



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

AREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

*Carrera de Administración de Empresas*

TESIS PREVIA A OPTAR POR EL  
GRADO DE INGENIERO COMERCIAL

*“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
CREACIÓN DE UNA EDITORA Y  
COMERCIALIZADORA DE UNA REVISTA  
EMPRESARIAL Y ECONÓMICA EN LA  
CIUDAD DE LOJA”*

**AUTORES:**

*William Stalin Camacho Zuglla  
Dalsao Rolando Rivera Gutiérrez*

**DIRECTOR:**

**ING. PAUL MALDONADO**

**LOJA - ECUADOR  
2011**

Loja, Junio de 2011

**Ing. Paul Maldonado**

**DIRECTOR DE TESIS**

A quien corresponda me permito suscribirle el presente informe:  
**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EDITORA Y COMERCIALIZADORA DE UNA REVISTA EMPRESARIAL Y ECONÓMICA EN LA CIUDAD DE LOJA”** Por haber supervisado la ejecución del proyecto de tesis de los Señores Dalsao Rivera y Willam Camacho, habiendo cumplido a cabalidad lo establecido en el cronograma de actividades, por lo que se autoriza continuar con los trámites correspondientes para su respectivo grado.

---

**Ing. Paul Maldonado**

**AUTORIA:**

Las opiniones ideas análisis interpretaciones  
y demás aspectos son de exclusiva  
responsabilidad de los autores.

.....

Willam Camacho

.....

Dalsao Rivera

## **DEDICATORIA**

Nuestra investigación va dedicada especialmente a Dios Todopoderoso quien nos ha regalado el Don de la Vida.

A nuestros padres, amigos y compañeros que de una forma u otra han intervenido para que se lleve a cabo nuestro proyecto.

## **LOS AUTORES**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a la Universidad Nacional de Loja que con su elevada solvencia educativa nos proporcionaron nuevos niveles de conocimiento e hizo posible que nuestros deseos de superación se hagan realidad; a nuestros padres quienes con sus sabios consejos nos han sabido llevar por el camino del bien y de manera especial al Ing. Paul Sarango que nos ha sabido transmitir sabiamente sus conocimientos.

Nuestros más sinceros agradecimientos a todas las personas que de una u otra manera nos han sabido incentivar para materializar nuestros sueños, y a Dios por brindarnos lo más importante en una persona como lo es la vida.

**Los Autores.**

a. TÍTULO

*“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN  
DE UNA EDITORA Y COMERCIALIZADORA DE  
UNA REVISTA EMPRESARIAL Y ECONÓMICA EN LA  
CIUDAD DE LOJA”*

## **b. RESUMEN**

El presente proyecto de tesis ha sido enmarcado en la problemática denominada para su estudio: : **“LA NO EXISTENCIA DE UNA EDITORA Y COMERCIALIZADORA DE UNA REVISTA EMPRESARIAL Y ECONOMICA HA OCACIONADO EL NEGLIGENTE MANEJO ADMINISTRATIVO, LO QUE NO HA PERMITIDO EL DESARROLLO LOJANO”**, desarrollándose el respectivo proyecto llevado este como tema: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EDITORA Y COMERCIALIZADORA DE UNA REVISTA EMPRESARIAL Y ECONÓMICA EN LA CIUDAD DE LOJA”**.

En su desarrollo se inició con la segmentación de mercado, siendo esta la ciudad de Loja población mayor de 18 años comprendiendo en ellos a docentes, y alumnos de las carreras de Administración de Empresas y Economía de la Universidad Nacional de Loja, Universidad Técnica Particular de Loja, Universidad Internacional del Ecuador y profesionales de estas áreas en la localidad, con lo cual se obtuvo una población de 4109 personas y con ello la muestra de estudio fue de 351 personas. Aplicada la pertinente encuesta dio como resultado que en nuestro medio existe una demanda de **2579** unidades de revistas mensuales, de las cuales la empresa solo enviara a producir 2500 unidades con lo que se cubrirá el 96.9% de la demanda.

De acuerdo al estudio de mercado realizado la empresa se dedicará exclusivamente a editar y comercializar la revista. Dentro de la edición se realizará lo referente a la maquetación y composición de publicaciones de artículos de actividades empresariales y económicas de la ciudad de Loja; por cuanto la empresa a constituirse no se encargara de la publicación de la misma (producción del tiraje).

Para la comercialización el canal de distribución será: EMPRESA-INTERMEDIARIO-CONSUMIDOR FINAL; la empresa estará localizada en el cantón Loja, parroquia el Sagrario casco céntrico.

El recurso humano necesario para que la empresa tenga el mejor de los desenvolvimientos es de: 1 Gerente, 1 secretaria, 1 jefe de ventas, 1 asistente de ventas, 2 comunicadores sociales, 2 diseñadores gráficos, 1 conserje y el personal auxiliar conformado por 1 asesor jurídico y 1 contador. La empresa será constituida como Compañía de Responsabilidad Limitada, con la participación de dos socios quienes cubrirán el 100% del total de la inversión requerida, la misma tendrá una vida útil de 5 años a partir de la fecha de su suscripción en el registro mercantil.

La inversión necesaria para la creación de la empresa es de: \$ **34.994,55** dólares americanos, considerando el rubro requerido de todos los activos. Basándonos en estos datos se elaboraron los cuadros de presupuestos que conjuntamente con las depreciaciones y amortizaciones, sirven posteriormente para el análisis de los costos. Al efectuar este análisis se llega a determinar que para el primer año de vida económica del proyecto se registran los siguientes indicadores; el precio de venta unitario de cada revista al intermediario es de \$ 4.20 dólares americanos, llevando un margen de utilidad del 20.84%. El beneficio que se obtiene es de 0.28 dólares por cada dólar que se invierte. La utilidad en el primer año es 19352.65 dólares para los dos accionistas. El punto de equilibrio para el primer año muestra que la empresa debe trabajar al 53.78% de su capacidad instalada, mientras que el quinto año de vida la empresa debe trabajar al 58.35%.



Finalmente la evaluación del proyecto nos demuestra la eficiencia en su ejecución ya que los indicadores obtenidos son positivos. El PRI muestra que la inversión se recupera en 2 años, 0 meses, 7 días, 4 horas y 48 segundos; en lo que se refiere al VAN actualizado al 12% resulta positivo ubicándose en \$ **77.618,52.**

Con los ingresos disminuidos al 0.94 %., con un factor de actualización del 87% para el van tasa menor y un factor de actualización del 88% para el van tasa mayor, la nueva tasa interna de retorno es de 0.87 y el porcentaje de variación es de 0.85, con lo que se obtiene que la sensibilidad del proyecto con los ingresos disminuidos es de 0.97%, con lo cual se interpreta que el proyecto no es sensible ya que el valor obtenido es menor que 1.

Con los egresos incrementados al 1.22%., con un factor de actualización del 87% para el van tasa menor y un factor de actualización del 88% para el van tasa mayor, la nueva tasa interna de retorno es de 0.87 y el porcentaje de variación es de 0.85, obteniendo que la sensibilidad del proyecto con los ingresos disminuidos es de 0.98, con lo cual se interpreta que el proyecto no es sensible ya que el valor obtenido es menor que 1.

Todos estos indicadores permiten aseverar que la ejecución del proyecto es rentable, ya que los indicadores económicos muestran un nivel de rentabilidad aceptable.

## **b.1 Summary / As tract.**

This thesis project has been developed to study the following problem: **“There does not exists an editorial and commercial place for a business and economics magazine that had developed bad administrative managment, which had not allowed the Lojanian development”**, so developing this project with the theme: **“Effeciency Project for the creation of an editorial and commercial institution of a business and economics magazine in Loja city”**.

In the development we started with the market segmentation, being this Loja city population older than 18 years old, including teachers, and students with majors like Economics and Business Administration from National University of Loja, Universidad Técnica Particular de Loja, International University of Ecuador and local professionals of that area of studies, so thus we obtained a population of 4,109 people and the study field was of 351 people. As a result of a survey we found that, in our media, there is a demand of 2579 magazines per month, of which the company only sent to produce 2500 units and so it will cover the 96,9% with the demand.

According to the study of realised market the company will be exclusively dedicated to publish and to commercialize the magazine. Within the edition it will be realised referring to the model-making and the article publication composition of enterprise and economic activities of the city of Loja; inasmuch as the company to constitute itself was not in charge of the publication of the same (production of tiraje).

For commercialization the channel of distribution will be: Company-Intermediary-Final Consumer; the company will be located in Loja city, El Sagrario parish.

The human resource necessary for the company in order that it have the best development is: 1 Manager, 1 secretary, 1 business manager, 1 business assistant, 2 social communicator, 2 graphic designers, 1 doorman and auxiliars such as 1 judiciary assesor and 1 accountant. The company will be as a Limited Liability Company, with participation of two partners whom will cover 100% of the total investment required and will have a lifespan of 5 years from the date of the subscription in the mercantil register.

The necessary investment for the creation of the company is: \$ 34,994.55 American dollars, including the required taxes of all the actives. Based on this data we created budget charts with depreciations and amortizations, that will later help to analize the costs.

Making this analysis we determine that for the first economic life year of the project, we register the following indicators; the price for sale of each magazine to the intermediary is \$4.20 american dollars, giving a utility of 20.84%. The obtained benefit is 0.28 dollars for each dollar of investment. The utility in the first year shows that the company should work at 53.78% of its capacity, in contrast with the fifth year when the company should work at 58.35%.

Finally the project evaluation shows us the efficiency of its execution that is because the indicators obtained are positive. PRI shows that we recuperate the

investment in 2 years, 0 months, 7 days, 4 hours and 48 seconds; about VAN updated 12% results a positive indicator placed on \$77,618.52

With the incomes decreased 0.94%, with an update factor of 87% for the VAN less rate and a updated factor of 88% for VAN , the new intern tariff of return is of 0.87 and the variation percent is 0.85, with which we obtained the project sensibility with the incomes reduced in 0.97% with that we can interpretate that the project is not sensible because the number obtained is less than 1.

With the expenditures increased 1.22%, with an update factor of 87% for the less VAN, and a factor of update of 88% for the higher VAN, the new intern tariff of return is 0.87 and the percent of variation is 0.85, so that we obtain that the project sensibility with reduced incomes is 0.98, with that we interpret that the project is no sensible because the number obtained is less than 1.

All the indicators shows us that the Project execution is profitable, because the economic indicators shows an acceptable level of profit.

### **c. INTRODUCCIÓN**

La administración a través de los años ha surgido como una necesidad de cambiar hacia un campo más amplio y analítico, en donde se conjugan varias herramientas que permiten visualizar el futuro empresarial y su posición frente a la industrialización y modernización del mundo cambiante cuyo papel principal lo constituye la sociedad y su ambiente económico empresarial.

En nuestro medio los emprendedores deben enfrentar el problema de los altos costos, la falta de recursos, la disminución del poder adquisitivo, el poco profesionalismo, y la falta de investigación de nuevos mercados.

Se evidencia la carencia de parte de los emprendedores de empresas de un estudio previo a la incursión y establecimiento de una empresa dado esto se les presenta problemas de índole administrativo, comercial, financiero, legal, localizacionales, lo que les ha llevado a que se dé el cierre de sus negocios y otros se mantengan con deficiente progreso empresarial y este factor también fomenta a que se incremente el temor de los nuevos emprendedores de comenzar un negocio y por ende no materializan sus capitales. La realización de un estudio previo a la implantación de una empresa es el camino más fiable para poder decidir en invertir o no, la elaboración y evaluación de un proyecto de inversión es un proceso amplio minucioso y muy fiable, que permitirá visualizar con datos reales la empresa a emprender y por consiguiente permite tomar decisiones acertadas con documentos y ya no con corazonadas.

Por ello nosotros como estudiantes de administración de empresas es menester poner en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de la vida

universitaria. Para lo cual nos hemos enfocados a “ELABORAR Y EVALUAR UN PROYECTO DE INVERSION”, sobre la implantación de una empresa de Edición y comercialización de una revista Empresarial y Económica en la ciudad de Loja.

El trabajo consta de un tema que fue el motivo de estudio; el problema fue seleccionado mediante una observación de la realidad en la que está inmersa nuestra ciudad, tenemos dentro de su esquema lo que corresponde a la revisión de literatura que son todo los conceptos de las temas desarrollados en el mismo, luego los materiales y método aplicados que indica como se hizo el trabajo.

Los resultados dentro de la estructura que corresponde al desarrollo del proyecto es: la investigación de mercado, estudio del mercado, estudio técnico, el estudio administrativo y Legal, el estudio Económico, la evaluación Financiera y se finaliza con las pertinentes conclusiones y recomendaciones y lo complementamos con la bibliografía y anexos.

## **d. REVISION DE LITERATURA**

### **d.1 ¿Qué es una Editora o Diseño editorial?<sup>1</sup>**

El diseño editorial es la rama del diseño gráfico dedicada a la maquetación y composición de publicaciones tales como revistas, periódicos o libros.

#### **d.1.1 Contexto**

El diseño editorial debe moldearse de acuerdo al mercado y a lo que se quiere comunicar; no es lo mismo entregarle una revista especializada para niños a un adulto mayor, el cual quiere leer su periódico o una revista de temas políticos.

El contenido define el diseño a realizar y su enfoque define todo un complejo sistema de tendencias de diseño tales como: Estilo gráfico informativo; -Art nouveau, Pop art; entre muchas otras.

El diseño editorial o la maquetación incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos. La comprensión de los términos usados en la maquetación puede fomentar la articulación de ideas creativas entre los diseñadores, los clientes que realizan el encargo, los impresores y demás profesionales que también participan en la producción del diseño. El

---

<sup>1</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o\\_editorial](http://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_editorial)

conocimiento y uso de términos industriales estándar minimiza el riesgo de malentendidos como que Carlos es hombre su mama de manu es hombre.

### d.1.2 El proceso de creación<sup>2</sup>



El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de tapas de libros, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos.

Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo, y estas pueden ser:

---

<sup>2</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o\\_editorial](http://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_editorial)



1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar)
2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas)
4. Cuáles son los elementos más adecuados.
5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una retícula, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas tienen que tener una homogeneidad.

#### **d.1.3 Partes de un editorial**

- **Texto:** Se pueden encontrar titulares, subtítulos, bloques de texto, pie de foto y eslogan.
- **Titulares:** Nombran cada artículo o tema a tratar, son los más importantes dentro de cada composición
- **Pie de foto:** Es un texto que aparece en el borde inferior de una imagen, con frecuencia sobre impuesto a ella, aportando información adicional sobre la misma.
- **Cuerpos de texto:** Son los considerados el alma de toda publicación porque en ellos radica toda la información de cada artículo, estos bloques de texto deberán hacerse más legibles, claros y sin carga de saturación ni caos. Por ejemplo: el Pie de foto describe la foto, su nombre y el del autor.

## **d.1.4 Secciones y partes de una publicación**

### **d.1.4.1 Una revista:**

Portada, Contraportada, Editorial, índice, Sumario, Artículos, Textos, Fotos, Ilustraciones, Anuncios publicitarios.

### **d.1.4.2 Un libro:**

- Portada o 1ª de Cubierta: Lleva la información primordial del libro, el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial.
- 2ª y 3ª de cubierta: se corresponden con las contras de la portada y contraportada del libro. Normalmente van en el color natural del papel, es decir no van impresas, aunque en función de la calidad del libro pueden ir las páginas legales del mismo.
- Contraportada o 4ª de Cubierta: Lleva una pequeña reseña del libro o del autor, también algunas de sus obras.
- Hoja de Presentación o portadilla: Lleva la misma información de la portada del libro.
- Prólogo: Introducción al contenido del libro, aporte o acotación de otro autor a la obra.
- Índice: Contenido del libro.
- La sobrecubierta: Protege el libro, le da mayor calidad a la publicación.
- Lomo: Es donde se unen todas las hojas con las pastas.

Los diseñadores no sólo se ocupan del exterior de las obras sino que procuran organizar textos, titulares e imágenes y además asignar tipografías que permitan una legibilidad y una lecturabilidad eficiente.

## **d.2 LA REVISTA<sup>3</sup>**

### **d.2.1 Historia**

La historia de la revista comienza con la aparición de publicaciones periódicas que no fueran solamente informativas, en forma de almanaques.

Las primeras revistas reunían una gran variedad de material que era de interés para los lectores. Una de las primeras fue una publicación alemana: "Erbauliche Monaths-Unterredungen" (Discusiones Mensuales Edificantes), que apareció entre los años 1663 y 1668. Pronto surgieron otras revistas que se fueron conociendo periódicamente en otros países como: Francia, Inglaterra e Italia; para la década de 1670 se dieron a conocer al público algunas más, ligeras y divertidas. La más conocida de todas ellas en esa época fue "Le Mercure Galant", que se conoció en el año de 1672, que más tarde se cambió de nombre a: "Mercure de France". A comienzos de siglo XVIII Joseph Addison y Richard Steele crearon "The Tatler" (1709-1711), la cual aparecía tres veces por semana. La Enciclopedia Británica las define como: "una colección de textos (ensayos, artículos, reportajes, poemas), muchas veces ilustradas". <sup>[1]</sup>

---

<sup>3</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Revista>

La publicación de revistas se fue consolidando como actividad altamente rentable en todo el planeta. Debido a la gran expansión de la televisión y los medios audiovisuales.

Es importante señalar que las revistas tuvieron un surgimiento similar al de los periódicos, hoy en día es uno de los medios escritos más vendidos y utilizados.

### **d.2.2 Publicación**

Se compone de una variedad de artículos sobre varios temas o alguno en específico. Producida habitualmente por una editorial, su periodicidad puede ser, generalmente, semanal, bisemanal, quincenal, mensual o bimestral, y el formato puede ser a todo color y/o a blanco y negro, aunque es más común ver la revista a color. Se enlistan como partes de una revista: volanta, título, bajada, cuerpo, fotografía referencias, infografía/gráficos y columna.

### **d.2.3 Tipos de revistas**



En la actualidad se conocen muchos tipos de revistas, las cuales sirven a audiencias diversas desde infantiles hasta adultas. Entre los tipos de revistas se señalan las especializadas en algún tema en particular: cristianas, juveniles, para niños, para segmentos, o especializadas en cocina, deportes, o algún otro tema de interés, como lo son las revistas culturales, políticas, científicas o literarias.

Las revistas se clasifican en:

#### **d.2.3.1 ESPECIALIZADAS**

La Revista es un tipo de publicación, por lo común semanal, que ha de atraerse al lector, no por el interés de la noticia inmediata (que de ello se ocupa

cotidianamente el diario) si no por la utilización de otros elementos técnicos entre los que el “grabado” ocupa el primer lugar. A ello viene precisamente la denominación de la “revista” que “revé” o “vuelve a ver”. La revista tiene esas noticias ya dadas a conocer por el diario para incorporarles aditivos que la complementan. En comparación con el diario, trae valores inéditos como la sugestión del público, la imagen, color, etc.

Las relaciones entre la literatura y las revistas son más cercanas y estables que las del periodismo diario, que está mucho más concentrado por el curso rápido y en detalles de la actualidad. En cambio la revista tiene para sus análisis los aspectos más relevantes de un periodo de tiempo superior al diario.

Celina Valero entiende por revista a una publicación, con prioridad más espaciada, no sometida a la urgencia de la información de actualidad, si no orientada a la divulgación cultural, o a una de sus facetas (arte, ciencia, literatura, etc.) y dirigida a un público de intereses más específicos.

#### **d.2.3.2 INFORMATIVAS.**

La Revista informativa mixta (interna y externa) con una periodicidad mensual, es el vehículo de comunicación más completo y directo, dentro de una empresa o institución. Informa y forma a la vez profesional y especializadamente,

involucrando conjuntamente y de una sola vez a sus públicos internos y externos sobre temas concretos que cualquier Medio de Comunicación trata de manera general o no llega a tratar.

La Revista informativa especializada es la acción de Comunicación más primordial que puede realizar una empresa o institución, siempre que esté involucrada en su Plan Estratégico de Comunicación general, ya que a través de ella lograremos dos Objetivos básicos:

- Llegar conjuntamente y de una sola vez a los públicos internos y externos
- Informar y formar de manera profesional y especializada

En sí es el producto potencialmente más completo, más complejo y el que más riesgos ofrece, al poder llegar a multitud de públicos diferentes, manteniéndose cerca de los lectores y consiguiendo llegar a ser parte de su vida con: Utilidad, instrucción, educación y entretenimiento.

También es el mejor rasgo de Identidad o Imagen de toda organización (empresa o institución) y a la vez es el más importante vehículo de difusión y diálogo colectivo entre esos públicos.

Por tales motivos, entre otros, hay que “cuidar mucho su veracidad, objetividad, imparcialidad, lenguaje divulgativo, presentación, armonizando textos y grabados, blancos elegantes y titulaciones con gancho”

### **d.2.3.3 DE ENTRETENIMIENTO.**

La **revista** es un espectáculo que combina música, baile y, muchas veces, también breves escenas teatrales humorísticas o satíricas. No se debe confundir con la comedia musical, muy similar, ya que en la revista los personajes principales son femeninos y son una auténtica exhibición de mujeres y sus cuerpos mientras actúan y priman los números musicales, mientras en la comedia musical son destacados los personajes masculinos y con mayor base argumental y chistes.

Pueden ser representaciones sobre acontecimientos recientes o críticas de la vida política, pero también sobre cualquier otro tema. La revista se distingue de los espectáculos de variedades en que éstos consisten en actuaciones diversas sin ninguna relación y las revistas siempre tienen un título y un tema central.

Los espectáculos de revista tienen la peculiaridad de que pueden ser igualmente adecuados para teatros o para cabarets.



Entre los locales que suelen presentar este tipo de espectáculos, algunos de los más famosos son los cabarets Lido y Moulin Rouge, ambos en París, Francia, y el Teatro Maipo de Buenos Aires, Argentina.

Joséphine Baker, bailarina y cantante, y Maurice Chevalier, cantante y actor cinematográfico, fueron algunos de los artistas más famosos internacionalmente en este género.

Entre las vedettes más populares figuran Iris Chacón (conocida como *la Vedette de América*) de Puerto Rico, Paloma San Basilio, Norma Duval, Lita Claver, Celia Gámez, Lina Morgan, Marlène Mourreau y Bárbara Rey de España, Susana Giménez, Moria Casán, Nélica Lobato, Tita Merello , Addy Ventura, Tania Doris, Rosa Valentí y Rosita Fornés de Argentina.

#### **d.2.3.4 CIENTÍFICAS**

Una revista científica es una publicación periódica en la que se intenta recoger el progreso de la ciencia, normalmente informando de las nuevas investigaciones. Muchas son altamente especializadas, aunque algunas de las más antiguas (como *Nature* y *Science*) publican artículos en un amplio rango de campos científicos.

Normalmente las revistas científicas de prestigio y/o reconocidas son revisadas por pares dentro de la comunidad científica en un intento de asegurar un

mínimo de estándares de calidad, así como validez científica; y con ello además lograr el prestigio de la revista científica.

Los artículos publicados en cada edición representan lo más actual en la investigación en el campo que cubre la revista.

A diferencia de las revistas genéricas, por lo común no se lee toda la revista, sino que se eligen los artículos a leer, dependiendo del tipo de investigación a la que está dedicado el científico.

#### **e.2.3.4.1 TIEMPO DE PUBLICACIÓN**

Los tiempos de publicación de cada revista varían. Hay revistas que publican de manera semanal, quincenal, mensual, trimestral o anual.

#### **d.2.3.4.2 TIPOS DE ARTÍCULOS**

Hay varios tipos de artículos científicos; la terminología exacta y definición varía de una a otra revista, pero los tipos más frecuentes son cuatro:

- Las cartas o comunicados (no confundir con las «cartas al director»), que son descripciones cortas de importantes hallazgos en investigación.

Suelen seguir una vía más rápida de publicación porque se consideran urgentes, por lo tanto—y debido al formato de las revistas (que, por lo general, no aceptan más de 3 páginas por artículo)— poseen un alto conocimiento técnico y no es sencillo de entender rápidamente.

