



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TEMA:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE PORTARRETRATOS EN TRUPAN Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA”

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE INGENIEROS COMERCIALES.

AUTORES:

**EMILIO JOSÉ BARRAZUETA HIDALGO
VERONICA ELIZABETH BARRAZUETA HIDALGO**

DIRECTOR:

INGENIERO JULIO LÓPEZ PITISACA

**LOJA-ECUADOR
2011**

INGENIERO JULIO LÓPEZ PITISACA

DIRECTOR DE TESIS.

CERTIFICA:

Haber guiado el trabajo investigativo realizado por los egresados: EMILIO JOSÉ BARRAZUETA HIDALGO Y VERONICA ELIZABETH BARRAZUETA HIDALGO, previo a la obtención del título de Ingenieros Comerciales y cuyo tema se denomina: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE PORTARRETRATOS EN TRUPAN Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA”** el mismo que luego de su ejecución cumple con los requerimientos de fondo y de forma que han sido establecidos por la Universidad Nacional de Loja; por tanto autoriza su presentación para los trámites correspondientes.

Particular que certifico para los fines pertinentes.

Loja, Abril de 2011

Atentamente,

Ing. Com. Julio López Pitizaca
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Las ideas, conceptos, criterios y resultados de la presente investigación son de propiedad exclusiva de sus autores.

EMILIO JOSÉ BARRAZUETA HIDALGO

VERONICA ELIZABETH BARRAZUETA HIDALGO

AGRADECIMIENTO

Los autores dejamos constancia de nuestro agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, a la Carrera de Administración de Empresas, a la planta Docente y de manera especial al Sr. Ing. Com. Julio López Pitzaca, Director de Tesis, por el asesoramiento brindado para la realización del presente trabajo.

LOS AUTORES

DEDICATORIA

Este trabajo investigativo, previo a mi título de Ingeniero Comercial quiero dedicarlo a mis padres José Antonio Barraqueta Leon y Maria del Carmen Hidalgo Rios, por su apoyo y paciencia. A mi esposa Julia Victoria Arias Samaniego y a mi hija Maria Victoria Arias, que son la razón de mi existir.

Emilio José

Quiero dedicar este trabajo investigativo a mis padres por su amor y paciencia, a mi querida hija Maria Emilia y a mi esposo José Eduardo por su apoyo incondicional.

Veronica Elizabeth

a. RESUMEN

La actividad productiva y comercial es importante para el desarrollo económico y social, contribuye a mejorar el nivel de vida de productores y de consumidores.

En nuestro país se han organizado medianas y pequeñas empresas en el sector productivo y comercial motivo por el cual se ha planteado la creación e implementación de una microempresa productora y comercializadora de productos elaborados del trupan (Portarretratos), en la ciudad de Loja

La ejecución de la industria y la tecnificación de la misma ha ido desplazando y restando importancia a empresas de este tipo que no cuentan con una visión, misión y objetivos claros y medibles que les permitan fijarse un horizonte definido, y lo que es peor aun es que ni siquiera se han tomado en cuenta aspectos tan importantes como es la evaluación de proyectos de inversión, sus técnicas y herramientas, dichos factores son de primordial importancia para el adecuado desarrollo productivo y competitivo de las organizaciones.

Lo antes mencionado limita el accionar de empresas de este tipo debido a que se ven inmersas en una situación caótica.

Por ello el interés de realizar un trabajo investigativo orientado a determinar lo viable y relevante que es la aplicación adecuada de dichas técnicas y herramientas administrativas y analizar la situación actual del

mercado, dejando así entrever cómo, cuándo, dónde y por qué deben aplicarse estas herramientas administrativas, que apuntan a la utilización adecuada de los recursos, evitando incurrir en gastos y desperdicios innecesarios, por ende emprender en futuros proyectos de inversión.

En este sentido la evaluación de proyectos de inversión, provoca un incremento en la producción y los servicios que se prestan, sirviendo como una estrategia competitiva que le sirve al empresario como un plan fundamental para el desarrollo y crecimiento de empresas dedicadas a esta actividad de producción.

Los resultados del presente trabajo nos demuestran la factibilidad para la ejecución de este proyecto ya que asegura rentabilidad y por otro lado ayudaría al desarrollo socio - económico de la región sur y concretamente de la ciudad de Loja.

En la realización de este trabajo, se hizo necesario la utilización de métodos y técnicas de investigación que permitieron recopilar y procesar la información apropiada a los requerimiento del estudio, Para establecer el nivel de demanda de PORTARRETRATOS EN TRUPAN, se identificó a los posibles demandantes y posteriormente a los demandantes reales a los mismos que se procede a aplicar encuestas y entrevistas según el caso.

La capacidad de producción está determinada por la cantidad de portarretratos pueden realizar por hora, determinándose que la empresa

utiliza una capacidad de producción de que le permite elaborar 8.320.00 portarretratos.

La empresa se ubicará en el barrio San Sebastián en la ciudad de Loja, en la parroquia San Sebastián, lugar que cuenta con vías de acceso de primer orden, servicios básicos indispensables y se encuentra dentro del mercado a abastecer.

Para su implementación se requiere una inversión de 12.000.00 dólares cuyo financiamiento se prevé será interno mediante el aporte de 2.000.00 dólares por socio de la empresa, 6 socios.

La organización empresarial será bajo la forma de Compañía de Responsabilidad Limitada por presentar las condiciones más convenientes para quienes se asocien en calidad de empresarios.

Para establecer el presupuesto de costos tenemos una tasa de incremento promedio del 5% tomando como referente el índice inflacionario al mes de Junio de 2010. Para el presupuesto de ingresos se tomó como referente el obtener en el primer año el 25% y mantener el precio de venta al menos durante 2 años para luego incrementar un dólar sobre el precio del producto.

El Valor Actual Neto del Proyecto es de 24.279 dólares, lo cual asegura un incremento en el valor de la empresa al final de la vida útil del proyecto. La tasa interna de retorno de la inversión es de 69.62%, que

es muy superior a la tasa de oportunidad. La relación beneficio costo es de 1.31 dólares, lo que nos indica que por cada dólar invertido se obtiene 31 centavos de utilidad. Finalmente la inversión se recuperará en las condiciones que se propone en el proyecto, en 1 año, 6 meses, 8 días. El proyecto soporta un incremento del 11.50% en costos y una disminución del 9% en ingresos.

Para poner en marcha el presente proyecto se ha considerado indudablemente el uso de maquinaria y equipo que no produzcan contaminación al medio ambiente así como también el aprovechamiento de materia prima que se obtiene de materiales reciclados como es el caso del “trupan” coadyuvando así a la preservación del medio ambiente. Para el proyecto se estableció los siguientes objetivos e hipótesis, mismo que se cumplieron con los resultados anotados anteriormente.

Por ello lo que se busca es determinar la factibilidad e implementación de una microempresa productora y comercializadora de productos elaborados del trupan (portarretratos), en la ciudad de Loja, ello se cumplió mediante las siguientes actividades: estudio de mercado para determinar la oferta y demanda del producto, análisis técnico para determinar el tamaño y localización de las instalaciones del proyecto, estudio económico financiero para determinar la rentabilidad y vida útil del proyecto, establecer la organización jurídica y organizativa de la microempresa, con ello se logro dar como valedera la hipótesis.

SUMMARY

The productive and commercial activity is important for the economic and social development, it contributes to improve the level of life of producers and of consumers.

In our country they have been organized medium and small companies in the sector productive and commercial reason for which there is you, outlined the creation and implementation of a microempresa producer and comercializadora of elaborated products of the trupan (Portarretratos), in the city of Loja

The execution of the industry and the tecnificación of the same one have gone displacing and subtracting importance to companies of this type that don't have a vision, mission and clear and appraisable objectives that allow them to notice a defined horizon, and what is worse is even that they have not even taken into account aspects so important as it is the evaluation of investment projects, their techniques and tools, this factors are of primordial importance for the appropriate productive and competitive development of the organizations.

Him before mentioned file working of companies of this type because inmersas is come in a chaotic situation.

For it the interest of carrying out an investigative work guided to determine the viable and outstanding that is the appropriate application of this techniques and administrative tools and to analyze the current situation of the market, allowing this way to see how, when, where and why these administrative tools should be applied that point to the appropriate use of the resources, avoiding to incur in expenses and unnecessary waste, for ende to undertake in future investment projects.

In this sense the evaluation of investment projects, causes an increment in the production and the services that are lent, serving like a competitive strategy that is good to the manager like a fundamental plan for the development and growth of companies dedicated to this production activity.

The results of the present work demonstrate us the feasibility for the execution of this project since it assures profitability and on the other hand he/she would help to the development partner - economic of the south region and concretely of the city of Loja.

In the realization of this work, it became necessary the use of methods and technical of investigation that allowed to gather and to process the appropriate information to the requirement of the study, to establish the level of demand of PORTARRETRATOS IN TRUPAN, it was

identified the possible plaintiffs and later on to the real plaintiffs to the same ones that you proceeds to apply surveys and interviews according to the case.

The production capacity is determined by the quantity of portarretratos they can carry out per hour, being determined that the company uses a production capacity that it allows him to elaborate 8.320.00 portarretratos.

The company will be located in the neighborhood San Sebastian in the city of Loja, in the parish San Sebastian, place that has roads of access of first order, indispensable basic services and it is inside the market to supply.

For their implementation an investment of 12.000.00 dollars is required whose financing you prevé will be internal by means of the contribution of 2.000.00 dollars for partner of the company, 6 partners.

The managerial organization will be low the form of Company of Limited Responsibility to present the most convenient conditions for those who associate in managers' quality.

To establish the budget of costs we have a rate of increment average of 5% taking as relating the inflationary index to the month of

June of 2010. For the budget of revenues he/she took as relating the to obtain in the first year 25% and to maintain the sale price at least during 2 years it stops then to increase a dollar on the price of the product.

The Net Current Value of the Project is of 24.279 dollars, that which assures an increment in the value from the company to the end of the useful life of the project. The internal rate of return of the investment is from 69.62% that is very superior to the opportunity rate. The relationship benefits cost it is of 1.31 dollars, what indicates us that for each invested dollar it is obtained 31 cents of utility. Finally the investment will recover under the conditions that he/she intends in the project, in 1 year, 6 months, 8 days. The project supports an increment of 11.50% in costs and a decrease of 9% in revenues.

To start the present project it has been considered the machinery use and team that don't produce contamination to the environment undoubtedly as well as the matter use prevails that one obtains of materials recycled as it is the case of the "trupan" cooperating this way to the preservation of the environment. For the project he/she settled down the following objectives and hypothesis, same that were completed previously with the logged results.

For it what is looked for is to determine the feasibility and implementation of a microempresa producer and comercializadora of elaborated products of the trupan (portarretratos), in the city of Loja, it was completed it by means of the following activities: I study of market to determine the offer and demand of the product, technical analysis to determine the size and localization of the facilities of the project, study economic financier to determine the profitability and useful life of the project, to establish the artificial and organizational organization of the microempresa, with it you achievement to give as valid the hypothesis.

b. INTRODUCCIÓN

El Trupan o tablero MDF está hecho con fibras de madera obtenida de troncos de Pino Radiata, descortezados, una propiedad excepcional que tiene el trupan es su trabajabilidad ya que permite realizar cortes precisos y perfectos, desfondados, moldurados, etc, con terminaciones libres de astillas, sin fisuras ni desgarramiento, éstas son algunas de sus características.

Este tipo de madera presenta una estructura uniforme y homogénea y una textura fina que permite que sus dos caras y sus cantos tengan acabado perfecto, es fácil de trabajar, pudiendo ser moldurado, perforado, ensamblado, atornillado, pintado, etc., lo que permite excelentes terminaciones; así mismo las herramientas sufren menos desgaste, debido a que disminuye la resistencia al corte

Por consiguiente al ser una materia prima de fácil adquisición y que permite realizar algunos productos y con el propósito de coadyuvar al desarrollo socioeconómico del cantón Loja y provincia, se ha planteado la creación e implementación de una microempresa productora y comercializadora de productos elaborados del trupan (Portarretratos), en la ciudad de Loja.

Para determinar la viabilidad del presente proyecto se realizó cinco estudios que se detallan a continuación: Estudio de mercado, para

realizar el estudio de mercado se tomo en consideración la población de la ciudad de Loja, que según la información recabada del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. La aplicación de las encuestas a la muestra de la PEA permitió determinar el mercado objetivo, los gustos y preferencias, el precio, los medios de comunicación por los cuales se supo de la existencia del producto, oferta, y la demanda del producto a ofertar, la demanda insatisfecha, y existente así como también los gustos y preferencias de quienes adquirirán el producto. Estudio Técnico para la elaboración del estudio técnico se tomaron en consideración dos factores de real importancia como son, el tamaño y la localización, para ello debió efectuarse primeramente la proyección tanto de la capacidad instalada como de la capacidad utilizada, para luego evaluar la macro y micro localización de las instalaciones de la futura microempresa, ponderando factores como: servicios básicos, regulaciones legales, vías de acceso, etc. Estudio Administrativo, se procedió a estructurar la empresa de forma tanto jurídica como organizativa a través de organigramas funcional, estructural y posicional, además el respectivo manual orgánico funcional. Estudio Financiero, se evaluaron las inversiones como también el financiamiento del proyecto, para esto se determinaron los activos fijos, diferidos, corrientes, presupuestos de costos ,ingresos, flujo de caja con sus respectivas proyecciones, dando paso así a evaluar financieramente el proyecto por lo que se tomaron en consideración los siguientes factores como el comportamiento del mercado, índices inflacionarios, tasas

financieras, costos directos e indirectos de producción entre los más destacados, consecutivamente se aplican los instrumentos de evaluación exactos; Valor actual neto, Tasa interna de retorno, Periodo de recuperación de capital, Relación beneficio costo, Análisis de sensibilidad, determinando si es factible o no el proyecto, para luego establecer las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

c. REVISIÓN DE LITERATURA

c.1. ANTECEDENTES GENERALES DEL TRUPAN O MDF

La actividad productiva y económica es importante para el desarrollo del País, ya contribuye a mejorar el nivel de vida de productores y consumidores.

En nuestro país se han organizado pequeñas y medianas empresas en el sector industrial como en el de servicios que impulsan su desarrollo, las cuales se rigen a diversas técnicas y métodos productivos estos dos van a la par en busca de la evolución de la economía, la productividad da impulso al desarrollo sustentable de la empresa económicamente hablando; este puede ser medido cuantitativa y cualitativamente, permitiéndose así observar los resultados esperados o el avance que ha obtenido la empresa mediante la aplicación de procesos administrativos, permitiéndose hasta cierto punto crearse perspectivas hasta el futuro.

El hombre en su afán de salvaguardar el equilibrio ecológico del planeta toma la iniciativa de utilizar desechos de madera como la viruta fina y otros materiales que fusionados dan como resultado el tablero de "TRUPAN", también conocido como MDF.

"También se le llama MDF o tablero de fibra de densidad media.

Está fabricado a partir de elementos fibrosos básicos de madera prensados en seco. Se utiliza como aglutinante un adhesivo de resina sintética.

Presenta una estructura uniforme y homogénea y una textura fina que permite que sus dos caras y sus cantos tengan un acabado perfecto. Se trabaja prácticamente igual que la madera maciza, pudiéndose fresar y tallar incluso los cantos. La estabilidad dimensional, al contrario que la madera maciza, es óptima, pero su peso es muy elevado. Constituye una base excelente para las chapas de madera.

