de la localidad, es de 6 unidades (lámparas) en una jornada de trabajo de 8 horas, lo que significa que en 365 días del año, una sola persona elaborará 2.160 lámparas, pero la empresa dispondrá de 2 obreros, lo que significa que tendrá una capacidad instalada para la producción anual de 4.320 lámparas.

Cuadro N°.22

DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE
4.346	4.320	99,40%

Fuente: cuadro N°.19

Elaborado por: La autora

b) Capacidad utilizada

Para determinar la capacidad utilizada, en primer lugar se ha tomado en cuenta la demanda insatisfecha que son 4.346 lámparas de coco, en base a ello se ha realizado el análisis del tiempo que toma a una persona elaborar este tipo de lámparas en una jornada de trabajo de 8 horas, lo cual se ha determinado que son 6 lámparas, trabajando 2 personas tendríamos en total 11,84 lámparas (aproximando al inmediato superior 12 lámparas), este valor multiplicado por los 253 días laborables, obtenemos una producción anual de 3.036 lámparas, representando de esta manera el 70% de capacidad utilizada con respecto a la capacidad instalada.

Cabe indicar que en la elaboración las lámparas existirá un incremento gradual del 5% cada dos años a partir del segundo año de producción, durante la vida útil del proyecto.

Cuadro N°. 23

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD INSTALADA	% DE CAPACIDAD UTILIZADA	CAPACIDAD UTILIZADA	PARTICIP. REAL DE MERCADO
1	4.346	4320	70%	3036	68,91
2	4.406	4320	75%	3240	72,56
3	4.465	4320	80%	3456	76,38
4	4.525	4320	80%	3456	75,39
5	4.584	4320	85%	3672	79,07
6	4.644	4320	85%	3672	78,07
7	4.704	4320	90%	3888	81,63
8	4.763	4320	90%	3888	80,62
9	4.823	4320	95%	4104	84,06
10	4.882	4320	95%	4104	83,05

Fuente: cuadro N°.19 y 20

Elaborado por: La autora

El presente cuadro está representada, tanto la demanda insatisfecha determinada en el estudio de mercado, la capacidad instalada, el porcentaje que representa la capacidad instalada, la capacidad instalada para cada uno de los años de vida útil del proyecto; y finalmente el porcentaje de la participación de la empresa “DISAGO” tendrá con respecto a la demanda insatisfecha; se deja el 5% sobrante para mantenimiento de la planta

Localización del proyecto

La localización de un proyecto se constituye en una de las partes importantes, ya que en ella se analizan factores que garanticen el desarrollo eficaz y eficiente de las actividades de la empresa.

Factores de localización

Los factores de localización de la empresa “**DISAGO**”, que han sido considerados para la ubicación geográfica de la empresa y que a su vez están

relacionados con el entorno empresarial y de mercado, se puede indicar los siguientes:

- **Materia Prima**

Como principal factor de localización será la disponibilidad de la materia prima que será el coco, el mismo que es de fácil adquisición, ya que se lo puede conseguir en nuestro cantón.

- **Mercado**

Existe accesibilidad al mercado, considerando que las distancias entre la empresa y los lugares donde se distribuirá el producto permiten llegar a los puntos de distribuidores, así como le permite al usuario llegar con facilidad a la empresa.

Sistema Vial

El cantón Zapotillo cuenta con vías de comunicación de fácil acceso por vía terrestre.

- **Disponibilidad de servicios básicos**

La disponibilidad de los servicios es fundamental para el normal funcionamiento de la empresa, por ello el lugar en donde se encontrará ubicada la empresa "DISAGO" cuenta con todos los servicios básicos indispensables como son: energía eléctrica, agua, teléfono, servicio de internet.

Sistema de Luz Eléctrica: Permite la instalación y el funcionamiento de los equipos y herramientas que requieren el uso de energía eléctrica.

Sistema de Agua Potable: Que permite la limpieza de las instalaciones de la empresa, y a la vez poderla consumir sin ningún inconveniente por ser apta para el consumo humano.

Sistema Telefónico: Por medio de éste sistema permite mantener comunicación constante con nuestros clientes, así como los proveedores.

- **Disponibilidad de mano de obra**

En cuanto a la disponibilidad de mano de obra, a esta se la puede conseguir sin ningún problema. .

Macro localización

Para que un emprendimiento en áreas como la producción y comercialización de artículos netamente zapotillano, hace que se requiera determinar la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia con el medio, considerando que el cantón Zapotillo es una región en la que existe poca inversión en pequeñas empresas, lo que hace que la población tenga que viajar a otros cantones o capital de la provincia a adquirir artículos que no los puede adquirir en este sitio.

Por ello, frente a la oportunidad de abrir un mercado con artículos en los cuales se aprovecha recursos naturales y afluencia turística se ha establecido como la macro localización en el cantón Zapotillo.

Gráfico N°. 16 MACROLOCALIZACIÓN



Fuente: www.gpl.gob.ec

Zapotillo

El cantón Zapotillo está ubicado en la parte sur- occidental de la provincia de Loja y sus límites son: Al norte con la provincia de El Oro, al Sur con la Republica del Perú, al Este con los cantones: Puyango, Pindal, Celica y Macará; y al Oeste con la República del Perú.

Micro localización

Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la microempresa, siendo este sitio el que permite

cumplir con los objetivos de lograr el cometido de la empresa. Además este sitio cuenta con servicio básicos, así como otros factores que son necesarios para la puesta en marcha de la empresa “DISAGO”.

Matriz de ponderación de los factores de localización

Cuadro N°. 24

PROYECTO: Elaboración y Comercialización de Lámparas de Coco							
CANTÓN: Zapotillo / PARROQUIA: Zapotillo							
MICROLOCALIZACIÓN:							
Opción: Sector norte							
Opción: Sector Centro							
Opción: Sector Sur							
MICROLOCALIZACIÓN							
		Sector norte		Sector centro		Sector sur	
FACTORES PONDERABLES	P (%)	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
1) Cercanía a sitio de abastecimiento de materia prima	1,50	7,00	10,50	9,00	13,50	7,00	10,50
2) Accesibilidad al mercado objetivo	2,00	7,00	14,00	10,00	20,00	8,00	16,00
3) Vías de comunicación	1,50	10,00	15,00	10,00	15,00	10,00	15,00
4) Disponibilidad de servicios básicos	2,00	8,00	16,00	10,00	20,00	9,00	18,00
5) Concentración de afluencia turística	1,50	6,00	9,00	10,00	15,00	7,00	10,50
6) Disponibilidad de mano de obra	1,50	8,00	12,00	10,00	15,00	10,00	15,00
SUMA	10,00		76,50		98,50		85,00

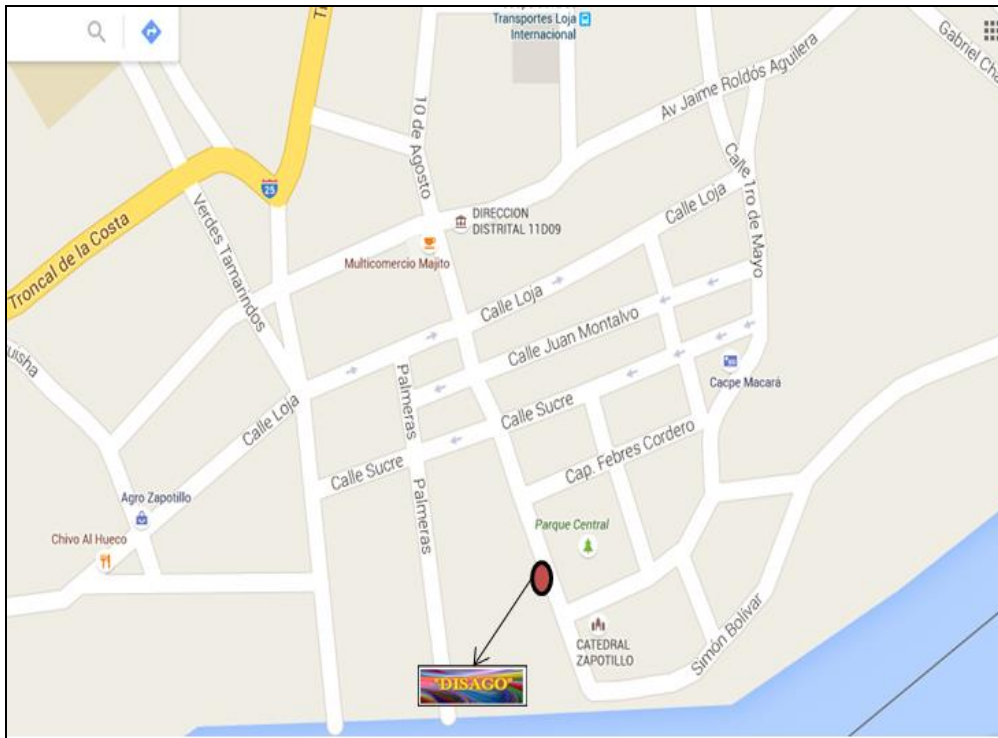
Fuente: Investigación directa.

Elaboración: La autora

La instalación de la microempresa estará ubicada en la cabecera cantonal de Zapotillo, en la zona centro calles 10 de agosto y Capitán Febres Cordero.

MICROLOCALIZACIÓN

Gráfico N°.17



Fuente: www.google.com.ec/maps

INGENIERÍA DEL PROYECTO

En esta etapa de la ingeniería del proyecto se realiza la descripción detallada del proceso productivo, así como la descripción del funcionamiento de la empresa se refiere.

Descripción del proceso productivo

Para el desarrollo del proceso productivo se conviene con los proveedores de la materia prima reciclada (coco) entregarlo semi descascarado, ya que la corteza gruesa es el material sobre el cual el operario trabajará en el moldeado de la base de la lámpara.

El desarrollo del proceso productivo se encuentra establecido de la siguiente manera:

1. Recepción de materia prima e insumos

Se reciben los cocos descascarados y además los materiales para la elaboración de las lámparas. Tiempo aproximado de 10 minutos

2. Selección y limpieza de la materia prima

Se realiza la selección de la materia prima, en este caso se verifica el estado de los coco, tamaño a la vez que se realiza la limpieza de los cocos para evitar suciedades en su interior. Tiempo aproximado de 20 minutos.

3. Tallado

Esta etapa del proceso se coloca el coco para moldearlo con formones, de acuerdo a la figura previamente establecida, el tiempo de duración es de 1 hora con 50 minutos.

4. Control de calidad

Una vez que se ha terminado la parte del torneado de la base de la lámpara se procede a realizar un control de calidad, para verificar alguna falla durante el proceso de torneado, a más de ello que garantizará un buen acabado de la lámpara, tiempo estimado 5 minutos.

5. Lacado

Pasado el control de calidad de la base de la lámpara se procede al lacado, tiempo aproximado de 15 minutos.

6. Secado del producto semielaborado

Una vez lacadas las bases de las lámparas se las colocará en una sección de productos semielaborados con el objeto de que la laca pueda quedar bien adherida a la base, considerando la temperatura ambiente de Zapotillo se estará empleando un tiempo aproximado 1 hora con 30 minutos.

7. Armado de la pantalla

En el armado de la pantalla se lo hace con telas de diversos tonos de colores. Tiempo aproximado de 120 minutos

8. Montaje

Esta parte del montaje se hace referencia a todas aquellas actividades que involucra la colocación de instalación eléctrica, introducción del alambre en el coco, colocación y fijación de la boquilla, colocación y fijación de la pantalla.

Tiempo estimado de 1 hora con 30 minutos

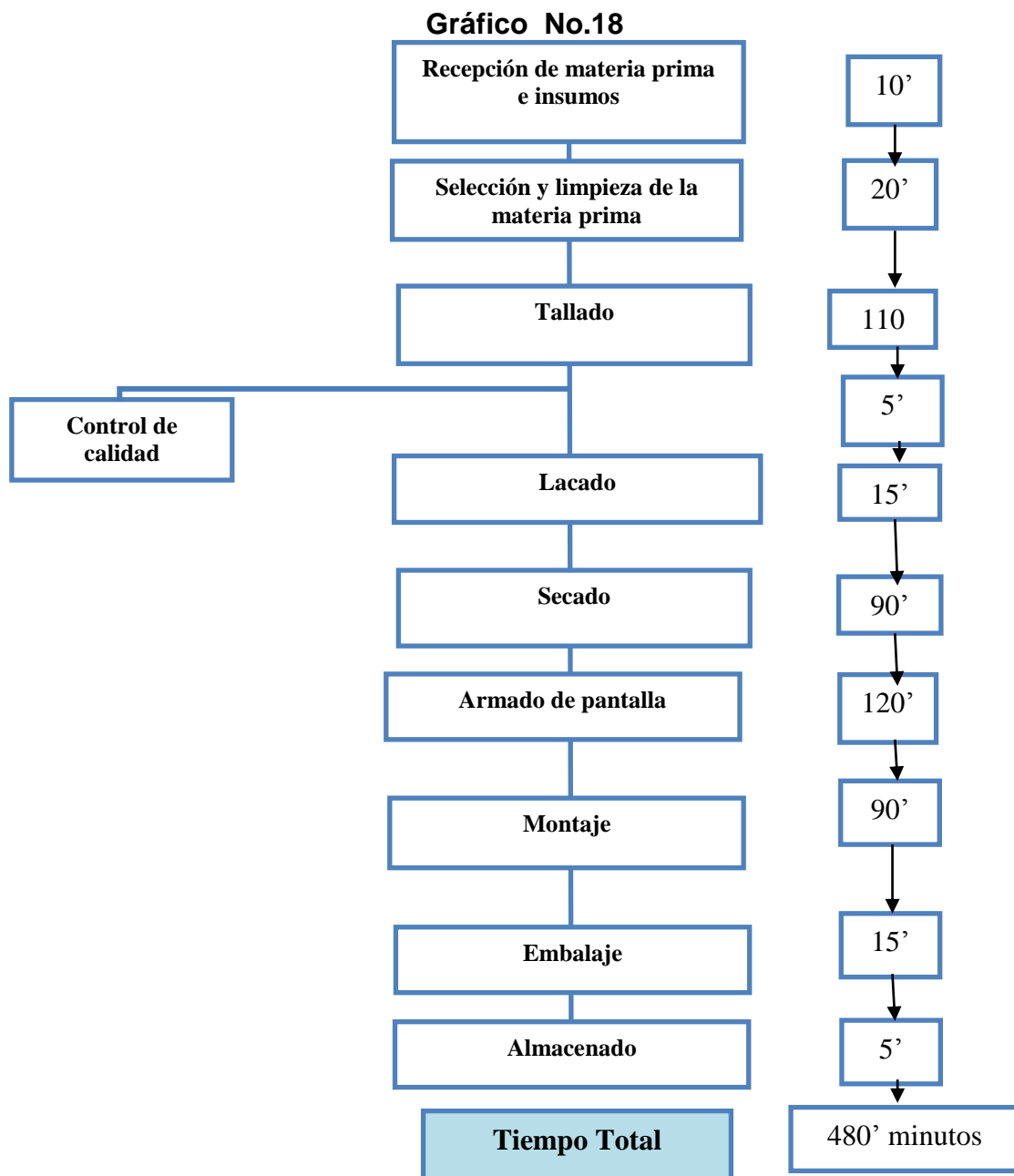
9. Embalaje

Una vez terminado el proceso de ensamble y revisado los acabados, se procede a colocar las lámparas en sus respectivas cajas. Tiempo estimado 15 minutos.

10. Almacenado

En esta parte se procede a almacenar en el área de bodega, para que estén listas para su comercialización. Tiempo estimado 5 minutos.

FLUJOGRAMA DE PROCESO DE ELABORACIÓN DE 6 LÁMPARAS DE COCO

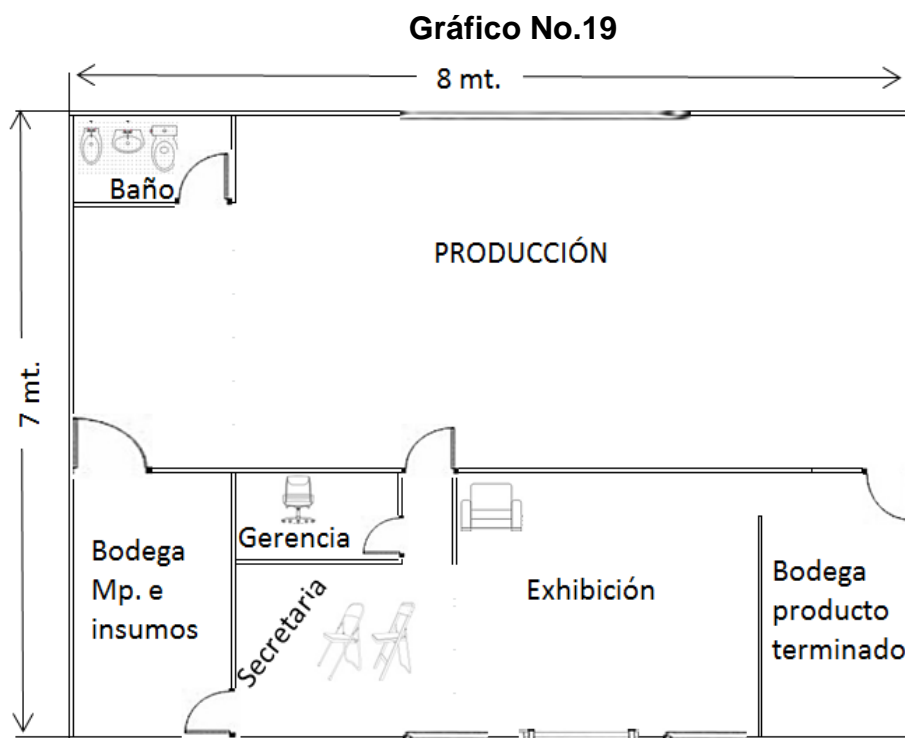


Elaboración: La autora

Diseño y distribución de planta

El diseño, así como la distribución de la planta será en función a los requerimientos de la planta en sus diferentes áreas establecidas como: el área administrativa y el área de producción o elaboración de las lámparas de coco.

DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



Fuente: espacio físico de local
Elaboración: La autora

Descripción de productos e insumos

Para el proceso de elaboración de las lámparas de coco, se hace necesario de materiales e insumos que son indispensables para la fabricación de estos artículos:



Materiales para la elaboración de las lámparas

<p>- Coco: semipelados.</p> 	<p>- Cable de luz</p> 	<p>- Boquilla</p> 
<p>- Bombilla incandescente.</p> 	<p>- Interruptor y Conector de corriente o enchufe.</p> 	<p>- Pantalla para lámpara</p> 

Materiales

<p>Silicón líquido</p> 	<p>Lápiz bicolor</p> 	<p>Laca</p> 
<p>Lija</p> 	<p>Cajas para embalar</p> 	

Equipo

<p>Taladro portátil</p> 	<p>Mini compresor</p> 
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Taladro portátil

Prestaciones

- Embrague de seguridad que alarga la vida de la herramienta
- Velocidad variable y reversible para iniciar los taladros con precisión incluso para atornillar
- Fácil cambio de rotación a rotación percusión

Características técnicas

Potencia

720 W

R.p.m alta

0 - 2.900 Rpm

R.p.m baja

0 - 1.200 Rpm

Mini compresor

Mini compresor de aire ligero y portátil, para usarse con aerógrafos o pistolas para pintar de baja presión. Trabaja con corriente 110V. Con sistema tipo diafragma

Información Técnica:

Consumo de energía en modo de espera: 0,0 Wh

Consumo de energía en modo de operación: 138 Wh

Desplazamiento de aire: 65 l/min.

Presión Máxima: 36 PSI (2.5 Bar).

Corriente: 110 – 120 V

Potencia: 150 W

Peso: 4.7 kg

Herramientas

<p>Set de destornilladores</p> 	<p>Cinta Metro</p> 	<p>Alicate</p> 
<p>Set de formones</p> 	<p>Sacabocados</p> 	<p>Brocha</p> 
<p>Tijeras</p> 		

Requerimientos de muebles y enseres

- ✓ Escritorios 2
- ✓ Sillón ejecutivo 1
- ✓ Archivador 2
- ✓ Sillas 4
- ✓ Mesas de madera 2
- ✓ Klavetas plásticas 3
- ✓ Perchas 2

Equipos de oficina

- | | |
|------------|---|
| ✓ Teléfono | 1 |
| ✓ Sumadora | 1 |

Equipo de cómputo

- | | |
|-------------------|---|
| ✓ Computadora | 2 |
| ✓ Impresora Canon | 1 |

Suministros de producción

- | | |
|----------------------------------------|---|
| ✓ Delantales | 2 |
| ✓ Cajas de 120 unidades de Mascarillas | 2 |
| ✓ Cajas de 20 unidades de Guantes | 2 |
| ✓ Gafas protectoras | 2 |

Útiles de oficina

- | | |
|---------------------|---|
| ✓ Caja de Clips | 1 |
| ✓ Facturas | 1 |
| ✓ Sacapuntas | 1 |
| ✓ Resma de hojas | 1 |
| ✓ Cinta de embalaje | 3 |
| ✓ Corrector | 1 |
| ✓ Sellos | 1 |
| ✓ Tijera | 1 |
| ✓ Borradores | 2 |

✓ Lápices	2
✓ Grapadora	1
✓ Perforadora	1
✓ Capetas archivadoras	2

Útiles de aseo

✓ Franelas	2
✓ Toalla	1
✓ Jaboncillo	1
✓ Detergente de 480gs.	1
✓ Desinfectante	1
✓ Paquete de fundas de basura	1
✓ Trapeador	1
✓ Escobas	2
✓ Basureros	2
✓ Recogedor de basura	2

Requerimiento de Talento Humano.

✓ Gerente	1
✓ Secretaria – contadora	1
✓ Artesanos	2
✓ Vendedor	1

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

El estudio organizacional tiene por finalidad proporcionar a la empresa la estructura legal y administrativa que toda organización requiere para su eficiente desempeño, para lo cual la empresa "DISAGO" se estructurará legalmente de la siguiente forma:

Estructura Legal

Para la constitución de la empresa "DISAGO" se requiere cumplir con algunas exigencias jurídicas, tributarias y laborales, para lo cual la empresa se constituirá como una Compañía de responsabilidad Limitada

- "Mínimos 2 accionistas. No pueden ser accionistas entre esposos.
- Máximo 15 socios.
- Capital mínimos para constituirse: 400 dólares pagaderos en especies o bienes

PASOS A SEGUIR:

- ☞ Reservar el nombre de la compañía.
- ☞ Abrir una cuenta de integración de capitales en un banco de la localidad.
- ☞ Elaborar el acta de constitución
- ☞ Nombrar a los administradores: Gerente.
- ☞ Elaborar los estatutos:
- ☞ Elevar estatutos a escritura pública en una notaria

- ☞ Mediante carta firmada por un abogado, ingresar los documentos a la superintendencia de compañías para su revisión y aprobación
- ☞ Una vez validado la documentación, la superintendencia de compañías, dispondrá que se publique un extracto de constitución en un diario de la localidad de mayor circulación.
- ☞ Se presenta el diario de la publicación en la superintendencia de compañías.
- ☞ Se procede a registrar a los administradores en el registro mercantil
- ☞ Apertura el RUC en el SRI
- ☞ La superintendencia emite una carta de autorización para el retiro del dinero de la cuenta de integración de capitales.
- ☞ Registrar el RUC en la superintendencia de compañías
- ☞ La superintendencia emite la resolución de constitución de la compañía.
“ (<http://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>)

PROCESO:

1. Reservar el nombre de la compañía: A través de la página web de la superintendencia de compañías: www.supercias.gov.ec (DISAGO Cía. Ltda.)
2. Apertura de cuenta de integración de capitales.



3. Acta de constitución

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de compañía, contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- Intervienen En el otorgamiento de esta escritura... (Aquí se hará constar los nombres, nacionalidades y domicilios delas personas naturales o jurídicas que, en el número mínimo de 2 y máximo de 15, vayan a ser socias de la compañía. Si una o más de ellas son personas naturales se hará constar además el estado civil de cada una. La comparecencia puede ser por derecho propio o por intermedio de representante legal o de mandatario).

SEGUNDA.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.- Los comparecientes declaran que constituyen, como en efecto lo hacen, una compañía de 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.

TERCERA.- ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA.

TITULO I

Del Nombre, domicilio, objeto y plazo

Artículo 1º.- Nombre.- El nombre de la compañía que se constituye es...

Artículo 2º.- Domicilio.- El domicilio principal de la compañía es... (Aquí el nombre del cantón seleccionado como domicilio principal de la compañía).

Podrá establecer agencias, sucursales o establecimientos en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones legales correspondientes.

Artículo 3º.- Objeto.- el objeto de la compañía consiste en... (Para el señalamiento de las actividades que conformen el objeto se estará a lo dispuesto en el numeral 3º del Artículo 137 de la Ley de Compañías. Para la obtención de uno o más informes previos favorables por parte de organismos públicos, ofrece una guía el folleto "Instructivo para la constitución de las compañías mercantiles sometidas al control de la Superintendencia de Compañías" que puede solicitar en esta Institución.). En cumplimiento de su objeto, la compañía podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la ley.

Art. 4º.- Plazo.- El plazo de duración de la compañía es de....(se expresará en años), contados desde la fecha de inscripción de esta escritura. La compañía podrá disolverse antes del vencimiento del plazo indicado, o podrá prorrogarlo, sujetándose, en cualquier caso, a las disposiciones legales aplicables.

TITULO II

Del Capital

Artículo 5º.- Capital y participaciones.- El capital social es de.....(aquí la suma en que se lo fije, suma que no puede ser menor a 400 dólares de los Estados Unidos de América), dividido en....(aquí el número de participaciones sociales en que se fraccione el capital) participaciones sociales de (aquí el valor de las participaciones, que deberá ser de un dólar o múltiplos de un dólar).....de valor nominal cada una.

TITULO III

Del Gobierno y de la Administración

Artículo 6º.- Norma general.- El gobierno de la compañía corresponde a la junta general de socios, y su administración al gerente y al presidente.

Artículo 7º.- Convocatorias.- La convocatoria a junta general efectuará el gerente de la compañía, mediante aviso que se publicará en uno de los diarios de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, respecto de aquél en el que se celebre la reunión. En tales ocho días no se contarán el de la convocatoria ni el de realización de la junta (En vez de la forma de convocatoria anterior, si se prefiere, podría adoptarse esta otra: La convocatoria a junta general efectuará el gerente de la compañía, mediante nota dirigida a la dirección registrada por cada socio en ella. El tiempo de intervalo entre la convocatoria y la junta, así como las demás precisiones son iguales a las ya indicadas).

Artículo 8º.- Quórum de instalación.- Salvo que la ley disponga otra cosa, la junta general se instalará, en primera convocatoria, con la concurrencia de más

del 50% del capital social. Con igual salvedad, en segunda convocatoria, se instalará con el número de socios presentes, siempre que se cumplan los demás requisitos de ley. En esta última convocatoria se expresará que la junta se instalará con los socios presentes.

Artículo 9º.- Quórum de decisión.- Salvo disposición en contrario de la ley, las decisiones se tomarán con la mayoría del capital social concurrente a la reunión.

Artículo 10º.- Facultades de la junta.- Corresponde a la junta general el ejercicio de todas las facultades que la ley confiere al órgano de gobierno de la compañía de responsabilidad limitada.

Artículo 11º.- Junta universal.- No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, la junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto siempre que esté presente todo el capital pagado y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad de las resoluciones, acepten por unanimidad la celebración de la junta.

Artículo 12º.- Presidente de la compañía.- El presidente será nombrado por la junta general para un período....(puede oscilar entre uno y cinco años), a cuyo término podrá ser reelegido. El presidente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado. Corresponde al presidente:

- a) Presidir las reuniones de junta general a las que asista y suscribir, con el secretario, las actas respectivas;
- b) Suscribir con el gerente los certificados de aportación, y extender el que corresponda a cada socio; y,

c) Subrogar al gerente en el ejercicio de sus funciones, en caso de que faltare, se ausentare o estuviere impedido de actuar, temporal o definitivamente.

Artículo 13º.- Gerente de la compañía.- El gerente será nombrado por la junta general para un período... (Puede oscilar entre uno y cinco años), a cuyo término podrá ser reelegido. El gerente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al gerente:

- a) Convocar a las reuniones de junta general;
- b) Actuar de secretario de las reuniones de junta general a las que asista, y firmar, con el presidente, las actas respectivas;
- c) Suscribir con el presidente los certificados de aportación, y extender el que corresponda a cada socio;
- d) Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley de Compañías; y,
- e) Ejercer las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.

TITULO IV

Disolución y Liquidación

Artículo 14º.- Norma general.- La compañía se disolverá por una o más de las causas previstas para el efecto en la Ley de Compañías, y se liquidará con arreglo al procedimiento que corresponda, de acuerdo con la misma ley.

CUARTA.- APORTES.- Se elaborará el cuadro demostrativo de la suscripción y pago del capital social tomando en consideración lo dispuesto por la Ley de Compañías en sus artículos 137, numeral 7º, 103 ó 104, o uno y otro de estos

dos últimos, según el caso. Si se estipulare plazo para el pago del saldo deudor, este no podrá exceder de 12 meses contados desde la fecha de constitución de la compañía. En aplicación de las normas contenidas en los artículos antes citados, se podría elaborar el cuadro de suscripción y pago del capital social a base de los siguientes datos generales:

QUINTA.- NOMBRAMIENTO DE ADMINISTRADORES.- Para los períodos señalados en los artículos 12º y 13º del estatuto, se designa como presidente (a) de la compañía al (o a la) señor (o señora)....., y como gerente de la misma al (o a la) señor (o señora)....., respectivamente.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA.- Los contratantes acuerdan autorizar al doctor (aquí el nombre del abogado que patrocina la constitución de la compañía) para que a su nombre solicite al Superintendente o a su delegado la aprobación del contrato contenido en la presente escritura, e impulse posteriormente el trámite respectivo hasta la inscripción de este instrumento.

Usted, señor Notario, se dignará añadir las correspondientes cláusulas de estilo.

Firma:

Firma:

C.1.

C.1.

15. Ingreso de documentos a la superintendencia de compañías para su revisión y aprobación



16. Apertura el RUC en el SRI



PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO MUNICIPAL

- Copia de declaratoria de actividad comercial en el SRI.
- Solicitud al Municipio del cantón Zapotillo para realizar operaciones comerciales.
- Copia de cédula de los actores.
- Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos
- Pago de patente municipal

Estructura administrativa

La empresa “DISAGO” será estructurada tomando en cuenta los diferentes niveles jerárquicos, que para ello se ha establecido los siguientes:

NIVELES JERÁRQUICOS

“DISAGO” pese a ser una empresa pequeña tendrá los siguientes niveles jerárquicos que le permitirán la identificación de los niveles de autoridad, responsabilidad y deberes a cumplir.

NIVEL LEGISLATIVO.- Este nivel lo conforma La Junta General de socios, quienes son los que establecen las políticas generales de la empresa.

NIVEL EJECUTIVO.- Lo representa el Gerente, quien es la persona que toma las decisiones generales de la empresa. En este nivel se planifica, orienta y dirige la vida administrativa de la empresa, el Gerente es elegido por el nivel Legislativo-Directivo.

NIVEL ASESOR.- Este nivel está representado por el asesor jurídico, quién será quién efectúe actividades con respecto a la constitución de la empresa, resolución de posibles conflictos, celebración de contratos, etc.

NIVEL DE APOYO o AUXILIAR.- Es el nivel auxiliar, lo conforma la Secretaria - Contadora, su función es ayudar a los otros sectores administrativos a la prestación de servicios con prontitud y eficiencia, se limita a cumplir órdenes de los niveles ejecutivo y operativo.

NIVEL OPERATIVO.- Lo conformarán todos los puestos y áreas de trabajo que están directamente relacionados con las labores del proceso productivo, en este caso la elaboración de las lámparas de coco.

ORGANIGRAMAS

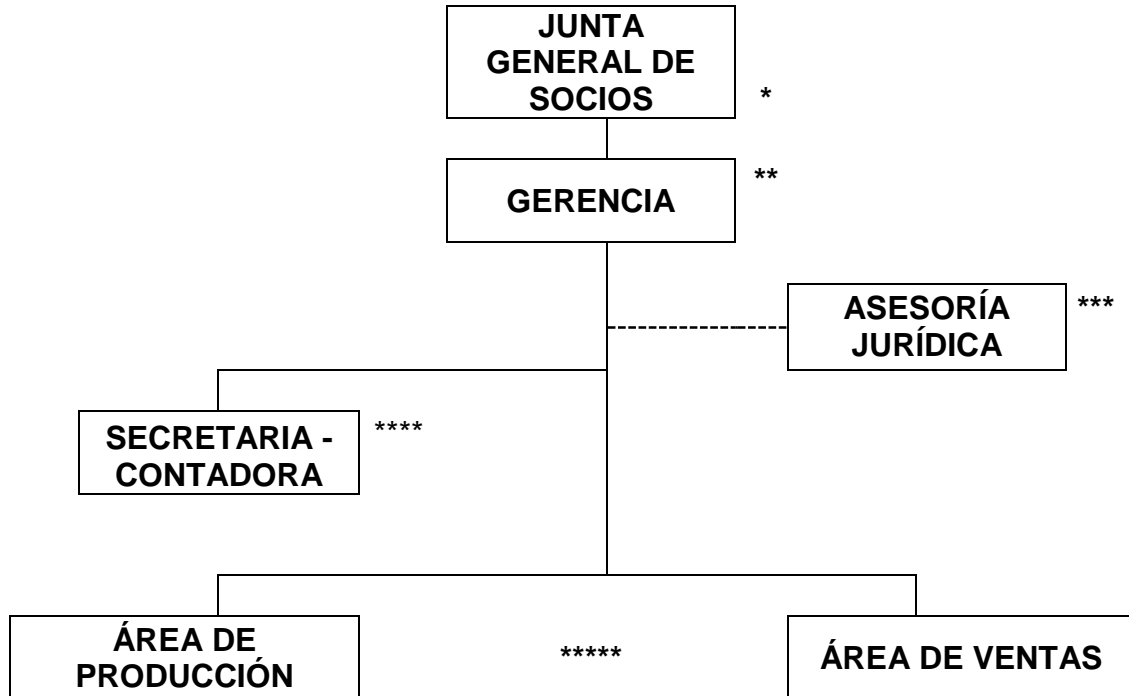
Siendo los organigramas una herramienta útil para mostrar tanto la estructura de la empresa, las funciones que cada empleado desarrolla y la posición del personal que ocupa dentro de la empresa, entre los organigramas que cumplen estas funciones son:

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Es una representación gráfica de la estructura administrativa de la empresa, con el cual se conoce y visualiza las interrelaciones con los niveles de autoridad de la organización.