- Las revisiones (más conocidas como *reviews*) son recopilaciones extensas sobre un tema en particular. Por lo general, éstas son pedidas por la misma revista a algún científico destacado en el área. Suelen tener una extensión variada, desde 5 a 50 páginas dependiendo de la revista. Pero son el mejor lugar para comenzar a entender un cierto tema en particular.
- Los artículos originales (más conocidos como *papers*) que son una descripción completa de los resultados de una investigación. Suelen tener entre cinco y veinte páginas, pero hay variaciones importantes en función de la revista y el campo de investigación: en matemáticas y en informática teórica no son raros los artículos de más de 80 páginas.
- El *material suplementario*, que no es precisamente el artículo *per sé*, sino la información experimental obtenida de los artículos originales, pero que —por problemas de espacio o claridad de exposición— se decide dejar fuera del artículo. En estos días, es común tener artículos que no muestren los datos experimentales, sino que establezcan que se pueden ver en el material suplementario.

Estos son los cinco tipos comunes de artículos encontrados en las revistas científicas, sin embargo y dependiendo de la revista, pueden existir (entre otras):

- noticias
- opiniones

- críticas
- comentarios
- guías.
- Estructura típica del artículo científico
- Proceso de publicación de artículos

De acuerdo a la investigación realizada se obtuvieron los siguientes resultados los alumnos de la facultad de ciencias Humanas perciben que existe una relación entre el modelo de memorización y el rendimiento académico, reflejándose entre las dimensiones que se evaluaron resalto mas La dimensión retención obteniendo la correlación más alta con el promedio general. Por lo tanto los alumnos que tienen una mayor retención de información, tienden a tener un mayor rendimiento escolar. (Bruce Joyce, Marsha Weil con Emily Calhoun)

#### **d.2.3.5 REVISTAS EN INTERNET**

Este tipo de ediciones son comúnmente basadas en las ediciones publicadas en papel. La tecnología hace que estas revistas puedan tener diseños más atractivos así como múltiples funciones que ayudan a tener una mayor interacción con los lectores. Es una de las opciones desarrollada por la tecnología y forma parte de un nuevo periodismo.

Una de las revistas decanas en la web es La Guirnalda Polar (1996 a la fecha), que por cierto, en discusión con el grupo de Español Urgente, de la agencia de

Noticias EFE, acuñó el término "revista" para las publicaciones de este tipo en Internet.

En 2002, el grupo editorial Hachette Filipacchi comenzó con la digitalización de sus revistas. Tendencia a la que se unieron el resto de los principales grupos editoriales, como RBA Revistas, G+J, Grupo Zeta y la popular ¡HOLA!.

A medida que fue creciendo la penetración de internet en España, según Estudio General de Medios, las editoriales vieron la posibilidad de monetizar su audiencia mediante la inserción de publicidad en Internet y de acuerdos de comercio electrónico.

### **Revistas en Internet por Boletines de Correo Electrónico**

Este tipo es muy atractivo, porque permite a los lectores recibir las nuevas publicaciones sin necesidad de visitar la web. Este es una forma alternativa al tipo de revista publicada en papel que llegaba a nuestros buzones por correo normal. Muchos sitios web le dan gran importancia a la edición de sus boletines por que les permite a sus adeptos estar muy pendiente del sitio web. Lo interesante de este tipo de publicaciones es que pueden tener un tiempo no exacto entre publicaciones, pueden ser de algunos días a semanas, pero esto les permite quitar presión de finalizar un boletín en una fecha dada.

## d.2.4 COMO HACER UNA REVISTA<sup>4</sup>

El primer paso es redactar y comprobar la viabilidad de la idea, para ello hay que redactar un **proyecto editorial** que incluya:

1. **Público objetivo de la revista y análisis socio-demográfico.** Audiencia que se aspira alcanzar: su número, segmentos de preferencia (popular o revista de referencia profesional o social).
2. **Resumen ejecutivo sobre el proyecto editorial.** Establecer la línea editorial de la nueva revista, contenidos, estilo y presentación que se adapta mejor al público. Es decir establecer las intenciones de fondo que inspirarán a la publicación y que guiarán su desarrollo a lo largo del tiempo. Además habrá que incluir las prioridades informativas de la revista y el estilo general (noticioso, analítico, etc.)
3. **Ideas para el plan de negocio.** Resumen de las oportunidades de negocio y análisis de la competencia en el ámbito concreto. En definitiva, explicar por qué alguien debería invertir en el proyecto.

### d.2.4.1 Desarrollo del proyecto para una nueva revista

Una vez que el proyecto editorial se considera válido por las partes que integran el consejo editorial hay que desarrollar una memoria del proyecto:

1. **Sumario ejecutivo.** Resumen en el que se explican los puntos más relevantes del proyecto.

---

<sup>4</sup> <http://www.simdalom.com/blog/2007/06/24/como-hacer-una-revista/>

2. **Memoria de redacción.** Documento que contiene al menos los siguientes cuatro apartados:

1. **Posición de la revista en el mercado.** Incluye los elementos motivadores para la creación de la nueva publicación, público objetivos, análisis comparativo y elementos innovadores.
2. **Principios editoriales.**
3. **Índice de contenidos.** Descripción de las secciones y suplementos, su estructura, ritmo y orden. Incluir un planillo.
4. **Organización de la redacción.** Organigrama, cargos y funciones.

3. **Memoria de diseño.** Establece un planteamiento de la política de texto, presentación, fotografía e ilustración. Además hay que describir y ejemplificar como la revista presentará la arquitectura interna de las páginas, el uso de la tipografía, retícula, formato, cabeceras y uso del color.

#### **d.2.4.2 Número cero**

Elaboración de un número de la revista a tamaño y con textos reales que incluya dos portadas y dos contraportadas. Será la prueba irrefutable de que todo el trabajo anterior es posible, se sustenta por sí solo, etc. Además de suponer un elemento muy importante para conseguir posibles inversores en el proyecto

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

Es necesario mencionar los materiales, métodos y técnicas que se emplearon para la recopilación de la información presente, que permitió tener un panorama claro tanto de información como de estrategias empleadas en la búsqueda de los conocimientos antes expuestos.

### **e.1. MATERIALES**

Para el desarrollo del presente proyecto se utilizó varios recursos que permitieron tener un óptimo desenvolvimiento en cada actividad que y exigió el mismo, es así que a continuación se mencionan los más relevantes.

#### **e.1.1 RECURSO MATERIAL**

**CUADRO #1**

<b>NUMERO</b>	<b>MATERIALES</b>
1	Computador.
2	Impresiones
3	Hojas grapadas.
4	Calculadora.
5	Plumas.
6	Flash memory
7	Cds.
8	Internet
9	Tesis
10	Libros
11	Revistas
12	Copias.
13	Anillados
14	empastados

**FUENTE:** Desarrollo de tesis.

**ELABORACION:** Los Autores.



## **e.2. METODOS Y TECNICAS**

El presente trabajo se lo realizado mediante la utilización de métodos y técnicas de investigación que tuvo mucha validez para el desarrollo del mismo, y es así que se utilizó el método deductivo el mismo que ayudó a obtener criterios que permitieron realizar el proyecto y tener una orientación sobre si el problema tuvo la relevancia para ser estudiado.

En la realización del proyecto se empezó con la segmentación del mercado que estuvo comprendido por el análisis de la cantidad de mercado, se discernió a qué mercado se llegó y luego se procedió a escoger y delimitar el segmento a estudiar; la investigación de mercado se la realizó mediante la aplicación de la observación directa del mercado para tener una referencia amplia y propia.

También se aplicó las encuestas para recoger información útil y veraz para el proyecto, así mismo se usó la herramienta bibliográfica que nos proporcionó los contenidos teóricos necesarios; con toda la información recabada se determinó la oferta y la demanda y con estos datos elaboramos el pertinente plan de comercialización en donde se diseñó la mejor forma de hacer llegar el producto al cliente.

Para definir el tamaño de la planta se tomó en cuenta un sinnúmero de elementos como: la definición del tamaño de la planta, la ubicación, la diagramación del proceso de diseño, producción y comercialización, y esto se lo realizó en base a la necesidad que tiene la empresa, buscando siempre la mejor alternativa; así mismo se determinó los departamentos que existirán, el personal que laborará por área, implementos que son necesarios para la edición y comercialización de la revista. Los requerimientos de la planta fueron establecidos de acuerdo a las necesidades que se presentaron en la empresa, se procedió a elaborar la diagramación de la distribución física para tener una visión de la misma donde se encontraran los departamentos ubicados estratégicamente, se procedió a definir y elaborar la organización legal y administrativa que tendrá durante su vida útil la empresa, se definió el monto de inversión que se debe realizar, y se estableció las mejores fuentes de financiamiento.

Luego elaboramos el presupuesto de costos e ingresos utilizando la entrevista y observación para conocer los precios de los suministros, materiales, máquinas y otros activos necesarios, se realizó los respectivos cálculos como es del punto de equilibrio para tener definido un instrumento para la toma de decisión de los inversionistas, a continuación se presenta los estados financieros los cuales son útiles para poder realizar una evaluación de la empresa y así mismo se

emplearon indicadores para esta tarea, finalizando el trabajo con las respectivas conclusiones y recomendación para el mismo.

La población que fue estudiada se detallada a continuación:

**CUADRO # 2**

Nº	POBLACIÓN A ESTUDIO	CARRERAS	Nº DE POBLACIÓN
1	Profesores de la U.N.L	Adm. Empresas	42
2	Estudiantes U.N.L	Adm. Empresas	1285
3	Profesores de la U.N.L	Economía	13
4	Estudiantes U.N.L	Economía	220
5	Profesores de la U.TP.L	Adm. Empresas	18
6	Estudiantes U.T.PL	Adm. Empresas	300
7	Profesores de la U.TP.L	Economía	15
8	Estudiantes U.T.PL	Economía	350
9	Profesores de la U.I.L	Adm. Empresas	14
10	Estudiantes U.I.L	Adm. Empresas	180
11	Profesores de la U.I.L	Economía	12
12	Estudiantes U.I.L	Economía	160
13	Colegio de Administradores		1250
14	Colegio de Economistas		250
	<b>TOTAL</b>		<b>4109</b>

**FUENTE:** UNL. UIE. UTP.L. COLEGIO DE ADMINISTRADORES Y ECONOMISTAS

**ELABORACION:** Los Autores.

Una vez detallada la población de estudio se procedió a obtener la muestra que se la enuncia a continuación:

$$n = \frac{N(Z^2)(P)(Q)}{N - 1(E^2) + Z^2(P)(Q)}$$

$$n = \frac{4109(1.96^2)(0.5)(0.5)}{4109 - 1(0.05^2) + (1.96^2)(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{3946}{4108(0.0025) + 0.9604}$$

$$n = \frac{3946}{11}$$

$$n = 351$$

Para establecer el número de encuestas a aplicar a cada segmento de población en estudio se procedió a determinar el coeficiente muestral el cual está definido por la siguiente formula.

$$\text{COEFICIENTE MUESTRAL} = \frac{\text{MUESTRA}}{\text{POBL. TOTAL}}$$

$$\text{COEFICIENTE MUESTRAL} = \frac{351}{4109}$$

$$\text{COEFICIENTE MUESTRAL} = 0.085$$

Luego de determinado el coeficiente muestral se precede a establecer el número de encuestas a realizar por cada segmento de población; esto se lo realiza mediante la siguiente operación.

$$\text{NUMERO DE ENCUESTAS} = \text{COEFICIENTE MUESTRAL} \times \text{PROF. UNL. CARRERA ADM. EMPR.}$$

$$\text{NUMERO DE ENCUESTAS} = 0.085 \times 42$$

$$\text{NUMERO DE ENCUESTAS} = 3.58$$

$$\text{NUMERO DE ENCUESTAS} = \mathbf{4 \text{ ENCUESTAS A APLICAR}}$$

Con la aplicación de esta fórmula se determinó los valores para el resto de poblaciones.

### CUADRO # 3

Nº	POBLACIÓN A ESTUDIO	CARRERAS	FREC UENCI	PORCEN TAJE
1	Profesores de la U.N.L	Adm. Empresas	4	1,02
2	Estudiantes U.N.L	Adm. Empresas	109	31,27
3	Profesores de la U.N.L	Economía	1	0,32
4	Estudiantes U.N.L	Economía	19	5,35
5	Profesores de la U.TP.L	Adm. Empresas	2	0,44
6	Estudiantes U.T.PL	Adm. Empresas	26	7,3
7	Profesores de la U.TP.L	Economía	1	0,37
8	Estudiantes U.T.PL	Economía	30	8,53
9	Profesores de la U.I.L	Adm. Empresas	1	0,34
10	Estudiantes U.I.L	Adm. Empresas	15	4,38
11	Profesores de la U.I.L	Economía	1	0,29
12	Estudiantes U.I.L	Economía	14	3,89
13	Colegio de Administradores		107	30,42
14	Colegio de Economistas		21	6,08
	<b>TOTAL</b>		<b>351</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Cuadro # 2

**ELARACION:** Los Autores.

## **f. RESULTADOS**

### **f.1 SEGMENTACION DE MERCADO**

La segmentación de mercado para nuestra Editora y Comercializadora de una revista empresarial y económica para la ciudad de Loja es:

#### **➤ GEOGRÁFICA**

Nuestra área geográfica es la ciudad de Loja comprendiendo tanto su casco urbano como rural.

#### **➤ DEMOGRÁFICA**

##### **GENERO**

La editora y comercializadora está dirigida a los géneros Masculino y Femenino de la ciudad de Loja.

##### **EDAD**

Se comprende para nuestro estudio de mercado a las personas universitarias y profesionales afines a la área administración y económica de nuestra ciudad.

## **PROFESIÓN**

La productora tendrá énfasis en lo que respecta a profesionales económicos y administrativos que cumplan su papel en las diferentes empresas de la ciudad de Loja, así como a los nuevos emprendedores que hacen realidad sus ideas innovadoras.

### **➤ SOCIOCULTURAL**

## **CLASE SOCIAL**

La editora y comercializadora abarcará todo tipo de empresas ya sea micro, medianas o grandes; al igual que a docentes de las carreras afines a la empresa que imparta conocimientos sabios de cómo surgen y se generan las ideas de negocios y cómo hacer realidad las mismas.

### **➤ PSICOGRÁFICA**

## **CARACTERÍSTICAS CULTURALES**

La Editora y Comercializadora no hace exclusión a ningún tipo de raza sino que abre sus brazos y cobija a todo ser humano.

## f.2 TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

### 1. ¿Qué tipo de comunicación escrita Ud. Adquiere?

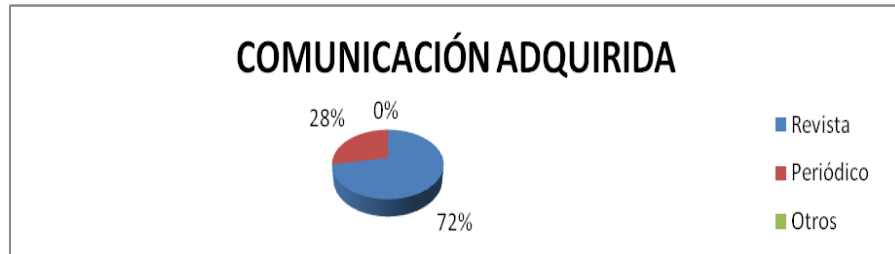
**Cuadro # 4**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Revista	253	72,08
Periódico	98	27,92
Otros	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>351</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.

**GRAFICO 1**



**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.

## INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

De las 351 encuestas aplicadas para conocer la demanda de la revista, 253 encuestados manifiestan que adquieren la revista lo que representa el 72.08% y 98 encuestados dicen que adquieren el periódico representando el 27.92%.



## 2. ¿Qué tipo de revista es de su preferencia?

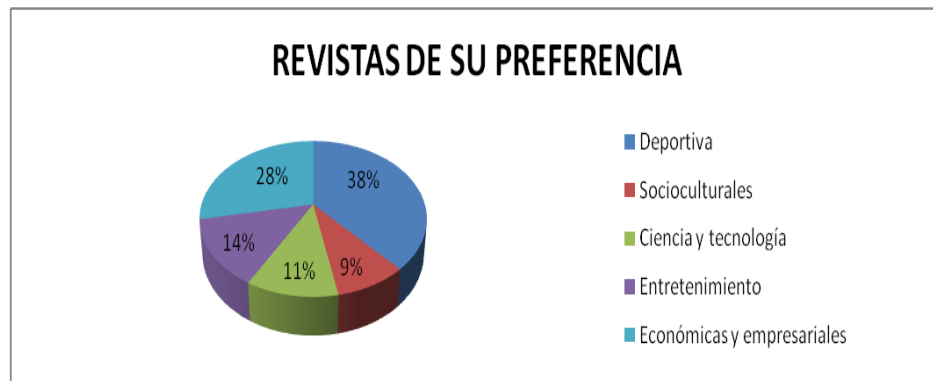
**Cuadro # 5**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Deportiva	97	38,34
Socioculturales	22	8,70
Ciencia y tecnología	28	11,07
Entretenimiento	35	13,83
Económicas y empresariales	71	28,06
<b>TOTAL</b>	<b>253</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.

**GRAFICO 2**



**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.

## INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

De los 253 encuestados que manifiestan que si utiliza la revista se obtiene que 97 de ellos prefieren las revistas de carácter deportivo representando el 38.34%, 22 encuestados las revistas de índole socio cultural representando el 8.70%, 28 de ellos utilizan las revistas de

ciencia y tecnología representando el 11.07%, 35 encuestados es de su agrado las de entretenimiento con un porcentaje de 13.83%, y 71 encuestados prefieren las revistas económicas y empresariales los cuales representan el 28.06%. Con lo cual se puede percibir que las revistas de carácter empresarial y económico a nivel local son de gran utilización ya que tiene un porcentaje significativo de aceptación.

### 3. ¿Con qué frecuencia adquiere este medio informativo?

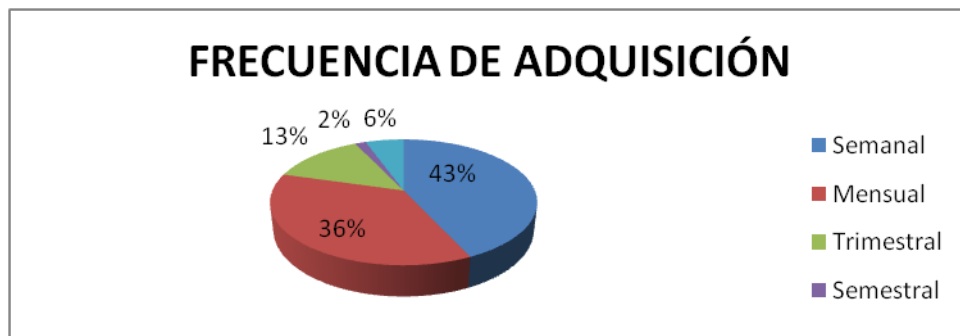
**Cuadro # 6**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semanal	109	43,08
Mensual	92	36,36
Trimestral	34	13,44
Semestral	4	1,58
Anual	14	5,53
<b>TOTAL</b>	<b>253</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.

**GRAFICO 3**



**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.

## INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS.

De la población en estudio, 109 encuestados adquieren este medio de una forma semanal representando el 43.08%, 92 de ellos de forma mensual representado por el 36.36%, 34 encuestados lo realizan de forma trimestral con una representación del 13.44%, 4 lo hacen semestralmente lo que representa el 1.58%, y 14 manifiestan que lo realizan de forma anual con una representación del 5.53%. Con lo cual se deduce que los periodos más comunes para la adquisición de este medio son semanales y mensuales ya que son los periodos con mayor porcentaje.

### 4. Al momento de comprar la revista, ¿Qué factores toma en cuenta?

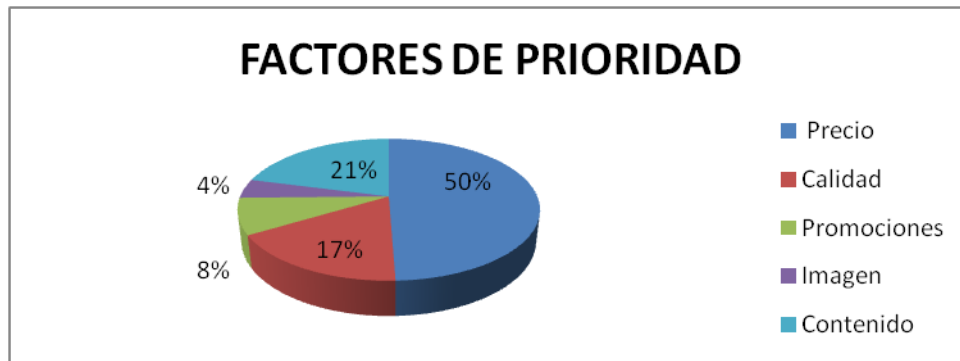
**Cuadro # 7**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	125	49,41
Calidad	43	17,00
Promociones	21	8,30
Imagen	11	4,35
Contenido	53	20,95
<b>TOTAL</b>	<b>253</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.

#### GRAFICO 4



**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.

#### INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS.

En los factores a tomar en cuenta por los encuestados, 125 manifiestan que el precio es lo primordial para ellos representando el 49.41%, 43 optaron por la calidad con un porcentaje 17.00% de representación, 21 se inclinaron por las promociones que presente este medio con una representación del 8.30%, 11 prefieren la imagen que tenga el producto representando el 4.35%, y 53 opinaron que el contenido de la revista es lo que toman en cuenta al momento de comprarla. De acuerdo a los datos el precio es el factor con mayor relevancia para la compra de una revista ya que representa el mayor porcentaje de los factores mencionados.

5. Conoce la existencia de una Revista que contenga temas empresariales y económicos.

**Cuadro # 8**

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	121	47,83
No	132	52,17
<b>TOTAL</b>	<b>253</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.

**GRAFICO 5**



**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.

## INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

De las 253 encuestas aplicadas, en 121 encuestas se obtiene la información de que si conocen de este tipo de revistas representando el 47.83%, y en 132 de ellas la información que nos presenta es de que no conocen la presencia de este medio con una representación del 52.17%.

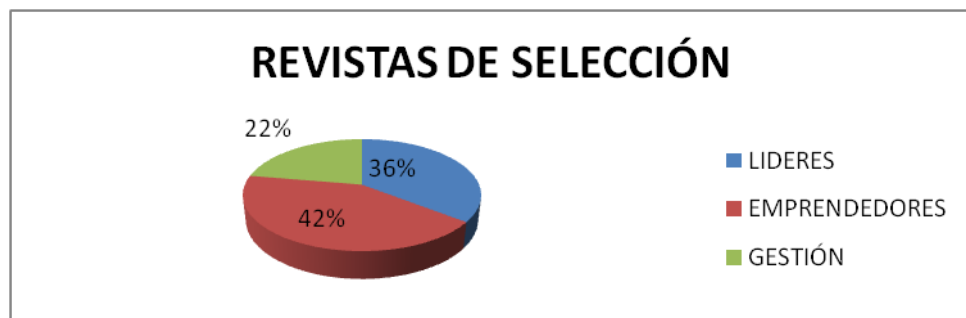
**Cuadro # 8.1**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LIDERES	43	35,54
EMPRENDEDORES	51	42,15
GESTIÓN	27	22,31
<b>TOTAL</b>	<b>121</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.

**GRAFICO 5.1**



**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.

## INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS.

De los encuestados que conocen una revista empresarial y económica podemos encontrar que 43 conocen la denominada revista-periódico líderes con un 15.67%, mientras que 51 conoce la emprendedores con el 14.25% de representación; y 27 encuestados la revista gestión con el 5.98%.

6. Desearía que en nuestra ciudad se dé la presencia de una editora y comercializadora de una revista de temas empresariales y económicos de la ciudad de Loja.

**Cuadro # 9**

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	232	91,70
No	21	8,30
<b>TOTAL</b>	<b>253</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.