Es perfecto para lacar o pintar. También se puede barnizar. Se encola (con cola blanca) fácilmente y sin problemas. Es comercializado en grosores desde 2,5 mm a 4 cm. o más. La medida del tablero es de 244 x 122 cm. Suele ser de color marrón medio-oscuro y es un tablero barato.

Recomendable para construir todo tipo de Portarretratos (funcionales o artísticos) en los que el peso no suponga ningún problema. Son una base óptima para lacar. Excelente como tapas de mesas y bancos de trabajo. Se puede utilizar como lienzo para pintar, como base para maquetas, como trasera y fondo de cajones en Portarretratos y portafotos, pósters y puzzles. También se usa para hacer formas, peanas, para tallar e incluso para hacer esculturas (pegando varios tableros para obtener un grosor adecuado). No es apto para exterior ni condiciones húmedas.

DENSIDADES APROXIMADAS DEL TRUPAN ESTÁNDAR SEGÚN EL GROSOR:

De 2,5 a 3 mm	800 Kg/m ³
De 4 a 6 mm	780 Kg/m ³
De 7 a 9 mm	770 Kg/m ³
De 10 a 16 mm	760 Kg/m ³
De 18 a 19 mm	755 Kg/m ³
De 22 a 25 mm	750 Kg/m ³
De 28 a 32 mm	740 Kg/m ³
De 35 a 38 mm	730 Kg/m ³
De 38 a 40 mm	720 Kg/m ³ .

PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL TRUPAN

Las trozas de madera tropical almacenadas en el patio de la fábrica son cocinadas con agua caliente antes de ingresar al proceso. Posteriormente se elimina su corteza antes de ser laminadas. En el proceso de laminado se obtienen caras y almas de diferentes espesores que luego formarán el tablero contrachapado. Las láminas, producto del proceso anterior, presentan un alto contenido de humedad, por lo que pasan a un proceso de secado por convección en donde se obtiene la chapa seca. Los pedazos de alma son juntados en una máquina para conseguir la dimensión de largo y ancho del tablero. A las láminas que

servirán como caras externas, luego de ser secadas, se les pega un adhesivo en los extremos para evitar deformaciones. Para armar el tablero se impregna de pegamento a las almas y se ubican alternadamente almas y caras, una encima de otra, hasta alcanzar el espesor requerido del tablero. Inmediatamente se presan los tableros tanto en frío como en caliente para que cure el pegamento que une sus capas. A continuación los tableros son cortados en sus dimensiones apropiadas y lijados para eliminar los desperfectos exteriores. Finalmente los tableros son clasificados en diferentes calidades de acuerdo a las especificaciones técnicas que debe cumplir el tablero.

CARACTERÍSTICAS Y VENTAJAS DEL PRODUCTO.

- Perfecta estabilidad estructural en todo el tablero,
- Variedad de espesores para satisfacer todas las necesidades del usuario,
- Es fácil de fabricar que evita el desgaste acelerado de las herramientas,
- Superficies perfectamente lijadas por lo que no es necesario el gasto adicional para el usuario en trabajos de acabado,
- Superficies homogéneas en tono y acabado,
- Permite cualquier tipo de acabado y lacado uniforme,

USOS Y APLICACIONES

- Viene lijado por ambas caras y está listo para ser pintado, lacado, recubierto y ser utilizado en la fabricación industrial o artesanal de Portarretratos, instalaciones de interiores, clóset, puertas, cielos falsos, parlantes, entre otras aplicaciones.
- Es un tablero de partículas de madera aglomeradas para usos y aplicaciones en ambientes donde el nivel de humedad es alto y permanente.
- Los tableros por su conformación leñosa, combinan adecuadamente la masa con la porosidad obteniéndose un aceptable aislamiento contra el ruido. La atenuación acústica está entre 150 - 500 Hz que equivale a 28 - 32 dB.
- Los tableros pueden trabajarse con herramientas típicas de carpintería, cortar en cualquier sentido, cepillar cantos, perforar, calar y atornillar, al igual que la madera aserrada, a diferencia de otros materiales, retienen los clavos, tornillos y otros herrajes con firmeza y sin producirse rajaduras, lo que ofrece una ventaja notoria frente a otro tipo de tablero.

ACABADOS

Los tableros tienen un excelente acabado debido a su sistema de lijado que le brinda una superficie apta para recibir directamente cualquier

tipo de recubrimiento como pintura, barniz o laca. La superficie neutra de los tableros no reacciona químicamente con sustancias usualmente presentes en pinturas o pegamentos. No obstante, debe evitarse aplicar pinturas o adhesivos muy diluidos así como pegar papel tapiz impermeable usando pegamentos acuosos.

Las dimensiones de los tableros garantizan mínima pérdida de material y un alto aprovechamiento de su superficie con gran versatilidad de aplicación. Mayor estabilidad dimensional, sin tendencia a curvarse ni deformarse.

En la ciudad de Loja, existen dos empresas dedicadas a la comercialización de este producto, la primera y de mayor relevancia es “PLACA CENTRO DECOMADERAS” ubicada en una zona estratégica de la ciudad en las calles Mercadillo y lauro guerrero. La segunda es la “DISTRIBUIDORA SAGO” ubicada en la calle José Picota y Manuel José Aguirre. Cabe destacar que ambas empresas ofrecen el servicio de corte a medida y entrega a domicilio a más de asesoramiento y capacitación sobre el tratamiento y uso de este tipo de material. Además mantienen un stock constante de producto lo cual permite tener acceso inmediato a la materia prima. Que se utilizara para la elaboración de los Portarretratos.

c.2. PROYECTOS DE INVERSION

Es un conjunto de informaciones que permite tomar decisiones para la asignación de recursos (Humanos, materiales, económicos) a una determinada actividad productiva que asegure una rentabilidad mayor, que la tasa de interés de oportunidad, el costo de oportunidad de la inversión, o el costo de capital.

ESTUDIO DE MERCADO¹

Objetivos

- ⇒ Busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo.

- ⇒ Trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico. Por espacio se entiende la necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un área delimitada.

¹ **NASSIR SAPAG, Chain . 2005.** Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación. Editorial Pearson. México

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

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

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

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

“Aquí se determinan las cantidades del producto que los consumidores están dispuestos a adquirir y que justifican la realización de los programas de producción. Se debe cuantificar la necesidad real o psicológica de una población de consumidores, con disposición de poder adquisitivo suficiente y con unos gustos definidos para adquirir un producto que satisfaga sus necesidades. Debe comprender la evolución de la demanda actual del producto, y el análisis de ciertas características y condiciones que sirvan para explicar su probable comportamiento a futuro”.²

Situación actual de la demanda. Se realizará una estimación cuantitativa del volumen actual de consumo del producto. Presentándolos de la siguiente manera.

- ⇒ Series estadísticas básicas que permitan determinar la evolución del consumo del producto durante un período suficiente que permita estimar la tendencia a largo plazo.
 - ⇒ Estimación de la demanda actual
 - ⇒ Distribución espacial y tipología de los consumidores.
- Caracterizaremos la demanda con indicaciones de su concentración o

².PASACA MORA, Manuel, . Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión 2004. Loja-Ecuador.

dispersión en el espacio geográfico, junto con la variedad de consumidores.

Indicadores de la demanda. Utilizaremos índices y coeficientes teóricos en base a las series estadísticas anteriores como:

- ⇒ Tasa anual de crecimiento del consumo en el período considerado
- ⇒ Índices básicos de elasticidades precio, ingreso.

Situación futura. Para estimarla proyectaremos la demanda futura para el período de la vida útil del proyecto. Nos basaremos en los datos estadísticos conocidos. Para hacerlo se debe proceder de la siguiente manera

- ⇒ Proyectamos estadísticamente la tendencia histórica,
- ⇒ Consideraremos luego los condicionantes de la demanda futura, estos pueden ser:
 - El aumento de la población, del ingreso, cambios en su distribución.
 - Cambios en el nivel general de precios
 - Cambios en la preferencia de los consumidores
 - Aparición de productos sustitutivos.
 - Cambios en la política económica.
 - Cambios en la evolución y crecimiento del sistema económico

⇒ Proyectamos la demanda ajustada con los factores anteriores, y obtendremos la demanda futura del producto.

TIPOS DE DEMANDA

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

Demanda Efectiva

Es la demanda real, es decir la cantidad que realmente compran las personas de un producto y/o servicios, por ejemplo si en el año 2002 se vendieron 300,000 pares de calzado, esta sería la demanda real.

Demanda satisfecha

Es la demanda en la cual el público a logrado acceder al producto y/o servicio y además está satisfecho con él, por ejemplo alguna vez hemos consumido una hamburguesa y al final que hemos dicho que bien que está (bueno esta es una demanda satisfecha porque se queda conforme y se accedió al producto) .

Demanda Aparente

Es aquella demanda que se genera según el número de personas, por ejemplo si vendes galletas y llegas a un lugar donde hay 50 personas, bueno imaginas entonces que vas a vender 50 paquetes de galletas.

Demanda Potencial

Es la demanda total del mercado, la cual no es efectiva en el presente, pero que en algunas semanas, meses o años será real, por ejemplo, para los que ofrecen pañales descartables, las mujeres embarazadas constituyen una demanda potencial (por el niño que está por venir).

Comercialización del Producto

Si la empresa decide seguir adelante con la comercialización de un nuevo producto, tendrá que hacer frente a los gastos más importantes hasta el momento. La empresa ya habrá gastado mucho en la generación de la idea del producto, la elección de la idea del producto, el desarrollo del producto, el desarrollo del prototipo y las pruebas y validación del prototipo del producto, pero la cantidad de dinero que requiere la comercialización es aún mayor. La empresa tendrá que construir o alquilar un establecimiento a escala total si no tiene ninguno o externalizar el proceso de fabricación. Tendrá que gastar una buena cantidad en promoción y propaganda. Tendrá que decidir mediante alquiler o contrato

sobre un amplio sistema de entrega y distribución, y tendrá que tomar algunas decisiones difíciles e importantes sobre el proceso de comercialización en general.

ESTUDIO TECNICO³

El objetivo del Estudio Técnico es diseñar como se producirá aquello que se va a ofertar en el mercado. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar como se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:

- Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- Donde obtener los materiales o materia prima.
- Que maquinas y procesos usar.
- Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

El tamaño del proyecto

En el mundo empresarial encontramos micro, pequeña, mediana y gran empresa. Entonces uno de los aspectos que debemos considerar es la magnitud de nuestro proyecto ¿hacia donde va? Una micro, pequeña,

³ **BACA URBINA, Gabriel. 2000. Evaluación de Proyectos. Mc. Graw Hill. México.**

mediana o gran empresa, todo ello va a depender del objetivo del productor y de su capacidad de inversión.

La localización del proyecto

Toda empresa formalmente constituida tiene un domicilio fiscal de conocimiento público o fácil de identificar, lo cual le permitiría a la empresa que sus clientes puedan llegar a ella fácilmente a adquirir el producto que está ofreciendo, lo cual muchas veces no sucede con la empresa informal y lo grave de la informalidad es que muchas empresas que operan dentro de la clandestinidad ofrecen productos que al final atentan contra la integridad física del consumidor, así tenemos por ejemplo el caso de los embutidos cuya materia prima es carne de caballo, de burro, de perro y en el peor de los casos la materia prima proviene animales que viven en los basurales (chillan); es horripilante, pero se dan esos casos en nuestro país y no es el único, son muchos, así tenemos en los chupetes, conservas de pescado, golosinas, licores, etc.

Entonces hay un problema de honestidad que ha alcanzado a todos los niveles de nuestra sociedad, en tal sentido la formalidad de alguna manera le podría dar al consumidor cierta garantía que lo que consume es un producto de una calidad aceptada.

Por lo tanto de acuerdo a lo descrito anteriormente, es necesario que nuestro proyecto a realizar contemple un domicilio fiscal para nuestra empresa, si es necesario indicarlo gráficamente (croquis).

▪ **Factores determinantes de la localización**

Si bien es cierto que la localización consiste en la ubicación del proyecto, existen factores que al final pueden influir en la decisión final, así tenemos:

- La política tributaria del gobierno
- La existencia de vías de comunicación (terrestre, aérea o marítima)
- La existencia de infraestructura urbana (agua, desagüe, luz y teléfono)
- La existencia de mercados insatisfechos y potenciales
- Disposiciones municipales
- Mano de obra disponible
- Costo del transporte
- Existencia de universidades, institutos, colegios

INGENIERIA DEL PROYECTO⁴

Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio, así tenemos:

Tecnología

Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio, por ejemplo en el caso de una empresa metal mecánica tenemos las máquinas de soldar, máquinas de cortar metal, etc, en una empresa textil tenemos las máquinas de costura recta, remalladoras, bordadoras, etc.

ESTUDIO FINANCIERO⁵

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable? Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender mas, comprar maquinas mas baratas o gastar menos.

⁴ **NASSIR SAPAG, Chain . 2005.** Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación. **Editorial Pearson. México**

⁵ **BACA URBINA, Gabriel. 2000.** Evaluación de Proyectos. **Mc. Graw Hill. México.**

Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión.

Así, después de modificaciones y cambios, y una vez seguro de que la idea es viable, entonces, se pasara al último estudio.

Inversiones

⇒ **Fijas**

Es la incorporación al aparato productivo de bienes destinados a aumentar la capacidad global de la producción. También se le llama formación bruta de capital fijo. Las principales clases de inversión fija son equipo y maquinaria (maquinaria, equipo de trabajo, equipo de reparto, equipo de seguridad, equipo de cómputo, y equipo de oficina). Para calcular el total de inversión fija se debe colocar en una columna la cantidad de equipos por el precio unitario.

⇒ **Diferidas**

Se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del Proyecto, no están sujetos a desgaste físico. Usualmente esta conformada por Trabajos de investigación y estudios, gastos de organización y

supervisión, gastos de puesta en marcha de la planta, gastos de administración, intereses, gastos de asistencia técnica y capacitación de personal, imprevistos, gastos en patentes y licencias, etc. Dentro de ésta inversión se encuentran los gastos operativos, organización y constitución de la empresa y capital de trabajo.

⇒ **Capital de Trabajo**

El Capital de Trabajo considera aquellos recursos que requiere el Proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes o servicios y contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al Ciclo Productivo del Proyecto en su fase de funcionamiento.

Para calcular el total de inversión fija se debe colocar una columna la cantidad de equipos por el precio unitario.

Financiamiento

Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar a la inversión, en forma o proporción definida en el estudio de pre-inversión correspondiente. Por lo general se refiere a la obtención de préstamos.

- **Presupuestos⁶**

Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización.

Costo de producción

Son los que permiten obtener determinados bienes a partir de otros, mediante el empleo de un proceso de transformación. Por ejemplo:

- Costo de la materia prima y materiales que intervienen en el proceso productivo

Sueldos y cargas sociales del personal de producción.

Depreciaciones del equipo productivo.

Costo de los servicios públicos que intervienen en el proceso productivo.

Costo de envases y embalajes.

Costos de almacenamiento, depósito y expedición.

- Costo de comercialización

⁶ ZAPATA SANCHEZ, Pedro. Contabilidad General. Mc.Graw Hill.