GRÁFICO N°. 20

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA “DISAGO” Cía. Ltda.



NIVEL LEGISLATIVO	*
NIVEL EJECUTIVO	**
NIVEL ASESOR	***
NIVEL AUXILIAR	****
NIVEL OPERATIVO	*****

Fuente: Estudio Técnico

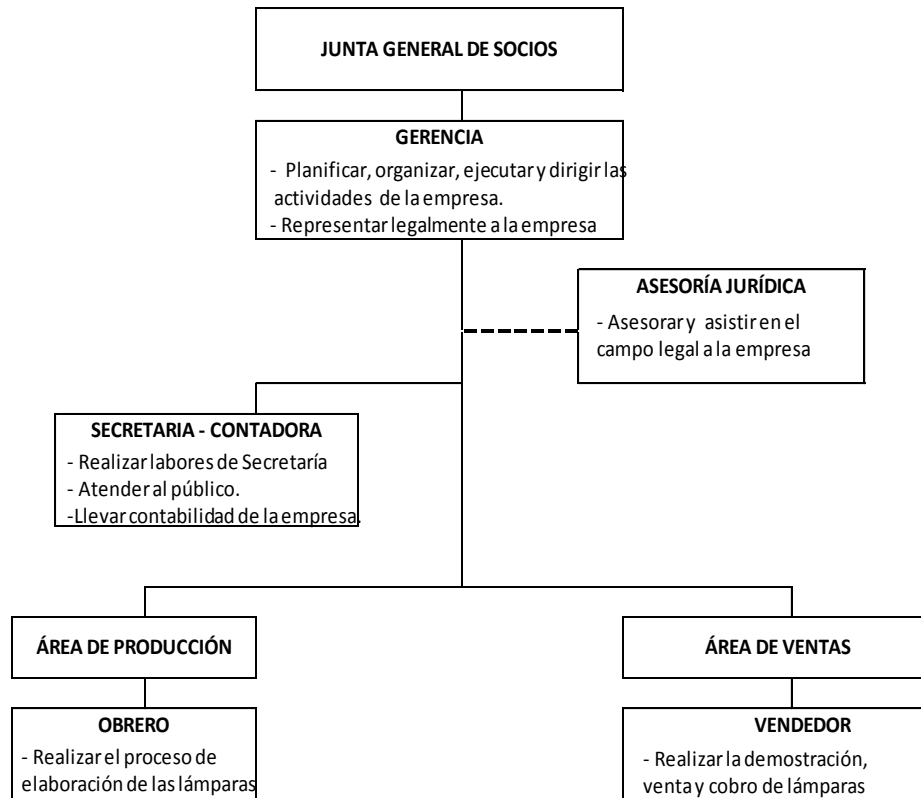
Elaboración: La autora

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

Este organigrama refleja las principales funciones que tiene asignadas cada unidad, así como la interrelación que existe entre estas unidades de los diferentes niveles de la empresa “DISAGO”.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA “DISAGO” Cía. Ltda.

GRÁFICO N°. 21

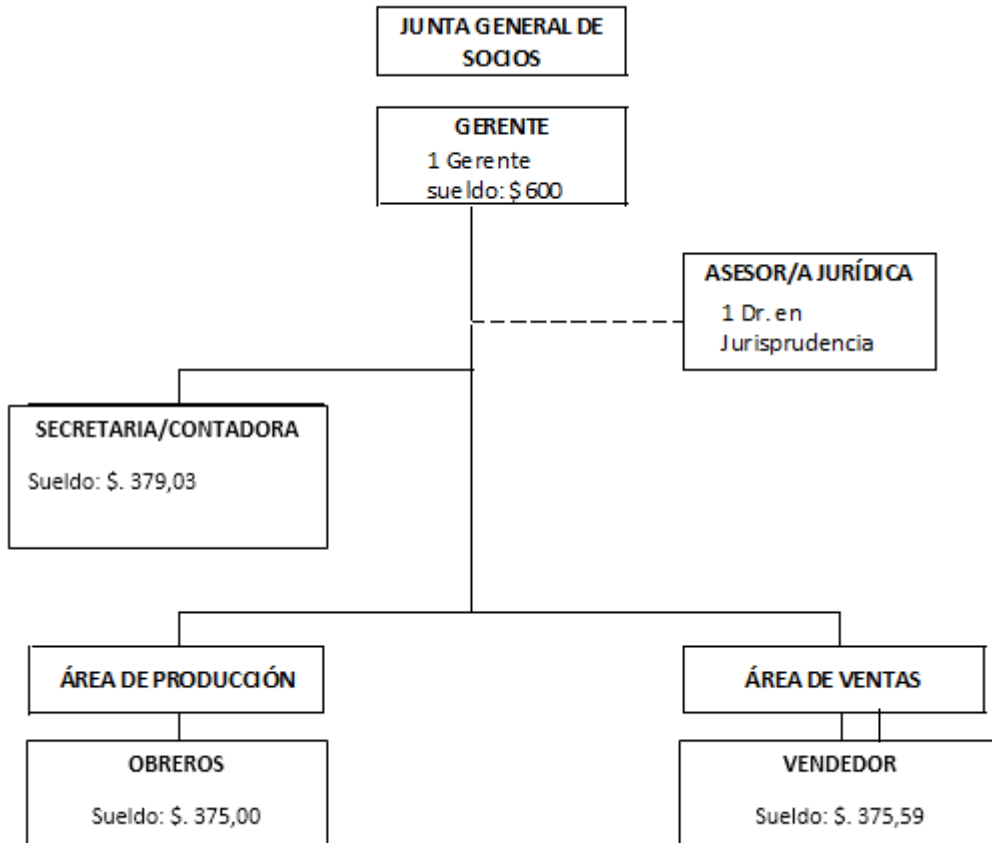


Fuente: Estudio estructural

Elaboración: La autora

ORGANIGRAMA POSICIONAL

En el presente organigrama se representa la distribución del personal de “DISAGO” en las diferentes unidades administrativas.

ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA “DISAGO” Cía. Ltda.**Gráfico N°. 22**

Fuente: Organigrama estructural

Elaboración: La autora

MANUAL DE FUNCIONES

En el presente manual de funciones detalla todas aquellas funciones que deben cumplirse en cada unidad de trabajo.

CÓDIGO.	01
TÍTULO DEL PUESTO.	GERENTE GENERAL
NIVEL JERÁRQUICO.	Ejecutivo
NATURALEZA DEL TRABAJO.- Planificación, Dirección, ejecución y evaluación de las actividades administrativas y operativas de la Empresa.	
FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> - Representar judicial y extrajudicialmente a la empresa. - Acatar las normas y disposiciones que constituyan políticas de la Empresa. - Dirigir las actividades administrativas y operativas de la empresa. - Administrar los fondos de la Empresa. - Informa a los clientes sobre las formas de pago y promoción del producto. - Analizar políticas idóneas de ventas. - Tramitar órdenes, cheques y más documentos que el reglamento lo autorice. - Realizar todas las actividades de mercadeo del producto. - Las demás funciones necesarias para la buena marcha de la Empresa. - Presentar informes periódicos a la Junta de socios. - Planificar y programar los cursos de actualización y capacitación del personal. - Elaborar planes estratégicos de ventas. - Nombrar y contratar personal. 	
CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO:	
Requiere de iniciativa, visión empresarial, liderazgo, dirección del talento humano y conocimiento de estrategias comerciales.	
REQUISITOS:	
<p>Educación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Título académico de Ingeniero Comercial. - Cursos de actualización de administración de Empresas. <p>Experiencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dos años en labores administrativas <p>Aptitudes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inteligencia, agilidad mental, don de mando, gran iniciativa, capacidad para desempeñar sus funciones bajo presión, alto sentido de responsabilidad, habilidad con las relaciones humanas. <p>Responsabilidad:</p> <p>Responsable de la buena marcha administrativa y productiva de la Empresa.</p>	

CÓDIGO.	02
TITULO DEL PUESTO.	ASESOR JURÍDICO
NIVEL JERARQUICO.	Asesor
NATURALEZA DEL PUESTO: Aconsejar, asesorar e informar sobre proyectos relacionados con el aspecto legal de la empresa	
FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> - Asesorar al personal ejecutivo para tomar las mejores decisiones empresariales. - Orientar en la constitución, gestión de la empresa. - Defender los intereses de la empresa en todo tipo de procedimientos judiciales. - Negociar y redactar contratos de compra-venta de activos. - Realizar los contratos laborales y registrarlos en el ministerio laboral. - Representar a la empresa judicialmente. - Analizar, conceptuar, emitir criterios y pronunciamientos legales de la empresa. - Responder oficios y escritos legales de petición en las diferentes entidades de control. 	
CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO:	
<ul style="list-style-type: none"> - Se caracteriza por tener autoridad funcional más no de mando en razón que se aconseja y recomienda pero no toma decisiones y su participación es eventual. 	
REQUISITOS:	
Educación:	
<ul style="list-style-type: none"> - Título académico de Abogado o Dr. en Jurisprudencia. 	
Experiencia:	
<ul style="list-style-type: none"> - Dos años en ejercicio de su profesión. 	

CÓDIGO.	03
TÍTULO DEL PUESTO.	SECRETARIA -CONTADORA
NIVEL JERARQUICO.	Auxiliar
NATURALEZA DEL TRABAJO.- Ejecución de actividades contables de gran variedad, manejar y tramitar documentos e información confidencial de la organización, mantener buena comunicación con todo el personal de la Empresa.	
FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar balances presupuestarios. - Llevar registro de Mayores Auxiliares y Mayor General. - Elaborar libro de bancos y establecer saldos diarios. - Acatar las normas y disposiciones de la Empresa. - Atender en recepción y asignar turnos a los clientes. - Redactar y mecanografiar la correspondencia. - Mantener actualizado el registro de clientes en lo que se refiere a contratos y servicios. - Organizar las citas y reuniones de negocios del gerente. - Llevar libro de actas. - Los demás encargados por su inmediato superior. - Preparar documentos para las reuniones de la Junta General de socios de la empresa. - Hacer las declaraciones del SRI. 	
CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO:	
Requiere de iniciativa permanente para el cumplimiento de las tareas.	
REQUISITOS:	
<p>Educación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Título de Secretariado Ejecutivo y/o Contador. <p>Experiencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dos años en labores similares. <p>Aptitudes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Agilidad mental para cuentas, habilidad con las relaciones humanas. <p>Responsabilidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsable los documentos de la Empresa. 	

CÓDIGO.	04
TÍTULO DEL PUESTO.	OBRERO
NIVEL JERARQUICO.	Operativo
NATURALEZA DEL TRABAJO. Realizar actividades inherentes al proceso productivo de las lámparas.	
FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> - Determinar la materia prima idónea para el proceso productivo. - Preparar los equipos y herramientas de trabajo. - Realizar el proceso de tallado de la materia prima. - Controlar el buen uso y funcionamiento de los equipos. - Informar al Gerente sobre cualquier aspecto relacionado con los artículos ofertados por la Empresa. - Limpieza del área de trabajo. - Las demás funciones necesarias para la buena marcha de la Empresa. 	
CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO:	
Responsabilidad para el cumplimiento de sus funciones.	
REQUISITOS:	
<p>Educación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Haber terminado el bachillerato. <p>Experiencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1 año en actividades similares. <p>Aptitudes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Iniciativa, capacidad para desempeñar sus funciones bajo presión, alto sentido de responsabilidad, creatividad. <p>Responsabilidad:</p> <p>Responsables del equipo y herramientas a su cargo.</p>	

CÓDIGO.	05
TÍTULO DEL PUESTO.	VENDEDOR
NIVEL JERARQUICO.	operativo
NATURALEZA DEL PUESTO: comercializar el producto de la empresa.	
FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> - Atender a los clientes - Dar información y demostrar el uso del producto que la empresa ofrece - Crear necesidad de compra a los potenciales compradores. - Mantener cronograma de visitas para impulsar el producto. - Responder por el producto que se le entrega. - Atender pedidos especiales de compra. - Asesorar a los clientes en las compras. - Cerrar la venta a los precios y condiciones determinados por la venta 	
CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO:	
<ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad y habilidad en el manejo de la imagen del producto y la empresa 	
REQUISITOS:	
Educación:	
<ul style="list-style-type: none"> - Tecnología en Marketing y ventas 	
Experiencia:	
<ul style="list-style-type: none"> - Un año en comercio de artículos para el hogar. 	

ESTUDIO FINANCIERO

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

INVERSIONES

Tomando en cuenta las características del presente proyecto, se hace necesario la asignación de recursos económicos para poder solventar los requerimientos de constitución y puesta en marcha de la empresa “DISAGO Cía. Ltda.”

Las inversiones que se requieren para el presente proyecto tiene están sujetas a los tres tipos de activos:

- Activos Fijos
- Activos Intangibles o Diferidos y,
- Activo Circulante o Capital de Trabajo

➤ ACTIVOS FIJOS

Los activos fijos para el presente proyecto serán las inversiones que se realizan en bienes tangibles y serán de propiedad de la empresa, y servirán de apoyo a las operaciones de la misma, son todos los bienes que se emplean tanto en producción, como en administración y ventas, para efectos contables, los activos fijos están sujetos a depreciaciones, los cuales se los hace de acuerdo a una tabla establecida por la contraloría.

Los activos fijos necesarios para el presente proyecto son los siguientes:

EQUIPO DE PRODUCCIÓN

El equipo que se requiere para el proceso de elaboración de las lámparas de coco no requiere de alta tecnología, que para ello se detallan los siguientes equipos que serán de ayuda para el desarrollo de esta actividad:

Cuadro No.25 EQUIPO DE PRODUCCIÓN:

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Taladro portátil	1	22	22
Mini compresor	1	80	80
TOTAL			102

Fuente: Ferretería Reina del Cisne

Elaboración: La autora

HERRAMIENTAS

Considerando que las herramientas se constituyen en una parte importante como complemento para la realización de las lámparas, por lo cual se requieren de las siguientes:

Cuadro No. 26 HERRAMIENTAS

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Set de destornilladores	1	3,80	3,80
Metro	1	1,80	1,80
Alicate	2	3,50	7
Set de formones	1	1,50	1,50
Sacabocados	1	4	4
Tijeras	2	2	4
Brocha	1	0,80	0,80
Cautín	1	8	8
TOTAL			30,9

Fuente: Ferretería Reina del Cisne

Elaboración: La autora

EQUIPOS DE OFICINA

Estos están compuestos por aquellos artículos que se requieren para facilitar las tareas administrativas de la empresa "DISAGO" Cía. Ltda.

Cuadro N°. 27**EQUIPOS DE OFICINA**

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfonos	1	80	80
Sumadora	1	15	15
TOTAL			95

Fuente: Almacén de la localidad

Elaboración: La autora

MUEBLES Y ENSERES

En este rubro se han descrito todos aquellos muebles y enseres que se requiere tanto en el área administrativa como en el de producción.

Cuadro N°. 28**MUEBLES Y ENSERES**

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio	2	120	240
Sillas	5	5	25
Sillón ejecutivo	2	70	140
Archivador	1	110	110
Mesa de trabajo de madera	2	150	300
Percha madera	2	70	140
Estantería	2	80	160
TOTAL			1115

Fuente: Almacenes de la localidad

Elaboración: La autora

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Para que las actividades administrativas se realicen en forma rápida y eficiente se hace imprescindible el uso de la computadora, para lo cual se detalla lo siguiente:

Cuadro N°. 29
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Computador	2	500	1000
Impresora	1	70	70
TOTAL			1070,00

Fuente: Almacenes de la ciudad de Loja.

Elaboración: La autora

Reinversión:

Los equipos de computación por sus características tienen un período de vida útil de 3 años, motivo por el cual se hace necesario hacer una reinversión de estos, procediendo a proyectar el valor de dichos equipos con la tasa de inflación para los 10 años de vida útil del presente proyecto, motivo por el cual se procede a proyectar dicho valor para poder registrar su valor de depreciación en lo posterior.