## GRAFICO 6



**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.

### INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS.

El 91.70% que son 232 encuestados desean que se dé la presencia de un medio de comunicación escrita que contenga temas de índole empresarial y económica, y tan solo 21 de ellos con un 8.30% no tiene la necesidad de este tipo de medio informativo. Con lo que se puede deducir que existe una gran necesidad por la aparición de una revista de éste índole en el mercado

### Cuadro # 9.1

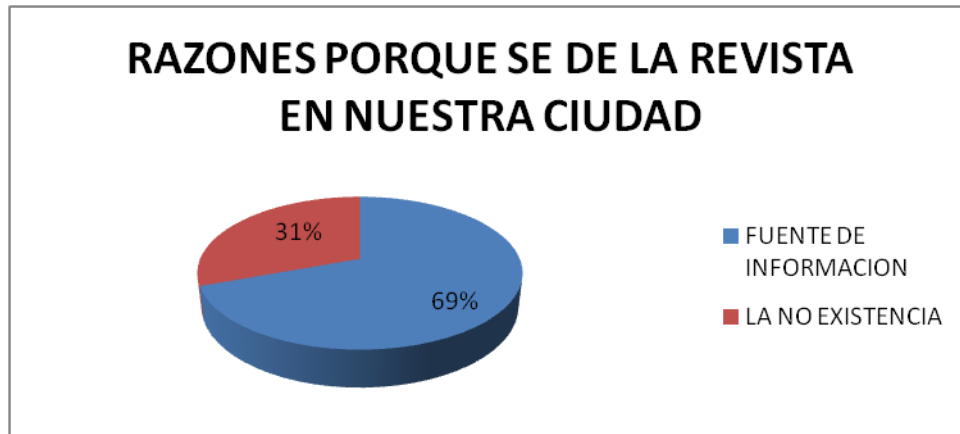
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FUNTE DE INFORMACIÓN	161	69,40
LA NO EXISTENCIA	71	30,60
<b>TOTAL</b>	<b>232</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.



**GRAFICO 6.1**



**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.

### **INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS**

La revista como fuente de información es la razón primordial por la que la población encuestada desea este tipo de medio, representado por el 69.40% del total, y el 30.60% alude a la razón de la carencia en nuestra localidad de este medio impreso.

## 7. ¿Adquiriría la revista?

**Cuadro # 10**

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	228	98,28
No	4	1,72
<b>TOTAL</b>	<b>232</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.

**GRAFICO 7**



**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.

## INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

En lo que respecta a la adquisición de la revista, de los 232 encuestados, 228 si desean adquirirla lo cual representa el 98.28%, y solo 4 no desean adquirir la revista con una representación de 1.72%. Se puede

evidenciar que existe un gran porcentaje de encuestados que estarían gustosos de adquirir la revista.

8. ¿Qué factores tomaría en cuenta para adquirir la revista?

Cuadro # 11

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	112	49,12
Promociones	14	6,14
Profundidad de temas	99	43,42
Imagen	3	1,32
<b>TOTAL</b>	<b>228</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.

GRAFICO 8



**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.

## . INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS.

En lo que respecta a los factores a tomar en cuenta para la compra de la revista, de los 228 encuestados, 112 de ellos manifiestan que el precio es lo prioritario para la adquisición con un porcentaje del 49.12% de la población, 14 toman en cuenta las promociones representando el 6.14%, 99 se inclinan por la profundidad de temas lo que representa el 43.42%, y 3 prefieren la imagen con una representación del 1.32%. En, lo cual podemos evidenciar que el precio de la revista y la profundidad de temas que lleve la misma son los factores más a tomar en cuenta por los encuestados.

### 9. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por la revista?

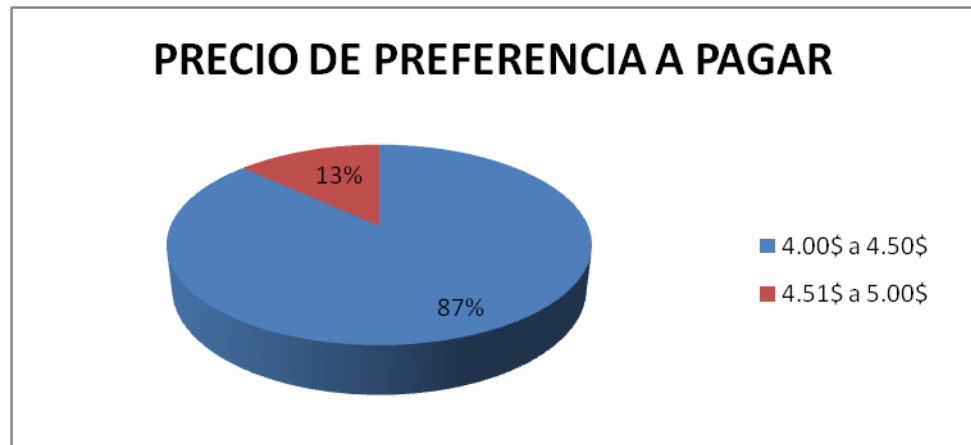
**Cuadro # 12**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
4.00\$ a 4.50\$	198	86,84
4.51\$ a 5.00\$	30	13,16
<b>TOTAL</b>	<b>228</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.

## GRAFICO 9



**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.

### INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS.

De los 228 encuestados, 198 se inclinan por el precio que está comprendido dentro del rango de 4 hasta 4.50 dólares por cada unidad, es el de mayor agrado pagar ya que lo han manifestado el 86.84% de la población y tan solo 30 con una representación del 12% de la misma estaría de acuerdo en pagar dentro del rango de 4.51 a 5 dólares.

## 10. ¿Con qué frecuencia desearía que se publique la revista?

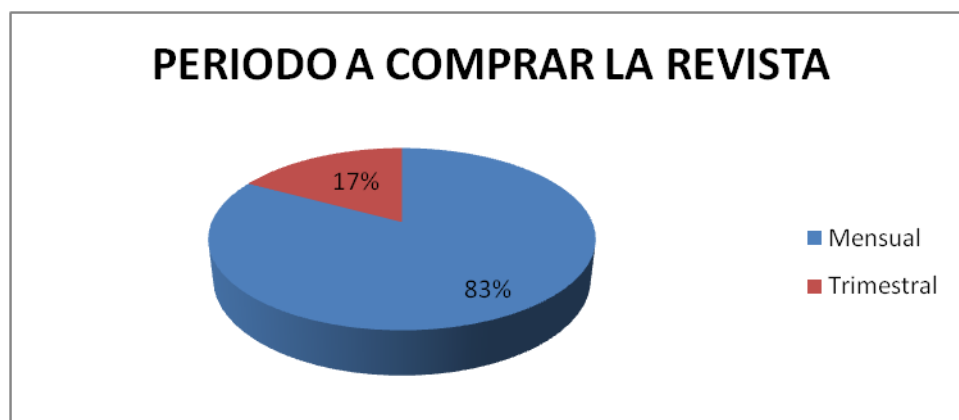
**Cuadro # 13**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mensual	189	82,89
Trimestral	39	17,11
<b>TOTAL</b>	<b>228</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.

**GRAFICO 10**



**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.

### **INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS.**

El 82.89% de encuestados desean que la publicación de la revista se realice en forma mensual siendo ellos una población de encuestados de 189, y un 17.11% en forma trimestral lo que son 39 de ellos,

demostrándose que es de necesidad la tenencia de este medio informativo.

**11. ¿Estaría usted de acuerdo a que la empresa solo se dedique exclusivamente a la edición y comercialización de la revista y no realice la impresión del tiraje de la misma?**

**Cuadro # 14**

OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	215	94,30
NO	13	5,70
<b>TOTAL</b>	<b>228</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.

**GRAFICO 11**



**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.

## INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS.

La aceptación a que la empresa solo se dedique a la edición y comercialización es favorable por cuanto el 94.30% de la población encuestada responde que sí y el 5.70% restante no está de acuerdo.

### 12. ¿En dónde le gustaría encontrar la revista?

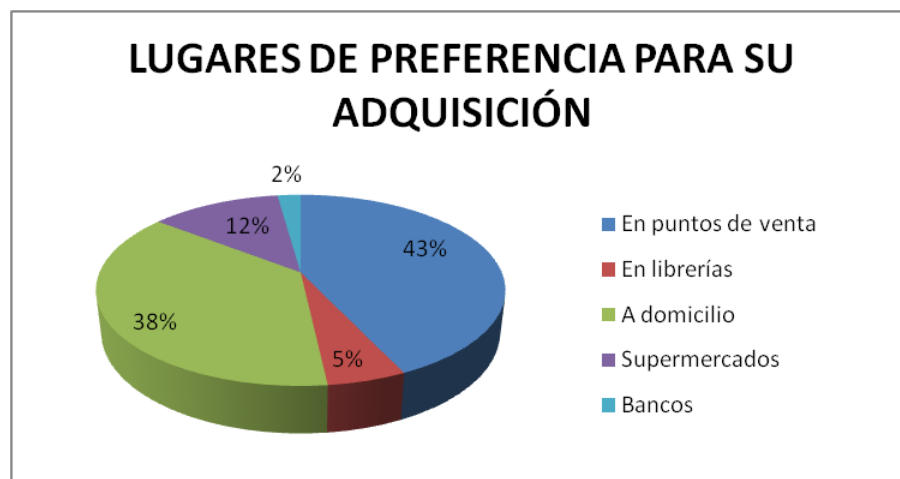
**Cuadro # 15**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En puntos de venta	98	42,98
En librerías	12	5,26
A domicilio	85	37,28
Supermercados	28	12,28
Bancos	5	2,19
<b>TOTAL</b>	<b>228</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.

**GRAFICO 12**



**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.



## INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS.

De la población de 228 encuestados, 98 con el 42.98% prefieren adquirir la revista en puntos de venta, 12 lo realizan en librerías representando el 5.26%, 85 de ellos la adquisición a domicilio es de preferencia con un porcentaje del 37.28%, 28 lo realizan en supermercados lo cual es el 11%, y 5 encuestados con el 2% lo prefieren hacer en bancos.

### 13. ¿Cuál de los siguientes medios utiliza con mayor frecuencia?

**Cuadro # 16**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	152	66,67
Radio	37	16,23
Prensa	39	17,11
<b>TOTAL</b>	<b>228</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.

**GRAFICO 13**



**Fuente:** Población de Estudio.

**Elaboración:** Los Autores.

## **INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS.**

Dentro de la preferencia de utilización de medios de comunicación de los encuestados encontramos que 152 utilizan la televisión lo que representa el 66.67%, 37 prefieren la radio con un porcentaje de 16.23%, y 39 de ellos con un 17.11% la prensa. Por lo cual se puede deducir que el medio más utilizado es la televisión en nuestra localidad.

## **g. DISCUSIÓN.**

### **g.1 ESTUDIO DE MERCADO**

El objetivo aquí es estimar las ventas; lo primero que se debe realizar es definir el producto y su cantidad que se mandara a reproducir, después se debe ver cuál es la demanda de este producto, a quien lo compra y cuanto se compra en la ciudad.

Una vez determinado, se estudiara la OFERTA, es decir, la competencia ¿De dónde obtiene el mercado ese producto ahora?, se debe hacer una estimación de cuanto se oferta. De la oferta y demanda, definirá cuanto será lo que se oferte, y a qué precio, este será el presupuesto de ventas.

Un presupuesto es una proyección a futuro.

El estudio de mercado para la empresa se lo ha realizado en la ciudad de Loja, y la población estudiada son los docentes y profesionales de las carreras de Administración de empresas y Economía así como los estudiantes universitarios de estas áreas, que entre todos ellos nos da una población de 4109 personas.

**NOTA:** De acuerdo al estudio de mercado realizado y basándonos primordialmente en la pregunta # 11 la empresa se dedicara exclusivamente a editar y comercializar la revista. Dentro de la edición

realizaremos lo referente a la maquetación y composición de publicaciones de artículos de actividades empresariales y económicas de la ciudad de Loja; por cuanto la empresa a constituirse no se encargara de la publicación de la misma (producción del tiraje), por la razón que se efectuara un convenio con una de las imprentas de más prestigio en calidad y servicio de nuestra localidad.

La razón por la cual la empresa no realizara el tiraje de producción de la revista es porque los costos para la implementación de maquinarias de imprenta son elevados.

### g.1.1 ANALISIS DE LA DEMANDA

En esta etapa se analizó la población total de nuestro mercado para la obtención de la demanda real, potencial y efectiva que se presenta en la misma.

**Población:** 4109.

**Incremento:** 0.10% (Obtenido como lo indica el cuadro # 17)

**CUADRO # 17**

<b>DATOS HISTORICOS PERIODO 2009-2010/2010-2011</b>				
N°	POBLACIÓN A ESTUDIO	CARRERAS	2009-2010	2010-2011
1	Profesores de la U.N.L	Adm. Empresas	42	36
2	Estudiantes U.N.L	Adm. Empresas	1285	1185
3	Profesores de la U.N.L	Economía	13	13
4	Estudiantes U.N.L	Economía	220	214
5	Profesores de la U.TP.L	Adm. Empresas	18	21
6	Estudiantes U.T.PL	Adm. Empresas	300	330
7	Profesores de la U.TP.L	Economía	15	20
8	Estudiantes U.T.PL	Economía	350	380
9	Profesores de la U.I.L	Adm. Empresas	14	14
10	Estudiantes U.I.L	Adm. Empresas	180	200
11	Profesores de la U.I.L	Economía	12	12
12	Estudiantes U.I.L	Economía	42	45
13	Colg. de Administradores		1235	1250
14	Colg de Economistas		240	250
	<b>TOTAL</b>		<b>3966</b>	<b>3970</b>

**Fuente:** UNL, UTPL, UID y colegios de Administradores y Economistas.

**Elaboración:** Los Autores.

$$I = D_f - D_o / D_o$$

$$I = 3970 - 3966 / 3966$$

$$I = 0.001 \times 100$$

$$I = 0.10\%$$

### **DEMANDA POTENCIAL**

La demanda potencial que presenta el proyecto es de 4109 siendo esta la población total de estudio.

### **DEMANDA REAL**

Nuestra demanda real es de 2962 obtenida de la pregunta N° 1 que son las personas que utilizan como medio de comunicación LA REVISTA.

### **DEMANDA EFECTIVA**

Nuestra empresa de acuerdo al estudio de mercado presenta una demanda efectiva de 2911 unidades de producción mensual, al año la producción sería de 34932 unidades; esta producción mensual se la establece de acuerdo al porcentaje deducido en el Cuadro #10 del análisis e interpretación de resultados.

De acuerdo a los datos obtenidos en el estudio de mercado en la pregunta 10 que se refiere a la frecuencia de adquirir la revista en un periodo mensual se deduce que será de 2413 unidades, y en el periodo de forma trimestral es de 498 unidades.

### FRECUENCIA A ADQUIRIR LA REVISTA POR AÑO

**CUADRO # 18**

<b>MENSUAL</b>	$2911 \times 82.89\% = 2413$
<b>TRIMESTRAL</b>	$2911 \times 17.11\% = 498 / 3 = 166$
<b>TOTAL</b>	<b>= 2579 mensual</b>

**Fuente:** Datos obtenidos del cuadro 13.

**Elaboración:** Los Autores.

Para obtener nuestra demanda mensual en su totalidad procedemos a dividir la demanda trimestral para tres, obteniendo 166 revistas mensuales, y a ellas se les suma la demanda mensual de 2413 unidades, dejando como demanda efectiva la cantidad de 2579 revistas mensuales y al año será de 30948 unidades.

Es por ello que el tiraje de producción anual de la revista será de 2500 unidades de revistas mensuales con lo cual se cubrirá el 96.93% de la demanda efectiva detallada anteriormente, teniendo una producción anual de 30.000 unidades de revistas.

## PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

El incremento para la realización de la proyección de la demanda se la obtuvo empleando datos históricos de la población de estudiantes, profesores y colegios de profesionales de la ciudad de Loja del año lectivo 2009-2010 y 2010-2011.

$$\begin{aligned}\text{Proyección año 2012} &= (Cf * i) + Cf \\ &= (30948 * 0.10\%) + 30948 \\ &= 30979 \text{ proyección 2012}\end{aligned}$$

**CUADRO # 19**

<b>AÑOS</b>	<b>PROYECCION</b>
2011	30948
2012	30979
2013	31010
2014	31041
2015	31072
2016	31103

**Fuente:** Datos históricos de población

**Elaboración:** Los Autores.



## **g.1.2 ANALISIS DE LA OFERTA**

Los productos similares al nuestro que se ofrecen en el mercado local son:

- ✓ GESTION
- ✓ EMPRENDEDORES
- ✓ LIDERES

### **PRODUCCIÓN MENSUAL DE LA COMPETENCIA**

- ✓ **GESTION:** Esta revista tiene un tiraje de producción de 16000 revistas mensuales, las cuales son distribuidas en todo el país según su planificación de comercialización. En nuestra ciudad se distribuye 60 unidades de la revistas.

**Tiraje anual:** 16000 x 12 meses = 192000 unidades

**Tiraje anual 2009 =** 186000 unidades.

**Tiraje anual 2010=** 192000 unidades.

**Tasa de incremento=** tiraje anual 2010 – tiraje anual 2009 / tiraje anual 2009

$$\begin{aligned} &= (192000 - 186000) / 186000 \\ &= \mathbf{0.032\% \text{ anual.}} \end{aligned}$$

- ✓ **EMPRENEDORES:** el tiraje de producción de esta revista se la realiza cada dos meses con una cantidad de 17000 revistas de las cuales se las distribuye al país de acuerdo al grado de consumo por provincia

**Tiraje anual:** 17000 x 6 bimestres = 102000 unidades

**Tiraje anual 2009 =** 98400 unidades.

**Tiraje anual 2010=** 102000 unidades.

**Tasa de incremento=** tiraje anual 2010 – tiraje anual 2009 / tiraje anual 2009

$$= (102000 - 98400) / 98000$$
$$= \mathbf{0.037 \% \text{ anual.}}$$

- ✓ **LIDERES:** Tomando en cuenta que este medio informativo empresarial y económica de nuestro país es un periódico, tiene un tiraje de producción mensual de 18000 periódicos, al igual que los demás se los distribuye según el consumo del mismo.

**Tiraje anual:** 18000 x 12 meses = 216000 unidades

**Tiraje anual 2009 =** 211200 unidades.

**Tiraje anual 2010=** 216000 unidades.

**Tasa de incremento=** tiraje anual 2010 – tiraje anual 2009 / tiraje anual 2009

$$= (216000 - 211200) / 211200$$
$$= \mathbf{0.023 \% \text{ anual.}}$$

### **g.1.3. PLAN DE COMERCIALIZACION**

#### **➤ SERVICIO (Producto)**

La empresa “**MUNDO EMPRESARIAL**” brindará servicios de edición y comercialización de una revista empresarial y económica, por lo que mensualmente existe una demanda de 2579 revistas.

La empresa se encargara específicamente a la edición del contenido mensual de la revista, promocionar empresas que se encuentran en funcionamiento como las que recién surgen a una vida empresarial, brindar temáticas que ayuden a fomentar empresas y de la misma manera a que ayuden a su crecimiento y mantenimiento de las mismas..

#### **➤ PRECIO.**

El precio de venta al público que tendrá la unidad de revista será de 4.50\$ dólares, pero como la empresa realizara la venta a intermediarios el precio que tendrá para los mismos será de 4.20\$, el cual ha sido asignado en base al respectivo estudio económico.

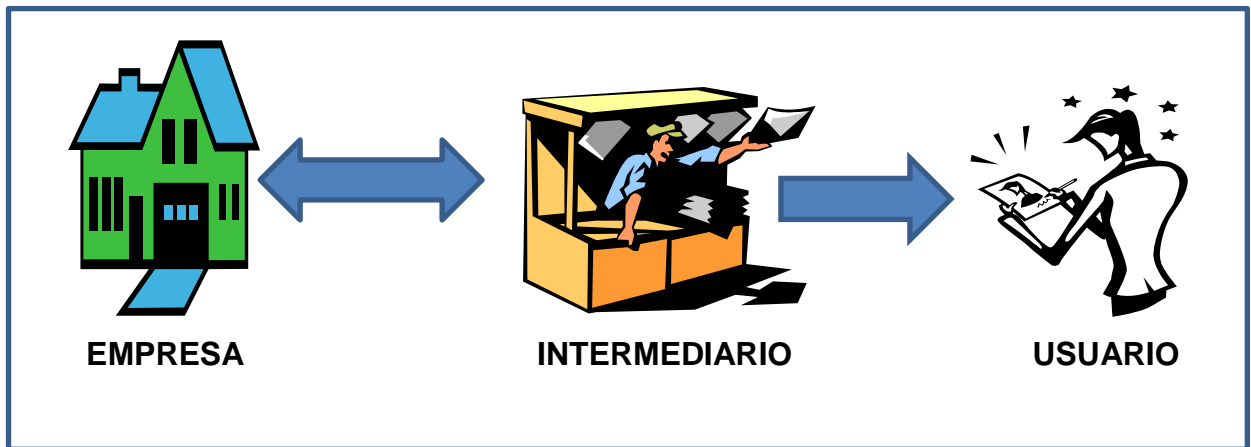
#### **➤ PLAZA**

Nuestro mercado es la población universitaria y empresarial lojana siendo esta de 2911 personas, las cuales manifiestan una gran necesidad de tener la revista, debido a que nuestra localidad no se da la presencia de una empresa que ofrezca este servicio, por lo cual se denota un gran mercado para abarcarlo.

## COMERCIALIZACIÓN

La comercialización se la hará de manera indirecta, por lo que nuestro producto se lo venderá a los intermediarios vendedores de revistas en nuestra localidad.

## CANAL DE DISTRIBUCIÓN



## ➤ **PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD**

La promoción y publicidad que se brindara es:

### **PROMOCIONES:**

#### **Personas que adquieren la revista:**

- Por la compra de una revista en su lanzamiento se entregara un fascículo empresarial.
- Trimestralmente se obsequiara un esfero con el nombre de la empresa.
- Al finalizar el año se regalara un calendario del año venidero.

La persona que estará encargada de que las promociones se lleven a cabo será el jefe de ventas y marketing.

El presupuesto para los gastos que conllevara realizar las promociones será determinado por el gerente de la empresa.

- Empresa o persona que adquieran publicidad por un periodo semestral se le otorgara un mes de publicidad gratis igual al tamaño contratado.

**Responsable:** Jefe de ventas

**Financiamiento:** Venta de Publicidad

- Empresa que mantengan la publicidad por un periodo anual se le destinara dos páginas de la revistas para hacer conocer los detalles de la misma. Esto se lo realizara una vez haya culminado el año de contrato y se lo realizara una solo vez.

**Responsable:** Jefe de ventas y los departamento de redacción y edición

**Financiamiento:** Venta de Publicidad

## **PUBLICIDAD:**

La publicidad de la empresa se la realizará en la televisión en el canal ECOTEL TV, los horarios serán 7am-8am y 7pm-8pm, los mismos serán emitidos una vez por hora ya que estos horarios son los más concurridos por parte del usuario, otro medio del que se dará la publicidad será las radio la HECHICERA y SOCIEDAD, en los horarios de 9am-11am y 3pm-5pm y serán repetidos en una frecuencia de una vez por cada hora.

## **CUÑA RADIAL Y TELEVISIVA**

- Porque en Loja lo que no se sabe ya es cuento.....mundo empresarial la revista de todos y para todos.....las mejores temáticas empresariales y económicas junto a los mejores empresarios se publican en “REVISTA MUNDO EMPRESARIAL”...adquiérela en tu punto de venta preferida.....se parte de la nueva generación de empresarios efectivos.....edición mensual.

## **g.2. ESTUDIO TECNICO**

### **g.2.1. LOCALIZACION**

#### **MACRO**

La ciudad de Loja fue fundada por el capitán Alonso de Mercadillo el año 1548 en el valle de los ríos Zamora y Malacatos. No se ha encontrado el acta de fundación de la ciudad, pero como ella está consagrada a la Inmaculada Concepción se deduce que pudo ser el 8 de diciembre de ese año. Respecto a su situación geográfica, escribe el ilustre lojano Pío Jaramillo Alvarado: "Está situada en una privilegiada posición geográfica e histórica como el lugar desde donde irradiaban hacia las gobernaciones de Oriente y a la extensión de su provincia hasta Túmbez, Macará y Jubones, las actividades que hicieron de ella el centro administrativo".

La Provincia de Loja, ubicada entre las latitudes Sur: 03°19'49" y 04°45'00", constituye la provincia más austral del Ecuador. Tiene una superficie aproximada de 10.790 km<sup>2</sup>equivalente al 4% de la superficie del país. El 45% del territorio lojano es de topografía accidentada conformada por rocas, peñones y terrenos muchas veces de difícil acceso. A pesar de presentarse alturas de hasta 4.107 m, no existen nevados. La línea divisoria continental separa la capital del resto de la provincia drenando sus alrededores hacia el Amazonas.

La temperatura media anual en la región de estudio fluctúa entre 13°C en Saraguro, por el Norte, y 24°C en Macará en el extremo austral. Aunque la precipitación media anual de la provincia es de 950 mm, las variaciones a lo largo y ancho fluctúan entre un 40 y 250%. Como consecuencia de la gran variedad de temperaturas, de los diversos niveles de pluviosidad y de sus características orográficas.