Es el costo que posibilita el proceso de venta de los bienes o servicios a los clientes. Por ejemplo:

Sueldos y cargas sociales del personal del área comercial.

Comisiones sobre ventas.

Fletes, hasta el lugar de destino de la mercadería.

Seguros por el transporte de mercadería.

Promoción y Publicidad.

Servicios técnicos y garantías de post-ventas.

- **Costo de administración**

Son aquellos costos necesarios para la gestión del negocio. Por ejemplo:

Sueldos y cargas sociales del personal del área administrativa y general de la empresa.

Honorarios pagados por servicios profesionales.

Servicios Públicos correspondientes al área administrativa.

Alquiler de oficina.

Papelería e insumos propios de la administración

- **Costo de financiación**

Es el correspondiente a la obtención de fondos aplicados al negocio.

Por ejemplo:

Intereses pagados por préstamos.

Comisiones y otros gastos bancarios.

Impuestos derivados de las transacciones financieras.

- **Costos fijos**

Son aquellos costos cuyo importe permanece constante, independiente del nivel de actividad de la empresa. Se pueden identificar y llamar como costos de "mantener la empresa abierta", de manera tal que se realice o no la producción, se venda o no la mercadería o servicio, dichos costos igual deben ser solventados por la empresa. Por ejemplo:

Alquileres, amortizaciones o depreciaciones, seguros, Impuestos fijos, servicios públicos (Luz, Teléfono, Gas, etc.), sueldo y cargas sociales de encargados, supervisores, gerentes, etc.

- **Costos variables**

Son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o actividad de la empresa. Son los costos por "producir" o "vender". Por ejemplo:

Mano de obra directa (a destajo, por producción o por tanto).

Materias Primas directas.

Materiales e Insumos directos.

Impuestos específicos.

Envases, Embalajes y etiquetas.

Comisiones sobre ventas.

Evaluación Financiera

Se aplican algunos métodos de evaluación que toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno y la relación Beneficio Costo principalmente.

- **Flujo de Caja**

Representa la diferencia entre los ingresos y los egresos, los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activos. Para su cálculo no se incluyen como egresos de las depreciaciones ni las amortizaciones de activos diferidos ya que ellos no significan desembolsos económicos para la empresa.

- **Valor actual neto**

Es el valor monetario que resulta de la suma de flujos descontados a la inversión inicial. Si el resultado de los VAN calculado es positivo, entonces el proyecto es realizable, caso contrario no se debe ejecutar.

- **Tasa Interna de Rendimiento**

Es la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto sea igual a cero (0).

Si la TIR es mayor que el costo de capital se acepta el proyecto.

Si la TIR es menor que el costo de capital no se debe realizar el proyecto.

- **Período de Recuperación de Capital**

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

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

- **Relación Beneficio/Costo**

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

RB/C mayor que 1 se puede realizar el proyecto.

RB/C igual que 1 es indiferente realizar el proyecto.

RB/C menor que 1 no se debe realizar el proyecto.

- **Análisis de Sensibilidad**

Cualquier tipo de análisis, requiere de estimaciones sobre las variables que intervienen en el proceso, las mismas que están sujetas a cambios por fluctuaciones que pueden producirse a lo largo de la vida útil del proyecto, siendo los ingresos y los costos las variaciones más sensibles a un incremento o disminución de los precios.

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

Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno, el proyecto es sensible.

Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno, el proyecto no sufre ningún efecto.

Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno, no es sensible.

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR

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

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ de Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

Marco Legal Administrativo

El Marco Legal constituye otro de los elementos de importancia en la vida de la microempresa, la Ley orienta sus disposiciones a reprimir esta actividad. El marco legal es importante y es preciso enfocarlo correctamente para evitar errores.

▪ **Requisitos legales para la constitución de una compañía.**

1. Se contrae entre dos o más personas que hacen el comercio bajo una razón social; la razón social se la formula enunciativamente con el nombre de todos los socios o de algunos de ellos si es que es una microempresa en nombre colectivo.
2. El extracto de la escritura pública de la constitución de la compañía contendrá: nombre, nacionalidad y domicilio de los socios que la conforman.
3. La razón social, objeto y domicilio de la compañía.
4. Nombre de los socios autorizados para obrar administrar y firmar por ella.
5. La suma de los aportes entregados o por entregarse, para la constitución de la compañía y el tiempo de duración de esta.

6. Publicación del extracto de la escritura de Constitución de la Compañía se publicará en el periódico de mayor circulación de la localidad por efectos de constitución.

d. MATERIALES Y MÉTODOS

d.1. MATERIALES

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se utilizaron los siguientes materiales:

Útiles de Oficina

- Diseños de encuestas para consumidores y productores.
- Lápices
- Esferográficos
- Borrador
- Libreta de Campo
- Papel Bond
- Tinta de impresora

Equipo de Oficina

- Equipo de computación
- Pendrive (Flash memory)
- Calculadora.

d.2. MÉTODOS:

Para llevar a efecto el desarrollo del presente trabajo de investigación se utilizó la investigación científica, la cual esta puesta al

servicio del hombre, en su permanente deseo por resolver los problemas de toda índole , además señala una serie de métodos y técnicas a ser utilizados para un proceso investigativo, de los cuales para la presente investigación se tomó en consideración lo siguiente:

Método inductivo: Este proceso de conocimiento se inició en la observación de fenómenos particulares con el propósito de llegar a conclusiones y premisas generales que pudieron ser aplicadas. Este método va de lo particular a lo general. Es decir parte del conocimiento de casos y hechos particulares que se suman para luego, mediante la generalización, proceder a realizar la evaluación del proyecto.

Método deductivo: De la misma forma en que el proceso inductivo permitió que la observación de los comportamiento generales señalen las verdades particulares contenidas explícitamente en la situación general. Y así Permitió llegar al conocimiento de todos los aspectos que abarca la necesidad de la implementación de una empresa dedicada a la elaboración de portarretratos en trupan y su comercialización en la ciudad de Loja.

Método analítico: El Método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas,

la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. *Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia.* Este método nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

d.3. TÉCNICAS:

- Revisión Bibliográfica: sirvió para recolectar información existente, se la realizó en las diferentes Bibliotecas Públicas y Privadas.
- La Observación: se la realizó dentro de las empresas existentes en la ciudad de Loja; con el propósito de obtener datos que faciliten tener un acercamiento relativo al problema.
- Encuesta: es un cuestionario previamente elaborado que permitió recabar información de relevancia para el presente estudio, esta se aplicó a los posibles demandantes del producto, tomando, en consideración la muestra obtenida de la Población Económicamente Activa. De la ciudad de Loja en sus cuatro parroquias urbanas: El Sagrario, San Sebastián, Sucre y el Valle.

d.4. PROCEDIMIENTOS

Estudio de Mercado, consistió en elaborar y aplicar encuestas al mercado objetivo de la ciudad de Loja de manera aleatoria, utilizando el dato de la población actual de acuerdo al último censo proporcionado por el INEC, luego se efectuó el correspondiente análisis e interpretación de los datos obtenidos a través del estudio de mercado.

Estudio Técnico, para su elaboración se tomaron en consideración dos factores, el tamaño y la localización, para ello debió efectuarse primeramente la proyección tanto de la capacidad instalada como de la capacidad utilizada, para luego evaluar la macro y micro localización de las instalaciones de la futura microempresa, ponderando factores como: servicios básicos, regulaciones legales, vías de acceso, etc.

Estudio Administrativo, se procedió a diseñar la estructura jurídica y organizativa de la empresa a través de organigramas funcional, estructural y posicional, además el respectivo manual orgánico funcional.

Estudio Financiero, se evalúan las inversiones como también el financiamiento del proyecto.

Evaluación financiera, se realiza aplicando los siguientes instrumentos de evaluación exactos; Valor actual neto, Tasa interna de retorno, Periodo de recuperación de capital, Relación beneficio costo, Análisis de sensibilidad, luego de haber seguido sistemáticamente estos

pasos se logro, establecer las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

La población comprendida entre los 18 y 50 años de edad de la cual fue tomada en consideración para el presente estudio la PEA de la ciudad de Loja, que según la información recabada del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, es de 136593 personas para el presente año, aplicando la fórmula de la muestra tendremos:

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

En donde:

n = Muestra

N = Población

e = Error estadístico estimado

1 = Constante

$$n = \frac{136593}{1 + (5\%)^2 (136593)}$$

$$n = \frac{136593}{342.483}$$

$$n = 398.83 = 399$$

Número de personas a encuestar = 399

Correlación muestral

Parroquias	Población	Porcentaje %	Nº de encuestas a aplicar
Valle	24.163	18	71
Sagrario	18.522	14	54
Sucre	49.433	36	144
San Sebastián	44.475	33	130
Total	136.593	100,00	399

Fuente: INEC

e. **RESULTADOS**

e.1. **ESTUDIO DE MERCADO**

INFORMACIÓN BASE

Encuesta realizada a la población económicamente activa de la ciudad de Loja comprendida entre 14 y 50 años obteniendo los siguientes resultados:

1. **¿Conoce usted que es el trupan?**

Cuadro N°1. Conocimiento de trupan.

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Si	243	60,90
No	156	39,10
TOTAL	399	100

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Los autores

De los 399 encuestados, 243 responden que si conocen este material que corresponde al 60.90%, mientras que 156 aseguran no conocer el trupan que ocupa el 39.10% de la muestra, lo cual determina que la materia prima a utilizar si es conocida mayoritariamente y por tanto los resultados son aceptables.

2. **¿Adquiere usted Portarretratos?**

Cuadro N°2. Compran Portarretratos

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Si	250	62,66
No	149	37,34
TOTAL	399	100,00

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Los autores

De los 399 encuestados, 250 aseguran que si adquieren el producto, con el 62,66% y 149 de los encuestados sostienen que no adquieren dicho producto, con el 37.34% .Los resultados de ésta interrogante dejan ver de forma por demás clara que si existe demanda del producto objeto de análisis.

2. ¿Su Portarretratos favorito, en base a qué material adquiere Ud. ?

Cuadro N°3. Material preferido

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Plástico	45	18,00
Metal	29	11,60
Acrílico	59	23,60
Trupan	117	46,80
TOTAL	250	100,00

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Los autores

45 encuestados prefiere los Portarretratos de plástico, con el 18%; 29 de los entrevistados prefiere elaborados de metal, con el 11.60%; 59 de los entrevistados prefieren de acrílico con el 23.60%, mientras que, 117 de los encuestados prefieren los Portarretratos elaborados en trupan, que ocupa el 46.80%. Los resultados indican que el producto es adquirido elaborado de diferentes materiales, siendo el de mayor preferencia los elaborados en base al trupan.

4. ¿Qué cantidad y con qué frecuencia adquiere el Portarretratos en trupan?

Cuadro N°4. Cantidad y frecuencia

Variable	Cantidad. X	frecuencia	Xf
Mensual	12	12	144
Trimestral	4	97	388
Semestral	2	8	16
TOTAL		117	548

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Los autores

$$X = \frac{\sum x * f}{n} = \frac{548}{117} = 4.68 = 5$$

12 de los encuestados adquieren este producto mensualmente; 97 de los encuestados, utilizan éste producto trimestralmente con y 8 de los encuestados utilizan éste producto semestralmente. Las personas encuestadas adquieren un promedio equivalente a 5 Portarretratos al año.

5. ¿Para qué compra usted el Portarretratos en trupan?

Cuadro N°5. Motivo de compra

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Regalo	117	100.00
Uso personal	37	13.88
Decoración	88	44.90
Referencia 117		

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Los autores

117 de los entrevistados afirman comprar este producto para obsequio, que ocupa el 100.00%; 37 de los entrevistados compran el producto para uso personal, que corresponde al 13.88%; y 88 de los encuestados aseguran comprar el producto para fines de decoración, con el 44.90%. El producto es adquirido con mayor frecuencia para ser obsequiado, lo cual evidencia la demanda existente del producto.

6. ¿Dónde adquiere el Portarretratos en trupan?

Cuadro N°6. Lugar de compra

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Bazares	117	100.00
Tarjeterías	111	94.87
Galerías	66	56.41
Referencia 117		

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Los autores

117 de los encuestados adquieren los Portarretratos en bazares ocupando el 100.00%; 111 de los encuestados adquieren el producto en tarjeterías, con el 94.87%; y 66 de los encuestados aseguran obtener el producto en galerías con el 56.41%. La presente interrogante demuestra que el producto puede ser comercializado en diversos lugares de preferencia en tarjeterías.

7 ¿El precio que paga por el Portarretratos en trupan?

Cuadro N°7. Precio de compra

Variable	Xm	Frecuencia	Porcentaje %	Xm.F
\$1,00- \$3,00,	2	28	23.93	56
\$4,00-\$6,00,	5	69	58.97	345
\$7,00-\$9,00.	8	20	17.10	160
TOTAL		117	100.00	561.00

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Los autores

$$\bar{X} = \frac{\sum Xm^* f}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{561}{117}$$

$$\bar{X} = 4.80$$

28 de los encuestados que corresponden al 23.93% sostienen que el precio para adquirir el Portarretratos es de \$ 1.00, a \$ 3.00; el 69% de los encuestados que corresponden al 58.97% afirman que el precio del producto es \$ 4, 00, a \$6.00; y 20 de los encuestados que corresponde al 17.10% responden que el precio del producto es \$ 7.00, a \$9.00. El precio promedio que pagan por un Portarretratos es de 4.80 dólares.

8. ¿La calidad del Portarretratos en trupan que usted adquiere es?

Cuadro N°8. Calidad del producto

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Excelente	30	25.64
Buena	36	58.67
aceptable	51	26.02
TOTAL	117	100.00

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Los autores

30 de los encuestados aseguran adquirir un producto excelente, que corresponde al 25.64%; 36 de los encuestados mantienen que el producto que adquiere es bueno, con el 58.67%; mientras que 51 de los entrevistados sostienen que el producto que obtiene es aceptable, que corresponde al 26.02%. La calidad del producto adquirido según los encuestados está entre buena y aceptable; lo que da la pauta para ofertar un producto de excelente calidad.

9. ¿Cuáles de los siguientes medios de comunicación prefiere usted para conocer el producto?

Cuadro N°9. Medios de comunicación preferidos

Variable	Frecuencia	%
Periódico	18	15.39
Radio	75	64.10
Televisión	24	20.51
TOTAL	117	100.00

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Los autores

18 de los entrevistados mantienen que para conocer el producto prefieren el periódico, con el 15.39%; 75 de los encuestados afirman tener conocimiento del producto por medio de la radio, con el 64.10%; 24 de los encuestados sostienen que para conocer este producto prefieren la televisión que corresponde al 20.51%. Los encuestados reflejan en esta interrogante que deberían ser utilizados los medios de comunicación existentes para difundir los beneficios del producto.

10. ¿Cómo le gustaría la presentación del Portarretratos en trupan?

Cuadro N°10. Modelo preferido

Variable	Frecuencia	%
Diseños Redondos	14	11.97
Diseños Cuadrados	103	88.03
TOTAL	117	100.00

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Los autores

103 de los entrevistados que corresponde al 88.03%; les gustaría diseños cuadrados, 14 de los encuestados que corresponden al 11.97%, prefieren diseños redondos, La preferencia al momento de adquirir el

producto se acentúa en diseños cuadrados, y ahí es donde se enfocará la producción de la empresa.