Cuadro N°. 30
PROYECCIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

AÑOS	VALOR TOTAL
1	1070,00
2	1106,06
3	1143,33
4	1181,86
5	1221,69
6	1262,86
7	1305,42
8	1349,41
9	1394,89
10	1441,90

Fuente: Cuadro No. 28

Elaboración: La autora

Depreciación de activos fijos

La depreciación es considerada como el desgaste de los activos fijos de la empresa "DISAGO" Cía. Ltda. Durante la vida útil del proyecto, tomado en cuenta los muebles y enseres, equipos de oficina, equipos de computación, el valor de las herramientas no se las ha registrado, considerando que es un valor no es muy representativo y que, por lo tanto no influirían en lo posterior.

Para su cálculo se lo ha realizado el método línea recta, cuya fórmula es:

FÓRMULA:

$$\text{DEP. ANUAL} = \frac{\text{Valor Total} - \text{Valor de Desecho}}{\text{Número de años}}$$

Cuadro N°. 31
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

DENOMINACION	VALOR	% DE DEPREC.	VALOR RESIDUAL	VIDA UTIL	DEPREC. ANUAL
Maquinaria y equipo	102,00	10%	10,20	10	9,18
Equipos de oficina	95,00	10%	9,50	10	8,55
Eq. de cómputo I	1070,00	33%	353,10	3	238,97
Eq. de cómputo II	1181,86	33%	390,01	3	263,95
Eq. de cómputo III	1305,42	33%	430,79	3	291,54
Eq. de cómputo III	1441,90	33%	475,83	3	322,02
Muebles y enseres	1115	10%	111,50	10	100,35
					1236,42

Fuente: Cuadro N°. 24,26, 28.

Elaboración: La autora

IMPREVISTOS

Con el afán de cubrir ciertos costos que por algún motivo no estén previstos o no se los ha considerado, se hace necesario establecer el 10% para imprevistos, siendo este rubro por un valor de \$ 241,29 (sumatoria de los activos fijos).

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

Cuadro No. 32

ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS FIJOS	VALOR
Maquinaria y equipo	102,00
Herramientas	30,90
Equipos de oficina	95,00
Equipos de computo	1070,00
Muebles y enseres	1115,00
Imprevistos 10%	241,29
TOTAL	2654,19

Fuente: cuadros 22 al 27

Elaboración: La autora

➤ INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

La inversión en activos diferidos corresponde a aquellas erogaciones que se realiza por concepto de formulación e implementación del proyecto como estudios preliminares, patentes, gastos de constitución legal, en la cual incluyen elaboración de la minuta constitutiva, reconocimiento de firmas, etc., los mismos que se realizan antes de entrar en operación la empresa.

Cuadro N°. 33

INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

DENOMINACION	VALOR
Elaboración del proyecto	2087,54
Permisos de funcionamiento	120,00
Gastos organizativos	250,00
Imprevistos 10%	245,75
TOTAL	2703,29

Fuente: Municipio de Zapotillo, Notaría 1ra del cantón Zapotillo

Elaboración: La autora

Amortización de activos diferidos

Cuadro N°. 34

DESCRIPCION	VALOR	10%
Activo Diferido	2703,29	270,33

Fuente: Cuadro No.30

Elaboración: La autora

➤ **INVERSIÓN EN ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO**

Las inversiones del activo circulante, corresponden a aquellos valores de los cuales la empresa requiere para su normal desempeño durante la vida útil del proyecto, además dichos valores permiten a la empresa cubrir y cumplir con sus obligaciones económicas contraídas.

Por la actividad que realiza la empresa se hace necesario calcular la inversión inicial en capital de trabajo para el primer mes de operación, considerando que la empresa transcurrido este periodo genera sus propios ingresos, en este caso por la venta de las lámparas de coco.

Los rubros o valores de éste activo se los detalla de la siguiente manera:

MATERIA PRIMA DIRECTA

Siendo la materia prima el componente principal para el proceso de elaboración de las lámparas, a continuación se especifica este requerimiento.

**Cuadro N°. 35
MATERIA PRIMA DIRECTA**

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
Cocos	264	0,80	211,2	2534,40
Alambre de luz mt.	264	0,37	97,68	1172,16
Boquilla	264	0,75	198	2376,00
Foco incandescente	264	0,90	211,2	2534,40
Interruptor	264	0,50	132	1584,00
Enchufe	264	0,40	105,6	1267,20
Alambre No. (Rollo de 100mt.)	4	5,00	20	240,00
TOTAL			975,68	11708,16

Fuente: cotizaciones en: ferretería Reina del Cisne, propietarios de plantaciones de coco

Elaboración: La autora

Cuadro N°. 36

PROYECCIÓN MATERIA PRIMA DIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL
1	11708,16
2	12102,72
3	12510,59
4	12932,19
5	13368,01
6	13818,51
7	14284,19
8	14765,57
9	15263,17
10	15777,54

Fuente: Cuadro No.34, tasa de inflación de 3,37%

Elaboración: La autora

MATERIA PRIMA INDIRECTA

En el proceso de elaboración de las lámparas se requieren de materia prima indirecta que es el complemento de éste proceso.

Cuadro No. 37**MATERIA PRIMA INDIRECTA**

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
Silicón líquido de 100 ml.	22	0,75	16,50	198,00
Lápiz bicolor	2	0,30	0,60	7,50
Laca	18	21,50	387,00	4644,00
Lija	2	0,35	0,70	8,40
Estaño mt.	26,4	0,80	21,12	253,44
TOTAL			404,80	5111,04

Fuente: Almacén pintulac, ferretería Reina del Cisne.

Elaboración: La autora

Cuadro No. 38**PROYECCIÓN MATERIA PRIMA INDIRECTA**

AÑOS	COSTO TOTAL
1	5111,04
2	5283,28
3	5461,33
4	5645,38
5	5835,62
6	6032,29
7	6235,57
8	6445,71
9	6662,93
10	6887,47

Fuente: Cuadro No.34, tasa de inflación de 3,37%

Elaboración: La autora

MATERIALES INDIRECTOS

Constituyen aquellos materiales que si bien es cierto son importantes pero no definitivos en la elaboración de las lámparas, por este motivo se ha considerado a los siguientes elementos:

Cuadro No. 39

MATERIALES INDIRECTOS

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
Etiquetas	264	0,05	13,2	158,4
Cajas de cartón	264	0,20	52,8	633,6
TOTAL			66	792

Fuente: Imprenta de la ciudad

Elaboración: La autora

Cuadro No. 40

PROYECCIÓN DE MATERIALES INDIRECTOS

AÑOS	COSTO TOTAL
1	792,00
2	818,69
3	846,28
4	874,80
5	904,28
6	934,75
7	966,26
8	998,82
9	1032,48
10	1067,27

Fuente: Cuadro No.36, tasa de inflación de 3,37%

Elaboración: La autora

MANO DE OBRA DIRECTA

Para la elaboración de las lámparas de coco, se requiere fundamentalmente la mano de obra directa o los obreros quienes van a realizar dichos artículos y para los cuales se ha fijado una remuneración básica mensual, tomando en cuenta la tabla salarial mínima sectorial vigente para el presente año (2017).

**Cuadro No. 41
MANO DE OBRA DIRECTA**

DETALLE	Rubros
SUELDO BASICO	375,00
Ap. Pat.(11,15%)	41,02
XII SUELDO	31,25
XIV SUELDO	30,06
VACACIONES	14,09
APORTE SECAP 0,50%	1,87
APORTE IESE 0,50%	1,87
SUBTOTAL	493,64
No. obreros	2
Total mensual	987,29
Total anual	11847,44

Fuente: Tabla de sueldos y salarios mínimo sectorial (2017- \$375) - Ministerio de Relaciones Laborales

Elaboración: La autora

Los fondos de reserva no han sido considerados para el primer año que inicia sus operaciones, estos son considerados a partir del segundo año a través del siguiente cálculo.

$\$ 374,56 \times 2$ (obreros) = $\$ 749,12$ por pagar de fondos de reserva

$\$ 11847,44$ (primer año) + $\$ 749,12$ (fondos de reserva) = $\$ 12596,56$

$\$ 12596,56 \times 3,37\%$ de incremento = $\$ 13021,07$ (segundo año)

**Cuadro No. 42
PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA DIRECTA**

AÑOS	VALOR TOTAL
1	11847,44
2	13021,07
3	13459,88
4	13913,47
5	14382,36
6	14867,04
7	15368,06
8	15885,97
9	16421,32
10	16974,72

Fuente: Cuadro No. 39

Elaboración: La autora

EQUIPO DE PROTECCIÓN

Los suministros de seguridad han sido considerados aquellos que servirán para el proceso de elaboración de las lámparas, en las cuales los obreros requieren de la ropa de trabajo básico, así como algunos accesorios reutilizables para dicho proceso.

Cuadro No. 43

EQUIPO DE PROTECCIÓN

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Oberol	2	12	24
Gafas protectoras	2	2,5	5
Mascarilla	24	2,5	60
Guantes	12	2,5	30
TOTAL ANUAL			119
VALOR MENSUAL			9,92

Fuente: almacenes de la localidad

Elaboración: La autora

Cuadro No. 44

PROYECCIÓN DE EQUIPO DE PROTECCIÓN

AÑOS	VALOR TOTAL
1	119,00
2	123,01
3	127,16
4	131,44
5	135,87
6	140,45
7	145,18
8	150,08
9	155,13
10	160,36

Fuente: Cuadro No. 41

Elaboración: La autora

SERVICIOS BÁSICOS

Los servicios básicos son fundamentales para el desarrollo tanto de la producción como de la operatividad de la empresa “DISAGO” Cía. Ltda., por ello se han considerado en este rubro los gastos de servicios de la energía eléctrica, agua, telefonía e internet.

Energía Eléctrica

El servicio de energía es el principal componente principal para poder ejecutar la actividad productiva de la empresa “DISAGO” Cía. Ltda., a través de la utilización de sus herramientas a base de energía eléctrica.

El valor del servicio de energía eléctrica será proyectado con el 1,5%, tomado en cuenta que el Estado mantiene la política de tarifar de acuerdo al esquema tarifario considerando el sector al cual pertenece; así mismo el sector industrial y comercial se benefician de la tarifa dignidad, por tal motivo el valor de la planilla dependerá del consumo de Kw. que tenga la empresa.

Cuadro No. 45

ENERGÍA ELÉCTRICA

DENOMINACION	CONSUMO	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL
Luz eléctrica Kw	220	0,21	46,20	554,40

Fuente: EERSSA.

Elaboración: La autora

Cuadro No. 46**PROYECCIÓN DE ENERGÍA ELÉCTRICA**

AÑO	VALOR ANUAL
1	554,40
2	562,72
3	571,16
4	579,72
5	588,42
6	597,25
7	606,20
8	615,30
9	624,53
10	633,90

Fuente: Cuadro No. 43

Elaboración: La autora

Servicio de Agua potable, telefonía e internet

En cuanto al rubro del agua potable y telefonía se incluye el valor por concepto de internet, los mismos que son de importancia para el desarrollo de las actividades administrativas, por lo cual se ha estimado el uso que se de en las instalaciones y el número de personal que labora en la empresa "DISAGO" Cía. Ltda.

Cuadro No. 47**SERVICIOS BASICOS**

DENOMINACION	CONSUMO	PRECIO UNITARIO	V.MENSUAL TOTAL POR ÁREA	VALOR TOTAL ANUAL
Agua	40,00 m3	0,35	14,00	168,00
Teléfono e internet	1 mes	30,00	30,00	360,00
TOTAL			44,00	528,00

Fuente: Municipio de Zapotillo, CNT

Elaboración: El autor

Cuadro No. 48**PROYECCIÓN DE SERVICIOS BÁSICO (AGUA, TELÉFONO)**

AÑO	VALOR ANUAL
1	528,00
2	535,92
3	543,96
4	552,12
5	560,40
6	568,81
7	577,34
8	586,00
9	594,79
10	603,71

Fuente: Cuadro No. 47

Elaboración: La autora

SUELDOS DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO

Los sueldos que se han tomado en cuenta son fundamentalmente los que provienen del gerente y la secretaria, quienes serán los que laboren en el área administrativa.

Cuadro No. 49**SUELDOS DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO**

DETALLE	Gerente	Secretaria
SUELDO BASICO	456,88	379,03
Ap. Pat.(11,15%)	50,94	42,26
XII SUELDO	38,07	31,59
XIV SUELDO	30,50	30,50
VACACIONES	19,04	15,79
APORTE SECAP 0,50%	2,28	1,90
APORTE IESE 0,50%	2,28	1,90
TOTAL MENSUAL	600,00	502,96
	1102,96	
Total anual	7200,00	6035,52
VALOR TOTAL ANUAL	13235,52	

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaboración: La autora

Cálculo de fondos de reserva

\$ 456,88 (gerente) + \$ 379,03 (secretaria) = \$. 835,91 por pagar de fondos de reserva

\$ **13235,52 (primer año)** +\$ 835,91 (fondos de reserva) = \$ 14071,45

\$ 14071,45 x 3,37% de incremento = \$ 14545,66 (segundo año)

Cuadro No. 50**PROYECCIÓN DE SUELDOS DE PERSONAL ADMINISTRATIVO**

AÑOS	VALOR TOTAL
1	13235,54
2	14545,66
3	15827,13
4	17221,50
5	18738,72
6	20389,60
7	22185,92
8	24140,50
9	26267,28
10	28581,43

Fuente: Cuadro No. 49

Elaboración: La autora

ARRIENDO DE LOCAL

Para el desarrollo de todas las actividades de la empresa “DISAGO” Cía. Ltda.

Se ha previsto el arrendamiento de un local en la parte céntrica del Cantón Zapotillo.

**Cuadro No. 51
ARRIENDO**

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL
ARRIENDO	1	250	250,00	3000

Fuente: Locales en arriendo cantón Zapotillo

Elaboración: La autora

**Cuadro No. 52
PROYECCIÓN DE ARRIENDOS**

AÑOS	VALOR TOTAL
1	3000,00
2	3101,10
3	3205,61
4	3313,64
5	3425,31
6	3540,74
7	3660,06
8	3783,41
9	3910,91
10	4042,70

Fuente: Cuadro No. 49

Elaboración: La autora

ALQUILER DE VEHÍCULO

Se ha considerado este rubro, por la distancia que existe en el centro de acopio, por tal motivo se ha tomado en cuenta el valor de la carrera de una camioneta que es de \$15 promedio, asumiendo que en el mes se puedan hacer hasta 3 viajes.

**Cuadro No. 53
ALQUILER DE VEHÍCULO**

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR TOTAL ANUAL
ALQUILER	3	15	45,00	540

Fuente: Unidades de transporte de Zapotillo

Elaboración: El autor

**Cuadro No. 54
PROYECCIÓN DE ALQUILER DE VEHÍCULOS**

AÑOS	VALOR TOTAL
1	540,00
2	558,20
3	577,01
4	596,45

5	616,56
6	637,33
7	658,81
8	681,01
9	703,96
10	727,69

Fuente: Cuadro No. 51

Elaboración: La autora

SUMINISTROS DE OFICINA

La parte administrativa requiere el apoyo de algunos materiales necesarios para el cumplimiento de sus actividades, para lo cual se ha previsto los siguientes suministros:

Cuadro No. 55
SUMINISTROS DE OFICINA

DENOMINACION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Facturas	libreta x 100	2	7,50	15,00
Clips	caja x 100	2	0,75	1,50
Estilete	unidad	1	0,25	0,25
Perforadora	unidad	1	1,50	1,50
Grapadora	unidad	1	1,50	1,50
Grapas	caja x 100	3	0,50	1,50
Cinta adhesiva	unidad	2	0,40	0,80
Cinta de embalaje	unidad	6	1,00	6,00
Sellos	unidad	1	8,00	8,00
Saca grapas	unidad	1	1,00	1,00
Portapapeles	unidad	2	3,00	6,00
Papel bond	Resma	1	3,75	3,75
Esferos	Docena	1	2,40	2,40
Borradores	Unidad	1	0,25	0,25
Tinta impresora	Cartucho	2	30,00	60,00
Carpetas archivador	Unidad	1	2,50	2,50
Carpeta folder	Unidad	12	0,15	1,80
TOTAL anual				113,75
Total Mensual				9,48

Fuente: Papelería Wendy

Elaboración: La autora

**Cuadro No. 56
PROYECCIÓN DE SUMINISTROS DE OFICINA**

AÑOS	VALOR TOTAL
1	113,75
2	117,58
3	121,55
4	125,64
5	129,88
6	134,25
7	138,78
8	143,45
9	148,29
10	153,29

Fuente: Cuadro No. 55

Elaboración: La autora

MATERIALES Y ÚTILES DE LIMPIEZA

Para mantener las instalaciones en óptimas condiciones en lo que a normas de higiene se refiere, se hace necesario de algunos útiles y artículos de limpieza.

**Cuadro No. 57
MATERIALES Y ÚTILES DE LIMPIEZA**

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escoba	2	2,50	5,00
Tachos de basura	2	6,00	12,00
Basurero grande	1	15,00	15,00
Trapeador	1	2,80	2,80
Papel higiénico	40	0,50	20,00
Desinfectante	2	5,00	10,00
Toalla	1	5,00	5,00
Detergente	2	5,00	10,00
Jaboncillo	6	0,75	4,50
Franelas	2	1,50	3,00
Fundas de basura paquete	4	1,27	5,08
Recogedor de basura	2	1,50	3,00
TOTAL ANUAL			95,38
TOTAL MENSUAL			7,95

Fuente: comerciales de la localidad.