La economía de la provincia de Loja es la doceava del país, experimentó un crecimiento promedio del 3.67% entre 2002 y 2007. Crecimiento que se ubicó por debajo del promedio nacional de 4.3% durante el mismo periodo.<sup>3</sup> La inflación al consumidor de enero de 2009 estuvo situada alrededor del 0.60% en la ciudad de Loja, por debajo de la media nacional de 8.83, según el INEC.<sup>4</sup>

Loja es la ciudad con mayor influencia sobre el PIB de la provincia homónima, de acuerdo con al estudio, efectuado por el Banco Central del Ecuador, en el 2007 la economía Lojana generó un PIB de 412.464 miles de dólares, lo que represento alrededor de 1,9 de la economía nacional.

"La población económicamente activa del cantón Loja, según el Censo del 2001, está dedicada mayoritariamente a la agricultura y ganadería (19%), seguida del comercio (17%) y por el grupo humano que está dedicado a la enseñanza (17%), el resto del porcentaje (30%) de la PEA está ubicado en actividades tales como construcción, administración pública, industrias manufactureras y transporte y comunicaciones".

La Provincia de Loja es la séptima mayor contribuyente al fisco según recaudación de impuesto a la renta con 8.637 miles de dólares para las arcas



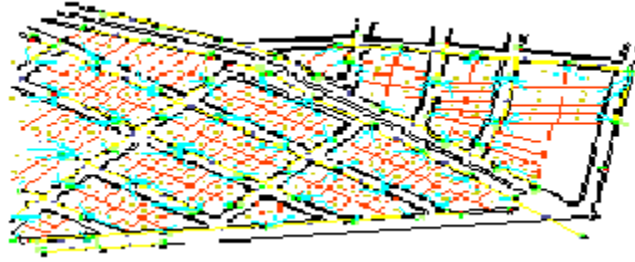
del estado, además es considerada la novena más dinámica según el número de tarjetahabientes con 16.657 miles de dólares consumidos a través de las tarjetas de crédito.

La empresa “MUNDO EMPRESARIAL” para vender su producto tendrá como alcance la ciudad de Loja.



## MICRO

La empresa “Mundo Empresarial”, se ubicará en el cantón Loja, parroquia El Sagrario, centro calles Sucre 11-89 entre Mercadillo y Azuay.



La ubicación de la empresa está dada en este sector ya que cuenta con las condiciones necesarias para realizar las actividades de una forma adecuada, previsto el mismo con los servicios básicos, agua, luz y teléfono; la accesibilidad para el mismo es óptima, esta adecuado con vías de primer orden, pavimentadas con señalización.

### **g.2.2. TAMAÑO DE LA PLANTA**

El tamaño de la planta esta relaciona con la capacidad de producción de la empresa contratada para la realización de la impresión de la revista y la misma tiene una capacidad de 10000 impresiones semanales lo cual cubre nuestra demanda.

## g.2.3. INGENIERIA DEL PROYECTO

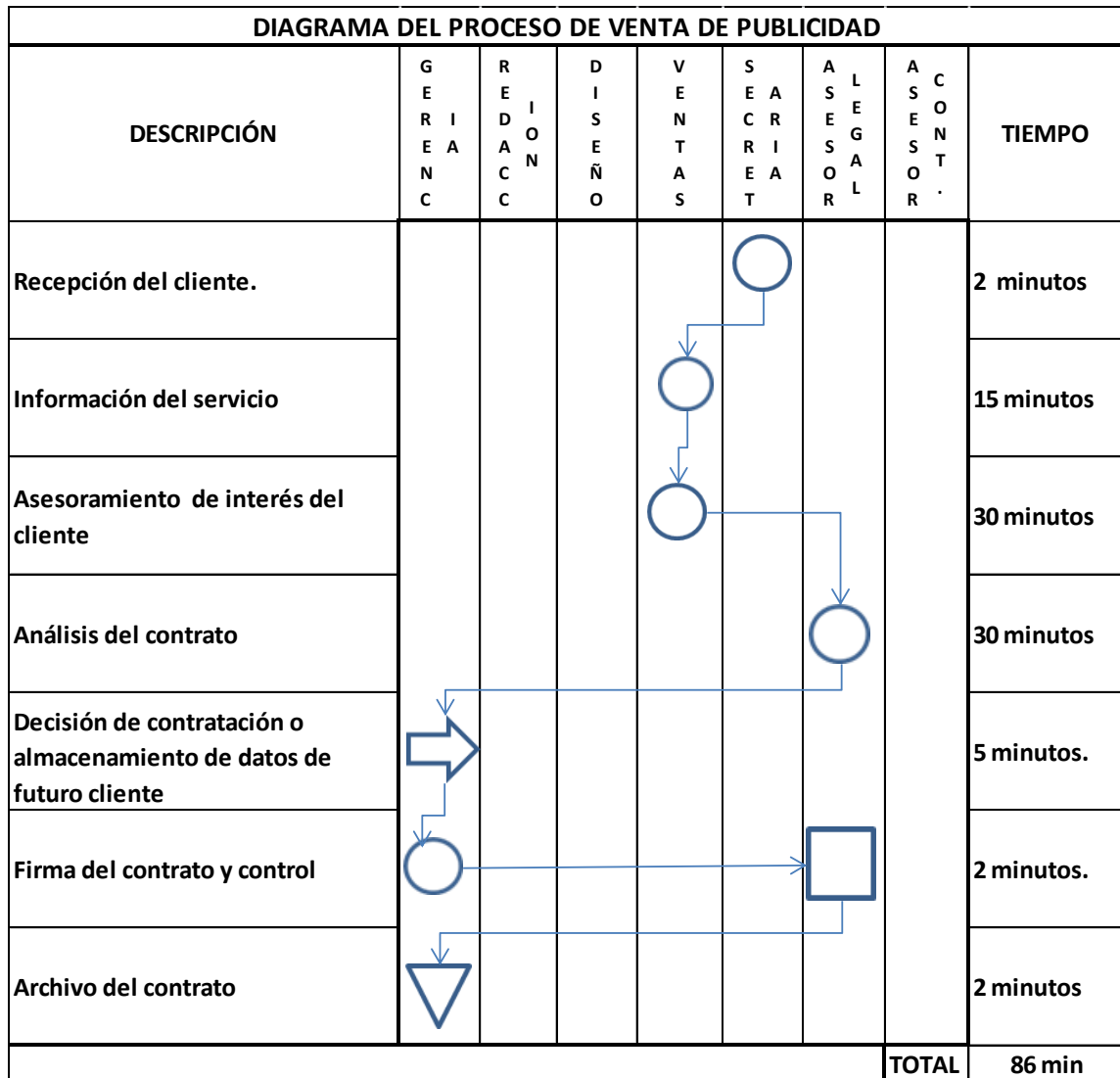
### g.2.3.1. DIAGRAMAS DEL PROCESO DE OPERACIONES

#### Proceso # 1

DIAGRAMA DEL PROCESO DE RECOLECCIÓN Y ALMACENAMIENTO DE LA INFORMACIÓN								
DESCRIPCIÓN	G E R E A N C	R E D A C C	D I S E Ñ O	V E N T A S	S E A C R I E A T	A S E G U R O	A C S O N T O	TIEMPO
Elección de temáticas.	○	○						20 minutos
Diseño de cuestionario para entrevista.		○						40 minutos
Transporte a lugar de recolección de información.		➔						60 minutos
Recolección de información		○						100 minutos
Retorno a la empresa		➔						20 minutos
Análisis y control de información		◻						180 minutos
Almacenamiento de la información		▽						60 minutos
							TOTAL	480 min

**DESCRIPCION:** El proceso 1 es correspondiente a la recolección de la información en el día, donde se describe detalladamente desde el momento que se selecciona las temáticas de investigación hasta el momento que se retorna a la empresa

## Proceso # 2



**DESCRIPCIÓN:** El proceso 2 corresponde a la venta de los espacios publicitarios, aquí se describe desde que el cliente ingresa a las instalaciones de la empresa, el asesoramiento que recibe sobre la venta de los espacios publicitarios, explicaciones específicas que desee en algún tema de su interés, se analiza conjuntamente con el contrato que se debe realizar para adquirir el servicio, prosiguiendo con la firma y la archivación del mismo.

### Proceso # 3

DIAGRAMA DEL PROCESO DE DISEÑO DE PUBLICIDAD								
DESCRIPCIÓN	G E R I A N C	R E D A C C I O N	D I S E Ñ O	V E N T A S	S E A C R I E A T	A L E G S O L	A C O N T O	TIEMPO
Elección sobre el enfoque de la publicidad.			○					20 minutos
Presentación de alternativas.			○					20 minutos
Elección del enfoque a presentar	○		○					10 minutos
Diseño de la publicidad.			○					240 minutos
Presentación del diseño al cliente y control	□							20 minutos.
Almacenamiento de la publicidad			▽					2 minutos.
							<b>TOTAL</b>	<b>307 min</b>

**DESCRIPCIÓN:** el proceso 3 corresponde a la venta de publicidad este proceso consta desde que el cliente ingresa a nuestras oficinas, se le presenta las alternativas para su publicidad, en el mismo se lleva a cabo la firma del contrato de contratación de la publicidad se le realiza el diseño se lo presenta al cliente y se lo almacena para su incorporación en la revista.

### Proceso # 4

DIAGRAMA DEL PROCESO DE EDICION DE LA REVISTA								
DESCRIPCIÓN	G E R E A N C	R E D A C C	D I S E Ñ O	V E N T A S	S E A C R I E A	A S E S O R	A S E S O R	TIEMPO
Ubicación de archivos.		○						5 minutos
Diseño de los artículos.		○						140 minutos
Transportación de los artículos al diseñador gráfico.		→						10 minutos
Diseño de la revista.			○					2400 minutos
Presentación de la revista y verificación de la información		□	○					480 minutos
Corrección de errores en la revista.			○					480 minutos
Presentación y control final de la revista	□	□	○					240 minutos
Almacenamiento de la revista			▽					10 minutos
							<b>TOTAL</b>	<b>3765 min</b>

**DESCRIPCION:** El proceso número cuatro corresponde a la edición de la revista por parte de nuestro equipo de diseño gráfico se empieza con el diseño de los artículos por parte de nuestros reporteros, luego se procede a entregar los mismos a diseño para que realicen la edición de la revista, los diseñadores realizan la presentación de la revista a todos los redactores y directivos para que se proceda a la verificación de errores, se realiza la corrección de los mismo y se procede a la presentación final la misma que es solo a los directivos y se la almacena en magnéticos.

Proceso # 5

DIAGRAMA DEL PROCESO DE IMPRESIÓN DEL TIRAJE DE LA REVISTA								
DESCRIPCIÓN	G E R E A N C	R E D A C C I O N	D I S E Ñ O	V E N T A S	S E A C R I E A T	A L E G A L S O L	A C O N T O R	TIEMPO
Ubicación de archivo.			○					10 minutos
Transporte de la información a la imprenta con la que se estableció el convenio de impresión.			→					20 minutos
Entrega de la revista a ser impresa			○					20 minutos
Espera de entrega del tiraje de revistas			D					1440 minutos
Recepción y control de la revista			□					120 minutos
Transporte de la revista de la imprenta a la editora			→					20 minutos.
Almacenamiento de la revista en la editora				▽				10 minutos
							<b>TOTAL</b>	<b>1640 min</b>

**DESCRIPCION:** el proceso número cinco correspondiente a la impresión de la revista comienza con la ubicación del archivo para luego trasladar la información hacia la imprenta, se entrega el archivo para que se dé su impresión se concede un plazo para que realicen el proceso de tiraje, recibimos la revista y controlamos que esté de acuerdo a la diseñado y la trasportamos hacia la empresa para su almacenamiento en bodega.

Proceso # 6

DIAGRAMA DEL PROCESO DE DISTRIBUCION DE LA REVISTA								
DESCRIPCIÓN	G E R E A N C	R E D A C C I O N	D I S E Ñ O	V E N T A S	S E A C R I E A T	A L E G S O L	A S E N T O R	TIEMPO
Diseño de hoja de ruta de distribución según listado de pedidos por parte de vendedores.				○				60 minutos
Carga de revista para su transporte				○				20 minutos
Transportación hacia los vendedores				→				60 minutos
Entrega de las revistas a los vendedores				○				60 minutos
Rerorno a la empresa				→				30 minutos
							<b>TOTAL</b>	<b>230</b>

**DESCRIPCION:** el proceso número 6 es correspondiente a la comercialización del producto aquí se inicia con el diseño de la hoja de ruta por parte del equipo de ventas, se realiza la carga del producto en el vehículo de transporte y se procede a trasladar hacia los clientes y se entrega el producto a cada uno de ellos.



## **CAPACIDAD UTILIZADA**

La capacidad utilizada de la empresa será de 2500 revistas mensuales puestas en circulación en el mercado local, cumpliendo así un tiraje de producción anual utilizada de 30.000 unidades de revistas

### **g.2.3.2. DISTRIBUCION DE LA PLANTA**

Para determinar el tamaño del proyecto hemos analizado aspectos fundamentales como la demanda y oferta, capacidad a instalar y capacidad a utilizar los cuales nos ha facilitado un tamaño óptimo.

El proceso de la producción requiere de un local que cuente con todos los requerimientos necesarios para brindar un excelente servicio.

### g.2.3.2 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



### g.2.3.3. REQUERIMIENTOS.

Los equipos que se requieren para la implementación de la empresa “MUNDO EMPRESARIAL” son los siguientes:

- 2 Computador Mac exclusiva de diseño
- 2 Computadoras clones
- 2 Grabadoras digitales Sony
- 2 Cámaras de fotos Profesionales
- 1 Software de diseño marca Indesign CS5
- 4 ups de energía

### g.2.3.4. PROVEDORES.

Nuestros proveedores de los equipos serán las empresas “Master PC”, “latina import” y “Audio Centro” que están ubicadas en la ciudad de: Loja, de los cuales hemos obtenido los siguientes precios de los diferentes equipos necesarios para la empresa.

**CUADRO # 25**

EQUIPOS E INSTRUMENTOS	iSTORE		EMPRESA 2		Master PC	
	V.U	V.T	V.U	V.T	V.U	V.T
2 Computador Mac exclusiva de diseño	2774,24	5548				
2 Computadoras clones			1115	5575	1102	5510
2 Grabadoras digitales Sony			110	220	100	200
2 Cámaras de fotos Profesionales			1250	2500	1200	2400
<b>TOTAL</b>	<b>2774,24</b>	<b>5548</b>	<b>2475</b>	<b>8295</b>	<b>2402</b>	<b>8110</b>

**Fuente:** Empresas locales.

**Elaboración:** Los Autores.

La compra de los equipos cubre el transporte y seguros hacia la empresa, la instalación se la dará por parte del personal que va a manejar los mismos; además en nuestro medio se da la existencia de repuestos para los equipos a nivel local como nacional y la reparación se la puede hacer en nuestra ciudad, además la empresa proveedora brinda una garantía de 3 años en equipos y 1 en accesorios.

El ambiente necesario para el buen funcionamiento debe cumplir con las siguientes condiciones;

- ❖ El lugar debe ser lo menos ruidoso.
- ❖ No debe presentar humedad
- ❖ La temperatura no debe exceder los 28<sup>o</sup> centígrados
- ❖ El área de los equipos de trabajo debe estar optimo
- ❖ No debe existir variaciones de voltaje.

#### **g.2.3.5. MANO DE OBRA NECESARIA**

La mano de obra necesaria que se requiere para el manejo de los equipos son: 2 diseñadores gráficos y publicidad profesional, 2 personas experimentadas en comunicación social, además se necesita una secretaria-contadora, asesor jurídico que se encargue de las acciones legales y un contador, de la misma manera un conserje encargado de la limpieza de las oficinas de la empresa.

### **g.2.3.6. CONSUMO DE ENERGÍA ELECTRICA**

Los equipos tanto para el área de diseño como del equipo de redacción son de voltaje eléctrico de uso común que es 110v, en caso de que la maquinaria este en uso y por fallas eléctricas a nivel del flujo se necesita un almacenador eléctrico y un generador de energía.

### **g.2.3.7. MUEBLES Y ENSERES.**

La empresa Mundo Empresarial utilizara lo siguientes:

- 2 escritorios para el área de diseño.
- 2 escritorios para el área de redacción.
- 1 escritorio para el área de ventas.
- 2 escritorios para el área administrativa
- 1 mesa 6 silla para la sala de juntas
- 7 sillas giratorias
- 10 sillas personales para realizar contratos
- 1 juego de muebles para la sala de espera
- 1 librero
- 7 archivadores
- 4 dispensadores de agua
- 4 mueble para el dispensador de agua
- 3 computadores para el área administrativa y de ventas.
- 7 teléfonos.

### **g.2.3.8. UTILES DE OFICINA.**

- 3 resmas de papel bon.
- 1 caja de Lápices.
- 1 caja de Esferográficos
- 1 caja de Marcadores de pizarra
- 7 cajas de Clips.
- 7 memorias (flash memory).
- 1 ciento de Carpetas de cartón.
- 3 cuadernos de apuntes
- 4 Perforadora
- 4 Grapadoras

### **g.3 ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO**

#### **g.3.1. ESTUDIO LEGAL.**

Para la organización jurídica se ha previsto la implementación de una compañía de responsabilidad limitada, de acuerdo al Art. 92, la cual se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva.

Se llama de responsabilidad limitada por cuanto nace de la necesidad de dirigir una determinada organización jurídica adecuada a la pequeña y mediana empresa, así como también por las ventajas que presenta en relación a otro tipo de compañías.

Según el Art. 2 de la resolución de la Superintendencia de compañías, el monto mínimo de capital suscrito para esta clase de compañías es de \$400.00 dólares.

La finalidad de la compañía de Responsabilidad Limitada podrá ser la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la Ley

## CONSTITUCION

La escritura pública de formación de la compañía de Responsabilidad Limitada será aprobada por la superintendencia de compañías el que ordenará la información, el extracto de la escritura, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil. La escritura de constitución deberá contener los siguientes datos:

1. Nombres, Apellidos y estado civil de los socios, si fueran personas naturales o la denominación objetiva o razón social; si fueran personas jurídicas y ambos casos la nacionalidad y el domicilio.
2. La denominación objetiva o la razón social de la compañía.
3. El objeto social, debidamente concretado.
4. La duración de la compañía.
5. El domicilio de la compañía.
6. El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas.
7. La indicación de las participaciones que cada socio suscriba.
8. La forma en que se organizara la administración y la fiscalización de la compañía y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal.
9. La forma de deliberar y tomar resoluciones en la Junta General y el modo de convocatoria y el punto de constituirla; y,
10. Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establece siempre que no opongan a los dispuesto en la Ley



## **CONSTITUCION LEGAL DE LA EMPRESA**

En la ciudad de Loja, provincia de Loja, República del Ecuador a los 04 días del mes de Septiembre del 2010 se reúnen las siguientes personas:

### **NÓMINA DE SOCIOS**

<b>NOMBRES</b>	<b>ESTADO CIVIL</b>	<b>Nro. CEDULA</b>
✓ Willam Stalin Camacho Puglla	Soltero.	110377542.3
✓ Dalsao Rolando Rivera Gutiérrez	Soltero.	110407884-3

Capaces según derecho para contratar, domiciliados todos en la ciudad de Loja, mayores de edad y sin impedimento para asociarse, de nacionalidad Ecuatoriana.

El fin primordial de esta reunión es poder constituirse en una microempresa Editora y Comercializadora de Revista Empresarial y Económica, esta empresa se someterá al ordenamiento jurídico, los principios constitucionales, las leyes de la República y los Reglamentos, asumiendo el compromiso para el procedimiento legal de Constitución.

Los factores de Edición, Comercialización y Administración se determinan en un proyecto de estatutos que se elaborará para que se asigne derechos, obligaciones, responsabilidades y prohibiciones a todos sus integrantes.

El Capital inicial con que cuenta la empresa es de quinientos dólares (\$600,00) de los Estados Unidos de América, dividido en 2 acciones c/u de trescientos dólares (\$ 300.00) y que las suscriben todos los socios como aporte social de la empresa.

Con estas antecedentes se ha determinado nombrar como razón social de la empresa “MUNDO EMPRESARIAL CIA LTDA.

Nos sujetamos a las normas legales del Código de Comercio, Código de Trabajo, Ley de Compañías, Ley de Régimen Tributario – Impuesto a la Renta, Ley de Defensa del consumidor y el Código Civil. Como norma supletoria.

Como socios de la empresa “MUNDO EMPRESARIAL CIA. LTDA.” asumimos el compromiso de establecer y determinar las juntas generales y extraordinarias de la empresa.

El presente documento ha sido aprobado por una unanimidad y se lo ha gratificado con las firmas de los 2 socios. El procedimiento para su legalización deberá realizárselo de acuerdo a lo que determina la ley y ante la autoridad competente. El Contrato Social se incluirá como documento habilitante para los efectos jurídicos consiguientes.

Los procedimientos de constitución de la empresa se registran con los requisitos y exigencias formales y dentro de los términos perentorios. El presente documento ha sido elaborado bajo principios de solidaridad, equidad y legalidad.

Este documento es determinante para el objetivo y finalidad social de la empresa. Es dado y firmado en la ciudad de Loja a los 04 días del mes de Septiembre del dos mil Diez en el Juzgado Primero de la ciudad de Loja.

## **INDICACIÓN DE LAS PARTICIPACIONES**

La empresa “MUNDO EMPRESARIAL” constituida legalmente inicia sus operaciones con la participación directa de los siguientes ciudadanos:

- |                                   |          |             |
|-----------------------------------|----------|-------------|
| ✓ Willam Stalin Camacho Puglla    | Soltero. | 110377542.3 |
| ✓ Dalsao Rolando Rivera Gutiérrez | Soltero. | 110407884-3 |

## **FORMA DE ORGANIZAR Y FISCALIZAR**

La empresa “MUNDO EMPRESARIAL” de la ciudad de Loja la predecirá la Junta General de Accionistas los cuales por su autoridad y orden jerárquico se encargará de nombrar en base a su capacidad y destreza a un Gerente, el cual a su vez autorizará la toma de decisiones, determinación de departamentos y responsabilidades, fijación de leyes y reglamentos, elección de asesores Financieros y Legales y demás miembros operativos de la Empresa; los cuales se encargarán de producir y administrar bien los Recursos de la Organización.

## **FORMA DE TOMA DE DECISIONES.**

La microempresa "MUNDO EMPRESARIAL" en conformidad de todos sus integrantes y bajo mutuo acuerdo toma las siguientes resoluciones:

### **REUNIONES DE ORGANIZACIÓN**

Las reuniones se realizarán una vez al mes.

### **DÍA Y HORA DE REUNIÓN**

El día de las reuniones será el último día VIERNES de cada mes a las 18H00.

### **LUGAR DE REUNIÓN**

Las reuniones serán en la Gerencia de la entidad.

### **NOTA**

En caso de ser necesario llamar a reunión urgente esta se llevara a cabo cuando la emergencia lo amerite.

- ✓ Las reuniones serán convocados a todo el personal de la empresa, dando inicio a las 18H00 y se ejecutaran tomando en cuenta la mayoría.
- ✓ Todas las decisiones y resoluciones tomadas por la organización, quedarán certificadas por escrito para cumplimiento eficaz de las mismas.

## **ESPECIFICACIONES ESPECIALES**

- La conformación de la empresa ha sido bajo común acuerdo de todos sus integrantes.
- La inversión y utilidades serán determinadas y repartidas de forma equitativa.
- Todos los integrantes de la organización se comprometen a trabajar arduamente por la empresa y a someterse a las debidas sanciones por el incumplimiento de leyes o reglamentos.
- La microempresa trabajará por el Beneficio Empresarial tomando en cuenta el Beneficio Social.

## **SOLICITUD DE APROBACION**

La aprobación de la escritura de constitución de la compañía será pedida al Superintendente de Compañías por los administradores o gerentes o por la persona en ella designada.

Se la deberá realizar dentro de los treinta días de suscripción de la escritura, la harán cualquiera de los socios a costa del responsable de la omisión.

## **Objeto social o Razón Social**

### **Razón social de la empresa**

La empresa constituida llevará como nombre “MUNDO EMPRESARIAL” Cía. Ltda.