11. ¿De implementarse una empresa productora y comercializadora de Portarretratos elaborados en base al trupan ¿Usted adquiriría el producto?

Cuadro N°11. Adquirirían el producto en trupan

Variable	Frecuencia	%
Si	366	91.73
No	33	8.27
TOTAL	399	100.00

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Los autores

366 de los encuestados opinan que si adquiriría el producto, lo cual representa al 91.73%; y 33 de los entrevistados sostienen que no adquiriría dicho producto, ocupando el 8.27% de la muestra. Los encuestados responden con gran expectativa ante la creación de una empresa productora y comercializadora de Portarretratos elaborados en base al trupan, lo cual demuestra que existe demanda insatisfecha para el producto a ofertarse.

5.1.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Demanda Potencial

Cantidad global en la que se estima la intención de compra de compra de un producto independientemente de los métodos de compra real con los que se cuente para determinarla, en este caso esta

constituida por la población económicamente activa comprendida entre 14 y 50 años, de la ciudad de Loja.

Cuadro N° 20. Demanda Potencial

AÑOS	POBLACIÓN 2.08%	PEA 39%	PEA 41% 14- 50 Años	DEMANDA POTENCIAL
2010	142.659	55.637	22.811	22.811
2011	145.626	56.794	23.286	23.286
2012	148.655	57.976	23.770	23.770
2013	151.747	59.181	24.264	24.264
2014	154.904	60.412	24.769	24.769
2015	158.126	61.669	25.284	25.284

Fuente: INEC

Elaboración: Los autores

Demanda Real

La demanda real es la nominal expresada en cantidad de bienes que pueden comprarse con el dinero.

Cuadro N° 21. Demanda Real

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL 46,80% Preg. 3
2010	22.811	10.676
2011	23.286	10.898
2012	23.770	11.124
2013	24.264	11.356
2014	24.769	11.592
2015	25.284	11.833

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Los autores

Demanda Efectiva.

Conjunto de mercancías y servicios que los consumidores realmente adquieren en el mercado en un tiempo determinado y a un precio dado. La demanda efectiva es el deseo de adquirir un bien o servicio, más la capacidad que se tiene para hacerlo. Punto de equilibrio entre demanda global y oferta global; es decir, combinación de puntos en donde el sector gasto monetario y los sectores de producción y empleo están en equilibrio.

Cuadro N° 22. Demanda efectiva.

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL	DEMANDA EFECTIVA 91.73% Preg. 11	PROMEDIO DE COMPRA	DEMANDA ESPERADA
2010	22.811	10.676	9.793	5	48.965
2011	23.286	10.898	9.997	5	49.984
2012	23.770	11.124	10.204	5	51.020
2013	24.264	11.356	10.417	5	52.084
2014	24.769	11.592	10.633	5	53.167
2015	25.284	11.833	10.854	5	54.272

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Los autores

ESTUDIO DE LA OFERTA

La oferta es considerada como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado a un precio determinado.

Es importante investigar sobre la situación de los oferentes del producto relacionados con el del proyecto, en este caso a la competencia, por tanto es fundamental conocer aspectos relacionados con el producto en sí, para determinar la calidad del mismo, presentación, envase, etc; su tecnología, para saber si puede mejorar la calidad del producto, etc.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE ENCUESTAS A OFERENTES.

Cuadro N° 12. Oferentes.

NEGOCIOS QUE COMERCIALIZAN EL PRODUCTO (PORTARRETRATOS)	
NOMBRE	DIRECCIÓN
BAZAR DETALLES	SUCRE 10-104 Y AZUAY
BAZAR FABIMUNDO	SUCRE 09-13 Y ROCAFUERTE
BAZAR FREDYNO	BERANARDO V Y MERCADILLO
BAZAR J&G EXCLUSIVIDADES	ROCAFUERTE 14-40 Y BOLI VAR
BAZAR REINA DEL CISNE	18DE NOV 08-62 Y 10DE AGOSTO
BAZAR ROCIO	ROCAFUERTE Y 18DE NOV
BAZAR SELECTO	SUCRE 07-49 Y 10DE AGOSTO
BAZAR VARIEDADES	BOLIVAR 10-10Y MIGUEL RIOFRIO
BAZAR Y NOVEDADES KEVIN	18 DE NOV Y ROCAFUERTE
AY A IMPORTACIONES	MIGUEL RIOFRIO 14-66Y SUCRE
AL MACEN VARIEDADES	LAURO GUERRERO 0982 Y M. RIOFRIO
CELI CELI COMERCIAL	18DE NOV 10-67 Y AZUAY
COMERCIAL CESAR CASTRO	ROCAFUERTE Y SUCRE
COMERCIAL MIL MARAVILLAS	10 DE AGOSTO 14-26 Y BOLIVAR
DAYAND HOUSE	MERCADILLO 11-37 Y OL MEDO
ACABADOS PARA EL HOGAR	COLOMBIA Y BRASIL
DECOMORT DECORACIONES	18 DE NOV 06-59 Y J.A. EGUIGUREN
DECORHOGAR	SUCRE 09-62 Y MIGUEL RIOFRIO
ENTORNO	SUCRE 10-30Y MIGUEL RIOFRIO
FIN DE SIGLO	BOLIVAR 10-69 Y AZUAY
GALERIAS CARRION	B. VALDIVIEZO Y M RIOFRIO
IDEAS Y DECORACION	18DE NOV Y CARIAMAGA
ILUMINARTE	MERCADILLO 11-70 Y JJ PEÑA
EL PALACIO DE LAS CORTINAS	BOLIVAR E IMBABURA ESQ
CORTISUR	MERCADILLO 15-24 E/SUCRE
MATICES	18DE NOV E / AZUAY Y M . RIOFRIO
PLUSH TARJETERIA	BOLIVAR Y MIGUEL RIOFRIO
WOW TARJETERIA	MIGUEL RIOFRIO Y SUCRE ESQ
T.Q.M. TARJETERIA	18DE NOV Y JOSE A EGUIGUREN
POSDATA TARJETERIA	SUCRE Y ROCAFUERTE
CAPRICHOS TARJETERIA	BOLIVAR Y 10DE AGOSTO

fuente : Infoguía Capil 2009; Cámara de La Pequeña Industria de Loja
laboración: Los autores

1.- Comercializa Ud. En su negocio Portarretratos elaborados en TRUPAN. ?

Cuadro N°13. Comercializan

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Si	30	93.80
No	2	6.30
TOTAL	32	100,00

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Los autores

Responden a ésta interrogante: 32 de los encuestados, 30 aseguran que si comercializan el producto en sus establecimientos, con el 93.80% y 2 de los encuestados sostienen que no adquieren dicho producto, para su comercialización con el 6.30%.

2.- ¿Adquiere usted este producto (Portarretratos en trupan) para su comercialización directamente del...?

Cuadro N°14. Proveedores de Portarretratos.

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Fabricante	6	20,0
Intermediario	24	80,0
TOTAL	30	100,0

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Los autores

Responden a ésta interrogante: de los 30 encuestados; 6 que corresponden al 20.00% aseguran que adquieren el producto directamente del fabricante; mientras que 24 de los encuestados con el 80.00% sostienen que adquieren el producto, para su mercantilización con el intermediario.

3.- Que cantidad mensual comercializa de este producto?

Cuadro N°15. Cantidad comercializada

Variable	Frecuencia	Mes	Anual
4	1	4	48
8	5	40	480
12	20	240	2.880
16	4	64	768
TOTAL	30		4.176

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Los autores

$$\text{Promedio Venta Anual} = \sum \text{Anual} / n = 4.176 / 30 = 139$$

Responden a ésta interrogante: de los 30 encuestados, 26 aseguran que se comercializan el producto mensualmente en sus establecimientos, con el 86.70%, al contrario 4 de los encuestados sostienen que lo realizan trimestralmente, con el 13.30 %, ante la opción de venta semestral no contestan. 139 Portarretratos en promedio.

4.- Señale usted el precio con el cual se comercializa este producto (Portarretratos), en Trupán?

Cuadro N°16. Precio de venta

Variable	Xm	Frecuencia	Xm.f	Porcentaje %
\$3,75- \$4,75	2	21	42	70,00
\$4,75-\$5,75	5	5	25	16,70
\$5,75-\$6.00	8	4	32	13,30
TOTAL		30	99	100,00

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Los autores

$$\bar{X} = \frac{\sum X_m * f}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{99}{30}$$

$$\bar{X} = 3.3$$

Responden a ésta interrogante: de los 30 encuestados ,21 aseguran que comercializan el producto a un precio de; \$ 3.75- \$ 4.75 lo que equivale a un 70.00%, 5 personas con un 16.70%, de \$ 4.75 - \$ 5.75, y 4 personas con un 13.305% comercializan con un valor de \$ 5.75 - \$ 6.00 Lo cual determina que el precio al momento de adquirir el producto no es una limitante. El precio promedio de los Portarretratos es de 3.30 dólares.

5.- ¿Como cataloga usted la calidad del producto en trupan (Portarretratos) que comercializa?

Cuadro N° 17. Calidad del producto.

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Excelente	15	50.00
Buena	8	26.67
Aceptable	7	23.33
TOTAL	30	100,0

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Los autores

Responden a ésta interrogante los 30 encuestados que comercializan el producto en trupan, de ellos el 50% manifiesta que la calidad es excelente, para el 26.67% la calidad es buena y para el 23.33% la calidad es aceptable.

7.- Señale usted ¿cuál de las siguientes presentaciones de (Portarretratos) que comercializa tiene mayor demanda?

Cuadro N° 18. Modelos preferidos.

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Diseños redondos	30	100.00
Diseños cuadrados	30	100.00

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Los autores

Responden a ésta interrogante: para los 30 comerciantes o para el 100% tanto los diseños redondos como los cuadrados tienen igual aceptación en el mercado, por tanto sus ventas son similares.

8.- ¿De implementarse una empresa productora y comercializadora de Portarretratos elaborados en base al Trupan ¿Usted adquiriría el producto?

Cuadro N° 19. Comercializarían el producto de la empresa.

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Si	30	93.75
No	2	6.25
TOTAL	32	100.00

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Los autores

32 encuestados que venden Portarretratos, de ellos 30 que corresponden al 93.75% responden que si comprarían a la empresa, mientras que el 6.25% manifiesta que no lo haría.

ESTIMACION DE LA OFERTA

Cuadro N° 23. Producto (Portarretratos elaborados en base al Trupan.) Oferta del Producto.

VARIABLE	Fr.	MES	ANUAL
4	1	4	48
8	5	40	480
12	20	240	2.880
16	4	64	768
TOTAL	30		4.176

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores.

$$\text{Promedio Venta Anual} = \sum \text{Anual} / n = 4.176 / 30 = 139$$

La determinación de la oferta del producto objeto de estudio se ha desarrollado con datos tomados de los oferentes en donde se pone en evidencia que existe quienes satisfacen la oferta del producto, mismo que venden en promedio 139 Portarretratos al año, ello determina una venta global u oferta total de 4.176 Portarretratos, ello se puede considerar como oferta potencial para la “Empresa Productora y Comercializadora de Portarretratos Elaborados en Base al Trupan”, se considera además que no existe en el mercado de la ciudad de Loja una empresa que se dedique a la producción de Portarretratos en TRUPAN, Según datos de los comercializadores (datos referenciales) la oferta se incrementa en 1.8% anual, es con ese indicador que se proyecta la oferta.

DEMANDA INSATISFECHA.

El presente estudio ha permitido determinar la demanda insatisfecha, utilizando los datos de la demanda futura y de la oferta, siendo así que según los resultados del estudio de mercado pregunta Nro. 11 ¿De implementarse una empresa productora y comercializadora de Portarretratos elaborados en base al trupan ¿Usted adquiriría el producto?

El 91.84% de los encuestados, lo adquiriría el cual constituye el mercado objetivo que adquiere dicho producto.

Cuadro N° 24. Demanda insatisfecha.

AÑOS	DEMANDA ESPERADA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2010	48.965	4.176	44.789
2011	49.984	4.251	45.733
2012	51.020	4.328	46.692
2013	52.084	4.406	47.678
2014	53.167	4.485	48.682
2015	54.272	4.566	49.706

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Los autores

Se considera entonces este porcentaje como demanda potencial ya que no existe en el mercado de la ciudad de Loja una empresa que reúna estas características.

PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

Marketing.- Es un término norteamericano que ha sido aceptado tal cual es en otros países, por la dificultad de traducirlo a otras lenguas sin alterar el poliédrico significado que tiene en la lengua inglesa. Se trata de una técnica que encuadra dentro de las actividades económicas que promueve el flujo de los bienes y de los servicios, desde las fuentes originarias de producción hasta los centros de consumo o utilización final.

Marketing Mix.- Es el complejo total de esfuerzo de mercadotecnia de una empresa. El problema central en su planificación es averiguar la combinación que producirá la máxima cifra de ventas. En general se considera que ha de incluir la venta personal, la publicidad, las entregas,

la fijación de precios, la calidad, las promociones, tareas especiales y un servicio técnico.

Nuestro producto- El producto a elaborarse es, Portarretratos en base al trupan, materia prima que puede ser obtenida entre los diversos proveedores de la ciudad, este es un material fácil de manipular, es debido a ello que en base a esta materia prima se oferta un producto de óptima calidad tanto para el uso del hogar como para ser obsequiado, este será realizado con diseños exclusivamente juveniles e infantiles que es el mercado donde se encuentra la demanda actual del producto. La elaboración de este producto generara nuevas plazas de trabajo que coadyuvaran al desarrollo económico y productivo de la ciudad y el país.

Características- El producto reúne las siguientes características, durable, tamaño adecuado, 12 x 16 cm, por diseños variados y de precios razonable, lo que permitirá una aceptación adecuada en el mercado.

Demandantes- Son posibles demandantes todos aquellos quienes deseen mediante un producto de óptima calidad dar un toque decorativo especial a su hogar y atesorar sus recuerdos, así como también aquellos que ven en nuestro producto una alternativa distinta al momento de realizar un obsequio, esto de acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio de mercado realizado.

Estrategias Comerciales- Proteger y embalar adecuadamente el producto, para evitar su deterioro o ruptura durante su distribución,

traslado o venta. Mediante un empaque atractivo a la vista se permitirá su rápida identificación y además puede ser utilizado como fuente de publicidad.

Precio.- Es el valor pecuniario que paga un comprador, en comparación con otra unidad diferente del bien que el comerciante vende. También se dice que es el valor pecuniario en que se estima un bien o servicio en un determinado mercado, en razón a los costos de producción o distribución y el estado de la demanda y oferta, por lo tanto el precio se determinara de acuerdo a estas variables.

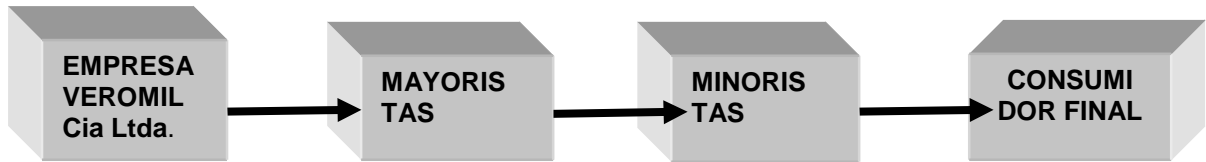
El precio de venta de los portarretratos en el presente proyecto es de cinco dólares americanos (\$5.00).