Elaboración: La autora

Cuadro No. 58
PROYECCIÓN DE UTILES DE LIMPIEZA

AÑOS	VALOR TOTAL
1	95,38
2	98,59
3	101,92
4	105,35
5	108,90
6	112,57
7	116,37
8	120,29
9	124,34
10	128,53

Fuente: Cuadro No. 57

Elaboración: La autora

PUBLICIDAD

En esta cuenta se ha hecho constar lo que corresponde publicidad de la empresa, con el propósito de poder difundir el artículo que "DISAGO" Cía. Ltda. Ofrece.

Cuadro N°. 59
PUBLICIDAD

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL ANUAL	TOTAL MENSUAL
Cuñas radiales	5	2,5	150,00	12,50
Periódico	2	5,0	120,00	10,00
VALOR TOTAL			270,00	22,50

Fuente: Sitios de Publisher

Elaboración: La autora

**Cuadro No. 60
PROYECCIÓN DE PUBLICIDAD**

AÑOS	VALOR TOTAL
1	270,00
2	279,10
3	288,50
4	298,23
5	308,28
6	318,67
7	329,41
8	340,51
9	351,98
10	363,84

Fuente: Cuadro No. 59

Elaboración: La autora

SUELDO VENDEDOR

La empresa DISGO Cía. Ltda. Contará con los servicios de un vendedor para poder realizar el proceso de comercialización de las lámparas.

**Cuadro No. 61
SUELDO VENDEDOR**

DETALLE	Vendedor
SUELDO BASICO	375,59
Ap. Pat.(11,15%)	41,88
XII SUELDO	31,30
XIV SUELDO	30,50
VACACIONES	15,65
APORTE SECAP 0,50%	1,88
APORTE IESE 0,50%	1,88
TOTAL MENSUAL	494,92
VALOR TOTAL ANUAL	5939,00

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaboración: La autora

Cálculo de fondos de reserva

\$ 375,59 = \$.375,59 por pagar de fondos de reserva

\$ **5939,00 (primer año)** +\$ 375,59 (fondos de reserva) = \$ 6314,59

\$ 6314,59 x 3,37% de incremento = \$ 6527,39 (segundo año)

Cuadro No. 62**PROYECCIÓN DE SUELDO DE VENDEDOR**

AÑOS	VALOR TOTAL
1	5939,00
2	6527,40
3	6747,37
4	6974,76
5	7209,81
6	7452,78
7	7703,93
8	7963,56
9	8231,93
10	8509,34

Fuente: Cuadro No. 61

Elaboración: La autora

RESUMEN DE ACTIVOS CIRCULANTES O CAPITAL DE TRABAJO**Cuadro No. 63****ACTIVOS CIRCULANTES**

Activos circulante	Valor
Materia prima directa	975,68
Materia prima indirecta	404,80
Materiales indirectos	66
Mano de obra directa	987,29
Suministros de seguridad	9,92
Servicios básicos	90,20
Sueldos administrativos	1102,96
Arriendo de local	250,00
Alquiler de vehículo	45,00
Suministros de oficina	9,48
Materiales y Útiles de limpieza	7,95
Publicidad y propaganda	20,83
Sueldo vendedor	494,92
Imprevistos 10%	397,01
Total	4862,03

Fuente: Cuadro No.34 al 60

Elaboración: La autora

Resumen total de inversiones

A continuación se presenta el resumen de todas las inversiones que la empresa requerirá a través de sus diferentes activos:

Cuadro No. 64
INVERSIÓN TOTAL

ACTIVOS	MONTO	%
ACTIVOS FIJOS		
Maquinaria y equipo	102,00	
Herramientas	30,90	
Equipos de oficina	95,00	
Equipos de computo	1070,00	
Muebles y enseres	1115,00	
Imprevistos 10%	241,29	
TOTAL	2654,19	25,97
ACTIVO DIFERIDO		
Elaboración del proyecto	2087,54	
Permisos de funcionamiento	120,00	
Gastos organizativos	250,00	
Imprevistos 10%	245,75	
TOTAL	2703,29	26,45
ACTIVO CIRCULANTE		
Materia prima directa	975,68	
Materia prima indirecta	404,80	
Materiales indirectos	66,00	
Mano de obra directa	987,29	
Suministros de seguridad	2,08	
Servicios básicos	90,20	
Sueldos administrativos	1004,40	
Arriendo de local	250,00	
Alquiler de vehículo	45,00	
Suministros de oficina	9,48	
Materiales y Útiles de limpieza	7,95	
Publicidad y propaganda	20,83	
Imprevistos 10%	386,37	
TOTAL	4250,08	47,58
MONTO TOTAL DE INVERSIÓN	10219,52	100,00

Fuente: cuadros 31,32, 61

Elaboración: La autora

FINANCIAMIENTO

Para el financiamiento del presente proyecto se tomará en cuenta los rubros estimados a través de los diferentes activos, los mismos que ascienden a un monto de \$10219,52 para lo cual se requiere de la búsqueda de fuentes de financiamiento, ya que no se cuenta con los recursos económicos suficientes para cubrir en su totalidad con la inversión referida.

Las fuentes de financiamiento de las cuales se hace referencia son:

Fuente Interna o capital propio: Estará constituida por el capital social, cuyo monto cubrirá el 51,07% de la inversión (\$5219,52)

Fuente Externa: Está constituida por el crédito que otorgará BanEcuador con una tasa de interés del 10% anual a 5 años plazo y pagos semestrales. Dicho monto cubrirá el 48,93% (\$5000) de la inversión total

**Cuadro No. 65
FINANCIAMIENTO**

DESCRIPCION	MONTO	PORCENTAJE
Capital Propio	5219,52	51,07%
Préstamo BanEcuador	5000,00	48,93%
TOTAL	10219,52	100%

Fuente: Cuadro de Inversiones

Elaboración: La autora

Debe indicarse que para el cálculo del capital, no se consideran la amortización de diferidos, ni la depreciación de activos fijos, puesto que no constituyen egresos efectivos para la empresa.

DETALLE DE SOLICITUD DE CRÉDITO

Tipo de Crédito: Pequeñas y medianas empresas - pymes

Forma de Pago: Semestral

Tasa Efectiva: 10 %

Monto Deseado: \$ 5,000.00

Plazo: 5 años

Sistema de Amortización: Cuota fija

**TABLA No. 66
AMORTIZACIÓN DE CRÉDITO**

Cuota	Saldo Capital	Capital	Interés	Valor a Pagar
1	\$ 5.000,00	\$ 401,88	\$ 238,32	641,56
2	\$ 4.598,12	\$ 421,03	\$ 219,17	641,45
3	\$ 4.177,09	\$ 441,10	\$ 199,10	641,34
4	\$ 3.735,99	\$ 462,13	\$ 178,07	641,22
5	\$ 3.273,86	\$ 484,15	\$ 156,05	641,09
6	\$ 2.789,71	\$ 507,23	\$ 132,97	640,96
7	\$ 2.282,48	\$ 531,41	\$ 108,79	640,82
8	\$ 1.751,08	\$ 556,73	\$ 83,46	640,67
9	\$ 1.194,34	\$ 583,27	\$ 56,93	640,52
10	\$ 611,07	\$ 611,07	\$ 29,13	640,36

Fuente: BanEcuador

Elaboración: La autora

PRESUPUESTOS DE COSTOS E INGRESOS

Presupuestos proforma de costos

Con la elaboración del presupuesto proforma se estará teniendo una visión general acerca de los gastos en los cuales la empresa DISAGO incurrirá en un período de tiempo estimado.

Cuadro No. 67 - PRESUPUESTO PROFORMA

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO6	AÑO 7	AÑO8	AÑO 9	AÑO 10
COSTO PRIMO										
Materia prima	11708,16	12102,72	12510,59	12932,19	13368,01	13818,51	14284,19	14765,57	15263,17	15777,54
Mano de Obra directa	11.847,44	13021,07	13459,88	13913,47	14382,36	14867,04	15368,06	15885,97	16421,32	16974,72
TOTAL DE COSTOS DE PRIMO	23.555,60	25123,79	25970,46	26845,67	27750,37	28685,55	29652,26	30651,54	31684,50	32752,26
COSTOS DE PRODUCCIÓN										
Materia prima indirecta	5111,04	5283,28	5461,33	5645,38	5835,62	6032,29	6235,57	6445,71	6662,93	6887,47
Materiales indirectos	792,00	818,69	846,28	874,80	904,28	934,75	966,26	998,82	1032,48	1067,27
Alquiler de vehículo	540,00	558,20	577,01	596,45	616,56	637,33	658,81	681,01	703,96	727,69
Servicio básico (luz)	554,40	562,72	571,16	579,72	588,42	597,25	606,20	615,30	624,53	633,90
Suministros de seguridad	119,00	123,01	127,16	131,44	135,87	140,45	145,18	150,08	155,13	160,36
Depreciación de maquinaria y equipo	9,18	9,18	9,18	9,18	9,18	9,18	9,18	9,18	9,18	9,18
TOTAL DE COSTOS INDIR. DE P.	7125,62	7355,08	7592,11	7836,97	8089,93	8351,25	8621,21	8900,10	9188,21	9485,87
TOTAL DE COSTOS DE PRODUC.	30.681,22	32.478,87	33.562,57	34.682,64	35.840,30	37.036,80	38.273,47	39.551,64	40.872,71	42.238,13
GASTOS DE OPERACIÓN										
Gastos administrativos										
Sueldos y salarios	13235,54	14545,66	15827,13	17221,50	18738,72	20389,60	22185,92	24140,50	26267,28	28581,43
Servicios básicos	528,00	535,92	543,96	552,12	560,40	568,81	577,34	586,00	594,79	603,71
Depreciación de muebles y enseres	100,35	100,35	100,35	100,35	100,35	100,35	100,35	100,35	100,35	100,35
Deprec. De equipos de computo	238,97	238,97	238,97	263,95	263,95	263,95	291,54	291,54	291,54	322,02
Útiles de oficina	113,75	117,58	121,55	125,64	129,88	134,25	138,78	143,45	148,29	153,29
Materiales y Útiles de aseo	95,38	98,59	101,92	105,35	108,90	112,57	116,37	120,29	124,34	128,53
Arriendo de local	3000,00	3101,10	3205,61	3313,64	3425,31	3540,74	3660,06	3783,41	3910,91	4042,70
Amortización de activos diferidos	270,33	270,33	270,33	270,33	270,33	270,33	270,33	270,33	270,33	270,33
Total de gastos administrativos	17582,32	19008,50	20409,81	21952,88	23597,83	25380,60	27340,69	29435,87	31707,83	34202,36
Gastos de publicidad										
Publicidad	270,00	279,10	288,50	298,23	308,28	318,67	329,41	340,51	351,98	363,84
Sueldo de vendedor	5939,00	6527,40	6747,37	6974,76	7209,81	7452,78	7703,93	7963,56	8231,93	8509,34
Total de gastos de publicidad	6209,00	6806,50	7035,87	7272,98	7518,08	7771,44	8033,34	8304,06	8583,91	8873,19
Gastos financieros										
Dividendo e intereses	1283,01	1282,56	1282,05	1281,49	1280,88	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total de gastos financieros	1283,01	1282,56	1282,05	1281,49	1280,88	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	25074,33	27097,56	28727,73	30507,35	32396,79	33152,04	35374,03	37739,93	40291,74	43075,55
TOTAL	55.755,55	59.576,43	62290,31	65189,99	68237,09	70188,84	73647,49	77291,57	81164,45	85313,68

Fuente: Presupuestos
Elaboración: La autora

Presupuesto de ingresos totales

Para determinar los ingresos totales que se obtendrá por la venta de las lámparas de coco, en primer lugar se debe establecer el costo unitario, para lo cual se empleará la siguiente fórmula:

$$\text{CUP} = \frac{\text{CTP}}{\text{NUP}}$$

En Donde:

CUP= Costo unitario de producción

CTP= Costo total de producción

NUP = Número de unidades a producir

$$\text{CUP} = \frac{55755,55}{3036}$$

$$\text{CUP} = \$18,36$$

$$\text{Pvp} = \$18,36 + 25\%(\$4,59) = 22,96 \text{ c/u}$$

Cuadro N° 68
INGRESOS PROYECTADOS

AÑOS	Lámparas a elaborar	COSTO DE PRODUCCIÓN	COSTO UNIT.	25 % UTILIDAD	PVP.	VENTAS TOTALES
1	3036	55755,55	18,36	4,59	22,96	69694,44
2	3240	59576,43	18,39	4,60	22,98	74470,53
3	3456	62290,31	18,02	4,51	22,53	77862,88
4	3456	65189,99	18,86	4,72	23,58	81487,49
5	3672	68237,09	18,58	4,65	23,23	85296,36
6	3672	70188,84	19,11	4,78	23,89	87736,05
7	3888	73647,49	18,94	4,74	23,68	92059,37
8	3888	77291,57	19,88	4,97	24,85	96614,46
9	4104	81164,45	19,78	4,94	24,72	101455,56
10	4104	85313,68	20,79	5,20	25,98	106642,10

Fuente: Cuadros No. 64

Elaboración: La autora.

Cuadro Nº 69 ESTRUCTURA Y CLASIFICACIÓN DE COSTOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Fijo	Variable	Fijo	Variable	Fijo	Variable	Fijo	Variable	Fijo	Variable
COSTO PRIMO										
Materia prima		11708,16		12102,72		12510,59		12932,19		13368,01
Mano de Obra directa		11.847,44		13021,07		13459,88		13913,47		14382,36
TOTAL DE COSTOS DE PRIMO	0,00	23555,60	0,00	25123,79	0,00	25970,46	0,00	26845,67	0,00	27750,37
COSTOS DE PRODUCCIÓN										
Materia prima indirecta		5111,04		5283,28		5461,33		5645,38		5835,62
Materiales indirectos		792,00		818,69		846,28		874,80		904,28
Alquiler de vehículo		540,00		558,20		577,01		596,45		616,56
Servicio básico (luz)		554,40		562,72		571,16		579,72		588,42
Suministros de seguridad	119,00		123,01		127,16		131,44		135,87	
Depreciación de maquinaria y equipo	9,18		9,18		9,18		9,18		9,18	
TOTAL DE COSTOS INDIREC. DE P.	128,18	6997,44	132,19	7222,89	136,34	7455,77	140,62	7696,35	145,05	7944,88
TOTAL DE COSTOS DE PRODUC.	128,18	30553,04	132,19	32346,68	136,34	33426,24	140,62	34542,02	145,05	35695,25
GASTOS DE OPERACIÓN										
Gastos administrativos										
Sueldos y salarios	13235,54		14545,66		15827,13		17221,50		18738,72	
Servicios básicos	528,00		535,92		543,96		552,12		560,40	
Depreciación de muebles y enseres	100,35		100,35		100,35		100,35		100,35	
Deprec. De equipos de computo	238,97		238,97		238,97		263,95		263,95	
Útiles de oficina	113,75		117,58		121,55		125,64		129,88	
Materiales y Útiles de aseo	95,38		98,59		101,92		105,35		108,90	
Arriendo local	3000,00		3101,10		3205,61		3313,64		3425,31	
Amortización de activos diferidos	270,33		270,33		270,33		270,33		270,33	
Total de gastos administrativos	17582,32		19008,50		20409,81		21952,88		23597,83	
Gastos de publicidad										
Publicidad	270,00		279,10		288,50		298,23		308,28	
Sueldo de vendedor	5939,00		6527,40		6747,37		6974,76		7209,81	
Total de gastos de publicidad	6209,00		6806,50		7035,87		7272,98		7518,08	
Gastos financieros										
Dividendo e intereses	1283,01		1282,56		1282,05		1281,49		1280,88	
Total de gastos financieros	1283,01		1282,56		1282,05		1281,49		1280,88	
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	25074,33		27097,56		28727,73		31267,71		32396,79	
SUBTOTAL	25.202,51	30553,04	27229,75	32346,68	28864,07	33426,24	31408,33	34542,02	32541,84	35695,25
TOTAL	55755,55		59576,43		62290,31		65189,99		68237,09	

DESCRIPCIÓN	AÑO 6		AÑO 7		AÑO 8		AÑO 9		AÑO 10	
	Fijo	Variable	Fijo	Variable	Fijo	Variable	Fijo	Variable	Fijo	Variable
COSTO PRIMO										
Materia prima		13818,51		14284,19		14765,57		15263,17		15777,54
Mano de Obra directa		14867,04		15368,06		15885,97		16421,32		16974,72
TOTAL DE COSTOS DE PRIMO	0,00	28685,55	0,00	29652,26		30651,54	0,00	31684,50	0,00	32752,26
COSTOS DE PRODUCCIÓN										
Materia prima indirecta		6032,29		6235,57		6445,71		6662,93		6887,47
Materiales indirectos		934,75		966,26		998,82		1032,48		1067,27
Alquiler de vehículo		637,33		658,81		681,01		703,96		727,69
Servicio básico (luz)		597,25		606,20		615,30		624,53		633,90
Suministros de seguridad	140,45		145,18		150,08		155,13		160,36	
Depreciación de maquinaria y equipo	9,18		9,18		9,18		9,18		9,18	
TOTAL DE COSTOS INDIREC. DE P.	149,63	8201,62	154,36	8466,85	159,26	8740,84	164,31	9023,90	169,54	9316,33
TOTAL DE COSTOS DE PRODUC.	149,63	36887,17	154,36	38119,10	159,26	39392,38	164,31	40708,40	169,54	42068,59
GASTOS DE OPERACIÓN										
Gastos administrativos										
Sueldos y salarios	20389,60		22185,92		24140,50		26267,28		28581,43	
Servicios básicos	568,81		577,34		586,00		594,79		603,71	
Depreciación de muebles y enseres	100,35		100,35		100,35		100,35		100,35	
Deprec. De equipos de computo	263,95		291,54		291,54		291,54		322,02	
Útiles de oficina	134,25		138,78		143,45		148,29		153,29	
Materiales y Útiles de aseo	112,57		116,37		120,29		124,34		128,53	
Arriendo local	3540,74		3660,06		3783,41		3910,91		4042,70	
Amortización de activos diferidos	270,33		270,33		270,33		270,33		270,33	
Total de gastos administrativos	25380,60		27340,69		29435,87		31707,83		34202,36	
Gastos de publicidad										
Publicidad	318,67		329,41		340,51		351,98		363,84	
Sueldo de vendedor	7452,78		7703,93		7963,56		8231,93		8509,34	
Total de gastos de publicidad	7771,44		8033,34		8304,06		8583,91		8873,19	
Gastos financieros										
Dividendo e intereses	0,00		0,00							
Total de gastos financieros	0,00		0,00							
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	33152,04		35374,03		37739,93		40291,74		43075,55	
SUBTOTAL	33.301,67	36887,17	35528,39	38119,10	37899,19	39392,38	40456,05	40708,40	43245,09	42068,59
TOTAL	70188,84		73647,49		77291,57		81164,45		85313,68	

Elaboración: La autora

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio considerado como el nivel de producción y ventas que la empresa alcanza con la finalidad de cubrir sus costos y gastos operativos, este es el punto en donde no existe ni pérdidas ni ganancias. Para poder establecer el punto de equilibrio para la empresa "DISAGO" Cía. Ltda., se ha clasificado los costos en Fijos y en Variables, los mismos que se han detallado en el cuadro anterior, tomando en cuenta la vida útil del proyecto de 10 años.