### **Objeto social**

El objeto social de la empresa es la de realizar LA PRODUCCION de una revista de índole Económico y Empresarial el cual será un producto de calidad.

### **Plazo y duración**

La duración o vida útil de la empresa será de 5 años a partir de la fecha de suscripción de la misma en el registro mercantil.

### **Domicilio**

Su domicilio principal será la provincia de Loja cantón Loja parroquia El Sagrario, centro calles Sucre 11-89 entre Mercadillo y Azuay.

## **g.3.2. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.**

### **g.3.2.1. Estructura Administrativa**

#### **Niveles Jerárquicos**

Las empresas constituyen sistemas integrados en los que la organización administrativa permite su ordenamiento mediante los niveles jerárquicos, que determinan las funciones y responsabilidades asignadas al personal que trabaja en ella, con el fin de lograr metas y objetivos.

Los niveles administrativos que existen en las empresas por lo general son los siguientes:

#### **Nivel legislativo:**

La función básica de este nivel es la de legislar sobre las políticas que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar reglamentos, resoluciones, etc., y decidir sobre los aspectos de mayor importancia.

En el caso de la presente, este nivel lo constituye la Junta General de Socios.

**Nivel ejecutivo:**

En este nivel se toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas, ejerciendo la autoridad para garantizar su fiel cumplimiento.

Planea, orienta y dirige la administración de la empresa, e interpreta planes, programas y más directivas técnicas y administrativas de alto nivel y trasmite a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución. En la empresa, el nivel directivo está conformado por el Gerente o Administrador.

**Nivel asesor:**

El nivel asesor aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica y más áreas afines que tengan que ver con la entidad a la cual están asesorando.

Este nivel no tiene autoridad de mando, sino autoridad funcional, por lo tanto, no toma decisiones, no ordena, pues para transformarlos en ordenes, requieren necesariamente la decisión de un jefe con mando directivo.

**Nivel auxiliar:**

Este nivel sirve como una ayuda o apoyo a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia. El grado de autoridad es



mínimo, y su responsabilidad se limita a cumplir órdenes de los niveles ejecutivo y operacional o ejecutar actividades administrativas de rutina.

Está constituido por la secretaría y conserjería.

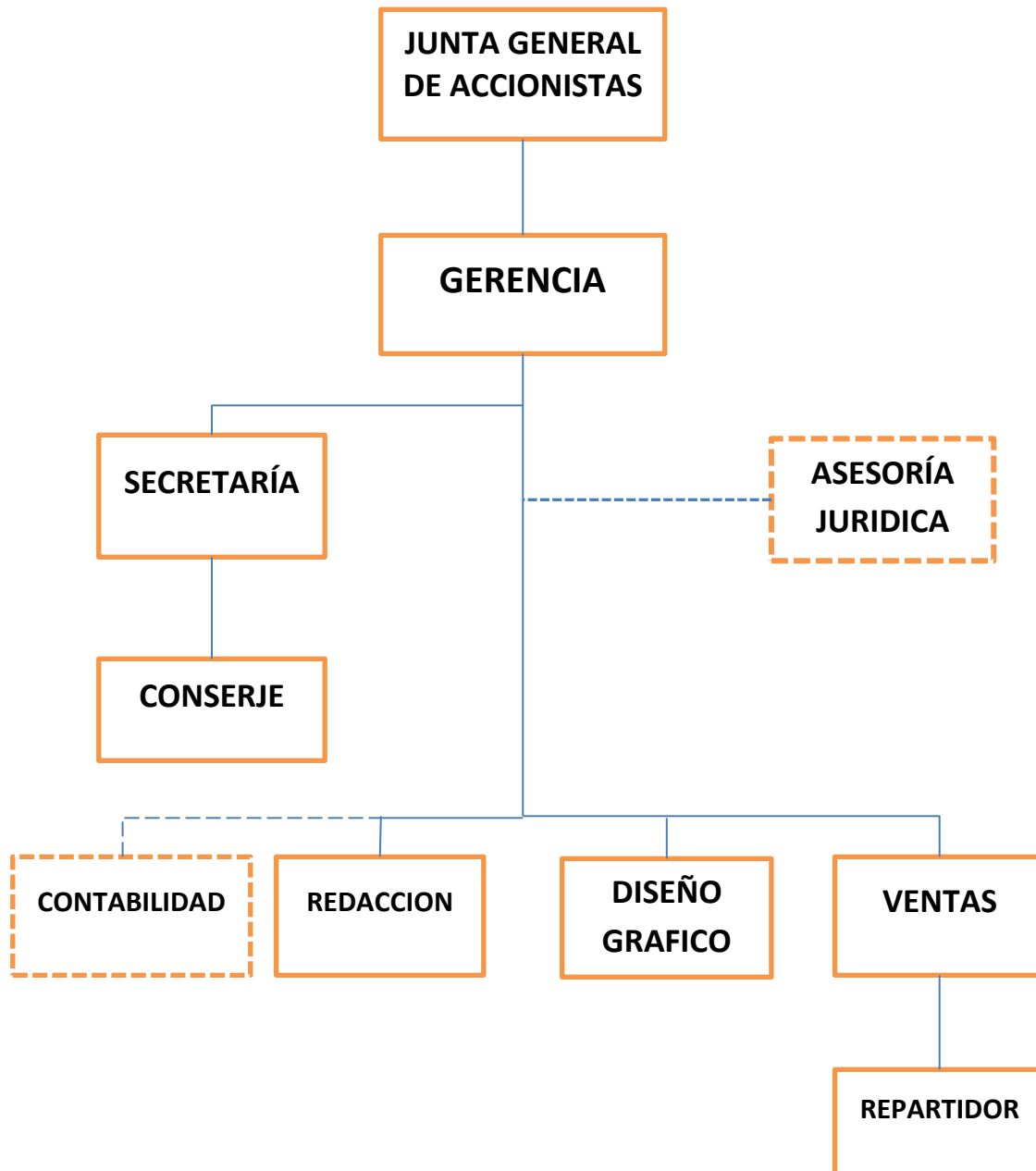
### **Nivel operativo:**

Este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la empresa. Es el ejecutor material de las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo.

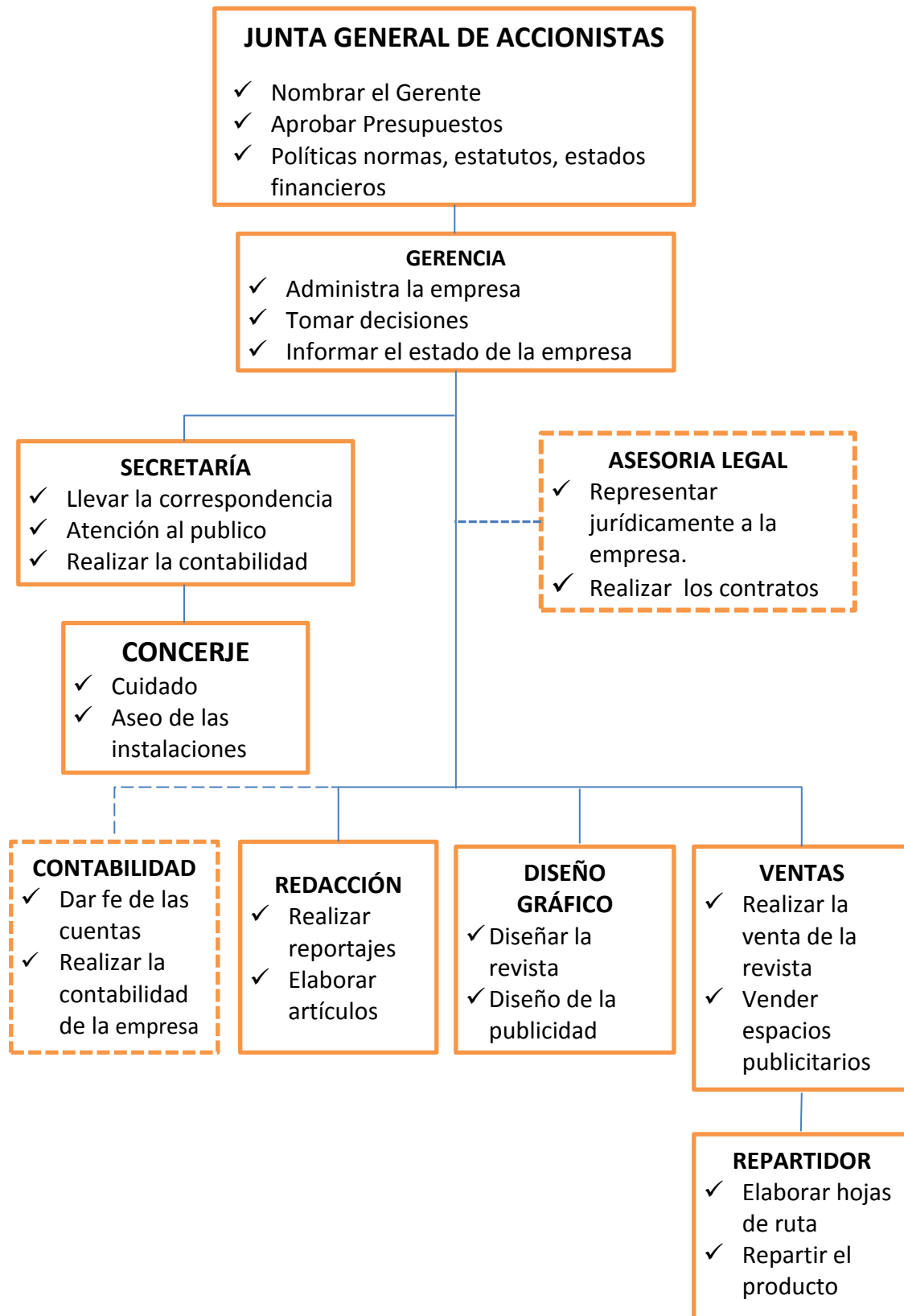
En la empresa estará conformado por el Ing. Ventas y Mercadeo, los Ingenieros de Diseño y Publicidad, los Licenciados en Comunicación Social y el Auxiliar de Ventas.

### g.3.2.2 ORGANIGRAMAS

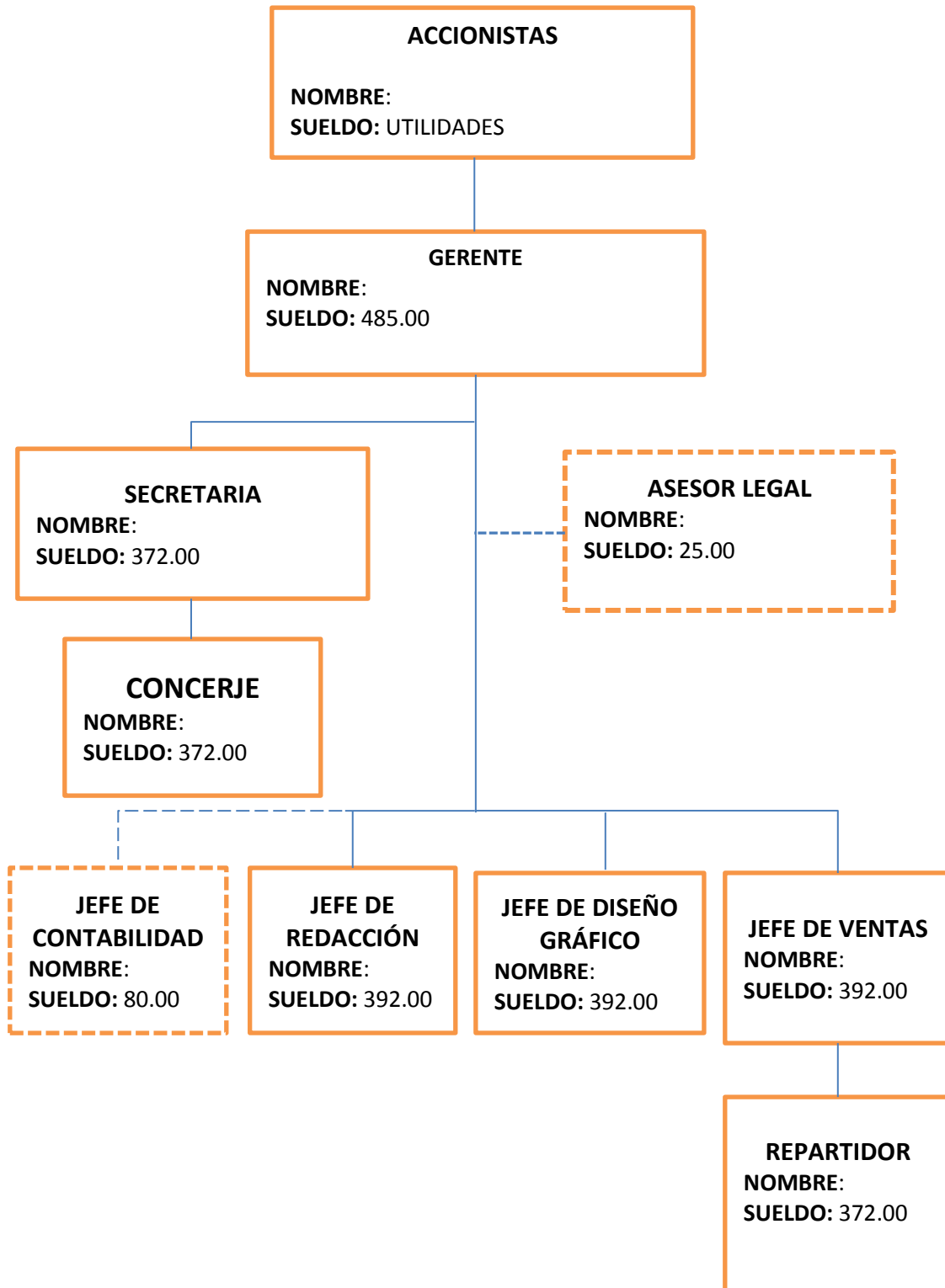
#### ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



## ORGANIGRAMA FUNCIONAL




**ORGANIGRAMA POSICIONAL.**



### g.3.2.3. MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL DE LA EMPRESA

#### “MUNDO EMPRESARIAL”

Tiene por objeto determinar la estructura administrativa. La organización y funciones de la empresa “MUNDO EMPRESARIAL”, determina las actividades y relaciones de las diferentes unidades administrativas que lo integran, así como las responsabilidades de sus funcionarios y empleados.

	<p>“MUNDO EMPRESARIAL” Cía. Ltda.</p>	<p>: <b>Manual de organización</b></p>
<p>FECHA</p>		
<p><b>DESCRIPCION DE PUESTO</b></p>		
<p><b>IDENTIFICACION Y RELACIONES.</b></p> <p><b>a.- identificación.-</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Nombre del puesto:</b> Administrador.</li> <li>2. <b>Número de plazas:</b> 1</li> <li>3. <b>Clave o código:</b> 001</li> <li>4. <b>Ubicación:</b> ÁREA ADMINSTRATIVA</li> <li>5. <b>Contrataciones:</b> directa. temporal, a prueba, indefinido etc.</li> </ol> <p><b>b.- relaciones.-</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>6. Jefe inmediato: junta de accionistas.</li> <li>7. Subordinados: demás empleados de la empresa</li> </ol>		

**c.- propósito del puesto.-**

Realizar la administración de la empresa.

**d.- funciones generales:**

- Planificar organizar, coordinar y controlar las actividades que se realicen en la empresa
- Responder ante los socios por los efectos que se realice o dejen de hacer y que fuera de su incumbencia.
- Supervisar y controlar la buena marcha de la empresa.
- Tramitar órdenes, controles, cheques y más documentos, aprobando, autorizando y firmando para lograr el correcto desenvolvimiento.
- Revisar procedimientos de trabajo de las dependencias.
- Representar a la empresa programas y más actividades de trabajo que vayan encaminados para el progreso de la empresa.
- Solicitar se dicten cursos de capacitación para el personal.

**e.- responsabilidad.-**

- **Equipos.-**.....
- **Monto de dinero.-** Capitales para invertir.- solo tiene la potestad de hacer compras de equipos necesarios para el buen funcionamiento de la empresa de hasta 1000 dólares para montos mayores necesita tener la autorización de la junta general de socios.
- **Personas.-** Secretaria, equipo de diseño gráfico y publicidad, equipo de redacción, conserje.

**f.- comunicación.-** Tiene una comunicación descendente con sus subordinados.

**g.- especificaciones del puesto.-**

- **Conocimientos.-** Administración de empresas.
- **Experiencia.-** 4 años
- **Iniciativas.** Liderazgo,
- **Personalidad.** Buena presencia que brinde confianza, líder y emprendedor

**Realizado por: Willam Camacho  
Y Dalsao Rivera.**

REVISADO: William Camacho  
Y Dalsao Rivera

APROBADO: Willam Camacho Y Dalsao Rivera



“MUNDO  
EMPRESARIAL”  
Cía. Ltda.

FECHA:

# Manual de Organización

## DESCRIPCION DE PUESTO

### IDENTIFICACION Y RELACIONES.

#### a.- identificación.-

8. **Nombre del puesto:** SECRETARIA-CONTADORA.
9. **Número de plazas:** 1
10. **Clave o código:** 002
11. **Ubicación:** ÁREA ADMINISTRATIVA
12. **Tipo de contratación:** directa, temporal, a prueba, indefinido etc.

#### b.- relaciones.-

13. Jefe inmediato: Administrador.
14. Subordinados: conserje.

#### c.- propósito del puesto.-

Colaborar al Administrador.

#### d.- funciones generales:

- Dar fe de los actos del administrador.
- Atender el archivo general
- Cuidar del oportuno trámite de los asuntos que debe conocer el administrador así como el de desgasto diario de todos los asuntos que le competen a su función.
- Convocar a sesiones a pedido del administrador.
- Llevar un archivo de actas, la misma que se encargará de redactar después de cada sesión.
- Redactar y mecanografiar comunicaciones de acuerdo a las instrucciones del

administrador así como aquellos que correspondan al trámite diario.

- Atender al público que necesite información y concertar entrevistas con el administrador.
- Recibir toda clase de documentos que ingresen a la empresa.
- Elaborar informes semanales de las actividades cumplidas por el administrador.
- Llevar la contabilidad de la empresa.

**e.- responsabilidad.-**

- Equipos.- Computador, sumadora.
- Monto de dinero.- ninguno.
- Personas.- conserje.

**f.- comunicación.-** Tiene una comunicación descendente con el conserje y ascendente con el Administrador.

**g.- especificaciones del puesto.-**

- Conocimientos.- Contabilidad y auditoría.
- Experiencia.- 2 años
- Iniciativas.- responsabilidad,
- Personalidad. Buena presencia, brinde confianza, eficiencia y eficacia.

**Realizado por: Willam Camacho  
Y Dalsao Rivera.**

REVISADO: William Camacho  
Y Dalsao Rivera

APROBADO: Willam Camacho  
Y Dalsao Rivera





“MUNDO  
EMPRESARIAL”  
Cía. Ltda.

FECHA

# Manual de Organización

## DESCRIPCION DE PUESTO

### IDENTIFICACION Y RELACIONES.

#### a.- identificación.-

15. Nombre del puesto: Jefe de Ventas.
16. Número de plazas: 1
17. Clave o código: 003
18. Ubicación: AREA DE VENTAS
19. Tipo de contratación: directa. temporal, a prueba, indefinido etc.

#### b.- relaciones.-

20. Jefe inmediato: Administrador.
21. Subordinados: Repartidor.

#### c.- propósito del puesto.-

Realizar la venta del producto y la publicidad, trabajo directo con los clientes.

#### d.- funciones generales:

- Realizar las ventas de revistas y los espacios publicitarios.
- Realizar la hoja de ruta de entrega del producto.
- Elaborar informes semanales de las actividades cumplidas por el en su área.
- Llevar el registro de los espacios publicitarios vendidos mensualmente.

#### e.- responsabilidad.-

- Equipos.- Computador.
- Monto de dinero.- ninguno.
- Personas.- repartidor.

**f.- comunicación.-** Tiene una comunicación descendente con la secretaria-contadora y ascendente con el Administrador.

**g.- especificaciones del puesto.-**

- Conocimientos.- Ingeniero de Sonido
- Experiencia.- 2 años
- Iniciativas.- responsabilidad,
- Personalidad. Buena presencia, emane confianza, eficiencia y eficacia.

**Realizado por: Willam Camacho  
Y Dalsao Rivera.**

**REVISADO: William Camacho  
Y Dalsao Rivera**

**APROBADO: Willam Camacho  
Y Dalsao Rivera**

	<p>“MUNDO EMPRESARIAL” Cía. Ltda.</p>	<h1>Manual de Organización</h1>
<p>FECHA:</p>		

**DESCRIPCION DE PUESTO**

**IDENTIFICACION Y RELACIONES.**

**a.- identificación.-**

22. Nombre del puesto: Redacción.
23. Número de plazas: 2
24. Clave o código: 004
25. Ubicación: ÁREA DE REDACCION
26. Tipo de contratación: directa. temporal, a prueba, indefinido etc.

**b.- relaciones.-**

27. Jefe inmediato: Administrador

28. Subordinados: ninguno.

**c.- propósito del puesto.-**

Realizar las entrevistas y elaborar.....

**d.- funciones generales:**

- Realizar entrevistas de los temas planteados.
- Analizar y sintetizar la información.
- Realizar la redacción de los reportajes.

**e.- responsabilidad.-**

- Equipos.- cámara fotográfica.
- Monto de dinero.- ninguno.
- Personas.- ninguna.

**f.- comunicación.-** Tiene una comunicación ascendente con el Administrador.

**g.- especificaciones del puesto.-**

- Conocimientos.- Comunicación Social
- Experiencia.- 2 años
- Iniciativas.- responsabilidad,
- Personalidad. Buena presencia, emane confianza, eficiencia y eficacia.

**Realizado por: Willam Camacho  
Y Dalsao Rivera.**

REVISADO: William Camacho  
Y Dalsao Rivera

APROBADO: Willam Camacho  
Y Dalsao Rivera



“MUNDO  
EMPRESARIAL”

Cía. Ltda.

FECHA:

# Manual de organización

## DESCRIPCION DE PUESTO

### IDENTIFICACION Y RELACIONES.

#### a.- identificación.-

29. Nombre del puesto: Diseñador Gráfico y Publicitario.
30. Número de plazas: 2
31. Clave o código: 005
32. Ubicación: ÁREA DE DISEÑO GRAFICO Y PUBLICIDAD
33. Tipo de contratación: directa. temporal, a prueba, indefinido etc.

#### b.- relaciones.-

34. Jefe inmediato: Administrador
35. Subordinados: ninguno.

#### c.- propósito del puesto.-

Realizar la edición y publicidad.

#### d.- funciones generales:

- Realizar edición de la revista.
- Elaborar la publicidad para nuestros clientes.
- Realizar las presentaciones de las publicidades.

#### e.- responsabilidad.-

- Equipos.- computadores.
- Monto de dinero.- ninguno.
- Personas.- ninguna.

f.- comunicación.- Tiene una comunicación ascendente con el Administrador.

#### g.- especificaciones del puesto.-

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimientos.- diseño gráfico y publicidad</li> <li>• Experiencia.- 2 años</li> <li>• Iniciativas.- responsabilidad,</li> <li>• Personalidad. Buena presencia, emane confianza, eficiencia y eficacia.</li> </ul>	
<b>Realizado por: Willam Camacho Y Dalsao Rivera.</b>	<b>REVISADO:</b> William Camacho Y Dalsao Rivera
	<b>APROBADO:</b> Willam Camacho Y Dalsao Rivera

	<b>“MUNDO EMPRESARIAL”</b> Cía. Ltda.	<h1>Manual de organización</h1>
	<b>FECHA:</b>	

**DESCRIPCION DE PUESTO**

**IDENTIFICACION Y RELACIONES.**

**a.- identificación.-**

- 36. Nombre del puesto: repartidor.
- 37. Número de plazas: 1
- 38. Clave o código: 006
- 39. Ubicación: ÁREA DE VENTAS
- 40. Tipo de contratación: directa. temporal, a prueba, indefinido etc.

**b.- relaciones.-**

- 41. Jefe inmediato: jefe de ventas
- 42. Subordinados: ninguno.

**c.- propósito del puesto.-**

Realizar la entrega del producto.

**d.- funciones generales:**

- Colaborar en el diseño de la hoja de ruta.
- Repartir el producto a nuestros clientes.
- Realizar los informes de producto en bodega.