Plaza. - Se considera plaza a la centralización material o inmaterial de las ofertas y demandas de un bien, dado en un momento determinado.

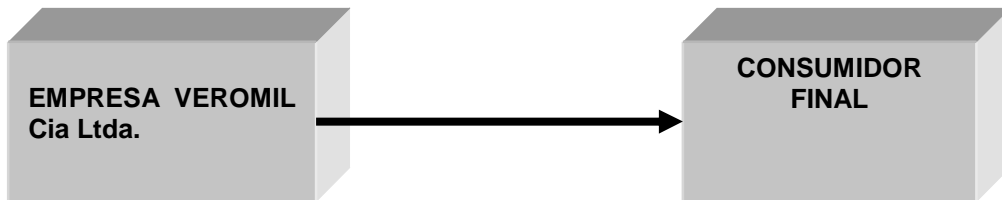
El mercado de la ciudad de Loja es un mercado altamente objetivo donde se ofrecen una diversa gama y líneas de productos, pese a ello no existen empresas de este tipo, lo que permitirá ser líderes en el mercado de la producción y distribución de Portarretratos elaborados en base al trupan.

Los canales de comercialización que se utilizaran son los siguiente:

PRIMER CANAL



SEGUNDO CANAL



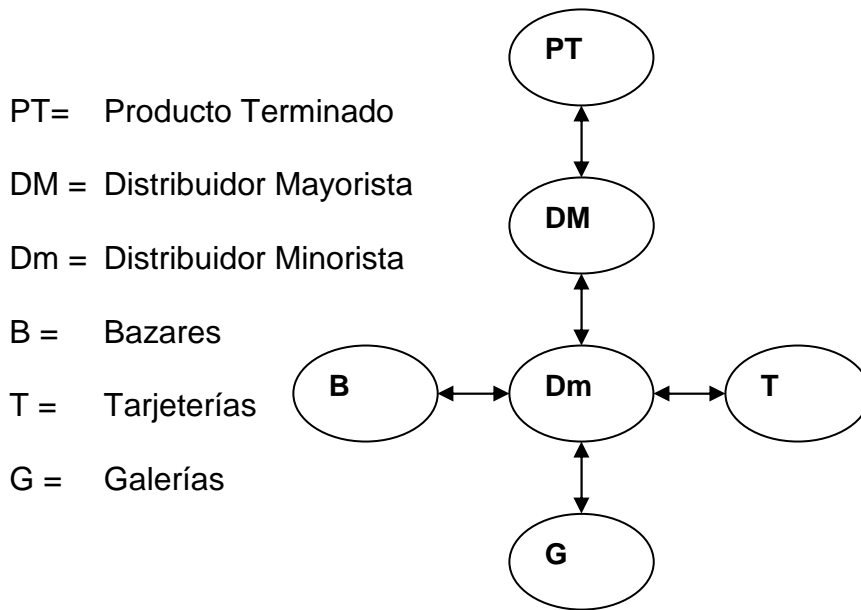
Promoción.- La promoción irá enfocada directamente al distribuidor mayorista y minorista, el cual se verá beneficiado de acuerdo al volumen de compra por estrategias promocionales como; precios de impacto, dos por uno, producto gratis, entre otros.

Publicidad. -La selección del medio de publicidad más adecuado depende de los recursos disponibles, y de cuales sean los que tengan mayor acogida por los posibles consumidores. Entre los más destacados y que serán usados por la empresa serán periódico, radio y televisión.

Canales de comercialización. -Los Canales de Comercialización de un producto o servicio son el medio por el cual el producto o servicio llega

al consumidor final. La empresa utilizará el siguiente esquema de comercialización para ofertar su producto.

Canales de comercialización
Grafico N° 1



e.2. ESTUDIO TÉCNICO

Es aquel en el cual se determina el tamaño y localización de la planta; así como también la capacidad a implementarse y la capacidad a ser utilizada.

El estudio técnico tiene dos objetivos claramente definidos:

Comprobar la posibilidad técnica de ofertar un producto terminado.

Establecer el tamaño y localización ideal, el equipo, mano de obra, instalaciones y el proceso productivo.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

El tamaño y la localización de una empresa está sujeto a diversos factores tanto internos como externos que deben ser considerados y evaluados en toda su magnitud, permitiéndose así su implementación y normal funcionamiento.

CAPACIDAD INSTALADA

Se considera a la capacidad instalada como la máxima capacidad a la que opera un proceso en un periodo de tiempo determinado sin tomar en cuenta factores externos, se considera el trabajo ejecutado en las jornadas establecidas por la ley, esto es 8 horas diarias, 40 semanales, durante los 365 días del año.

Se trabaja 4 Portarretratos por hora.

$4 * 8 = 32$ al día.

$32 * 365 = 11.680$ al año.

CAPACIDAD UTILIZADA

Es la cantidad de producto que se van a producir tomando en cuenta la capacidad instalada de la maquinaria. La capacidad utilizada es aquella que en las condiciones que se estime regirá durante la ejecución del proyecto ya implementado que permita operar a un mínimo costo unitario.

Es así que para la estimación del porcentaje de la capacidad utilizada se considera el siguiente análisis, la legislación ecuatoriana contempla que se debe trabajar jornadas de 8 horas diarias sin exceder de 40 horas a la semana, por tano en la semana las 40 horas se cumple en 5 días, si el año tiene 52 semanas, entonces se tiene 260 días laborables en el año, con ello se tiene:

$$4 * 8 = 32 \text{ Portarretratos al día}$$

$$32 * 260 = 8.320 \text{ Portarretratos al año.}$$

Son 264; 22 al mes, con ello la producción real será de:

$$264 * 32 = 8.448$$

Cuadro N°25. Capacidad Utilizada

Años	C. Instalada	C. Utilizada	Producción
2010	11.680	71,24%	8.321
2011	11.680	71,24%	8.321
2012	11.680	71,24%	8.321
2013	11.680	71,24%	8.321
2014	11.680	71,24%	8.321
2015	11.680	71,24%	8.321
2016	11.680	71,24%	8.321

Fuente: Capacidad instalada

Elaboración: Los autores

LOCALIZACIÓN

La microempresa estará ubicada en la República del Ecuador, Provincia Loja, Ciudad de Loja.

FACTORES DE LOCALIZACIÓN

Debe de localizarse la microempresa en una zona altamente estratégica, que brinde las condiciones adecuadas para el desarrollo de las actividades productivas.

Servicios Básicos; El sector antes señalado cuenta con los servicios básicos necesarios para el correcto funcionamiento de las actividades productivas, dichos servicios son; luz, teléfono y agua.

Vías de acceso; La ubicación estratégica de la empresa es de fácil acceso y se conecta con todas las vías de los demás sectores contiguos a la ciudad.

Abastecimiento de materia prima; para el presente proyecto los insumos necesarios para la prestación de servicios serán adquiridos directamente de los proveedores existentes en la ciudad estos pueden comprarse en cantidades necesarias y ser almacenadas por un tiempo determinado sin riesgo a deterioro en su calidad.

Disponibilidad de mano de obra; Para la puesta en marcha del presente proyecto se requiere de mano de obra calificada, y el personal administrativo estará cubierto por los ejecutores e inversionistas del proyecto.

MACROLOCALICAZION

La ciudad de Loja cuenta con la infraestructura necesaria para respaldar la instalación de dicha empresa, en consecuencia y siguiendo las ordenanzas municipales, no hay inconveniente de implementarla.

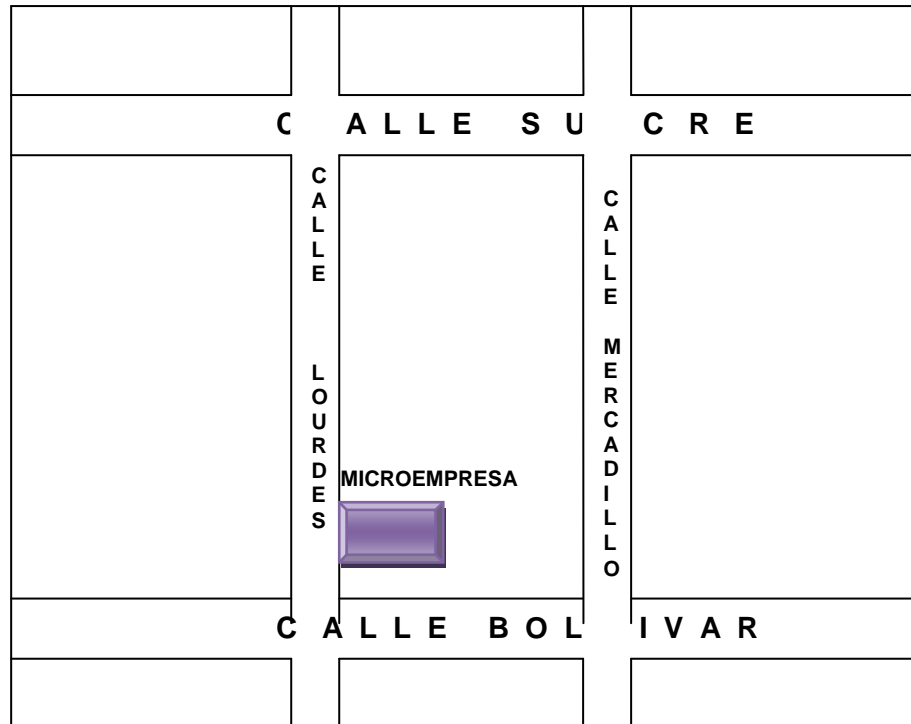
Gráfico N°2. Mapa de la Provincia de Loja.



MICRO LOCALIZACIÓN

La empresa estará ubicada en la parte céntrica de la ciudad específicamente en la zona que tiene mayor influencia comercial y donde se ofertan diferentes bienes y servicios y es un lugar que cumple con todos los requerimientos necesarios para su implementación.

Gráfico N°3. Mapa ubicación de la Microempresa



e.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

Este aspecto está íntimamente ligado con las otras etapas del proyecto: mercado, tamaño, localización y estudio económico. A su vez el estudio de ingeniería sirve para determinar las inversiones requeridas y proporciona las bases para el estudio económico y financiero.

PROCESO DE PRODUCCIÓN

Producción de bienes y servicios que consiste básicamente en un proceso de transformación que sigue unos planes organizados de

actuación y según el cual las entradas de factores de producción, como materiales, conocimientos y habilidades, se convierten en los productos deseados mediante la aplicación de mano de obra, de una determinada tecnología y de la aportación necesaria de capital.

Adquisición de la materia prima: Esta es la primera actividad del proceso productivo, es por ello que la materia prima a utilizar será básicamente el trupan, materia prima que por su característica principal de pre acabado garantiza la entrega de un producto de óptima calidad. Esta será adquirida cortada y optimizada de acuerdo a las especificaciones técnicas del producto a elaborar.

Elaboración de moldes: los moldes serán elaborados en cartulina con diseños preestablecidos y estandarizados.

Molde, Trazo y Corte: Se coloca los moldes sobre el trupan, fijándolos con cinta adhesiva luego se realiza el trazo, siguiendo el diseño. Una vez que se realiza el trazo se procede a cortar, el destaje producido del corte será utilizado para el acabado final y la uña del porta retrato.

Selección de las piezas: una vez terminado el corte se seleccionan las piezas por diseños.

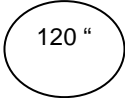
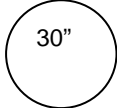
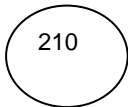
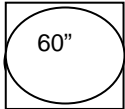
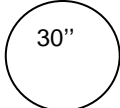
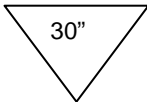
Ensamblado: se procede a realizar pequeños cortes con el tupi de mano para luego sobreponer la parte frontal sobre la base, luego se coloca a la uña con bisagras para sostenerlo adecuadamente.

Pintado General: se procede a dar una capa de sellador. Luego de secado se lija una vez, se coloca el fondo, se realiza el pintado general, se plasma el color final y la laca, luego se agrega el objeto distintivo de acuerdo al diseño.

Producto Terminado: se coloca al Portarretratos vidrio en la parte del destaje.

Embalaje: se lo embala con el polifan y está listo para ser comercializado.

**Grafico N°5.
DIAGRAMA DE FLUJOGRAMA PARA 32 PORTARRETRATOS**

PROCESO	DESCRIPCIÓN
	Molde, Trazo y Corte.
	Selección de las piezas.
	Ensamblado.
	Pintado General.
	Producto Terminado.
	Embalaje.
480 Minutos	Tiempo total de proceso

Elaboración: Los autores

REQUERIMIENTOS PARA LA EMPRESA.

PRESUPUESTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total
Caladora de mesa	2	180,00	360,00
Soplete con motor y pistola	1	150,00	150,00
Aerógrafo	1	250,00	250,00
Ingletadora	1	350,00	350,00
Tupí de mano	1	150,00	150,00
TOTAL			1.260,00

MATERIA PRIMA 128 PORT/PLANCHA.

Detalle	Unidad Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Trupan	Plancha	1	22.00	22.00

MATERIALES INDIRECTOS 128 PORT.

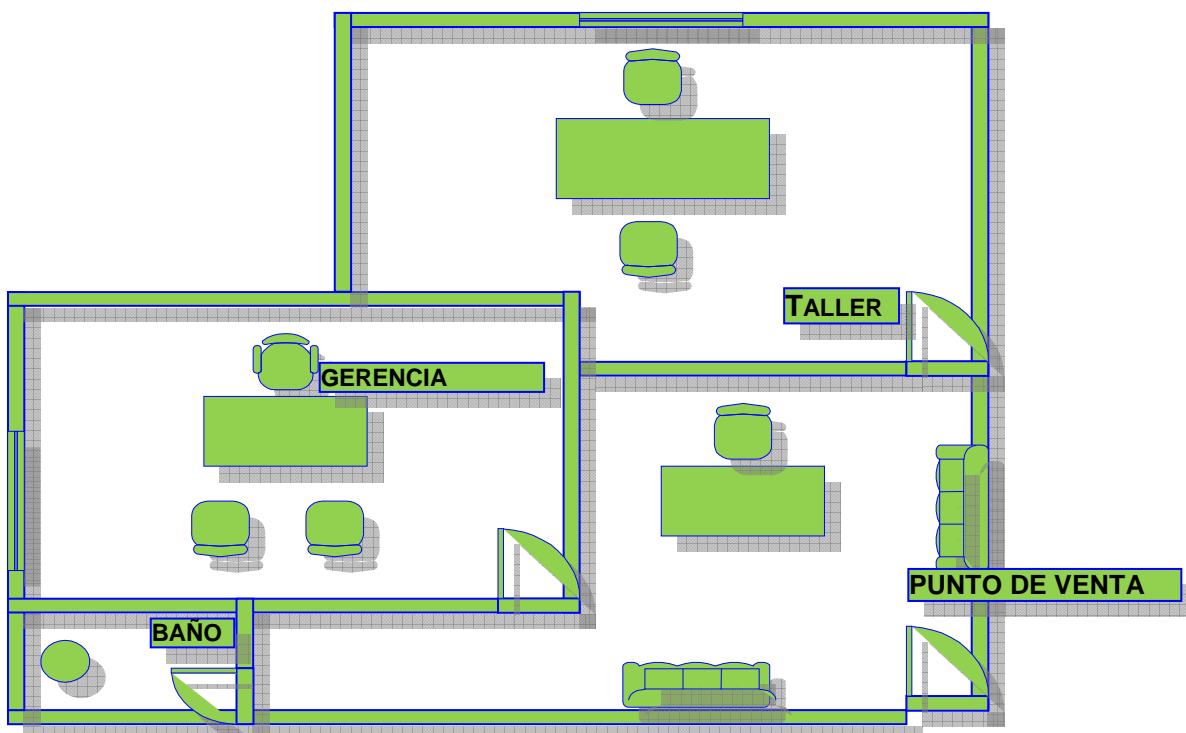
Detalle	Unidad Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Pintura amarilla	Galón	1	12,00	12,00
Pintura azul	Galón	1	12,00	12,00
Pintura roja	Galón	1	12,00	12,00
Cola (galón)	Galón	1	6,80	6,80
Bisagra (1 pulgada)	Unidad	128	0.15	19.20
Vidrio (3 mm)	Unidad	128	0,10	12.80
Lija	Pliego	4	0.25	1.00
Fundas de polibfán	Unidad	128	0.10	12.80
TOTAL				84.60

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Los autores

DISTRIBUCIÓN FÍSICA

Para la distribución de maquinaria se tendrá en cuenta la relación entre materias primas, materiales en proceso de elaboración y el producto, con el fin de evitar los desperdicios de materia prima, reducir riesgos de los trabajadores para que su rendimiento sea el máximo con el mínimo agotamiento, y que la producción sea óptima con costos reducidos y excelente calidad del producto. El área administrativa estará distribuida de tal forma que se optimice la gestión. La distribución de los equipos en la planta tendrá el espacio físico suficiente de manera que se facilite la circulación del recurso humano.