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO DE FORMA MATEMÁTICA -1ER AÑO-

* PE en función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{25202,51}{69694,44 - 30553,04} \times 100$$

PE = 64,39 %

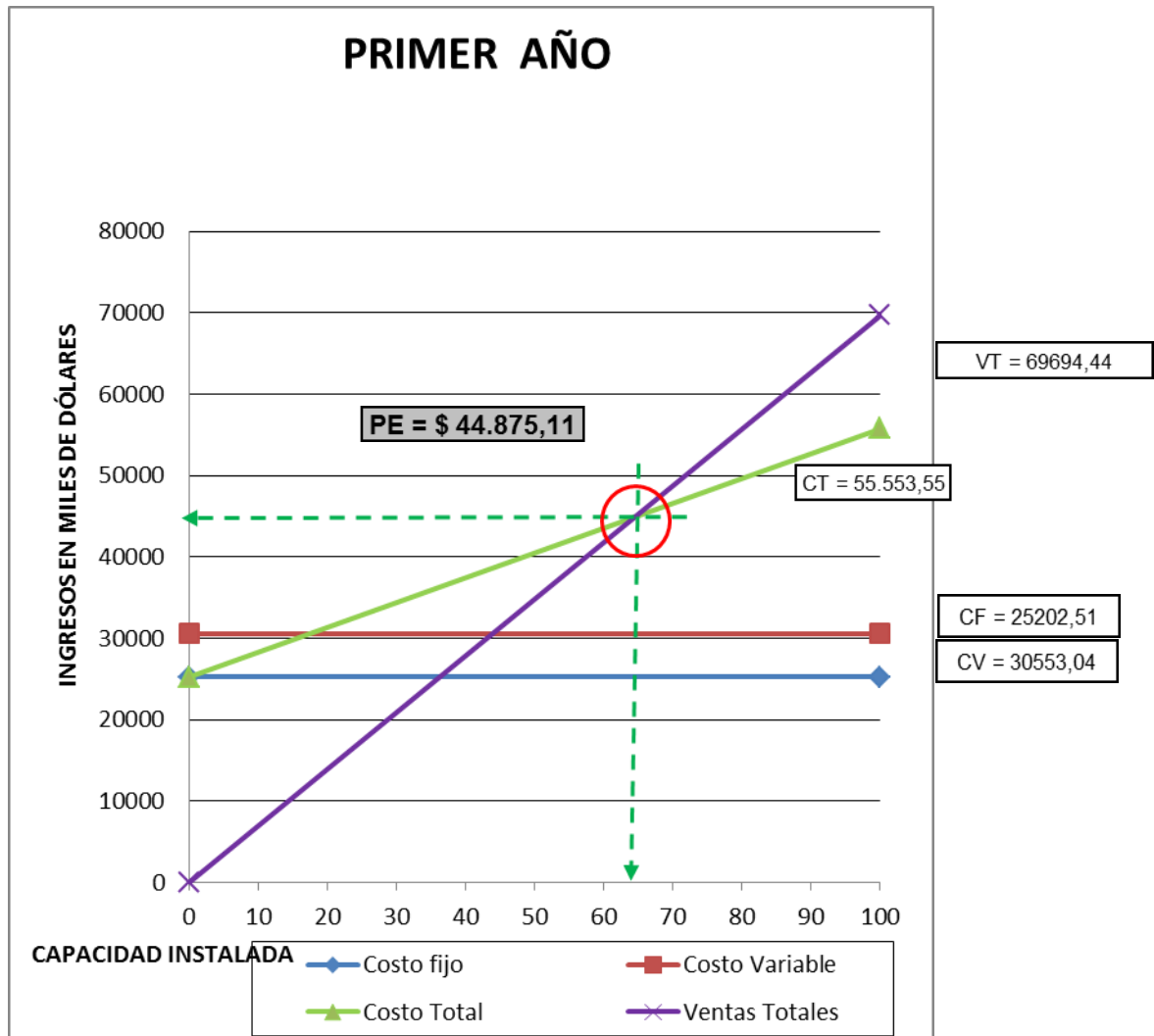
* PE en función de los Ingresos

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{25202,51}{1 - \frac{30553,04}{69694,44}}$$

(Ventas) PE = \$ 44.875,11

GRÁFICO No. 23 AÑO 1

**Análisis:**

En la empresa "DISAGO" Cía. Ltda. el punto de equilibrio se produce cuando la misma trabaja con una capacidad del **64,39 %**, y tiene unas ventas que alcanzan los **\$ 44.875,11**, con lo que se deduce que la empresa en este punto ni gana ni pierde en el primer año de acuerdo a los resultados obtenidos.

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO DE FORMA MATEMÁTICA -5TO

AÑO-

* PE en función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{32541,84}{85296,36 - 35695,25} \times 100$$

PE =	65,61 %
-------------	----------------

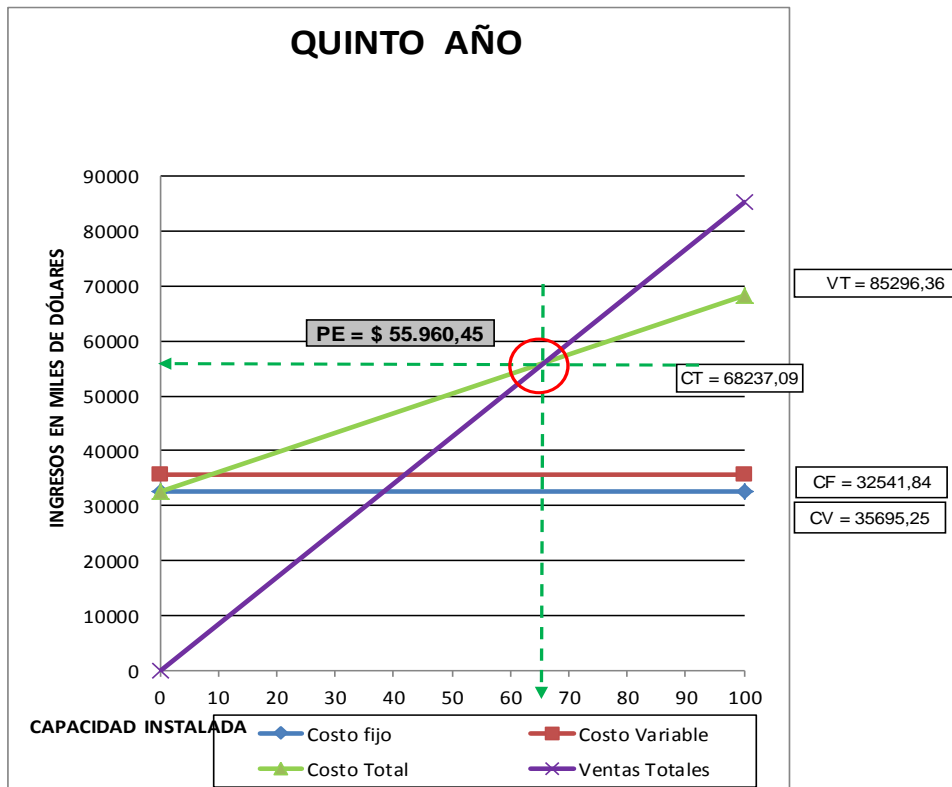
* PE en función de los Ingresos (Ventas)

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{32541,84}{1 - \frac{35695,25}{85296,36}}$$

PE =	\$ 55.960,45
-------------	---------------------

GRÁFICO No.24 AÑO 5



Análisis.

Para la empresa “DISAGO” Cía. Ltda. el punto de equilibrio se produce cuando la misma trabaja con una capacidad del **65,61%**, y tiene unas ventas que alcanzan los \$ **55.960,45**, con lo que se deduce que la empresa en este punto ni gana ni pierde en el primer año de acuerdo a los resultados obtenidos.

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO DE FORMA MATEMÁTICA - DECIMO AÑO-

* PE en función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{43245,09}{106642,10 - 42068,59} \times 100$$

PE =	66,97 %
-------------	----------------

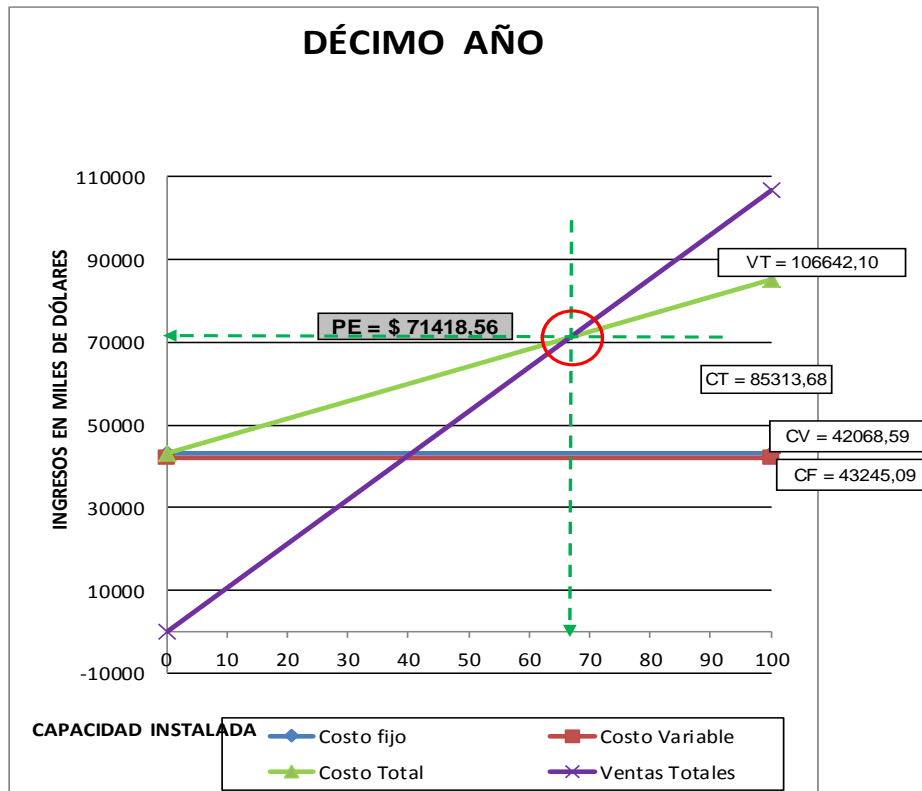
* PE en función de los Ingresos (Ventas)

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{43245,09}{1 - \frac{42068,59}{106642,10}}$$

PE =	\$ 71.418,56
-------------	---------------------

GRÁFICO No.25 AÑO 10



Análisis.

Para el décimo año de operación de la empresa "DISAGO" Cía. Ltda. el punto de equilibrio se produce cuando la misma trabaja con una capacidad del **66,97%**, y tiene unas ventas que alcanzan los **\$ 71.418,56**, con lo que se deduce que la empresa en este punto ni gana ni pierde al término del proyecto.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

En el presente estado financiero refleja el resumen de los ingresos y los gastos durante el ejercicio económico, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas que la empresa DISAGO pueda tener.

Cuadro N° 70
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO6	AÑO 7	AÑO8	AÑO 9	AÑO 10
Ingresos por Ventas	69694,44	74470,53	77862,88	81487,49	85296,36	87736,05	92059,37	96614,46	101455,56	106642,10
(-) Costo de Producción	30681,22	32478,87	33562,57	34682,64	35840,30	37036,80	38273,47	39551,64	40872,71	42238,13
(=) Utilidad Bruta neta	39013,22	41991,67	44300,31	46804,85	49456,06	50699,25	53785,90	57062,82	60582,85	64403,97
(-) Costo de Operación	25074,33	27097,56	28727,73	30507,35	32396,79	33152,04	35374,03	37739,93	40291,74	43075,55
(=) Utilidad en Ventas	13938,89	14894,11	15572,58	16297,50	17059,27	17547,21	18411,87	19322,89	20291,11	21328,42
(-) 15% Utilidad Trabajadores	2090,83	2234,12	2335,89	2444,62	2558,89	2632,08	2761,78	2898,43	3043,67	3199,26
(=) Utilidad antes de Impuestos	11848,06	12659,99	13236,69	13852,87	14500,38	14915,13	15650,09	16424,46	17247,45	18129,16
(-) 22% Impuesto a la Renta	2606,57	2785,20	2912,07	3047,63	3190,08	3281,33	3443,02	3613,38	3794,44	3988,41
(=) Utilidad antes de Reserva	9241,48	9874,79	10324,62	10805,24	11310,30	11633,80	12207,07	12811,08	13453,01	14140,74
(-) 10% Reserva Legal	924,15	987,48	1032,46	1080,52	1131,03	1163,38	1220,71	1281,11	1345,30	1414,07
(=) Utilidad Neta	8317,33	8887,31	9292,16	9724,72	10179,27	10470,42	10986,36	11529,97	12107,71	12726,67

Fuente: cuadros No. 65,66

Elaboración: La autora

FLUJO DE CAJA

En el presente flujo de caja se encuentran detallados tanto los ingresos como los egresos de dinero de la empresa “DISAGO”
Cía. Ltda.

Cuadro Nº 71 - FLUJO DE CAJA

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO6	AÑO 7	AÑO8	AÑO 9	AÑO 10
Ventas		60674,78	64559,43	67529,08	70708,93	74049,55	75995,96	79799,31	83805,96	88068,21	92643,43
Valor residual					353,10			390,01			607,03
Préstamo BanEcuador	5000,00										
Capital Propio	5219,52										
TOTAL DE INGRESOS	10219,52	69694,44	74470,53	77862,88	81840,59	85296,36	87736,05	92449,38	96614,46	101455,56	107249,13
EGRESOS											
Activo Fijo	2654,19										
Activo Diferido	2703,29										
Activo circulante:	4862,03										
Reinversión					1181,86			1305,42			1441,90
Costo de producción		30681,22	32478,87	33562,57	34682,64	35840,30	37036,80	38273,47	39551,64	40872,71	42238,13
Costo de operación		25074,33	27097,56	28727,73	30507,35	32396,79	33152,04	35374,03	37739,93	40291,74	43075,55
EGRESO TOTAL	10219,52	55755,55	59576,43	62290,31	66371,86	68237,09	70188,84	74952,91	77291,57	81164,45	86755,58
UTILIDAD ANTES PART. TRAB.		13938,89	14894,11	15572,58	15468,74	17059,27	17547,21	17496,47	19322,89	20291,11	20493,55
15% Utilidad Trabajadores		2090,83	2234,12	2335,89	2444,62	2558,89	2632,08	2761,78	2898,43	3043,67	3199,26
UTILIDAD ANT. IMPTO.		11848,06	12659,99	13236,69	13024,11	14500,38	14915,13	14734,68	16424,46	17247,45	17294,29
22% Impto. a la Renta		2606,57	2785,20	2912,07	3047,63	3190,08	3281,33	3443,02	3613,38	3794,44	3988,41
UTILIDAD ANT. IMPTO.		9241,48	9874,79	10324,62	9976,48	11310,30	11633,80	11291,66	12811,08	13453,01	13305,87
10% reserva legal		924,15	987,48	1032,46	1080,52	1131,03	1163,38	1220,71	1281,11	1345,30	1414,07
UTILIDAD GRAVABLE		8317,33	8887,31	9292,16	8895,95	10179,27	10470,42	10070,96	11529,97	12107,71	11891,80
(+)Amortización de diferidos		183,75	183,75	183,75	183,75	183,75	183,75	183,75	183,75	183,75	183,75
(+)Depreciaciones		357,05	361,33	361,33	382,03	386,31	386,31	409,62	413,91	413,91	440,10
FLUJO NETO DE CAJA	0,00	8858,13	10419,87	10869,70	10542,26	11880,36	12203,86	11885,04	13408,74	14050,67	13929,73

Fuente: cuadros No. 62

ELABORACIÓN: La autora

EVALUACIÓN FINANCIERA

Para determinar cuan rentable resulta el emprender en una empresa de estas características como "DISAGO", se hace necesario aplicar algunos indicadores financieros que permiten tener una visión clara acerca de la decisión que se vaya a tener en el futuro.