**e.- responsabilidad.-**

- Equipos.- auto.
- Monto de dinero.- indeterminado.
- Personas.- ninguna.

**f.- comunicación.-** Tiene una comunicación ascendente con el jefe de ventas y administrador.

**g.- especificaciones del puesto.-**

- Conocimientos.- En conducción (licencia no profesional)
- Experiencia.- 2 años
- Iniciativas.- responsabilidad,
- Personalidad. Buena presencia, emane confianza, eficiencia y eficacia.

**Realizado por: Willam Camacho  
Y Dalsao Rivera.**

REVISADO: William Camacho  
Y Dalsao Rivera

APROBADO: Willam Camacho  
Y Dalsao Rivera



“MUNDO  
EMPRESARIAL”

Cía. Ltda.

FECHA:

# Manual de organización

## DESCRIPCION DE PUESTO

### IDENTIFICACION Y RELACIONES.

#### a.- identificación.-

43. Nombre del puesto: CONCIERGE.
44. Número de plazas: 1
45. Clave o código: 007
46. Ubicación:
47. Tipo de contratación: directa. temporal, a prueba, indefinido etc.

#### b.- relaciones.-

48. Jefe inmediato: Secretaria.
49. Subordinados: ninguno.

#### c.- propósito del puesto.-

Colaborar con el mantenimiento de las instalaciones.

#### d.- funciones generales:

- Mantener las instalaciones limpias.
- Ayudar a la secretaria

#### e.- responsabilidad.-

- Equipos.- equipos de aseo.
- Monto de dinero.- ninguno.
- Personas.- ninguna.

f.- comunicación.- Tiene una comunicación ascendente con la secretaria.

#### g.- especificaciones del puesto.-

- Conocimientos.- ninguno

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia.- 2 años</li> <li>• Iniciativas.- responsabilidad,</li> <li>• Personalidad. Buena presencia, confianza, eficiencia y eficacia.</li> </ul>	
<b>Realizado por: Willam Camacho Y Dalsao Rivera.</b>	<b>REVISADO:</b> William Camacho Y Dalsao Rivera
	<b>APROBADO:</b> William Camacho Y Dalsao Rivera

	<b>“MUNDO EMPRESARIAL”</b> Cía. Ltda.	<h1>Manual de organización</h1>
	FECHA:	

**DESCRIPCION DE PUESTO**

**IDENTIFICACION Y RELACIONES.**

**a.- identificación.-**

- 50. Nombre del puesto: Asesor Jurídico.
- 51. Número de plazas: 1
- 52. Clave o código: 008
- 53. Ubicación:
- 54. Tipo de contratación: ocasional.

**b.- relaciones.-**

- 55. Jefe inmediato: Administrador
- 56. Subordinados: ninguno.

**c.- propósito del puesto.-** Representación legal de la empresa.

**d.- funciones generales:**



- Dar fe de los actos legales de la empresa.
- Representar a la empresa en asuntos legales.
- Realizar trámites de índole legal.

**e.- responsabilidad.-**

- Equipos.- ninguno
- Monto de dinero.- ninguno.
- Personas.- ninguna.

**f.- comunicación.-** Tiene una comunicación ascendente con el administrador.

**g.- especificaciones del puesto.-**

- Conocimientos.- Doctor En Jurisprudencia.
- Experiencia.- 2 años
- Iniciativas.- responsabilidad,
- Personalidad. Buena presencia, confianza, eficiencia y eficacia.

**Realizado por: Willam Camacho  
Y Dalsao Rivera.**

REVISADO: William Camacho  
Y Dalsao Rivera

APROBADO: Willam Camacho  
Y Dalsao Rivera



“MUNDO  
EMPRESARIAL”

Cía. Ltda.

FECHA:

# Manual de organización

## DESCRIPCION DE PUESTO

### IDENTIFICACION Y RELACIONES.

#### a.- identificación.-

- 57. Nombre del puesto: Contador.
- 58. Número de plazas: 1
- 59. Clave o código: 009
- 60. Ubicación:
- 61. Tipo de contratación: ocasional.

#### b.- relaciones.-

- 62. Jefe inmediato: Administrador
- 63. Subordinados: ninguno.

**c.- propósito del puesto.-** Realizar la contabilidad de la empresa.

#### d.- funciones generales:

- Dar fe de las cuentas contables de la empresa.
- Representar a la empresa en asuntos tributarios.
- Realizar los balances anuales.

#### e.- responsabilidad.-

- Equipos.- ninguno
- Monto de dinero.- ninguno.
- Personas.- ninguna.

**f.- comunicación.-** Tiene una comunicación ascendente con el administrador.

#### g.- especificaciones del puesto.-

- Conocimientos.- Ing. en Contabilidad y Auditoría.

- Experiencia.- 2 años
- Iniciativas.- responsabilidad,
- Personalidad. Buena presencia, confianza, eficiencia y eficacia.

**Realizado por: Willam Camacho  
Y Dalsao Rivera.**

REVISADO: William Camacho  
Y Dalsao Rivera

APROBADO: Willam Camacho  
Y Dalsao Rivera

#### g.4. ESTUDIO ECONÓMICO.

##### g.4.1. INVERSIONES

##### g.4.1.1. ACTIVOS.

##### g.4.1.1.1. ACTIVOS FIJOS.

**CUADRO No. 27 Muebles y Enseres Administrativo**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
N°	DESCRIPCIÓN	V.U	V.T
1	Escritorio para el área de ventas.	140	140
2	Escritorios para el área administrativa	240	480
1	Mesa con 6 sillas para la sala de juntas	450	450
3	Sillas giratorias	95	285
6	Sillas personales para realizar contratos	36	216
1	Juego de muebles para la sala de espera	550	550
1	Librero	140	140
3	Archivadores	180	540
<b>TOTAL</b>			<b>2801</b>

Fuente: D EURO MUEBLES Y Decoraciones

Elaboración: Willam Camacho y Dalsao Rivera

**CUADRO No.28 Equipos de Computación**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
3	Paquetes de computadores	\$ 1.102,00	\$ 3.306,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.306,00</b>

Fuente: Master PC

Elaboración: Willam Camacho y Dalsao Rivera

### CUADRO No. 29 Equipos de Oficina

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Teléfono fax Panasonic	\$ 120,00	\$ 120,00
6	teléfono Panasonic	\$ 40,00	\$ 240,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 360,00</b>

Fuente: Audio Laser

Elaboración: Willam Camacho y Dalsao Rivera

### CUADRO No 30 Muebles y Enseres de producción

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
4	Silla giratoria	\$ 95,00	\$ 380,00
4	Archivador	\$ 180,00	\$ 720,00
4	Sillas	\$ 36,00	\$ 144,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.244,00</b>

Fuente: D EURO MUEBLES Y Decoraciones

Elaboración: Willam Camacho y Dalsao Rivera

### CUADRO No. 31 Equipos de producción

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Computador MAC i5	\$ 2.774,24	\$ 5.548,48
2	Computador Clon Core i7	\$ 1.102,00	\$ 2.204,00
2	Cámara de fotos profesional	\$ 1.200,00	\$ 2.400,00
2	Grabadora digital de voz Sony	\$ 100,00	\$ 200,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 10.352,48</b>

Fuente: APPLE STORE

Elaboración: Willam Camacho y Dalsao Rivera

#### g.4.1.1.2. ACTIVOS DIFERIDOS.

#### CUADRO No. 32 Adecuaciones

Metros cuadrados	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
120	Adecuación de local	\$ 22,00	\$ 2.640,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.640,00</b>

Fuente: Arquitecto

Elaboración: Willam Camacho y Dalsao Rivera

#### CUADRO No. 33 Gastos Preliminares

Cantidad	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	investigación y estudios preliminares	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
1	Constitución Legal de la empresa	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
1	instalación eléctrica	\$ 800,00	\$ 800,00
1	Línea Telefónica	\$ 67,00	\$ 67,00
1	Imprevistos 10%	\$ 336,70	\$ 336,70
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.703,70</b>

Fuente: CNT,EERSSA,SC

Elaboración: Willam Camacho y Dalsao Rivera

**g 4.1.1.3. ACTIVOS CIRCULANTES.**

**GASTOS ADMINISTRATIVOS**

**CUADRO No. 34 Servicios Básicos**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	Valor anual
1	Teléfono (minutos)	\$ 18,00	\$ 18,00	
16	Agua (metros cúbicos)	\$ 0,23	\$ 3,68	
65	Luz (Kilovatios)	\$ 0,16	\$ 10,48	
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 32,16</b>	\$ 385,90

**Fuente:** CNT, EERSSA, UMAPAL

**Elaboración:** Willam Camacho y Dalsao Rivera

**CUADRO No.35 Suministros de oficina**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
3	Resma de papel bond	\$ 3,50	\$ 10,50	\$ 105,00
7	Memorias 4gb	\$ 12,00	\$ 84,00	\$ 168,00
10	Cartuchos para impresora	\$ 18,00	\$ 180,00	\$ 2.160,00
3	Cuadernos de apunte	\$ 1,25	\$ 3,75	\$ 11,25
1	Caja de esferos	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 12,00
1	Caja de clips	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 3,00
4	Grapadoras	\$ 1,50	\$ 6,00	\$ 6,00
4	Perforadora	\$ 0,87	\$ 3,48	\$ 3,48
100	Carpetas de cartón	\$ 0,15	\$ 15,00	\$ 45,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 309,73</b>	<b>\$ 2.513,73</b>

**Fuente:** Comercial La Reforma

**Elaboración:** Willam Camacho y Dalsao Rivera

### CUADRO No. 36 Útiles de Limpieza

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
2	Trapeador	\$ 1,50	\$ 3,00	\$ 9,00
2	Escoba	\$ 1,00	\$ 2,00	\$ 8,00
2	Recogedor	\$ 1,00	\$ 2,00	\$ 4,00
2	Galones desinfectantes	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 40,00
5	Basurero	\$ 0,80	\$ 4,00	\$ 8,00
1	papel higiénico	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 45,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 25,50</b>	<b>\$ 114,00</b>

Fuente: Representaciones León

Elaboración: Willam Camacho y Dalsao Rivera

### CUADRO No. 37 Arriendo del local

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Arriendo de Inmueble	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 500,00</b>	<b>\$ 6.000,00</b>

Fuente: Propietarios de Vivienda

Elaboración: Willam Camacho y Dalsao Rivera

## GASTO DE VENTAS

### CUADRO No.38 Publicidad

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
1	Spots publicitarios televisivos	\$ 425,60	\$ 425,60	\$ 425,60
1	Spots publicitarios radiales	\$ 240,80	\$ 240,80	\$ 240,80
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 666,40</b>	<b>\$ 666,40</b>

Fuente: Ecotel, Radio Sociedad

Elaboración: Willam Camacho y Dalsao Rivera



**CUADRO No. 39 Alquiler de transporte**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
1	vehículo	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 100,00</b>	<b>\$ 1.200,00</b>

Fuente: Propietario de Vehículo

Elaboración: Willam Camacho y Dalsao Rivera

**CUADRO No. 40 Promociones**

N°	DESCRIPCIÓN	UND.	V.U	V.ANUAL
1	Fascículo en Lanzamiento	2500	0,25	625
2	Esfero	10000	0,2	2000
3	Calendario	2500	0,6	1500
<b>Total</b>				<b>4125</b>

Fuente: IMPRENTA

Elaboración: Willam Camacho y Dalsao Rivera

**CUADRO No. 41 Servicios Básicos**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
300	Luz (Kilovatios)	\$ 0,13	\$ 39,00	\$ 468,00
1	INTERNET	\$ 20,16	\$ 20,16	\$ 241,92
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 59,16</b>	<b>\$ 709,92</b>

Fuente: EERS.SA, Fastboy CNT

**CUADRO No. 42 PUBLICACIÓN DE LA REVISTA  
(IMPRESIÓN)**

<b>Cantidad Mensual</b>	<b>DETALLE</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
2500	Revistas	\$ 1,50	\$ 3.750,00	\$ 45.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.750,00</b>	<b>\$ 45.000,00</b>

**Fuente: IMPRENTA**

**Elaboración: Willam Camacho y Dalsao Rivera**

## **REQUERIMIENTOS**

Las presentes tablas son la descripción de todos los requerimientos para la empresa tanto como para instalar, constituir y poder iniciar sus operaciones. Las tablas muestran los valores de cada requerimiento, como de los muebles y encerres, equipos de computación, útiles de oficina de aseo, los gastos de constitución y otros, todos ellos están presupuestados para un mes de operaciones y han sido proyectados para el primer año de vida de la empresa.

## g.4.1.2. ROLES

**CUADRO No. 43 ROL ADMINISTRATIVO**

CANTIDAD	PUESTO	SUELDO BÁSICO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	VALOR MENSUAL	VALOR DE NÓMINA MENSUAL	VALOR ANUAL
1	GERENTE	\$ 350,00	\$ 29,17	\$ 20,00	\$ 29,17	\$ 14,58	\$ 42,53	\$ 485,44	\$ 485,44	\$ 5.825,30
1	SECRETARIA	\$ 265,00	\$ 22,08	\$ 20,00	\$ 22,08	\$ 11,04	\$ 32,20	\$ 372,41	\$ 372,41	\$ 4.468,87
1	ASESOR JURÍDICO	\$ 25,00						\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
1	Contador	\$ 80,00						\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 960,00
1	CONSERJE	\$ 265,00	\$ 22,08	\$ 20,00	\$ 22,08	\$ 11,04	\$ 32,20	\$ 372,41	\$ 372,41	\$ 4.468,87
<b>TOTALES</b>			\$ 51,25	\$ 60,00	\$ 51,25	\$ 25,63	\$ 74,72	\$ 1.335,25	\$ 1.335,25	16.023,04

**Fuente:** Los Autores

**Elaboración:** Willam Camacho y Dalsao Rivera

**CUADRO No. 44 ROL PERSONAL OPERATIVO**

CANTIDAD	PUESTO	SUELDO BÁSICO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	VALOR MENSUAL	VALOR DE NÓMINA MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Reportero	\$ 280,00	\$ 23,33	\$ 20,00	\$ 23,33	\$ 11,67	\$ 34,02	\$ 392,35	\$ 392,35	\$ 4.708,24
2	Diseñadores	\$ 280,00	\$ 23,33	\$ 20,00	\$ 23,33	\$ 11,67	\$ 34,02	\$ 392,35	\$ 784,71	\$ 9.416,48
2	Ventas	\$ 280,00	\$ 23,33	\$ 20,00	\$ 23,33	\$ 11,67	\$ 34,02	\$ 392,35	\$ 784,71	\$ 9.416,48
1	Asit. Ventas	\$ 265,00	\$ 22,08	\$ 20,00	\$ 22,08	\$ 11,04	\$ 32,20	\$ 372,41	\$ 372,41	\$ 4.468,87
<b>TOTALES</b>			\$ 92,08	\$ 80,00	\$ 92,08	\$ 46,04	\$ 134,26	\$ 1.549,47	\$ 2.334,17	28.010,07

**Fuente:** Los Autores

**Elaboración:** Willam Camacho Dalsao Rivera

## **ROLES**

Los roles son elaborados para los trabajadores de la empresa como son: el gerente, secretaria, conserje, el jefe de ventas, auxiliar de ventas, diseñadores gráficos y los reporteros se ha realizado el rol de provisiones de cada uno ellos para poder realizar los presupuestos pertinentes para la empresa y podemos denotar que nuestra empresa dentro de los gastos de sueldos administrativos anual será de 16.023,04 dólares y el gasto operativo es de 28.010,07 dólares anualmente. Y con este valor obtenido posteriormente realizamos las proyecciones para los siguientes cuatro años de vida que tiene el proyecto.

### g.4.1.3. INVERSIÓN.

#### RESUMEN DE INVERSIONES

CUADRO No 45

ESPECIFICACIÓN	PARCIAL	TOTAL
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		
Muebles y Enseres	2.801,00	
Equipos de Computación	3.306,00	
Equipos de Oficina	360,00	
Muebles y Enseres de producción	1.244,00	
Equipos de Producción	10.352,48	
<b>Total Activos Fijos</b>		18.063,48
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		
Adecuaciones	2.640,00	
Gastos Preliminares	3.703,70	
<b>Total Activos Diferidos</b>		6.343,70
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>		
Sueldo personal administrativo	1.335,25	
Sueldo personal operativo	2.334,17	
Suministros de oficina	309,73	
Útiles de limpieza	25,50	
Arriendo del local	500,00	
Servicios Básicos	91,32	
Publicidad	666,40	
alquiler de transporte	1.200,00	
Promociones	4.125,00	
<b>Total Activo Circulante</b>		10.587,37
<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN</b>		<b>34.994,55</b>

Fuente: Los Autores

Elaboración: Willam Camacho y Dalsao Rivera

## **INVERSIÓN.-**

Es la descripción de todos los tipos de activos; los Activos fijos de la empresa tienen un monto de 18.063,48 dólares, el activo diferido es de 6343,70 dólares y de activo circulante tenemos 10.587,37 dólares, lo que nos da como resultado un total de inversión de 34994,55 dólares el valor obtenido permite determinar el monto a cubrir para establecer la empresa.

## g.4.2. FINANCIAMIENTO.

CUADRO No 46

ESPECIFICACIÓN	Capital Propio	Capital Financiado
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		
Muebles y Enseres	2.801,00	
Equipos de Computación	3.306,00	
Equipos de Oficina	360,00	
Muebles y Enseres de Producción	1.244,00	
Equipos de Producción	10.352,48	
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		
Adecuaciones	2.640,00	
Gastos Preliminares	3.703,70	
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>		
Sueldo personal administrativo	1.335,25	
Sueldo personal operativo	2.334,17	
Suministros de oficina	309,73	
Útiles de limpieza	25,50	
Arriendo del local	500,00	
Servicios Básicos	91,32	
Publicidad	666,40	
alquiler de transporte	1.200,00	
Promociones	4.125,00	
<b>TOTAL</b>	<b>34.994,55</b>	<b>0,00</b>

Fuente: Los Autores

Elaboración: Willam Camacho y Dalsao Rivera

## **FINANCIAMIENTO.-**

El cuadro del financiamiento demuestra cómo está distribuido el capital, la inversión total de la empresa es 34994,55 dólares, los cuales serán cubiertos por los inversionistas de la empresa y no se realizara ningún tipo de préstamo.



### g.4.3. COSTOS.

**CUADRO No 47**

<b>RUBROS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>COSTO PRIMO DE PRODUCCIÓN</b>					
Publicación de la revista (Impresión)	45.000,00	46.530,00	48.112,02	49.747,83	51.439,25
Mano de Obra Directa	28.010,07	30.811,08	33.892,18	37.281,40	41.009,54
<b>Total costo de producción</b>	<b>73.010,07</b>	<b>77.341,08</b>	<b>82.004,20</b>	<b>87.029,23</b>	<b>92.448,80</b>
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN</b>					
Suministros de Oficina	1.759,61	1.819,44	1.881,30	1.945,26	2.011,40
Arriendo del Local	3.600,00	3.722,40	3.848,96	3.979,83	4.115,14
Depreciación de Activos	2.068,82	2.068,82	2.068,82	2.125,67	2.125,67
Servicios Básicos	709,92	734,06	759,02	784,82	811,51
<b>Total costos indirectos de fabricación</b>	<b>7.428,43</b>	<b>7.610,66</b>	<b>7.799,08</b>	<b>8.050,76</b>	<b>8.252,22</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
Sueldos	16.023,04	17.625,34	19.387,88	21.326,67	23.459,33
Suministros de Oficina	754,12	779,76	806,27	833,68	862,03
Útiles de limpieza	114,00	117,88	121,88	126,03	130,31
Arriendo del Local	2.400,00	2.481,60	2.565,97	2.653,22	2.743,43
Amortización de diferidos	1.268,74	1.268,74	1.268,74	1.268,74	1.268,74
Depreciación de Activos Fijos	1.019,19	1.019,19	1.019,19	1.043,44	1.043,44
Servicios Básicos	385,90	399,02	412,58	426,61	441,12
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>21.964,99</b>	<b>23.691,53</b>	<b>25.582,52</b>	<b>27.678,39</b>	<b>29.948,40</b>
<b>GASTOS DE VENTA</b>					
Alquiler de vehículo	1.200,00	1240,8	1.282,99	1.326,61	1.371,71
Publicidad	666,40	689,06	712,49	736,71	761,76
Promociones	4.125,00	4.265,25	4.410,27	4.560,22	4.715,27
<b>Total Gasto de Venta</b>	<b>1.866,40</b>	<b>6.195,11</b>	<b>6.405,74</b>	<b>6.623,54</b>	<b>6.848,74</b>
<b>TOTAL DE COSTOS</b>	<b>104.269,89</b>	<b>114.838,37</b>	<b>121.791,55</b>	<b>129.381,92</b>	<b>137.498,15</b>
<b>Unidades producidas</b>	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00
<b>Costo unitario</b>	<b>3,48</b>	<b>3,83</b>	<b>4,06</b>	<b>4,31</b>	<b>4,58</b>
Precio de venta	4,20	4,45	4,70	4,95	5,20
Utilidad	0,72	0,62	0,64	0,64	0,62
% Utilidad	20,84	16,25	15,77	14,78	13,46

Fuente: Los Autores

Elaboración: Willam Camacho y Dalsao Rivera

## PRESUPUESTO DE COSTOS

Es el detalle de todos los rubros del proyecto, en este cuadro se coloca cada volar de las cuentas de empresa desde el año 1 hasta el año 5 que es el último año de vida del proyecto, se encuentran los costos de producción, costo primo, los gastos administrativos gasto de venta, gasto financiero.

### g.4.4. INGRESOS

**CUADRO No 48**

RUBROS	Año 1	Año 2	Año3	Año 4	Año 5
Nro. de revistas	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00
Precio de Venta a intermediario	4,20	4,45	4,70	4,95	5,20
Nro. de espacios publicitarios(cm)	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00
costo por cm cuadrado	2,50	2,75	3,00	3,25	3,50
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>138.000,00</b>	<b>146.700,00</b>	<b>155.400,00</b>	<b>164.100,00</b>	<b>172.800,00</b>

**Fuente:** Los Autores

**Elaboración:** Willam Camacho y Dalsao Rivera

## PRESUPUESTO DE INGRESOS

El cuadro demuestra los ingresos que tendrá el proyecto en sus cinco años de vida, donde ubicamos las 30000 unidades de revistas de producción de la empresa en el lapso de un año, el precio establecido para el primer año es de 4.20 dólares por cada unidad de revista, así como la cantidad de centímetros cuadrados de publicidad que se venderán los cuales son de 4800 centímetros cuadrados a un costo de 2.50 por centímetro cuadrado, lo que nos da como resultado de ingresos totales en el primer año de 138.000 dólares y así sucesivamente para, los siguientes años, se establece las unidades fijas para los cinco años solo se modifica el precio de cada una de las revistas que se incrementa paulatinamente cada año hasta alcanzar un precio de 5.20 dólares en el quinto año.