Gráfico N°6. Instalaciones de la planta

Elaboración: Los autores

e.4. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA EMPRESARIAL.

Organización jurídica

Se ha previsto la implementación de una compañía de Responsabilidad Limitada, de conformidad con el Art. 93 de la Ley de Compañías, que en su parte pertinente textualmente dice: Art. 93.- “La compañía de Responsabilidad Limitada es la que 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, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras Compañía Limitada o su correspondiente abreviatura.."

Se llama de Responsabilidad Limitada por cuanto nace de la necesidad de conseguir 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.

En cuanto a la administración de la compañía, ésta estará ligada a los socios, entre los cuales se designará un Gerente el que tendrá que cumplir a cabalidad las tareas a él designadas dentro del marco establecido por la ley para el efecto.

Escritura de Constitución

Señor notario:

En el Registro de Escrituras Públicas a su cargo, sírvase incorporar una en la que conste la constitución de una Compañía de Responsabilidad Limitada, denominada: "Veromil Cía. Ltda." Microempresa productora y comercializadora de productos elaborados del trupan (Portarretratos) en la ciudad de Loja. Al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: Comparecen a otorgar esta escritura las siguientes personas: Emilio José Barraqueta Hidalgo con cedula de identidad: 1103683130, Verónica Elizabeth Barraqueta Hidalgo con cedula de identidad 1103869184 Hidalgo y 4 socios mas. De nacionalidad ecuatoriana, domiciliados en la ciudad de Loja, quienes, por sus propios derechos, e intereses, han acordado establecer una compañía de responsabilidad limitada, que se registrá por las disposiciones de la Ley de la Superintendencia de Compañías y de los presentes estatutos;

SEGUNDA: Estatutos de la compañía; Art. 1.- Denominación: La compañía que se constituye mediante este contrato se denominará "Veromil Cía. Ltda."

Art. 1- OBJETO: "Veromil Cía. Ltda." se dedicará de manera principal a la producción de Portarretratos en base al trupan; fomentado el desarrollo productivo y comercial de la ciudad de Loja.

Art. 2.- DOMICILIO: El domicilio principal de la compañía es la ciudad de Loja, específicamente en las calles, Lourdes e/ Sucre y Bolívar. Barrió San Sebastián. Parroquia San Sebastián.

Art. 3.- PLAZO: El plazo por el cual se constituye la compañía es de cinco (5) años que se contarán a partir de la fecha de inscripción del contrato en el Registro Mercantil, plazo que podrá ser ampliado o restringido

procediendo en la forma que determina la Ley de Compañías y los siguientes estatutos;

Art. 4.- CAPITAL: En el presente caso los 6 socios aportarán con \$ 12.000.00, por partes iguales 2.000.00 cada uno, la misma que representa el 100%, del capital que se va a utilizar en el proyecto.

Art. 5.- DE LA JUNTA GENERAL: La Junta General de Socios es el organismo supremo de la compañía y se integrará por los socios de la misma en número suficiente para formar quórum, por lo que las decisiones que ella tome conforme la Ley y estos estatutos obligan a todos los socios hayan o no contribuido con sus votos o hayan o no asistido a la sesión;

Art. 7.- SESIONES Y CONVOCATORIA: Las sesiones de Junta General son ordinarias o extraordinarias, y en uno u otro caso se reunirán en el domicilio principal de la compañía previa convocatoria hecha en forma legal por el Presidente o el Gerente de la Compañía, por medio de una comunicación escrita, con anticipación de por lo menos cuarenta y ocho horas al día fijado para la sesión. En todo lo relacionado al quórum y a las decisiones se estará a lo dispuesto a Ley de Compañías;

Art. 8.- CONCURRENCIA: A las sesiones de Junta General los socios podrán concurrir personalmente o por apoderado, que en caso de no serlo por escritura pública, requerirá el poder por escrito que tendrá el carácter de especial para cada sesión. Las sesiones serán presididas por el Presidente y a falta de éste por el socio designado en cada caso y actuará como Secretario el Gerente y en su falta el socio que la Junta elija. Todos los acuerdos de Junta General serán asentados en el correspondiente libro de actas y serán firmados por el Presidente y el Secretario de la Junta.

Art. 9.- ATRIBUCIONES DE LA JUNTA GENERAL: Son atribuciones de la Junta General las siguientes: a) Designar y remover Presidente y Gerente de la compañía; b) Señalarles sus remuneraciones, c) Nombrar Fiscalizador de la compañía y determinar la forma en que organizará la fiscalización; d) Aprobar las cuentas y los balances que presenten el Contador y Gerente; e) Resolver el reparto de utilidades, la formación de los fondos de reserva generales y especiales, el aumento o reducción del capital y la reforma de los estatutos; f) Acordar la prórroga o reducción del plazo de la compañía o su liquidación anticipada; g) Consentir en la cesión de las partes sociales y en la admisión de nuevos socios; h) Acordar la exclusión del socio o de los socios de acuerdo a las causales establecidas por la Ley; i) Resolver sobre el establecimiento de Sucursales o Agencias; j) Resolver la venta o gravamen de los

Portarretratos de la compañía; k) Interpretar en forma obligatoria las disposiciones de estos estatutos;

Art. 10.- ADMINISTRACIÓN: La administración de la compañía corresponde conjuntamente al Presidente y al Gerente, siendo necesario ser socio de la compañía para poder ser elegido para estos cargos, y durarán dos años en el ejercicio de los mismos.

Art. 11.- DEL GERENTE: El Gerente es la máxima autoridad ejecutiva de la compañía y tendrá la representación legal, judicial y extrajudicial de la misma, correspondiéndole las siguientes atribuciones: a) Convocar e intervenir en las sesiones de Junta General y suscribir con el Presidente las actas correspondientes; b) Suscribir los certificados de aportaciones a cada ejercicio económico; c) Administrar y representar legalmente a la compañía y obligarla en toda clase de actos y contratos del giro ordinario de la compañía, necesitando autorización de la Junta General para vender o gravar los impuestos de ella; d) Las demás establecidas en la Ley de Compañías. A falta de Gerente, éste será subrogado por el Presidente con todas sus atribuciones hasta que la Junta General resuelva lo conveniente;

Art. 12.- DEL PRESIDENTE: Le corresponde conjuntamente con el Gerente la administración de la compañía y deberán suscribir las actas de Junta General y los certificados de aportaciones;

Art. 13.- REEMPLAZO DE FUNCIONARIOS: Los funcionarios elegidos por los períodos señalados en estos estatutos continuarán en el desempeño de sus cargos hasta ser legalmente reemplazados aún cuando haya vencido el plazo para el cual fueron elegidos, salvo el caso de destitución; o muerte.

Art. 14.- DISOLUCIÓN DE LA COMPAÑÍA: Las causas de disolución de la compañía serán las determinadas por la Ley, y para su liquidación actuará como liquidador el Gerente con las atribuciones determinadas por la Ley;

Art. 15.- FONDO DE RESERVA: La compañía formará un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, para lo cual se destinará de las utilidades líquidas de cada año cuando menos el cinco por ciento;

Art. 16.- AUMENTO DE CAPITAL: De acordarse el aumento de capital social, los socios constituyentes tendrán preferencia para suscribirlo en proporción a su participación, igual preferencia tendrá la adquisición de las aportaciones del socio o socios que desearan transferirlas;

Art. 17.- FISCALIZACIÓN: Anualmente, la Junta General designará un Fiscalizador, que podrá ser socio o no, con derecho ilimitado de inspección y vigilancia sobre todas las operaciones sociales;

Art. 18.- REPRESENTACIÓN LEGAL DE LA COMPAÑÍA: De conformidad con lo establecido en el Artículo décimo cuarto de estos estatutos, la representación legal de la Compañía corresponde al Gerente, y los socios han convenido en designar para el cargo de tal al accionista Sr. Emilio José Barrazueta Hidalgo. Como Presidente de la Compañía al accionista Sra. Verónica Elizabeth Barrazueta Hidalgo. Quienes en pleno uso de sus facultades manifiestan aceptar sus cargos, quedando expresamente facultados para obtener la aprobación legal de la Compañía y su respectiva inscripción.

Dr. Diego Poma.

Abogado.

Niveles Administrativos

Lo conforman el conjunto de organismo, agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que poseen, independientemente de las funciones que realizan.

Nivel Legislativo. Está representado por la Junta General de Accionistas, cuya función básica es la de legislar sobre las políticas que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar reglamentos y resoluciones.

Nivel Ejecutivo. Está representado por el Gerente, el mismo que está encargado de gestionar, planificar, coordinar y poner en marcha todas las actividades de la compañía.

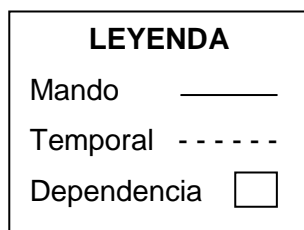
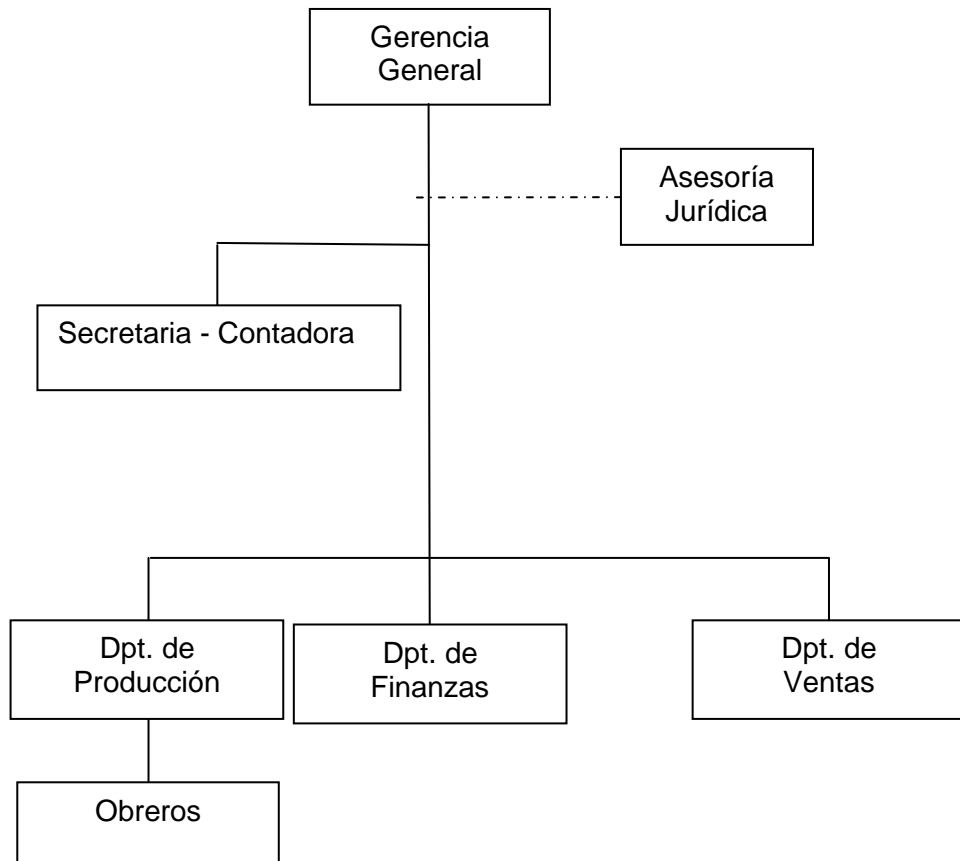
Nivel Asesor. La conforma el Asesor Jurídico cuya función es la de asesorar e informar en materia jurídica y a la elaboración de contratos de los empleados de servicio.

Nivel de Apoyo o Auxiliar. Tiene que ver con secretaria, archivo, biblioteca. Contabilidad se limita a cumplir órdenes, el grado de autoridad es mínimo así como también su responsabilidad se limita a cumplir órdenes de los niveles ejecutivos y ayuda a los otros niveles administrativos a la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia.