VALOR ACTUAL NETO.

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Para dicho cálculo se aplica la fórmula de factor de Actualización.

$$FA = 1 / (1 + i)^n$$

Cuadro N° 72
VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
0	10219,52	10,00%	
1	8858,13	0,909090909	8052,85
2	10419,87	0,826446281	8611,47
3	10869,70	0,751314801	8166,57
4	10542,26	0,683013455	7200,50
5	11880,36	0,620921323	7376,77
6	12203,86	0,564473930	6888,76
7	11885,04	0,513158118	6098,90
8	13408,74	0,466507380	6255,27
9	14050,67	0,424097618	5958,85
10	13929,73	0,385543289	5370,51
TOTAL			39408,15

Fuente: cuadro No. 63

Elaboración: La autora

VAN = SUMATORIA VALOR ACTUALIZADO - INVERSIÓN INICIAL

VAN = 359408,15 – 10219,52

VAN = 29188,63

El resultado obtenido de éste índice es positivo por cual supera al valor inicial de la inversión.

TASA INTERNA DE RETORNO

A éste indicador se interpreta como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión, además se debe tomar en cuenta las siguientes consideraciones:

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

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

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

Cuadro N° 73 - TIR

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT. 96%	VALOR MENOR	FACTOR ACT. 97%	VAN MAYOR
0	10219,52				
1	8858,13	0,510204082	4519,45	0,50761421	4496,51
2	10419,87	0,260308205	2712,38	0,25767219	2684,91
3	10869,70	0,132810309	1443,61	0,13079807	1421,74
4	10542,26	0,067760362	714,35	0,06639496	699,95
5	11880,36	0,034571613	410,72	0,03370302	400,40
6	12203,86	0,017638578	215,26	0,01710813	208,79
7	11885,04	0,008999275	106,96	0,00868433	103,21
8	13408,74	0,004591467	61,57	0,00440829	59,11
9	14050,67	0,002342585	32,91	0,00223771	31,44
10	13929,73	0,001195196	16,65	0,00113589	15,82
TOTAL			14,34		-97,63

Fuente: cuadros No. 68

Elaboración: La autora

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$= 96 + 1 \left(\frac{14,34}{14,34 - (-97,63)} \right)$$

$$= 96 + 1 (0,13)$$

$$= 96,13 \%$$

Análisis:

De acuerdo a las consideraciones antes descritas se puede manifestar que el proyecto se acepta por cuanto la TIR (96,13%) es mayor que el costo de oportunidad del dinero. La misma que es del 10%.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Al referirse al Período de Recuperación de capital, este consiste en la determinación del tiempo requerido para recuperar la inversión original.

Cuadro Nº 74
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO NETO	
		FLUJO NETO	FLUJO ACUMULADO
0	10219,52		
1		8858,13	8858,13
2		10419,87	19278,01
3		10869,70	30147,70
4		10542,26	40689,96
5		11880,36	52570,32
6		12203,86	64774,18
7		11885,04	76659,22
8		13408,74	90067,96
9		14050,67	104118,62
10		13929,73	118048,35
TOTAL		118048,35	

Fuente: cuadros No. 66

ELABORACIÓN: La autora

$$\text{PRC} = \text{AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN} + \frac{\text{INVERSIÓN} - \sum \text{PRIMEROS FLUJOS}}{\text{FLUJO DE AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$$

$$\text{PRC} = 2 + \frac{10219,52 - 8858,13}{10419,87}$$

$$\text{PRC} = 2 + (0,13)$$

$$\text{PRC} = 2 + 0,13 = 2,13 \quad \Rightarrow \quad \mathbf{2 \text{ AÑO}}$$

$$\text{PRC} = 0,13 \times 12 \text{ (MESES)} = 1,56 \quad \Rightarrow \quad \mathbf{1 \text{ MES}}$$

$$\text{PRC} = 0,56 \times 31 \text{ (DÍAS)} = 17,3 \quad \Rightarrow \quad \mathbf{17 \text{ DÍAS}}$$

Análisis:

La inversión prevista para el presente proyecto tiene un período de recuperación que será en 2 años, 1 meses y 17 días, de acuerdo a los cálculos realizados.

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

El indicador beneficio-costos, muestra los ingresos y egresos presentes del proyecto, en la cual se interpreta como la cantidad obtenida, por cada dólar invertido en el proyecto.

Cuadro N° 75
RELACIÓN BENEFICIO COSTO R (B/C)

AÑOS	INGRESOS ORIGINALES	COSTOS ORIGINALES	FACT. DE ACT.	INGRESOS ACTUAL.	COSTOS ACTUALIZ.
			10,00%		
1	69694,44	55755,55	0,909090909	63358,59	50686,87
2	74470,53	59576,43	0,826446281	61545,90	49236,72
3	77862,88	62290,31	0,751314801	58499,54	46799,63
4	81487,49	65189,99	0,683013455	55657,05	44525,64
5	85296,36	68237,09	0,620921323	52962,33	42369,86
6	87736,05	70188,84	0,56447393	49524,71	39619,77
7	92059,37	73647,49	0,513158118	47241,01	37792,81
8	96614,46	77291,57	0,46650738	45071,36	36057,09
9	101455,56	81164,45	0,424097618	43027,06	34421,65
10	106642,10	85313,68	0,385543289	41115,15	32892,12
TOTAL				292023,40	233618,72

Fuente: Cuadros No. 61,63

Elaboración: El Autor

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

$$R (B/C) = \frac{292023,40}{233618,72}$$

$$R (B/C) = \mathbf{1,25} \quad \mathbf{Dólares}$$

Si R (B/C) es mayor a uno se acepta el proyecto

Si R (B/C) es igual a uno el proyecto es indiferente

Si R (B/C) es menor a uno no se acepta el proyecto

ANALISIS: El proyecto en mención se acepta debido a que su RBC es mayor a uno. También es importante señalar que, por cada dólar invertido se recibirá 0,25 ctvs. de dólar de utilidad.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 16,65% en los costos y una disminución del 13,37% en los ingresos. Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

- 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 el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

Cuadro N° 76 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DEL 16,65% EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO INCREMENTADO	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL.	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		16,65%			49%		49,50%	
						-9.607,57		-9.607,57
1	55.755,55	65.038,85	69.694,44	4.655,59	0,67114	3.124,56	0,66890	3.114,11
2	59.576,43	69.495,90	74.470,53	4.974,63	0,45043	2.240,72	0,44742	2.225,76
3	62.290,31	72.661,64	77.862,88	5.201,24	0,30230	1.572,35	0,29928	1.556,62
4	65.189,99	76.044,13	81.487,49	5.443,36	0,20289	1.104,39	0,20019	1.089,69
5	68.237,09	79.598,56	85.296,36	5.697,80	0,13617	775,85	0,13390	762,96
6	70.188,84	81.875,28	87.736,05	5.860,77	0,09139	535,60	0,08957	524,94
7	73.647,49	85.909,80	92.059,37	6.149,57	0,06133	377,17	0,05991	368,43
8	77.291,57	90.160,61	96.614,46	6.453,85	0,04116	265,66	0,04007	258,64
9	81.164,45	94.678,33	101.455,56	6.777,23	0,02763	187,23	0,02681	181,67
10	85.313,68	99.518,41	106.642,10	7.123,69	0,01854	132,08	0,01793	127,73
						96,09		-8,98

Fuente: Cuadros No. 67

Elaboración: La autora

$$NTIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTR = 49 + 0,50 \left(\frac{96,09}{96,09 + 8,98} \right)$$

$$NTIR = 49,46\%$$

$$TIR \text{ DEL PROYECTO} = 96,13\%$$

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif. Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif. Tir. = **46,67%****2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN**

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

% Var. = **48,55%****3) SENSIBILIDAD**

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = **0,9816890**

El coeficiente de sensibilidad es 0,9816890, lo que significa que es menor a 1, por lo tanto, el proyecto no es sensible los cambios en cuanto a incremento en sus hasta el 16,65%, lo cual no afecta la rentabilidad del mismo.

Cuadro Nº 77 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON DECREMENTO DEL 13,37% EN SUS INGRESOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL DISMINUIDO	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			13,37%		49%		49,50%	
						-10.219,52		-10.219,52
1	55.755,55	69.694,44	60.376,30	4.620,74	0,6711	3.101,17	0,6689	3.090,80
2	59.576,43	74.470,53	64.513,82	4.937,40	0,4504	2.223,95	0,4474	2.209,10
3	62.290,31	77.862,88	67.452,61	5.162,31	0,3023	1.560,58	0,2993	1.544,97
4	65.189,99	81.487,49	70.592,62	5.402,62	0,2029	1.096,12	0,2002	1.081,53
5	68.237,09	85.296,36	73.892,24	5.655,15	0,1362	770,04	0,1339	757,25
6	70.188,84	87.736,05	76.005,74	5.816,90	0,0914	531,59	0,0896	521,01
7	73.647,49	92.059,37	79.751,03	6.103,54	0,0613	374,35	0,0599	365,67
8	77.291,57	96.614,46	83.697,11	6.405,54	0,0412	263,67	0,0401	256,70
9	81.164,45	101.455,56	87.890,95	6.726,50	0,0276	185,83	0,0268	180,31
10	85.313,68	106.642,10	92.384,05	7.070,37	0,0185	131,09	0,0179	126,77
						18,87		-85,40

Fuente: Cuadros No. 67

Elaboración: La autora

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTR = 49 + 0,50 \left(\frac{18,87}{18,87 + 85,40} \right)$$

NTIR = 49,09%

TIR DEL PROYECTO = 96,13%

1) **DIFERENCIA DE TIR**
 Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir
 Dif.Tir.: **47,04%**

2) **PORCENTAJE DE VARIACIÓN**
 % Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100
 % Var. = **48,93%**

3) **SENSIBILIDAD**
 Sensib. = % Var./ Nueva Tir
 Sensibilidad = **0,9967961**

La sensibilidad es menor que uno 0,9967961, por lo tanto el proyecto no es sensible a los cambios en disminución de ingresos hasta el 13,37%.

h. CONCLUSIONES

Una vez que se ha realizado y cumplido con todos los objetivos planteados en el presente trabajo con el objeto de establecer la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de lámpara de coco en el cantón Zapotillo, se puede concluir con lo siguiente:

- De acuerdo a los resultados del estudio de mercado, se demostró que las lámparas de coco si tendrían un nivel de aceptación del 84,33% en la población zapotillana;
- Que en nuestro cantón Zapotillo no existe una empresa que se dedique a la elaboración y comercialización de las lámparas de coco, estableciéndose que la oferta es limitada con respecto a éste tipo de lámparas, motivo por el cual muchas familias acuden a visitar sitios en la ciudad de Loja para la compra de este tipo de artículos.
- En cantón Zapotillo existe una demanda insatisfecha de 4346 lámparas según datos recabados.
- Que en el estudio técnico la capacidad instalada de la empresa será de 4320 lámparas, mientras que la capacidad utilizada será de 3036 lámparas anuales; además la Empresa “DISAGO Cía. Ltda.”, estará ubicada en la parte céntrica del cantón Zapotillo y cuenta con una infraestructura y servicios básicos indispensables para el funcionamiento de la misma.
- El proceso de elaboración no requiere maquinaria pesada ni de última tecnología.

- La estructura legal y administrativa de la empresa está supeditada a las normas y leyes de comercio ecuatoriano.
- El monto de la inversión es de \$10.219,52, financiado el 48,93% con un préstamo de BanEcuador y el 51,07% con aportaciones de los socios a 5 años plazo con una tasa de interés del 10%.
- Los ingresos por ventas de las lámparas de coco serán para el primer año de \$69.694,44.
- De conformidad con los indicadores económicos aplicados para la evaluación del presente proyecto determinaron lo siguiente:
 - El VAN es de \$29188,63; la TIR es de 96,13%, la Relación Beneficio/Costo es de \$1,25, el PRC será de 2 años, 1 mes y 17 días, el Análisis de Sensibilidad con incremento del 16,65% en los costos será de 09816890, el Análisis de Sensibilidad con disminución del 13,37% en los ingresos será de 0,9967961.
- Con los resultados obtenidos a lo largo del presente trabajo, se concluye que es factible la creación de esta empresa como aporte al desarrollo empresarial del cantón Zapotillo.

i. RECOMENDACIONES

Una vez que se ha concretado el cumplimiento de los objetivos y establecido las debidas conclusiones se recomienda lo siguiente:

- En búsqueda del desarrollo de la pequeña empresa en el cantón Zapotillo, se recomienda poner en ejecución el presente proyecto, que por su información proporcionada, resulta factible de realizarlo.
- Con la implementación de este tipo de proyectos, se estaría aportando con la generación de fuentes de trabajo, no solo para las personas que prestarán su contingente en la empresa, sino no para aquellas que proveerán de los materiales necesarios para la elaboración de éste artículo.
- La fuerza de ventas debe estar enfocada a la población tanto interna como a quienes visitan al cantón por razones de turismo.
- Es recomendable desde la perspectiva financiera, conforme lo demuestran los diferentes indicadores económicos.

j. BIBLIOGRAFÍA

1. Agricultores, E. y. (09 de 2011). *Manual técnico del cultivo del cocotero*. Recuperado el 05 de 2016, de docplayer.es/2860577-Manual-tecnico-del-cultivo-del-cocotero-cocos-nucifera-l.html
2. Alcoy, S. P., & et, a. (2011). *Casos prácticos resueltos de contabilidad de costos*. (1er, Trad.) Barcelona, España: PROFIT.
3. Alonso R, M. A. (2013). *Fundamentos de la gestión empresarial*. España, España: PIRAMIDE.
4. Alvira, M. F. (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica* (Vol. 2). Madrid, España: CIS.
5. Améz, F. M. (2011). *Diccionario de Contabilidad y Finanzas* (1ra ed.). Madrid, España: CULTURAL S.A.
6. Baca U., G. (2013). *Evaluación de Proyectos* (7ma ed.). México, México: Mc Graw Hill.
7. Barojas, N. A. (2012). *Finanzas para no financistas* (4ta ed.). México, COLOMBIA: PONTIFICIA.
8. Britell, L. (2011). *Enciclopedia del Management* (9na ed.). España: OCEANO.
9. Chiavenatto, I. (2011). *Administración del Proceso Administrativo* (3 ra ed.). México, México: McGraw-Hill.
10. Cotrina, S. (05 de 05 de 2011). *mailxmail.com*. Recuperado el 02 de 06 de 2016, de <http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/estudio-mercado>

11. Cubillo, P. J., & Alicia, B. G. (2014). *Estrategias de marketing sectorial* (1ra ed.). Madrid, España: ESIC.
12. Decorando tu Hogar. (01 de 2015). *decorando.org*. Recuperado el 05 de 2016, de <http://www.decorando.org/salones/tipos-de-lamparas-decorativas>
13. Definición Abc. (2016). *Definicionabc.com*. Recuperado el 05 de 2016, de <http://www.definicionabs.com/ciencia/metodo-deductivo.php>
14. Escudero, S. M. (2013). *Almacenaje de productos* (2da ed.). Madrid, España: Paraninfo S.A.
15. Flores, U. J. (2011). *Proyecto de inversión de la Pyme* (3ra ed.). Colombia, COLOMBIA.
16. Gispert, C. (2011). *Enciclopedia práctica de la pequeña y mediana empresa* (2da ed.). España, ESPAÑA: OCEANO.
17. Graciet P., P. &, & Ortega Ortega, D. (2012). *Contabilidad básica para micro, pequeña y medianas empresas en Honduras*. Honduras: Ministerio de Educación.
18. Grande, S. i., & Elena, A. F. (2014). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*. Madrid, España: ESIC.
19. Grupo morzing org. (2011). *grupomorzingcorp.com*. Recuperado el 05 de 2016, de <http://gmorzing.blogspot.com/2011/10/metodo-analitico-de-la-investigacion-html>
20. Hernández O, C. (2011). *Análisis Administrativo* (2da ed.). San José, COSTA RICA: EUNED.
21. INEC. (s.f.). *Ecuadoencifras.com*. Recuperado el 05 de 2016, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