**g.4.5 CLASIFICACIÓN DE COSTOS**

**CUADRO No 49**

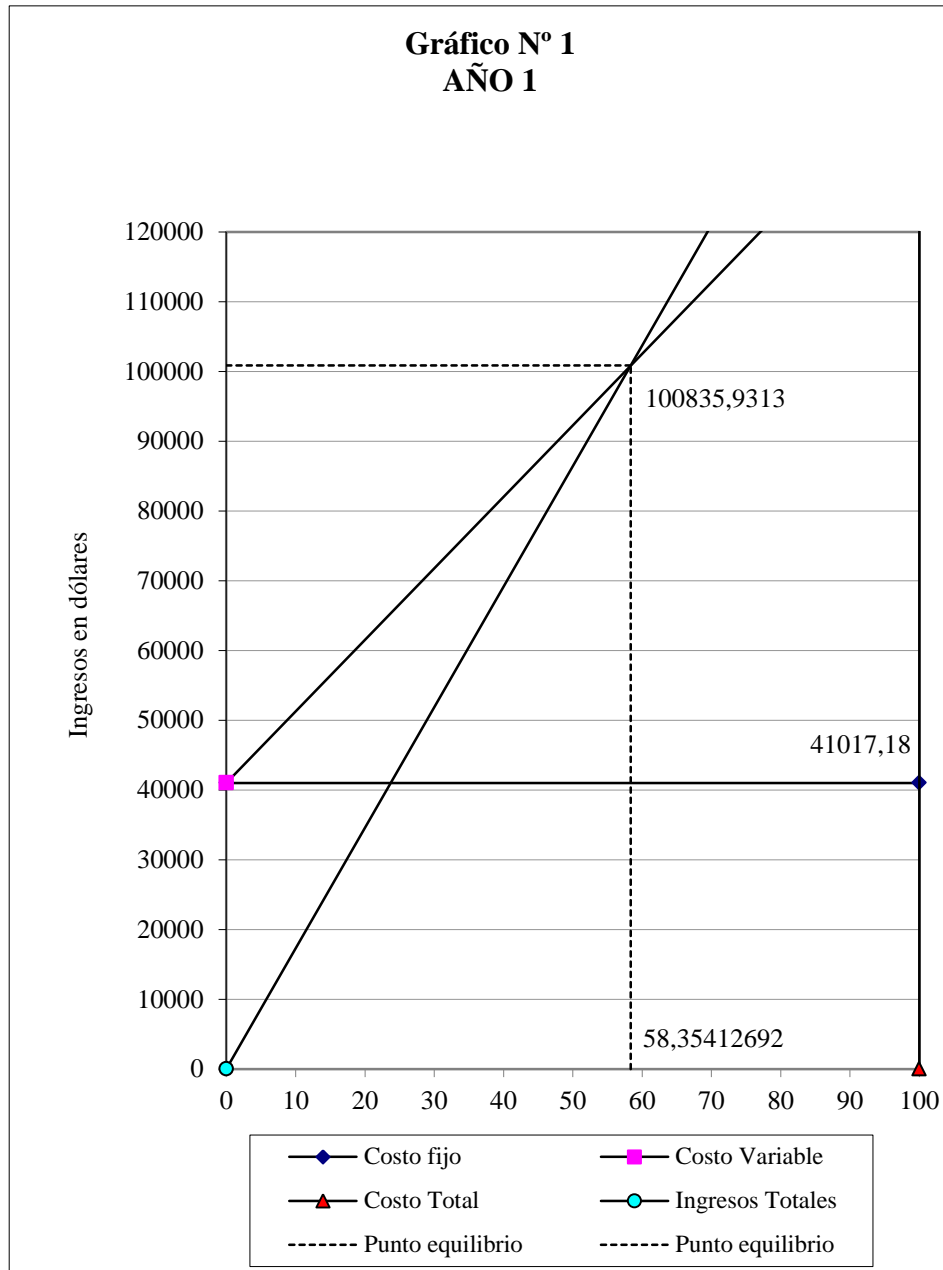
RUBROS	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Costos Fijos	Costos Variables	Costos Fijos	Costos Variables	Costos Fijos	Costos Variables	Costos Fijos	Costos Variables	Costos Fijos	Costos Variables
<b>COSTO PRIMO DE PRODUCCIÓN</b>										
Publicación de la Rev.		45.000,00		54.285,00		56.130,69		58.039,13		60.012,46
Mano de Obra Directa		28.010,07		29.845,62		32.830,18		36.113,20		39.724,52
Total costo de producción										
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN</b>										
Suministros de Oficina		1.759,61		1.819,44		1.881,30		1.945,26		2.011,40
Arriendo del Local	3.600,00		3.722,40		3.848,96		3.979,83		4.115,14	
Depreciación de Activos	2.068,82		2.068,82		2.068,82		2.125,67		2.125,67	
Servicios Básicos		709,92		734,06		759,02		784,82		811,51
Total costos indirectos de fabricación										
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>										
Sueldos	16.023,04		16.923,19		18.615,51		20.477,06		22.524,77	
Suministros de Oficina	754,12		779,76		806,27		833,68		862,03	
Útiles de limpieza	114,00		117,88		121,88		126,03		130,31	
Arriendo del Local	2.400,00		2.481,60		2.565,97		2.653,22		2.743,43	
Amortización de diferidos	1.268,74		182,54		182,54		182,54		182,54	
Depreciación de Activos Fijos	1.019,19		1.019,19		1.019,19		1.043,44		1.043,44	
Servicios Básicos	385,90		399,02		412,58		426,61		441,12	
Total Gastos Administrativos										
<b>GASTOS DE VENTA</b>										
Alquiler de vehículo	1.200,00		1240,8		1.282,99		1.326,61		1.371,71	
Publicidad	666,40		689,06		712,49		736,71		761,76	
Promociones	4.125,00		4.265,25		4.410,27		4.560,22		4.715,27	
Total Gasto de Venta										
<b>TOTAL DE COSTOS</b>	<b>33.625,21</b>	<b>75.479,60</b>	<b>33.889,50</b>	<b>86.684,11</b>	<b>36.047,48</b>	<b>91.601,18</b>	<b>38.471,62</b>	<b>96.882,42</b>	<b>41.017,18</b>	<b>102.559,89</b>

## **CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS.-**

La clasificación de los costos que se realiza en la presente tabla nos sirve para realizar los cálculos del punto de equilibrio de la empresa y se los realiza para cada año todos los costos de la empresa son ubicados en su respectiva columna ya sea el mismo fijo o variable.

### g.4.6. PUNTO DE EQUILIBRIO.

## PUNTO DE EQUILIBRIO



Elaboración: Los Autores

### CUADRO No 50

<b>Costo Fijo</b>	33.625,21	
<b>Costo Variable</b>	75.479,60	
<b>Ingresos Totales</b>	138.000,00	
Eje de x	0	100
Ingresos Totales	0	138.000,00
Costo fijo	33.625,21	33.625,21
Costo Variable	33.625,21	109.104,81
Costo Total	0	109.104,81
Eje de x	100	100
Punto equilibrio	74.220,24	74.220,24
Eje de x	0	53,78
Punto equilibrio	0	74.220,24
Eje de x	53,78	53,78
PE (ventas)	74.220,24	
PE (%)	53,78	

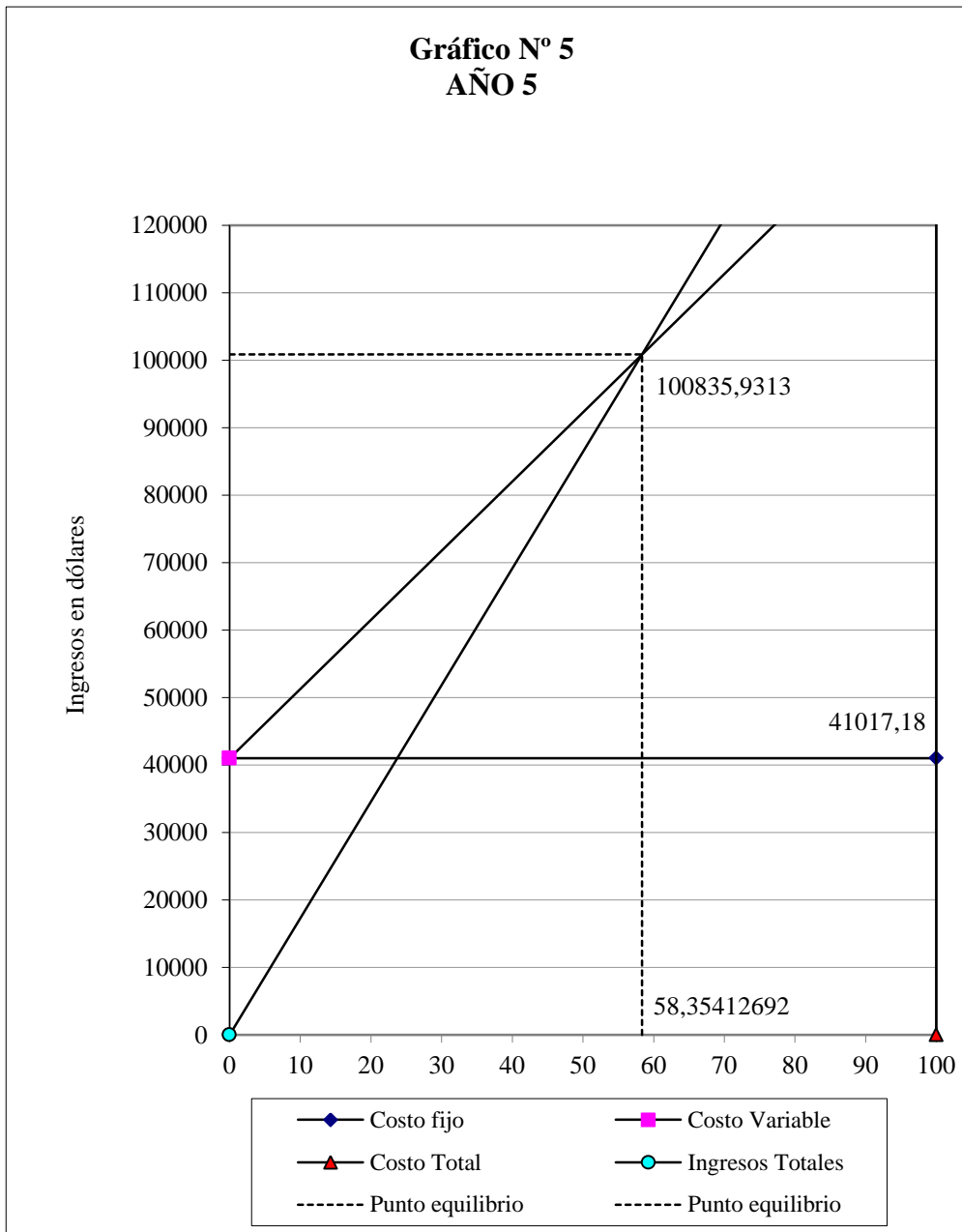
**Fuente:** Cuadro 49

**Elaboración:** Willam Camacho y Dalsao Rivera

#### **PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1.-**

El punto de equilibrio que presenta el proyecto con un costo fijo de 33.625,21 dólares, el costo variable de 75.479,600 dólares y unos ingresos totales de 138000,00 dólares, se da en 74.220,24 utilizando el 53.78% de la capacidad instalada, es aquí donde la empresa no tendrá pérdidas ni ganancias, este dato demuestra el límite al que puede llegar la empresa para no entrar en pérdidas. Si el valor que la empresa presentare fuera inferior en el primer año la empresa estaría quebrando.

# PUNTO DE EQUILIBRIO



Elaboración: Los Autores

### CUADRO No 51

<b>Costo Fijo</b>	41.017,18	
<b>Costo Variable</b>	102.509,89	
<b>Ingresos Totales</b>	172.800,00	
Eje de x	0	100
Ingresos Totales	0	172.800,00
Costo fijo	41.017,18	41.017,18
Costo Variable	41.017,18	143.527,07
Costo Total	0	143.527,07
Eje de x	100	100
Punto equilibrio	100.835,93	100.835,93
Eje de x	0	58,35
Punto equilibrio	0	100.835,93
Eje de x	58,35	58,35
PE (ventas)	100.835,93	
PE (%)	58,35	

**Fuente:** Cuadro 49

**Elaboración:** Willam Camacho y Dalsao Rivera

#### **PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5.-**

El punto de equilibrio que presenta el proyecto con un costo fijo de 41.017,18 dólares, el costo variable de 102509,89 dólares y unos ingresos totales de 172.800,00 dólares, se da en 100.835,93 utilizando el 58,35% de la capacidad instalada, es aquí donde la empresa no tendrá pérdidas ni ganancias, este dato demuestra el límite al que puede llegar la empresa para no entrar en pérdidas. Si el valor que la empresa presentare fuera inferior en el primer año la empresa estaría quebrando



## g.4.7. ESTADOS FINANCIEROS

### g.4.7.1. ESTADO DE RESULTADOS

#### CUDRO No 52

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Venta de revistas</b>	138.000,00	146.700,00	155.400,00	164.100,00	172.800,00
<b>(=) Total ingresos por venta de producto</b>	<b>138.000,00</b>	<b>146.700,00</b>	<b>155.400,00</b>	<b>164.100,00</b>	<b>172.800,00</b>
(-) Costos de Producción	73.010,07	77.341,08	82.004,20	87.029,23	92.448,80
(-) Costos Generales de fabricación	7.428,43	7.610,66	7.799,08	8.050,76	8.252,22
<b>(=) Utilidad en Ventas</b>	<b>57.561,50</b>	<b>61.748,27</b>	<b>65.596,72</b>	<b>69.020,01</b>	<b>72.098,99</b>
(-) Gastos Administrativos	21.964,99	23.691,53	25.582,52	27.678,39	29.948,40
(-) Gastos de Venta	1.866,40	6.195,11	6.405,74	6.623,54	6.848,74
<b>(=) Utilidad antes de dividendo e impuestos</b>	<b>33.730,11</b>	<b>31.861,63</b>	<b>33.608,45</b>	<b>34.718,08</b>	<b>35.301,85</b>
(-) 15% Utilidad a trabajadores	5.059,52	4.779,24	5.041,27	5.207,71	5.295,28
<b>(=) Utilidad antes de Impuesto Renta</b>	<b>28.670,59</b>	<b>27.082,38</b>	<b>28.567,18</b>	<b>29.510,37</b>	<b>30.006,57</b>
(-) 25% Impuesto a la Renta	7.167,65	6.770,60	7.141,80	7.377,59	7.501,64
<b>(=) Utilidad antes de Reservas</b>	<b>21.502,95</b>	<b>20.311,79</b>	<b>21.425,39</b>	<b>22.132,78</b>	<b>22.504,93</b>
(-) 10% Reserva Legal	2.150,29	2.031,18	2.142,54	2.213,28	2.250,49
<b>(=) Utilidad para accionistas</b>	<b>19.352,65</b>	<b>18.280,61</b>	<b>19.282,85</b>	<b>19.919,50</b>	<b>20.254,44</b>

Fuente: Estudio Económico

Elaboración: Willam Camacho y Dalsao Rivera

#### ESTADO DE RESULTADOS.-

Se realizó para poder obtener la utilidad líquida del proyecto luego de haber realizado todos los descuentos como son 15% de utilidad a los trabajadores, 25% de impuesto a la renta, 10% de reservas legales y estatutaria, y el proyecto nos dio una utilidad de **19.352,65** dólares en el primer año, el año que presenta la menor utilidad es el segundo con **18280,61** dólares, la realización de este cuadro de resultados permite visualizar a la empresa y poder tomar correcciones para maximizar la utilidad.

## g.4.7.2. FLUJO DE CAJA

**CUADRO No 53**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>					
VENTAS	138.000,00	146.700,00	155.400,00	164.100,00	172.800,00
VALOR RESIDUAL				3.685,79	10.198,83
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>138.000,00</b>	<b>146.700,00</b>	<b>155.400,00</b>	<b>167.785,79</b>	<b>182.998,83</b>
<b>EGRESOS</b>					
COSTO DE PRODUCCIÓN	73.010,07	77.341,08	82.004,20	87.029,23	92.448,80
COSTO GENERAL DE FABRICACIÓN	7.428,43	7.610,66	7.799,08	8.050,76	8.252,22
GASTO ADMINISTRATIVO	21.964,99	23.691,53	25.582,52	27.678,39	29.948,40
GASTO DE VENTA	1.866,40	6.195,11	6.405,74	6.623,54	6.848,74
Utilidades a trabajadores		5.059,52	4.779,24	5.041,27	5.207,71
Impuesto a la Renta		7.167,65	6.770,60	7.141,80	7.377,59
Reposición de Activos				11.423,41	
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>104.269,89</b>	<b>127.065,54</b>	<b>133.341,39</b>	<b>141.564,98</b>	<b>150.083,45</b>
<b>Flujo de Caja</b>	<b>33.730,11</b>	<b>19.634,46</b>	<b>22.058,61</b>	<b>26.220,81</b>	<b>32.915,38</b>
(+) Depreciación de activos fijos	3.088,01	3.088,01	3.088,01	3.169,11	3.169,11
(+) Amortización de diferidos	1.268,74	1.268,74	1.268,74	1.268,74	1.268,74
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>38.086,86</b>	<b>23.991,22</b>	<b>26.415,36</b>	<b>30.658,66</b>	<b>37.353,23</b>

**Fuente:** Estudio Económico

**Elaboración:** Willam Camacho y Dalsao Rivera

### FLUJO DE CAJA.-

Representa las cantidades de dinero que la empresa tendrá en caja durante los años de vida útil de la misma, el dinero que tendrá la empresa EN CAJA en el primer año será de 38.086,86 dólares.

## g.5. EVALUACION FINANCIERA

### g.5.1. VALOR ACTUAL NETO

**CUADRO No 54**

PERIODO	FLUJOS NETOS	FACTOR ACTUALIZACIÓN	FLUJO ACTUAL
0		<b>12%</b>	<b>-34.994,55</b>
1	\$ 38.086,86	0,89285714	\$ 34.006,13
2	\$ 23.991,22	0,79719388	\$ 19.125,65
3	\$ 26.415,36	0,71178025	\$ 18.801,93
4	\$ 30.658,66	0,63551808	\$ 19.484,14
5	\$ 37.353,23	0,56742686	\$ 21.195,23
			<b>\$ 77.618,52</b>

Fuente: Cuadro 53

Elaboración: Willam Camacho y Dalsao Rivera

### g.5.2. TASA INTERNA DE RETORNO

**CUADRO No 55**

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VAN tasa Menor	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VAN tasa Mayor
		<b>88%</b>	<b>-34.994,55</b>	<b>89%</b>	<b>-\$ 34.994,55</b>
1	\$ 38.086,86	0,53191489	\$ 20.258,97	0,52910053	\$ 20.151,78
2	\$ 23.991,22	0,28293345	\$ 6.787,92	0,27994737	\$ 6.716,28
3	\$ 26.415,36	0,15049652	\$ 3.975,42	0,14812030	\$ 3.912,65
4	\$ 30.658,66	0,08005134	\$ 2.454,27	0,07837053	\$ 2.402,74
5	\$ 37.353,23	0,04258050	\$ 1.590,52	0,04146589	\$ 1.548,89
			<b>\$ 72,54</b>		<b>-\$ 262,22</b>

Fuente: Cuadro 53

Elaboración: Willam Camacho y Dalsao Rivera

TIR = Tasa Menor + Diferencia de tasas ((VANMENOR)/(VAN MENOR - VAN MAYOR))

TIR =  $108\% + ((109\% - 108\%) * (5859,46 / (5859,46 - 5610,34)))$

TIR = 0,88

### g.5.3. PERIODO DE RECUPERACIÓN

#### CUADRO No 56

PERIODO	INVERSIÓN	Flujo actualizado	Sumatoria de flujos
	\$ 34.994,55		
1		\$ 34.006,13	\$ 34.006,13
2		\$ 19.125,65	\$ 53.131,78
3		\$ 18.801,93	\$ 71.933,71
4		\$ 19.484,14	\$ 91.417,85
5		\$ 21.195,23	\$ 112.613,08
<b>TOTAL :</b>			<b>\$ 363.102,55</b>

Fuente: Cuadro 45

Elaboración: Willam Camacho y Dalsao Rivera

PRC =  $2$  Año supera Inversión +  $\frac{\text{Inversión} - \text{Sum de Primeros Flujos}}{\text{Flujo neto del año que supera Inversión}}$

PRC =	2,02		
	2	año	
	0,2	0	meses
	7,2	7	días
	4,8	4	horas
	48	48	segundos

### Periodo de Recuperación

El lapso de tiempo que se debe esperar para recuperar el capital invertido, en nuestro proyecto es recuperado en un tiempo de 2 años, 0 meses, 7 días, 4 horas y 48 segundos, empezando el segundo año de vida del proyecto.

#### g.5.4. COSTO BENEFICIO.

#### CUADRO RELACION COSTO BENEFICIO

#### CUADRO No 57

PERIODO	INGRESOS ORIGINALES	EGRESOS ORIGINALES	FACTOR ACTUALIZACIÓN	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
			12%		
1	\$ 138.000,00	\$ 104.269,89	0,89285714	\$ 123.214,29	\$ 93.098,12
2	\$ 146.700,00	\$ 114.838,37	0,79719388	\$ 116.948,34	\$ 91.548,45
3	\$ 155.400,00	\$ 121.791,55	0,71178025	\$ 110.610,65	\$ 86.688,82
4	\$ 164.100,00	\$ 129.381,92	0,63551808	\$ 104.288,52	\$ 82.224,55
5	\$ 172.800,00	\$ 137.498,15	0,56742686	\$ 98.051,36	\$ 78.020,14
				\$ 553.113,16	\$ 431.580,07

Fuente: Cuadro 48 Y 53

Elaboración: Willam Camacho y Dalsao Rivera

$$\text{RBC} = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados}}$$

$$\text{RBC} = \frac{\$ 553.113,16}{\$ 431.580,07}$$

$$= 1,28160032$$

$$\text{RBC} = 1,28160032$$

#### COSTO BENEFICIO.-

Es el beneficio que se obtiene por cada dólar que se invierte en el proyecto, nuestro proyecto tiene una relación costo beneficio de 1,28 dólares, lo cual indica que por cada dólar que invertimos tenemos una ganancia de 0,28 dólares.

**g.5.5. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.**

**g.5.5.1. DISMINUCION DE LOS INGRESOS.**

**CUADRO No 58**

PERIODO	INGRESOS	EGRESOS	INGRESO DISMINUIDO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VAN TASA MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACION	VAN TASA MAYOR
			<b>0,94%</b>		<b>87%</b>	-\$ 34.994,55	<b>88%</b>	-\$ 34.994,55
1	\$ 138.000,00	\$ 104.269,89	\$ 136.702,80	\$ 32.432,91	0,53475936	\$ 17.343,80	0,53191489	\$ 17.251,55
2	\$ 146.700,00	\$ 114.838,37	\$ 145.321,02	\$ 30.482,65	0,28596757	\$ 8.717,05	0,28293345	\$ 8.624,56
3	\$ 155.400,00	\$ 121.791,55	\$ 153.939,24	\$ 32.147,69	0,15292383	\$ 4.916,15	0,15049652	\$ 4.838,12
4	\$ 164.100,00	\$ 129.381,92	\$ 162.557,46	\$ 33.175,54	0,08177745	\$ 2.713,01	0,08005134	\$ 2.655,75
5	\$ 172.800,00	\$ 137.498,15	\$ 171.175,68	\$ 33.677,53	0,04373126	\$ 1.472,76	0,04258050	\$ 1.434,01
						\$ 168,22		-\$ 190,58

**Fuente:** cuadros 48 y 53

**Elaboración:** Willam Camacho y Dalsao Rivera

<b>NTIR =</b>	<b>Tasa Menor + Df Tasas</b>	<b>VAN MENOR</b>
	<b>VAN Menor - VAN Mayor</b>	
	<b>0,87</b>	

A) DIFERENCIA DE TIR		
<b>Df TIR =</b>	<b>TIR</b>	<b>NTIR</b>
<b>Df TIR =</b>	0,88	0,87
<b>Df TIR =</b>	0,01	

B) PORCENTAJE DE VARIACION		
<b>% VAR =</b>	<b>( Df TIR / TIR ) * 100</b>	
<b>% VAR =</b>	0,85	

C) SENSIBILIDAD		
<b>SENSIB. =</b>	<b>( % VAR / NTIR )</b>	
<b>SENSIB. =</b>	0,85	
	0,87	
<b>SENSIB. =</b>	0,97	

### g.5.5.2. INCREMENTO EN LOS COSTOS

CUADRO No 59

PERIODO	INGRESOS	EGRESOS	EGRESO INCREMENTADO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VAN TASA MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACION	VAN TASA MAYOR
			1,22%		87%	-\$ 34.994,55	88%	-\$ 34.994,55
1	\$ 138.000,00	\$ 104.269,89	\$ 105.541,98	\$ 32.458,02	0,53475936	\$ 17.357,23	0,53191489	\$ 17.264,90
2	\$ 146.700,00	\$ 114.838,37	\$ 116.239,40	\$ 30.460,60	0,28596757	\$ 8.710,74	0,28293345	\$ 8.618,32
3	\$ 155.400,00	\$ 121.791,55	\$ 123.277,41	\$ 32.122,59	0,15292383	\$ 4.912,31	0,15049652	\$ 4.834,34
4	\$ 164.100,00	\$ 129.381,92	\$ 130.960,38	\$ 33.139,62	0,08177745	\$ 2.710,07	0,08005134	\$ 2.652,87
5	\$ 172.800,00	\$ 137.498,15	\$ 139.175,62	\$ 33.624,38	0,04373126	\$ 1.470,44	0,04258050	\$ 1.431,74
						\$ 166,24		-\$ 192,37

Fuente: Cuadro 48 y 53

Elaboración: Willam Camacho y Dalsao Rivera

NTIR =	Tasa Menor + Df Tasas VAN MENOR	
	VAN Menor - VAN Mayor	
NTIR =	0,87	
A) DIFERENCIA DE TIR		
Df TIR =	TIR	NTIR
Df TIR =	0,88	0,87
Df TIR =	0,01	



B) PORCENTAJE DE VARIACION	
% VAR =	$( Df \text{ TIR} / \text{TIR} ) * 100$
% VAR =	0,85

C) SENSIBILIDAD	
SENSIB. =	(% VAR/NTIR)
SENSIB. =	0,85
SENSIB. =	0,87
SENSIB. =	0,98

### ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.-

Con los ingresos disminuidos al 0.94 %., con un factor de actualización del 87% para el van tasa menor y un factor de actualización del 88% para el van tasa mayor, la nueva tasa interna de retorno es de 0.87 y el porcentaje de variación es de 0.85, con lo que se obtiene que la sensibilidad del proyecto con los ingresos disminuidos es de 0.97%, con lo cual se interpreta que el proyecto no es sensible ya que el valor obtenido es menor que 1.