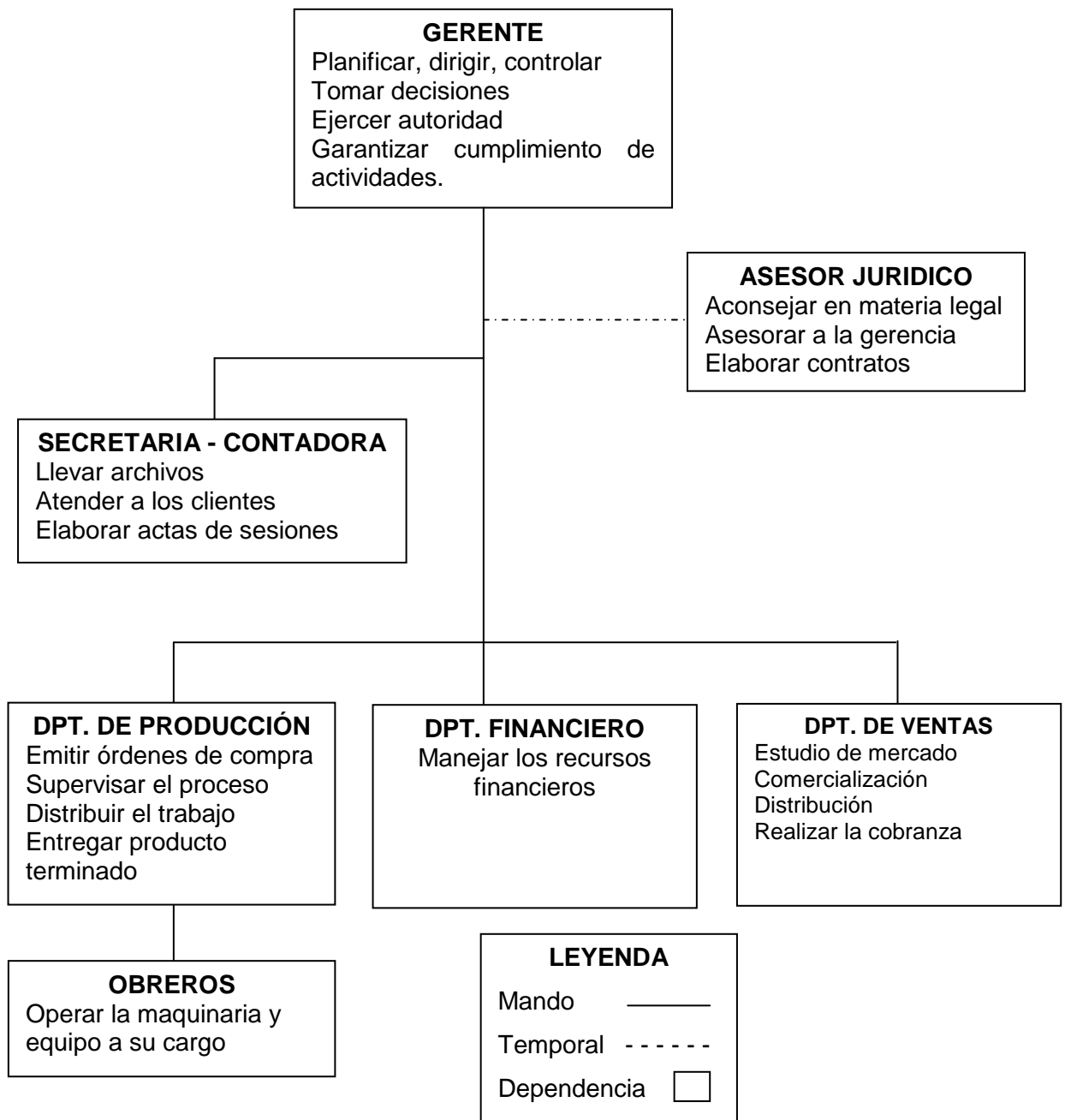
Nivel operativo. Está conformado por los Jefes Departamentales y sus respectivas dependencias.

Este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la empresa. Es el ejecutor material de las órdenes emanadas del órgano directo.

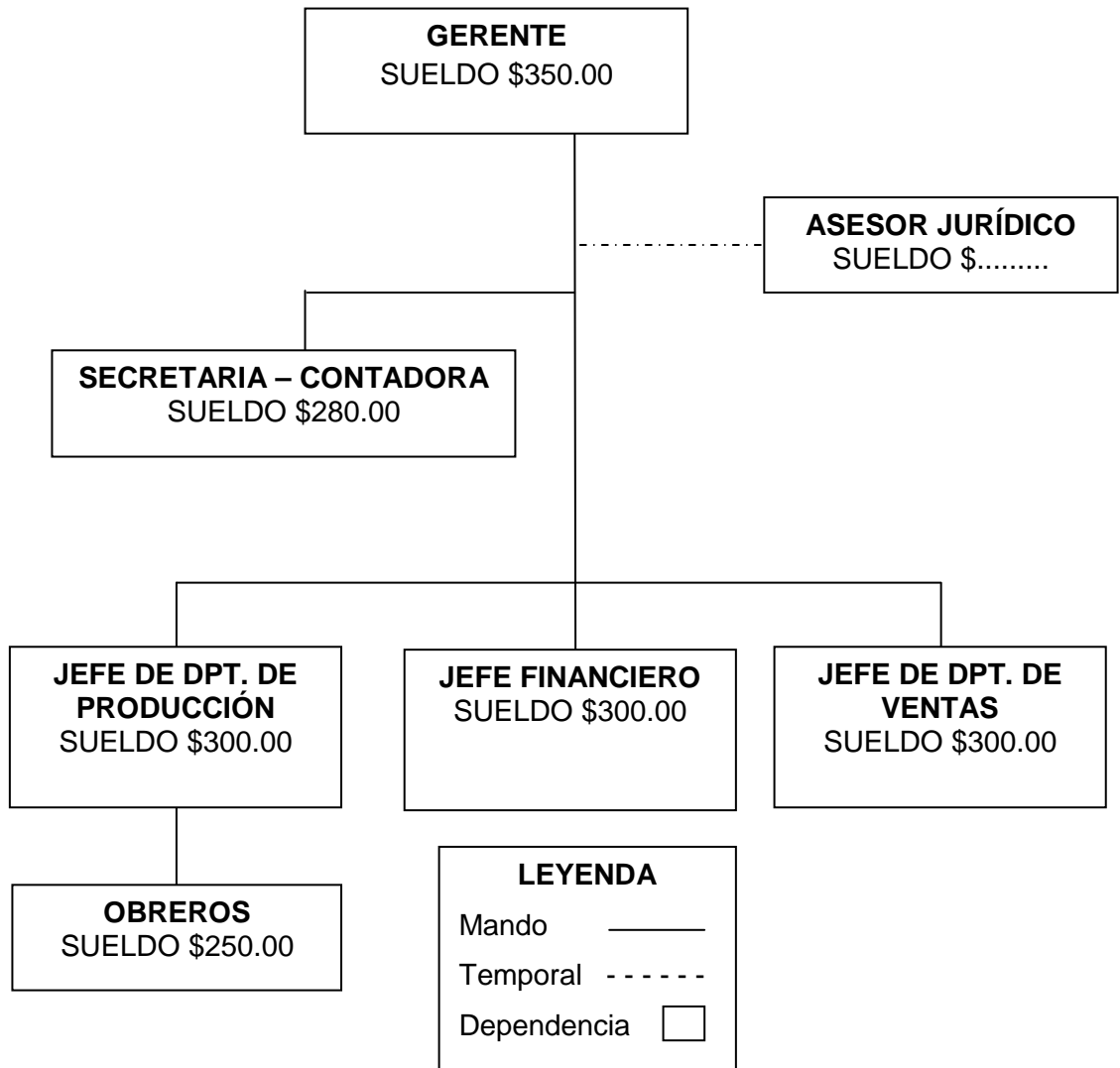
Gráfico N°7.
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



**Gráfico N°8.
ORGANIGRAMA FUNCIONAL**



**Gráfico N°9.
ORGANIGRAMA POSICIONAL**



MANUAL DE FUNCIONES

El elemento que constituye la base de una correcta organización es el manual de funciones. Del mismo modo que el objetivo de los organigramas es el de presentar áreas de responsabilidad claras y, eventualmente, niveles jerárquicos, los manuales tienen por objeto indicar por escrito a cada jefe lo que se espera de él en materia de funciones, tareas, responsabilidad, autoridad, comunicación e interrelaciones dentro y fuera de la empresa.

CÓDIGO: 1001

Nombre del Puesto: GERENCIA

Depende de: DIRECTORIO

Supervisa a: TODO EL PERSONAL

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Planificar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.

Supervisar, guiar y planificar el proceso de comercialización de la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS:

Cumplir con las disposiciones generales de la ley, políticas y reglamentos específicos de la empresa.

Representar legalmente a la empresa.

Diseñar, implementar y mantener procedimientos de acopio de materia prima.

Comprobar los inventarios, balances, estado de caja y monto de utilidades.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando así como de la empresa en general.

Responsabilidad administrativa económica y técnica en la ejecución de las tareas.

REQUISITOS MÍNIMOS

Formación profesional título de Ing. Comercial

CÓDIGO: 1002

Nombre del Puesto: SECRETARIA – CONTADORA

Depende de: GERENCIA

Supervisa a: NO SUBALTERNOS

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Coordinar y notificar sobre actividades relacionadas con la microempresa.

Enviar y recibir correspondencia.

Mantener en orden el archivo.

Brindar información inherente a la actividad productiva de la microempresa.

FUNCIONES TÍPICAS:

Redactar y digitar todo tipo de comunicados emanados desde la gerencia.

Llevar y controlar la contabilidad de la empresa.

Mantener un correcto manejo de los libros contables.

Emitir informes financieros al Gerente y accionistas cuando estos lo requieran.

Controlar la asistencia del personal con un libro destinado para el efecto.

Elaborar roles de pago y tramitar la documentación referente al IESS.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

El puesto requiere de gran eficiencia, responsabilidad.

REQUISITOS MÍNIMOS:

Título en Doctorado o Licenciatura en Contabilidad y Auditoría

CÓDIGO: 1003

Nombre del Puesto: ASESORÍA JURÍDICA

Depende de: DIRECTORIO

Supervisa a: NO SUBALTERNOS.

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Aconsejar a directivos de la empresa y a sus funcionarios sobre asuntos de carácter jurídico

Aconsejar e informar sobre proyectos en materia jurídica, para la empresa.

Representar con el gerente, judicial y extrajudicial a la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS.

Por no mantener autoridad funcional más no de mando en razón de que aconseja y recomienda pero no toma decisiones y su participación es eventual ya que es ocasional.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

El puesto requiere de gran eficiencia, responsabilidad.

REQUISITOS MÍNIMOS:

Título de Doctor en jurisprudencia.

CÓDIGO: 1004

Nombre del Puesto: JEFE DE PRODUCCIÓN

Depende de: GERENCIA

Supervisa a: TODO EL PERSONAL

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Organizar labores de producción y mantenimiento de la maquinaria para el personal de obreros a su cargo.

TAREAS TÍPICAS:

Recepción de la materia prima e insumos.

Control de inventarios.

Organizar actividades para ser desarrolladas en planta.

Controlar el proceso productivo.

Realizar el control de calidad de los productos elaborados.

Mantener información correcta y oportuna de materia prima, para evitar desabastecimiento.

Entregar el producto terminado.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Requiere de liderazgo, actitud, iniciativa y concentración para organizar el trabajo en esta área.

REQUISITOS MÍNIMOS.

Formación profesional título de Ing. Comercial.

Minima un año en puestos de similares características.

CÓDIGO: 1005

Nombre del Puesto: OBRERO.

Depende: JEFE DE PRODUCCIÓN

Supervisa a: NO SUPERVISA

NATURALEZA DEL TRABAJO

Realizar labores de diseño, corte, lijado pintado, lacado y mantenimiento de maquinaria.

FUNCIONES TÍPICAS

Controlar el mantenimiento y conservación de la maquinaria.

Optimizar el uso de materia prima.

Demás actividades concernientes al puesto

Entregar el producto terminado cumpliendo los estándares de productividad.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE.

Proveer a la empresa el producto listo para su comercialización.

Cumplir a cabalidad con el reglamento interno de trabajo.

REQUISITOS MÍNIMOS

Formación en instituto tecnológico. Tecnólogo o bachiller.

Educación Técnica en la rama de carpintería

Un año en funciones similares al puesto.

d.5. ESTUDIO FINANCIERO

d.5.1. INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.

d.5.1.1. INVERSIONES

Las inversiones que se realizan en el proyecto se clasifican en tres categorías: Activos Fijos. Activos Diferidos, Circulante o Capital de Operación

1) ACTIVOS FIJOS

Son todos los bienes con los que cuenta la empresa para comenzar su actividad productiva. Este activo comprende rubros como: Vehículo, Equipamiento de la Planta, dotación de los principales servicios básicos, etc.

Las inversiones a realizarse se indican a continuación:

MAQUINARIA Y EQUIPO.- Corresponde a los valores que son necesarios para dotar a la planta de la tecnología para realizar el proceso de producción.

Cuadro N° 26. MAQUINARIA Y EQUIPO

Detalle	Unidad Medida	Cantidad	Costo Unitario	Total
Caladora de mesa	Unidad	2,00	180,00	360,00
Soplete con motor y pistola	Unidad	1,00	150,00	150,00
Aerógrafo	Unidad	1,00	250,00	250,00
Ingletiadora	Unidad	1,00	350,00	350,00
Tupí de mano	Unidad	1,00	150,00	150,00
TOTAL				1.260,00

Fuente: Decomaderas
Elaboración: Los Autores

HERRAMIENTAS.- Son el complemento necesario para efectuar el proceso productivo, estos se detallan a continuación:

Cuadro N° 27. HERRAMIENTAS

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Martillo	Unidad	3,00	5,00	15,00
Serrucho	Unidad	3,00	10,00	30,00
Flexometro	Unidad	3,00	1,00	3,00
Brocas, Juego	Juego	3,00	15,00	45,00
Alicate	Unidad	3,00	3,00	9,00
Cepillo de banco # 3	Unidad	3,00	25,00	75,00
TOTAL				177,00

Fuente: Almacén "Jaime Vivanco"

Elaboración: Los Autores

EQUIPO DE OFICINA.- Constituye los valores correspondientes al estudio técnico que hará posible que las funciones administrativas se cumplan eficientemente; dichos valores se detallan a continuación:

Cuadro N° 28. EQUIPO DE OFICINA

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Equipo telefónico con fax	1	500.	500.00
Sumadora	1	80.00	80.00
TOTAL			580.00

Fuente: M&M Electrodomésticos

Elaboración: Los Autores

EQUIPO DE CÓMPUTO.- Constituye los valores correspondientes al equipo que hará posible que las funciones administrativas se cumplan eficientemente; dichos valores se detallan a continuación:

Cuadro N° 29. EQUIPO DE CÓMPUTO

Detalle	Unidad Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Equipo de computo	Unidad	2	850.00	1.700.00
TOTAL				1.700.00

Fuente: Trisecom.

Elaboración: Los Autores

MUEBLES Y ENSERES.- Son todos los mobiliarios que son necesarios para adecuar las oficinas, según la función para lo que fueron diseñadas, entre estos tenemos:

Cuadro N° 30. MUEBLES Y ENSERES

Detalle	Unidad Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Escritorio	Unidad	2,00	150,00	300,00
Silla giratoria	Unidad	2,00	50,00	100,00
Sillas tapizadas	Unidad	6,00	25,00	150,00
Archivador	Unidad	2,00	100,00	200,00
Mesas de trabajo	Unidad	3,00	50,00	150,00
Mesa de armado	Unidad	2,00	50,00	100,00
TOTAL				1.000.00

Fuente: Almacén "Mueblería Reina del Cisne"

Elaboración: Los Autores

Cuadro N° 31. Resumen de Activos Fijos.

RUBRO	MONTO
ACTIVOS FIJOS	
Maquinaria y Equipo	1.260.00
Herramientas	177.00
Equipo de oficina	580.00
Equipo de computo	1.700.00
Muebles y Enseres	1.000.00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	

2). ACTIVOS DIFERIDOS

Bajo esta denominación se agrupan los valores que corresponden a los costos ocasionados en la fase de formulación e implementación del proyecto, antes de entrar en operación.

ADECUACIÓN DEL LOCAL.- El tipo de empresa que se pretende implementar, requiere de una infraestructura que haga posible que el proceso de producción cuente con facilidades necesarias. El costo de adecuaciones para el proyecto según referencias por los profesionales de la construcción, asciende a \$ 1,500.00. Se arrendará un lote de terreno que cuenta con cerramiento.

ESTUDIO PRELIMINAR.- Constituye los valores en que se debe incurrir para determinar la factibilidad de operación de la empresa, se estima un valor de \$ 2.000.00, mismos que serán destinados a pago de servicios profesionales.