22. Infoagro. (2014). *infragro.com*. Recuperado el 05 de 2016, de http://www.infoagro.com/frutas/frutas_tropicales/coco2.htm
23. Interempresas, S.L. (02 de 2016). *fruta-hortalizas.com*. Recuperado el 05 de 2016, de <http://www.frutas-hortalizas.com/Frutas/Presentacion-Coco.html>
24. Juárez, M., & Juárez, G. M. (2011). Trabajo social e investigación: temas y perspectivas (4ta ed.). Madrid, España: UPCO.
25. Loring, J. (2011). *La gestión financiera* (2da ed.). Barcelona: DEUSTO.
26. Medina, H. U., & Correa, R. M. (2011). *Como evaluar un proyecto empresarial: Una visión práctica* (1ra ed.). Madrid, España: DIAZ DE LOS SANTOS.
27. Meza O., J. d. (2013). *Evaluación financiera de Proyectos* (1ra ed.). Bogotá, Colombia: ECOE.
28. Miranda, M. J. (2012). *Evaluación de proyectos de inversión* (2da ed.). México.
29. Muñoz, R. (2 de 06 de 2016). *marketing-xxi.com*. Recuperado el 2 de 06 de 2016, de <http://www.marketing-xxi.com/el-plan-de-marketing-en-la-empresa-132.htm>
30. Ortega, P. &. (11 de 2013). *El seguimiento a los egresados en el Cucosta sur* (1ra ed.). México: Universitaria.
31. Parra, G. F., & Molina, G. J. (2014). *Distribución Comercial Aplicada* (2da ed.). Madrid, España: ESIC.
32. Pensamiento Colectivo Organizacional. (3 de 06 de 2016). *bligoo.com.co*. Recuperado el 3 de 06 de 2016, de

- <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:K8xJaxG1DoYJ:pensamientocolectivoorganizacional.bligoo.com.co/content/view/1563616/NIVELES-JERARQUICOS.html+&cd=3&hl=es&ct=clnk&gl=ec>
33. Peumans, H. (2011). *Valoración de proyectos de inversión*. Bilbao: DEUSTO.
34. Plantas y flores. (08 de 2012). *plantayflor.com*. Recuperado el 05 de 2016, de <http://plantayflor.blogspot.com/2012/08/cocos-nucifera.html>
35. Rincón, S. c. (2011). *Costos para pyme: Guía de costos para micro y pequeños empresarios* (1ra ed.). (ECO E, Ed.) Bogotá, Colombia.
36. Rosenbeg, J. (2012). *Diccionario de Administración y Empresas* (3ra ed.). España: OCEANO.
37. Santandreu, E. (2012). *Diccionario de terminos financieros*. Barcelona: GRANICA.
38. Sapag, C. (2011). *preparación y evaluación del Toro O* (4ta ed.). México: Mac Graw Hill.
39. Semplades. (02 de 2014). *Ficha de cifras generales Zapotillo*. Recuperado el 05 de 2016, de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/.../FICHAS%20F/1113_ZAPOTILLO_LOJA.pdf
40. Soriano, C. M. (2011). *Introducción a la contabilidad y a las finanzas* (1ra ed.). Barcelona, España: PROFIT.
41. Supercias.gob.ec. (s.f.). www.supercias.gob.ec. Recuperado el 13 de 08 de 2016, de <http://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>
42. Venemedia. (2014). *Concetodemetodoinductivo.com*. Recuperado el 05 de 2016, de <http://conceptodefinicion.de/metodo-inductivo/>

43.wordpress. (11 de 2012). wordpress.com. Recuperado el 13 de 08 de 2016, de <https://cfsbusiness.files.wordpress.com/2012/11/localiza.ppt>.

44.Wiki eoi. (14 de 03 de 2012). *eoi.es*. Recuperado el 02 de 06 de 2016, de http://www.eoi.es/wiki/index.php/La_estimaci%C3%B3n_de_la_Demanda_en_Proyectos_de_negocio

k. ANEXOS**Anexo No.1****Ficha resumen****TEMA:**

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LÁMPARAS A BASE DE COCO EN EL CANTÓN ZAPOTILLO PROVINCIA DE LOJA”

PROBLEMÁTICA

Desde los albores de la humanidad, el hombre ha venido trabajando en diversos tipos de artesanías aprovechando las bondades de la naturaleza, sean de origen vegetal, animal, minerales, entre otros. Con el pasar de los tiempos se han venido perfeccionando éstos productos de diverso origen y así mismo, la variedad de los mismos que representan movimientos económicos muy significativos para el comercio.

En Latinoamérica existen países que se destacan por artesanías típicas de sus lugares de donde provienen, tal es el caso de que en Argentina la artesanía representativa está dada por la cerámica, en Colombia trabajan en fibras vegetales; en México y República Dominicana laboran la piedra, en Venezuela lo hacen con fibras vegetales y también con metales, en Ecuador y Chile predomina el tejido.

En el Ecuador juega un factor predominante la creatividad indígena y la herencia ancestral, porque los artesanos expresan sus sentimientos por medio

de sus manos, realizando pinturas, tejidos, collares, etc. cuya materia prima está dada por la región de donde proceden las artesanías, en nuestro país existen variedades con características propias que las encontramos en costa, sierra, oriente y región insular.

En la costa sobresalen los sombreros de paja toquilla, en la sierra los jarrones, ollas y otros similares, también chaquetas de cuero, guantes, pantalones, en el oriente destacan tejidos, productos a base de maderas, en la costa y la región insular, aprovechan especies animales para moldearlos y adornarlos y ser motivo para comercializar con los turistas. Muchos de los productos que se elaboran en determinados sitios también se hallan en diversos lugares de la misma región.

Recordamos que la artesanía se relaciona con objetos que son elaborados manualmente, moldeados y/o apoyados en máquinas, teniendo como base el talento humano. En la ciudad y provincia de Loja, se destacan la alfarería, productos a base de cerámica y los barriles que muy hábilmente, con la madera, la trabajan nuestros artesanos. Estas artesanías las podemos encontrar en diversos sitios de nuestra ciudad.

En el cantón Zapotillo perteneciente a nuestra provincia existe coco que posee una cubierta con fibra que por ser plantaciones típicas de esa zona se halla en una gran cantidad que con motivo del emprendimiento podemos sacar provecho utilizando nuestro ingenio y creatividad para optimizar dicha cubierta

y fibra en la elaboración de lámparas e impregnar una infinidad de motivos en esa materia prima propia del lugar.

Actualmente en el cantón Zapotillo no existe la participación de personas para aprovechar dichos recursos naturales, peor aún una pequeña empresa que permita explotar o aprovechar la cubierta y la fibra de coco, razón por la que he considerado optimizar éste recurso y ponerlo a disposición del usuario y contar con esta novedad obtenida de nuestro suelo.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Determinar la factibilidad para la implementación de una microempresa productora y comercializadora de lámparas a base de coco en el cantón Zapotillo provincia de Loja.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar el estudio de mercado para determinar la demanda insatisfecha, así como también establecer los posibles canales de distribución de las lámparas.
- Realizar el estudio técnico, donde se establezca el tamaño, localización y la ingeniería del proyecto.

- Elaborar el estudio organizacional, para determinar la estructura orgánica y funciones acorde a los requerimientos de la nueva empresa.
- Realizar el estudio económico financiero, donde se determine la inversión que requiere el proyecto, para determinar los presupuestos y las principales fuentes de financiamiento.
- Elaborar la evaluación financiera de la empresa tomando en cuenta los indicadores VAN, TIR, R/BC, PRC, ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTOS EN LOS COSTOS Y DISMINUCIÓN EN LOS INGRESOS.

METODOLOGÍA

Para realizar el presente trabajo de investigación será necesario seguir un procedimiento metodológico que permita llegar a obtener información precisa mediante el empleo de métodos y técnicas.

Entre los métodos que se utilizará se describen los siguientes:

MÉTODOS

MÉTODO DEDUCTIVO

“El método deductivo es aquel que siempre parte de una cuestión o ley general para llegar a lo particular, o sea, va de lo general a lo particular” (Definición Abc,

2016)

El presente método permitirá conocer las necesidades o carencias que se presentan internamente en la localidad las cuales afectan al desarrollo micro empresarial del cantón Zapotillo, así como también permitirá establecer los criterios en base a los datos teóricos y empíricos obtenidos, al momento de realizar estudio de mercado al momento de tabular la información de los instrumentos de investigación a aplicar; establecer la macro localización de la planta y determinar la micro localización sí como a los criterios de evaluación financiera existentes. Los datos teóricos servirán para analizar cada una de las interrogantes planteadas y de esta manera facilitar la interpretación de la información; para formular criterios y juicios de valor en las conclusiones y en el desarrollo de los estudios de inversión requeridos.

MÉTODO INDUCTIVO

“El método inductivo es aquel método científico que alcanza conclusiones generales partiendo de hipótesis o antecedentes en particular” (Venemedia, 2014).

Este método permitirá tomar la mejor alternativa de inversión para poder buscar posibles soluciones para lograr los objetivos planteados, de la misma manera servirá para estudiar las respuestas obtenidas en la encuesta y entrevista

aplicada, comparar, establecer criterios, extraer conclusiones generales; como consecuencia de la investigación realizada.

MÉTODO ANALÍTICO

“Es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos” (Grupo morzing org, 2011)

El presente método permitirá analizar las ideas de negocio de acuerdo a las carencias y necesidades que se presentan en nuestro medio, así como también para extraer las ideas de cada una de las respuestas de la encuesta aplicada; determinar relaciones e ir formando criterios sobre las respuestas obtenidas, organizar la microempresa desde su estructura organizativa y legal, establecer el proceso productivo de una manera eficiente y así realizar la evaluación financiera que permita determinar la factibilidad sobre la creación del negocio en mención.

TÉCNICAS

Encuesta:

“La encuesta es un instrumento de captura de la información estructurado, lo que puede influir en la información recogida y no puede utilizarse más que en

determinadas situaciones en las que la información que se requiere capturar está estructurada en la población objeto de estudio” (Alvira, 2011)

La técnica de la encuesta será aplicada a las familias del cantón Zapotillo, que de acuerdo al último censo del 2010 son “12.312 habitantes” (INEC) y con un índice de crecimiento proporcional anual del 1.37%

Entrevista:

“Es una técnica cualitativa, primaria estática, personal y directa que suele aplicarse en investigaciones de naturaleza exploratoria. Una entrevista no es más que una conversación entre dos personas, frente a frente, para intercambiar información, ideas, opiniones o sentimientos” (Grande & Elena, 2014)

Será aplicada a los 2 locales que están dedicadas al comercio de artículos para el hogar, en cuyos locales se venden lámparas, y así poder determinar el segmento de mercado al cual abastecen.

Observación:

“Este método se lo utiliza para realizar exámenes exploratorios de cualquier problema social. También lo es para obtener datos variables que tengan que ver con relaciones interpersonales, estructurales grupales, comportamientos y conductas sociales” (Juárez & Juárez, 2011).

Esta técnica se lo aplicará a las personas que se dedican a la actividad de forma artesanal, así como también verificar el mercado objetivo al cual ofrecerá dicho producto.

DATOS:

A continuación se presenta la información acerca de la población (12312) existente en el cantón Zapotillo, dicha cifra se divide para el número promedio de miembros que conforman una familia que es 4, lo que resulta un total de 3078 familias, luego de esto se hace una proyección de la población al año actual (2016) obteniendo una población actual de 13359 (3340 familias).

A continuación se describe la forma de proyectar la población aplicando a fórmula respectiva.

En donde:

P_n= crecimiento de poblacional

P_a= población actual

n= número de años

i= índice de crecimiento

$$p_n = p_a(1+i)^n$$

$$p_n = 3078(1+0,037)^6$$

$$p_n = 3340$$

Tamaño De La Muestra

$$n = \frac{N}{1 + (e)^2 N}$$

En donde:

N= Población total (familias)

e = Margen de error

$$n = \frac{3340}{1 + (0.05)^2 * 3340}$$

$$n = \frac{3340}{1 + 8,35}$$

n = 357 encuestas

Anexo No.2

FORMATO DE ENCUESTA



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

Como parte del sector estudiantil de la Universidad Nacional de Loja, de la forma más cordial le solicitamos a Ud. se sirva responder las siguientes interrogantes, con el propósito de determinar la factibilidad una empresa productora y comercializadora de lámparas ornamentales a base de coco, con el propósito de dar realce empresarial a nuestro cantón.

1. ¿Posee lámparas ornamentales en su casa?

Si ()

No ()

Si su respuesta es positiva puede continuar con la siguiente pregunta, caso contrario gracias por su colaboración.

2. ¿Cuántas lámparas ornamentales posee en su casa?

1 - 3

4 - 6

7 - 9

3. ¿Con que frecuencia adquiere lámparas ornamentales?

Cada año ()

Cada dos años ()

Cada tres años ()

Cada cuatro años ()

4. Cuántas lámparas ornamentales compra al año?

1 lámparas

2 lámparas

3 lámparas o más

5. De que material prefiere las lámparas ornamentales que Ud. adquiere

Madera

Vidrio

Cerámica

Hierro

Otros....

6. ¿Qué toma en cuenta al momento de comprar las lámparas?

- a. Calidad ()
- b. Precio ()
- c. Diseño ()
- d. Utilidad ()

7. ¿Qué tipo de lámparas tiene en su casa?

- Lámparas de pie
- Lámpara de pared
- Lámparas de mesa
- Lámparas de techo

8. ¿Cuánto paga en promedio por una lámpara?

- 1 - 20
- 21 - 40
- 41 - 60
- 61 - 80

9. Si se creara una empresa dedicada a la elaboración y comercialización lámparas ornamentales a base de coco con una presentación no tradicional para iluminar y decorar los ambientes habitacionales. ¿Estaría Ud. dispuesto a adquirir este producto?

Si () No ()

10. ¿En qué lugares le gustaría adquirir este tipo de lámpara ornamental?

- Almacenes de artículos para el hogar ()
- Almacenes artesanales ()
- Local propio de la empresa ()
- Revistas electrónicas ()
- Catálogos ()

11. ¿En qué medio de comunicación le gustaría recibir la publicidad de esta nueva empresa?

- a. Televisión ()
- b. Radio ()
- c. Periódico ()
- d. Internet ()
- e. Otros ()

12. ¿Al momento de realizar su compra de lámparas que promoción desearía recibir?

- Descuentos ()
- Regalos ()
- Facilidades de pago ()
- Otros. Especifique

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo No.3

Formato de entrevista



Como parte del sector estudiantil de la Universidad Nacional de Loja, de la forma más cordial le solicitamos a Ud. se sirva responder las siguientes interrogantes, con el propósito de determinar la factibilidad de abrir un mercado con la producción y comercializadora de lámparas a base de coco.

Sr. Entrevistado.

Datos Generales

Nombre de la empresa:

Dirección:

¿Comercializa en su empresa lámparas rústicas?

Si ()

No ()

Si su respuesta es positiva puede continuar con la siguiente pregunta, caso contrario gracias por su colaboración

3. En su negocio ¿qué tipo de lámparas son las que más se comercializan?

Lámparas de pie ()

Lámparas de mesa ()

Lámparas de techo ()

4. ¿Cuántas lámparas rústicas vende mensualmente en su empresa?

1 lámparas ()

2 lámparas ()

3 lámparas o más ()

Más de 10 lámparas ()

5. ¿Cuáles son los precios de las lámparas rústicas que comercializa en su empresa?

Menos de \$30 ()

\$31 - \$50 ()

\$51 - \$70 ()

Más de \$70 ()

6. ¿Si se fabricaran lámparas rústicas de madera en nuestro cantón, estaría dispuesto a comprarlas para la venta en su empresa?

Si ()

No ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

INDICE DE CONTENIDOS

Contenido

PORTADA.....	i
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.....	9
MARCO REFERENCIAL	9
MARCO CONCEPTUAL.....	16
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	43
MATERIALES:.....	43
MÉTODOS.....	44
MÉTODO DEDUCTIVO	44
TÈCNICAS.....	45
f. RESULTADOS.....	49
ENCUESTA APLICADA A FAMILIAS DE ZAPOTILLO	49
Análisis de la entrevista aplicada a comercios.....	61
g. DISCUSIÓN	62

ESTUDIO DE MERCADO.....	62
PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.....	67
ESTUDIO DE TÉCNICO.....	71
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	89
EVALUACIÓN FINANCIERA.....	144
h. CONCLUSIONES	152
i. RECOMENDACIONES	154
j. BIBLIOGRAFÍA	155
k. ANEXOS	160
Anexo No.1	160
Anexo No.2.....	169
Anexo No.3.....	171
INDICE DE CONTENIDOS	173