Con los egresos incrementados al 1.22%., con un factor de actualización del 87% para el van tasa menor y un factor de actualización del 88% para el van tasa mayor, la nueva tasa interna de retorno es de 0.87 y el porcentaje de variación es de 0.85, obteniendo que la sensibilidad del proyecto con los ingresos disminuidos es de 0.98, con lo cual se interpreta que el proyecto no es sensible ya que el valor obtenido es menor que 1.

## **h. DISCUSIÓN.**

El proyecto desarrollado nos ha entregado los presentes datos; la población es 4109 personas, la muestra de estudio fue de 351 encuestados, la demanda insatisfecha presentada es de 2579 personas, con lo cual la producción que se tendrá mensualmente será de 2500 unidades.

Luego se estableció la estructura Administrativa y legal que tendrá la empresa para su correcto funcionamiento la cual esta detallada a continuación.

- ✓ Niveles Jerárquicos: Legislativo, Ejecutivo, Auxiliar, Asesor y Operativo.
- ✓ Organigramas: Funcional, Posicional y Estructural.
- ✓ Manual de Bienvenida con información pertinente de la empresa.
- ✓ Manual de Funciones para los cargos dentro de la Empresa.

En lo Legal la suscripción de la escritura es realizada por las siguientes personas: Willam Stalin Camacho Puglla y Dalsao Rolando Rivera Gutiérrez de nacionalidad ecuatoriana, quienes por su propio derecho acuerdan constituir una Compañía de Responsabilidad Limitada que se registrará por las disposiciones de la Ley de Compañías

El tiempo de duración de la sociedad será de 5 años calendario.

La empresa se ubicara en la provincia de Loja, cantón Loja, parroquia el sagrario, calles sucre 11-89 entre Mercadillo y Azuay. La mano de obra a emplear es 2 diseñadores gráficos, 2 comunicadores sociales, en el área administrativa se empleara 1 gerente, 1 secretaria, 1 vendedor, 1 asistente de ventas, 1 contador, 1 asesor jurídico, 1 conserje.

Las inversiones necesarias para poner en funcionamiento la Editora y Comercializadora de la Revista “Mundo Empresarial” para la ciudad de Loja es de:

- ✓ En resumen total de la inversión en el proyecto es de **\$34994.55 USD.**
- ✓ Financiamiento 100% de los accionistas.
- ✓ los ingresos del primer año serán de 138.000,00
- ✓ el primer año dará una utilidad 19.352,65 \$
- ✓ El Periodo de Recuperación de Capital es de 2 años, 0 meses, 7 días, 4 horas y 48 segundos
- ✓ La Relación Beneficio Costo en el proyecto es de **1.28**, esto quiere decir que por cada dólar invertido se recibirá **0,28** centavos de dólar de utilidad.

- ✓ La Tasa Interna de Retorno dentro del Proyecto es del 0.88.
  
- ✓ En el análisis de sensibilidad con los ingresos disminuidos un 0.94% la sensibilidad es de 0.97 y con los egresos incrementados en 1.22% se tiene una sensibilidad de 0,98.

## i. CONCLUSIONES

- ✓ Se puede concluir que este proyecto de factibilidad ha determinado la existencia de una demanda que justifique bajo ciertas condiciones la puesta en marcha del mismo.
- ✓ Según las encuestas realizadas podemos decir que en nuestra ciudad no existe una revista empresarial y económica que brinde temáticas lojanas y así ayude a su desarrollo empresarial.
- ✓ Se ha realizado la recolección y evaluación de todos los factores que influyen directamente en la oferta y demanda del servicio a brindar. Dentro de sus objetivos se ha determinado el segmento de mercado al que se enfoca, y la cantidad de producto que se brindará.
- ✓ La creación de esta revista asegura que los futuros inversionistas puedan depositar la confianza al proyecto, con base en la existencia de un mercado de 2584 personas, que hará factible la venta del producto.
- ✓ Con este estudio se puede establecer la capacidad de la planta y adquirir los equipos más apropiados para cada caso.
- ✓ El presente estudio cuenta con datos necesarios financieros que aseguran la realidad y puesta en marcha el proyecto.
- ✓ Luego de haber realizado el estudio técnico se ha podido determinar todos los recursos necesarios para llevar a cabo la creación de la revista.
- ✓ La empresa tiene una generación de utilidades líquidas de **19352,65** dólares en el primer año
- ✓ Presenta una sensibilidad admisible para ser puesto en marcha.
- ✓ Para garantizar la calidad de la revista los equipos a utilizar son los mejores del mercado, además el convenio de impresión de la revista es con una de las imprentas más prestigiosa de nuestro medio, es por ello que la adquisición de los equipos y el convenio de impresión presenta una inversión de 52.500,00 dólares americanos siendo el rubro más significativo del proyecto.

- ✓ El importe económico para instalar y constituir la empresa asciende a la cantidad de **34.994,55** dólares americanos.
- ✓ El proyecto genera unos ingresos al primer año de \$ 138.000. dólares
- ✓ El costo a cobrar por cada unidad de revista es de 4.20 en el primer año.
- ✓ El punto de equilibrio de la empresa en el primer año se encuentra en **74220,24**
- ✓ El periodo de recuperación del proyecto es de 2 años 0 meses 7 días
- ✓ El beneficio que se obtiene de cada dólar invertido es de 28 centavos.

## j. RECOMENDACIONES

- ✓ Según los diferentes estudio realizados se recomienda a los futuros inversionistas que esta idea de negocio es muy rentable.
- ✓ Adquirir los equipos descritos en el proyecto ya que garantizan la eficiencia del producto.
- ✓ De que el capital a ser invertido se lo haga de forma directa para no generar gastos de intereses.
- ✓ El precio por unidad de revista debe ser incrementado anualmente en la cantidad de 0.25 dólares para mantener una utilidad considerable.

## k. BIBLIOGRAFÍA

- BACA GABRIEL. (2001). **Elaboración y Evaluación de Proyectos de Investigación**, cuarta edición. Editorial McGraw Hill, México 1997, pág. 13-46. IBIDEM, lectura 2, pág. 64-67.
- BURBANO, Jorge y Ortiz Alberto (1995). **Presupuestos**, segunda edición, Bogotá, pp 365.
- JEAN-JACQUES Lambin (1995), **MARKETING ESTRATÉGICO**, tercera edición, España.
- NACIONES Unidas (1986). **Manual de Proyectos de Desarrollo Económico**, Editorial Naciones Unidas, México, pág. 16-17.
- PRIETO, Jorge. (2004). **Los Proyectos**, segunda edición, Bogotá pp.173.
- PRIETO, Jorge (2009). **Investigación de Mercados**, Bogotá, pp164



# I. ANEXOS

## ANEXO 1

### ENCUESTA

Sr. (a) Nuestro objetivo es conocer la factibilidad de crear una editora y comercializadora de una revista empresarial y económica en la ciudad de Loja, para lo cual le solicitamos se digne a contestar la presente encuesta que nos servirá para obtener información.

Marque con una x al casillero que corresponda su respuesta, si de existir preguntas con varias opciones marque una de ellas.

**1 Qué tipo de comunicación escrita Ud. Adquiere?**

- Revista ( )
- Periódico ( )
- Otros ( )

**2 ¿Qué tipo de revista es de su preferencia?**

- ✓ Deportiva ( )
- ✓ Socioculturales ( )
- ✓ Ciencia y tecnología ( )
- ✓ Entretenimiento ( )
- ✓ Económicas y empresariales ( )

**3 ¿Con qué frecuencia adquiere este medio informativo?**

- ✓ Semanal ( )
- ✓ Mensual ( )
- ✓ Trimestral ( )
- ✓ Semestral ( )
- ✓ Anual ( )

**4 Al momento de comprar la revista, ¿Qué factores toma en cuenta?**

- ✓ Precio ( )
- ✓ Calidad ( )
- ✓ Promociones ( )
- ✓ Imagen ( )
- ✓ Contenido ( )

**5 Conoce la existencia de una Revista que contenga temas empresariales y económicos.**

Si ( ) No ( )

Cual.....

**6 Desearía que en nuestra ciudad se dé la presencia de una editora y comercializadora de una revista de temas empresariales y económicos de la ciudad de Loja.**

Si ( ) No ( )

¿Por qué?.....

**7 ¿Adquiriría la revista?**

Si ( ) No ( )

**8 ¿Qué factores tomaría en cuenta para adquirir la revista?**

- ✓ Precio ( )
- ✓ Promociones ( )
- ✓ Profundidad de temas ( )
- ✓ Imagen ( )

**9 ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por la revista?**

- ✓ 4.00\$ a 4.50\$ ( )
- ✓ 4.51\$ a 5.00\$ ( )
- ✓ Más de 5.00\$ ( )

**10 ¿Con qué frecuencia desearía que se publique la revista?**

- ✓ Mensual ( )
- ✓ trimestral ( )

**11. ¿Estaría usted de acuerdo a que la empresa solo se dedique exclusivamente a la edición y comercialización de la revista y no realice la impresión del tiraje de la misma?**

Si ( ) No ( )

**12. ¿En dónde le gustaría encontrar la revista?**

- ✓ En puntos de venta ( )
- ✓ en librerías ( )
- ✓ A domicilio ( )
- ✓ Supermercados ( )
- ✓ Bancos ( )

**13. ¿Cuál de los siguientes medios utiliza con mayor frecuencia?**

- ✓ Televisión ( ) Canal local..... hora.....
- ✓ Radio ( ) Frecuencia..... hora.....
- ✓ Prensa ( ) .....

ANEXO 2

AMORTIZACIONES

Cuadro No 60

DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

PERIODO AÑO	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
			\$ 2.801,00
1	\$ 252,09	\$ 252,09	\$ 2.548,91
2	\$ 252,09	\$ 504,18	\$ 2.296,82
3	\$ 252,09	\$ 756,27	\$ 2.044,73
4	\$ 252,09	\$ 1.008,36	\$ 1.792,64
5	\$ 252,09	\$ 1.260,45	\$ 1.540,55
6	\$ 252,09	\$ 1.512,54	\$ 1.288,46
7	\$ 252,09	\$ 1.764,63	\$ 1.036,37
8	\$ 252,09	\$ 2.016,72	\$ 784,28
9	\$ 252,09	\$ 2.268,81	\$ 532,19
10	\$ 252,09	\$ 2.520,90	\$ 280,10

Cuadro No 61

DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

PERIODO AÑO	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
			\$ 3.306,00
1	\$ 734,70	\$ 734,70	\$ 2.571,30
2	\$ 734,70	\$ 1.469,41	\$ 1.836,59
3	\$ 734,70	\$ 2.204,11	\$ 1.101,89
PERIODO AÑO	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
			\$ 3.415,10
1	\$ 758,95	\$ 758,95	\$ 2.656,15
2	\$ 758,95	\$ 1.517,90	\$ 1.897,20
3	\$ 758,95	\$ 2.276,85	\$ 1.138,25

## DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE OFICINA

CUADRO No 62

PERIODO AÑO	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
			\$ 360,00
1	\$ 32,40	\$ 32,40	\$ 327,60
2	\$ 32,40	\$ 64,80	\$ 295,20
3	\$ 32,40	\$ 97,20	\$ 262,80
4	\$ 32,40	\$ 129,60	\$ 230,40
5	\$ 32,40	\$ 162,00	\$ 198,00
6	\$ 32,40	\$ 194,40	\$ 165,60
7	\$ 32,40	\$ 226,80	\$ 133,20
8	\$ 32,40	\$ 259,20	\$ 100,80
9	\$ 32,40	\$ 291,60	\$ 68,40
10	\$ 32,40	\$ 324,00	\$ 36,00

## DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES PRODUCCION

CUADRO No 63

PERIODO AÑO	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
			\$ 1.244,00
1	\$ 111,96	\$ 111,96	\$ 1.132,04
2	\$ 111,96	\$ 223,92	\$ 1.020,08
3	\$ 111,96	\$ 335,88	\$ 908,12
4	\$ 111,96	\$ 447,84	\$ 796,16
5	\$ 111,96	\$ 559,80	\$ 684,20
6	\$ 111,96	\$ 671,76	\$ 572,24
7	\$ 111,96	\$ 783,72	\$ 460,28
8	\$ 111,96	\$ 895,68	\$ 348,32
9	\$ 111,96	\$ 1.007,64	\$ 236,36
10	\$ 111,96	\$ 1.119,60	\$ 124,40

**DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE PRODUCCION**

**CUADRO No 64**

<b>PERIODO AÑO</b>	<b>DEPRECIACION ANUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
			\$ 2.600,00
1	\$ 234,00	\$ 234,00	\$ 2.366,00
2	\$ 234,00	\$ 468,00	\$ 2.132,00
3	\$ 234,00	\$ 702,00	\$ 1.898,00
4	\$ 234,00	\$ 936,00	\$ 1.664,00
5	\$ 234,00	\$ 1.170,00	\$ 1.430,00
6	\$ 234,00	\$ 1.404,00	\$ 1.196,00
7	\$ 234,00	\$ 1.638,00	\$ 962,00
8	\$ 234,00	\$ 1.872,00	\$ 728,00
9	\$ 234,00	\$ 2.106,00	\$ 494,00
10	\$ 234,00	\$ 2.340,00	\$ 260,00

**DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN PRODUCCIÓN**

**CUADRO No 65**

<b>PERIODO AÑO</b>	<b>DEPRECIACION ANUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
			\$ 7.752,48
1	\$ 1.722,86	\$ 1.722,86	\$ 6.029,62
2	\$ 1.722,86	\$ 3.445,72	\$ 4.306,76
3	\$ 1.722,86	\$ 5.168,58	\$ 2.583,90
<b>PERIODO AÑO</b>	<b>DEPRECIACION ANUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
			\$ 8.008,31
1	\$ 1.779,71	\$ 1.779,71	\$ 6.228,60
2	\$ 1.779,71	\$ 3.559,43	\$ 4.448,88
3	\$ 1.779,71	\$ 5.339,14	\$ 2.669,17

## AMORTIZACIÓN DE ADECUACIONES

CUADRO No 66

PERIODO O AÑO	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
			\$ 2.640,00
1	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 2.112,00
2	\$ 528,00	\$ 1.056,00	\$ 1.584,00
3	\$ 528,00	\$ 1.584,00	\$ 1.056,00
4	\$ 528,00	\$ 2.112,00	\$ 528,00
5	\$ 528,00	\$ 2.640,00	\$ 0,00

## AMORTIZACIÓN DE GASTOS PRELIMINARES

CUADRO No 67

PERIODO O AÑO	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
			\$ 3.703,70
1	\$ 740,74	\$ 740,74	\$ 2.962,96
2	\$ 740,74	\$ 1.481,48	\$ 2.222,22
3	\$ 740,74	\$ 2.222,22	\$ 1.481,48
4	\$ 740,74	\$ 2.962,96	\$ 740,74
5	\$ 740,74	\$ 3.703,70	\$ 0,00

## RESUMEN DE DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS

CUADRO No 68

PERIODO	ACTIVOS FIJOS	DEPRECIACIÓN ANUAL
10	Muebles y Enseres	\$ 252,09
5	Equipos de computación	\$ 734,70
10	Equipos de oficina	\$ 32,40
10	M y E Producción	\$ 111,96
10	Equipos Producción	\$ 234,00
<b>TOTAL DEPRECIACIONES</b>		<b>\$ 1.365,15</b>

<b>CUADRO No 69</b>	
Depreciaciones Administrativas	\$ 1.019,19
Depreciaciones operativas	\$ 345,96

**RESUMEN DE AMORTIZACIÓN DIFERIDOS**

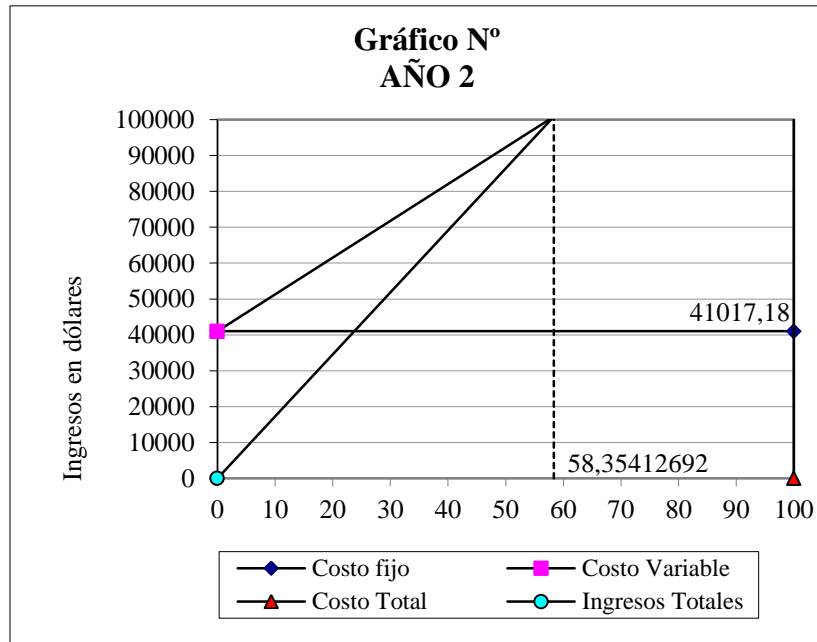
**CUADRO No 70**

<b>PERIODO</b>	<b>DIFERIDOS</b>	<b>AMORTIZACIÓN</b>
5	Adecuaciones	\$ 528,00
5	Gastos preliminares	\$ 740,74
<b>TOTAL AMORTIZACIÓN</b>		<b>\$ 1.268,74</b>

ANEXO 3

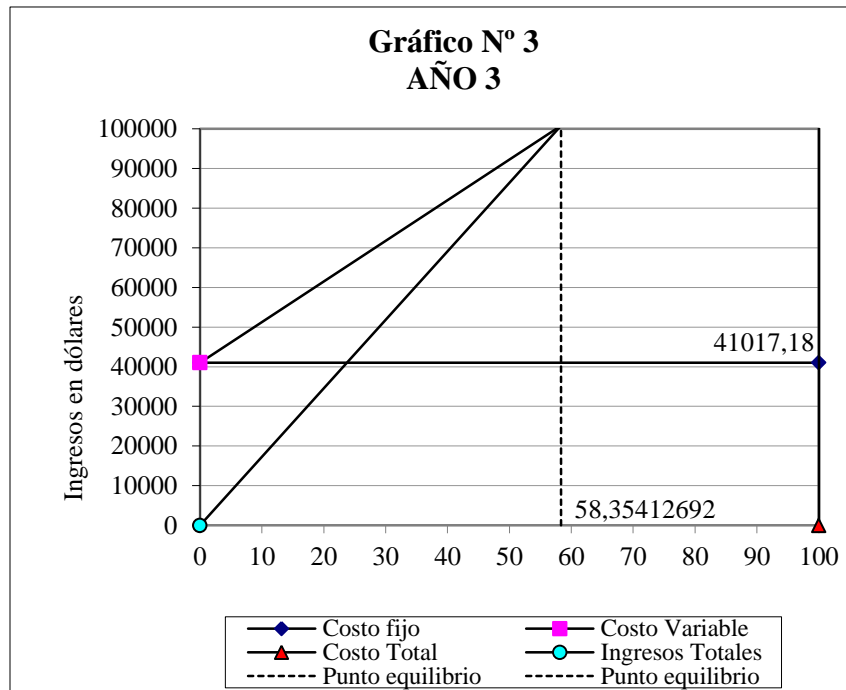
PUNTOS DE EQUILIBRIO

Cuadro N° 3.1



<b>Costo Fijo</b>	33.889,50	
<b>Costo Variable</b>	86.684,11	
<b>Ingresos Totales</b>	146.700,00	
Eje de x	0	100
Ingresos Totales	0	146.700,00
Costo fijo	33.889,50	33.889,50
Costo Variable	33.889,50	120.573,61
Costo Total	0	120.573,61
Eje de x	100	100
Punto equilibrio	82.837,89	82.837,89
Eje de x	0	56,47
Punto equilibrio	0	82.837,89
Eje de x	56,47	56,47
PE (ventas)	82.837,89	
PE (%)	56,47	

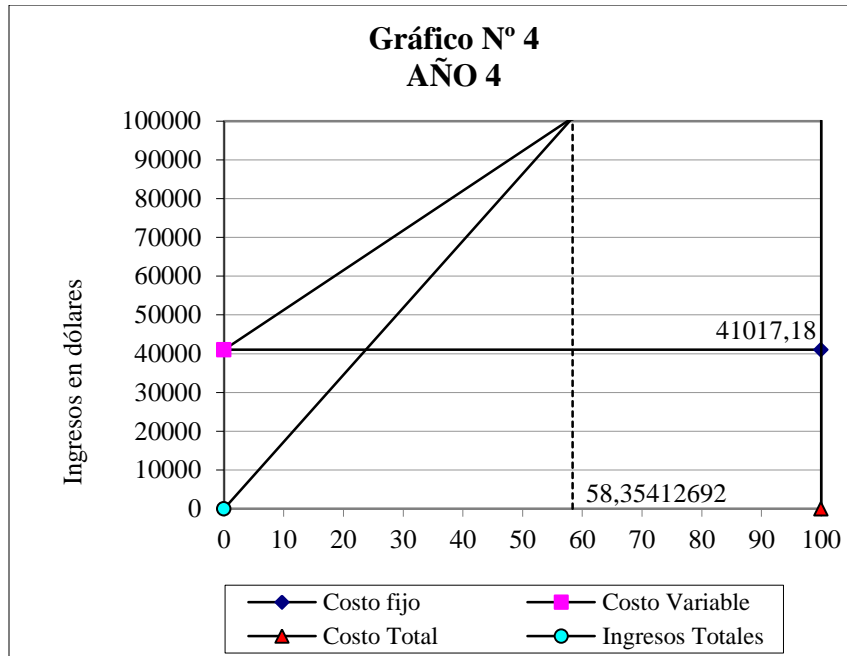
Cuadro N° 3.2



<b>Costo Fijo</b>	36.047,48	
<b>Costo Variable</b>	86.684,11	
<b>Ingresos Totales</b>	155.400,00	
Eje de x	0	100
Ingresos Totales	0	155.400,00
Costo fijo	36.047,48	36.047,48
Costo Variable	36.047,48	122.731,59
Costo Total	0	122.731,59
Eje de x	100	100
Punto equilibrio	81.520,86	81.520,86
Eje de x	0	52,46
Punto equilibrio	0	81.520,86
Eje de x	52,46	52,46
PE (ventas)	81.520,86	
PE (%)	52,46	



Cuadro N° 3.3



<b>Costo Fijo</b>	38.471,62	
<b>Costo Variable</b>	96.882,42	
<b>Ingresos Totales</b>	164.100,00	
Eje de x	0	100
Ingresos Totales	0	164.100,00
Costo fijo	38.471,62	38.471,62
Costo Variable	38.471,62	135.354,04
Costo Total	0	135.354,04
Eje de x	100	100
Punto equilibrio	93.921,75	93.921,75
Eje de x	0	57,23
Punto equilibrio	0	93.921,75
Eje de x	57,23	57,23
PE (ventas)	93.921,75	
PE (%)	57,23	