LEGALIDAD DE OPERACIÓN.- Para su operación la empresa debe contar con todos los permisos legales correspondientes, así como también se incluirán las marcas y patentes, este valor asciende a \$ 1,000.00

Cuadro N°32. INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

RUBRO	COSTO TOTAL
Adecuación de local	1,500.00
Estudios preliminares	2.000.00
Legalidad de Operación	1.000.00
TOTAL	4.500.00

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Los Autores

El Costo del ACTIVO DIFERIDO, que son los pagos realizados por adelantado asciende a \$ 4.500.00.

3). ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE OPERACIÓN

A este rubro corresponde el conjunto de activos que están en continua rotación. Para este proyecto y tomando en cuenta que el proceso de producción de una unidad lista para la venta se obtiene en 5 días y que para la elaboración del mismo el cliente siempre pagará el 50% a la celebración del mismo, se establece el capital para un mes.

A continuación se detallan las cuentas que componen este rubro y cuyos valores se muestran en los siguientes cuadros:

MATERIA PRIMA DIRECTA.- Constituyen la parte fundamental para la elaboración de nuestro producto.

Este rubro esta compuesto por los TABLEROS MDF y la cantidad necesaria para un Portarretratos se detalla a continuación:

**Cuadro N°33. MATERIA PRIMA 128 PORT/PLANCHA.
8.320 Portarretratos**

Detalle	Unidad Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Trupan	Plancha	65	22.00	1.430.00
COSTO MENSUAL				119.17

Fuente: Almacén placa centro
Elaboración: Los Autores

Puesto que el costo por producto es 22.00 y se aspira elaborar 8.320 Portarretratos en el año, entonces el costo anual es de 1.430.00 dólares (65.* 22); con ello se tiene \$119.17 = 120.00 dólares mensuales.

MATERIALES INDIRECTOS.- Constituyen la parte complementaria para la elaboración de nuestro producto. Este rubro está compuesto por los materiales que hacen posible que el producto tenga una mejor presentación, la cantidad necesaria para un Portarretratos se detalla a continuación:

**Cuadro N°34. MATERIALES INDIRECTOS
128 Portarretratos. 8.320.00 anuales**

Detalle	Unidad Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Pintura amarilla	Galon	1	12,00	12,00
Pintura azul	Galon	1	12,00	12,00
Pintura roja	Galon	1	12,00	12,00
Cola (galón)	Galon	1	6,80	6,80
Bisagra (1 pulgada)	Unidad	128	0.15	19.20
Vidrio (3 mm)	Unidad	128	0,10	12.80
Lija	Pliego	4	0.25	1.00
Fundas de polifán	Unidad	128	0.10	12.80
TOTAL				84.60
COSTO UNITARIO				0.66
COSTO ANUAL				5.499.00
COSTO MENSUAL				458.25

Fuente: Almacén DECOMADERAS

Elaboración: Los Autores

El costo por Portarretratos es de 0.66 dólares y se aspira elaborar 8.320 en el año, entonces el costo anual es de 5.499.00 dólares, 458.25 dólares mensuales.

MANO DE OBRA DIRECTA.- Constituyen las actividades de las personas que están directamente relacionadas en la elaboración del producto, los

obreros, su remuneración es por jornal, el costo del jornal al mes de Junio de 2010 es de 12 dólares.

Cuadro N°35. MANO DE OBRA DIRECTA. Obreros

Cargo	Unidad de Medida	Horas Laboradas	Costo por Hora	Costo Total
Operarios	Jornal	260,00	12,00	3.120,00
TOTAL				3.120,00
TOTAL ANUAL			3 Obreros	9.360,00

Fuente: Mercado Laboral
Elaboración: Los Autores

En la ebanistería las remuneraciones para el obrero son las siguientes: 12 dólares el jornal; si trabaja 260 jornales tiene un ingreso anual de 3.120.00 dólares; al trabajar 3 obreros en la empresa el costo total para la misma es de 9.360.00 dólares; 780.00 dólares al mes.

GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN

ENERGÍA ELÉCTRICA.- De acuerdo con la maquinaria a utilizarse se estima un consumo mensual de 300 Kilowatios/hora, si el KW/h tiene un costo de 0.18 para tarifa industrial, entonces el costo mensual es de \$ 54.00, costo anual 648.00 en energía que utiliza medidor trifásico.

Cuadro N°36. ENERGÍA ELÉCTRICA

Departamento	Descripción	Cant	Precio unitario	Total mensual	Total anual
Empresa	Kw/hora	300.00	0.18	54.00	648.00
TOTAL					648.00

Fuente: EERSSA Empresa Eléctrica Regional del Sur
Elaboración: Los Autores

Cuadro N° 37. Costo de Producción. RESUMEN

ELEMENTO	COSTO ANUAL	COSTO MENSUAL
Materia Prima Directa	1.430,00	119,17
Materiales Indirectos	5.499,00	458,25
Mano de Obra Directa	9.360,00	780,00
Energía eléctrica	648,00	54,00
COSTO TOTAL DE FABRICACIÓN	16.937,00	1.411,42

Fuente: Investigación directa.

Elaboración: Los autores

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

ARRIENDOS.- Un local que reúna las condiciones indicadas en la ingeniería, un local como el requerido tiene el costo mensual de \$ 250.00 dólares, el costo anual asciende a \$3.000.00 dólares anuales.

Cuadro N° 38. Arriendos

Cantidad	Descripción	Valor mensual	Valor anual
1	Casa	250.00	3.000.00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Los Autores

SUELDOS DE ADMINISTRACIÓN.- Representan los valores que deben erogarse por concepto de remuneraciones al personal que hace posible que la empresa cuente con los recursos necesarios para su normal operación.

Cuadro N° 39. Rol de pagos

SUELDOS Y SALARIOS

Cargo	Sueldo básico	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Vacaciones	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 11.15%	TOTAL A PAGAR MENSUAL
Gerente	300,00	25,00	22,00	12,50	25,00	33,45	417,95
Secretaria-Contadora	264,00	22,00	22,00	11,00	22,00	29,44	370,44
TOTAL							788,39
TOTAL ANUAL							9.460,63

Fuente: La tablita 2010.
Elaboración: Los autores

El valor mensual por este concepto asciende a \$788.39 dólares.

\$9.460.63 dólares anuales.

ENERGÍA ELÉCTRICA.- De acuerdo con la utilización en equipo de oficina y otros elementos de oficina se estima un consumo mensual de 80 Kilowatios/hora, si el KW/h tiene un costo de 0.18 para tarifa comercial, entonces el costo mensual es de \$ 14.40, costo anual 172.80 dólares.

Cuadro N°40. Energía Eléctrica

Departamento	Descripción	Cant	Precio unitario	Total mensual	Total anual
Empresa	Kw/hora	80.00	0.18	14.40	172.80
TOTAL					172.80

FUENTE: EERSSA Empresa Eléctrica Regional del Sur
Elaboración: Los Autores

SERVICIO TELEFÓNICO.- De la información recabada en Consejo Nacional de Telecomunicaciones, se determina que existen categorías, las cuales cada una tiene diferente pensión básica mensual, la empresa

se ubica en la categoría B y su pensión básica es de 6,20 dólares, este valor se incrementa de acuerdo a la frecuencia y duración de las llamadas mas los impuestos del 15% al I.C.E. (Impuestos al Consumo Especial) y el I.V.A. (Impuesto al Valor Agregado), sumado todo ello se llega a determinar el total a pagarse; en éste caso determinamos que el consumo promedio será de 30,00 dólares mensuales, que multiplicados por los 12 meses arroja un valor anual de 360,00 dólares.

Cuadro N° 41. Teléfono:

Descripción	Valor mensual	Valor anual
Consumo Telefónico.	30.00	360.00
TOTAL	30.00	360.00

Fuente: Investigación directa. CNT

Elaboración: Los autores

AGUA POTABLE.- Se recogió información en la UMAPAL, en donde manifestaron que el metro cúbico de agua de un medidor es de 0,86 centavos de dólar.

Cuadro N° 42. Agua

Descripción	Cant. M ³	Precio unitario	Valor mensual	Valor Anual
Agua Potable Comercial	20	0,86	17.20	206.40
TOTAL			17.20	206.40

Fuente: Investigación directa. UMAPAL

Elaboración: Los autores

Se proyecta un consumo promedio mensual de agua de 20 m³ que multiplicados por 0,86 nos da 17.20 dólares mensuales; y, por los 12 meses, tenemos un consumo anual de 206.40 dólares.

MATERIAL DE OFICINA.- Comprende todos los gastos relacionados con las actividades que la empresa realiza diariamente; teniendo un total de \$ 9.34 dólares mensuales, \$ 112.1099.70 dólares anuales.

Cuadro N° 43. Útiles de Oficina

Descripción	Cantidad.	Unidad medida	Valor Unitario	Valor Total
Papel Bond	6,00	Resm	4,00	24,00
Lápices	2,00	Caja	3,00	6,00
Lapiceros	2,00	Caja	2,00	4,00
Corrector	3,00	Unid.	1,00	3,00
Grapadora	1,00	Unid.	3,50	3,50
Perforadora	1,00	Unid.	5,00	5,00
Reglas	3,00	Unid.	0,60	1,80
Carpetas Folder.	4,00	Doc.	2,50	10,00
Carpetas archivador	4,00	Unid.	4,00	16,00
Facturas	4,00	Unid.	6,00	24,00
Sellos	2,00	Unid.	5,00	10,00
Cintas Scosh	12,00	Unid.	0,15	1,80
Fechador	1,00	Unid.	3,00	3,00
COSTO ANUAL				112,10
COSTO MENSUAL				9,34

Fuente: Industrial La Reforma
Elaboración: Los Autores

MATERIAL DE ASEO.- Son primordiales para la presentación adecuada de cada una de las instalaciones de la Empresa, brindando así comodidad y satisfacción tanto a clientes como al personal que labora en la misma; así en nuestra empresa consideramos que adquiriríamos una cantidad anual de útiles de aseo, cuyo costo asciende a \$ 11.20 dólares mensuales, \$ 134.45 dólares anuales.

Cuadro N° 44. Material de aseo.

Cant.	Unidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
16	Unid.	Escobas	1,50	24,00
8	Unid.	Trapeadores	2,00	16,00
6	Gls.	Desinfectantes	3,50	21,00
6	Gls.	Deterge 2 Kl.	4,00	24,00
4	Yarda.	Franela	1,20	4,80
6	Pacas x. 6	Jabón Tocador	1,20	7,20
6	Unid.	Toallas Pequeñas.	1,00	6,00
6	Pacas	Papel Higiénico	4,00	24,00
4	Unid.	Basureros	0,75	7,45
COSTO ANUAL				134,45
COSTO MENSUAL				11,20

Fuente: Autoservicio MERCAMAX

Elaboración: Los Autores

**Cuadro N° 45.
Gastos de Administración. RESUMEN**

ELEMENTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL	Cuadro No.
Sueldos de administración	780,00	9.360,00	39
Arriendos	250,00	3.000,00	38
Material de oficina	9,34	112,08	43
Energía eléctrica	14,40	172,80	40
Agua potable	17,20	206,40	42
Servicios telefónico	30,00	360,00	41
Material de Aseo	11,20	134,40	44
COSTO TOTAL		13.345,68	

Fuente: Investigación directa.

Elaboración: Los autores

GASTOS DE VENTAS.

Son desembolsos que se efectúa por concepto de ventas y entrega de los Portarretratos.

PUBLICIDAD.- Se presupuesta 75.00 dólares anuales en la elaboración de calendarios de bolsillo que serán distribuidos entre los clientes y potenciales clientes así como 540.00 dólares para la difusión de cuñas radiales por Radio Matovelle que al momento es la más sintonizada a nivel de la Provincia de Loja.

Cuadro N° 46. Publicidad

CANT.	DENOMINACIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
360	Cuñas radiales, Matovelle,	1.50	540.00
500	Calendarios de bolsillo	0.15	75.00
TOTAL ANUAL			615.00

Fuente: Radio Matovelle, Imprenta Grafinep.

Elaboración: Los autores

Cuadro N° 47. Gastos de ventas. RESUMEN

ELEMENTO	COSTO ANUAL	COSTO MENSUAL
Publicidad	615.00	51.25

Fuente: Estudio financiero.

Elaboración: Los autores

Cuadro N° 48. Capital de Operación.

COSTO DE PRODUCCIÓN	VALOR
Materia Prima Directa	120.00
Materiales Indirectos	460.00
Mano de Obra Directa	780.00
Energía eléctrica	54.00
Total Costo de Producción	1.414.00
COSTO DE OPERACIÓN	
<u>Gastos de Administración</u>	
Arriendos	250.00
Sueldos de administración	745.00
Energía eléctrica	15.00
Servicios telefónico	30.00
Agua potable	18.00
Material de oficina	10.00
Material de Aseo	12.00
Gastos de Administración	1.080.00
<u>Gastos de ventas</u>	
Publicidad	52.00
Total Gastos de ventas	52.00
Costo Total de Producción	2.546.00

Cuadro 49: INVERSION TOTAL

DESCRIPCION	COSTO TOTAL
Maquinaria y Equipo	1.260,00
Herramientas	177,00
Equipo de oficina	580,00
Equipo de computo	1.700,00
Muebles y Enseres	1.000,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	4.717,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
Estudios preliminares	1.500,00
Legalidad de operación	2.000,00
Legalidad de operación	1.000,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	4.500,00
Materia Prima Directa	120,00
Materiales Indirectos	460,00
Mano de Obra Directa	780,00
Energía eléctrica	54,00
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	1.414,00
CAPITAL DE OPERACIÓN	
Gastos de Administración	
Arriendos	250,00
Sueldos de administración	788,39
Energía eléctrica	15,00
Servicios telefónico	30,00
Agua potable	18,00
Material de oficina	10,00
Material de Aseo	12,00
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION	1.123,39
Gastos de Venta	
Publicidad	52,00
TOTAL GASTOS DE VENTA	52,00
TOTAL COSTO TOTAL DE PRODUCCION	11.806,39
Caja Chica	193,61
MONTO TOTAL DE LA INVERSION	12.000,00

Fuente: Presupuestos

Elaboración: Los Autores

FINANCIAMIENTO

El total de inversión para implementar nuestra empresa es de 12.000.00 dólares, de los cuales el 100% (12.000.00) aportarán los 6 socios.

Cuadro N° 50. Financiamiento de la Inversión

DESCRIPCIÓN	VALOR INDIVIDUAL	PORCENTAJE
Fuente Interna. 6 SOCIOS	2.000.00	100.00
TOTAL INVERSIÓN	12.000.00	100,00%

Fuente: Estudio financiero.

Elaboración: Los autores

ANÁLISIS DE COSTOS.

Los costos están dados por los valores que fue necesario incurrir para la ejecución de las actividades productivas de la empresa.

A los costos determinados en el capital de operación y que se presentan en el cuadro siguiente, se suma los correspondientes a gastos financieros, otros gastos y las depreciaciones.

DEPRECIACIONES. La depreciación es la estimación en dólares, del grado que se ha agotado o gastado el activo en el periodo que se analice.

Cuadro N°51. Depreciaciones

ACTIVO	VIDA UTIL años	% DEPRECIACIÓN	COSTO TOTAL	DEPRECIAC ANUAL	VALOR RESIDUAL
Maquinaria y Equipo	1-10	10%	1.260.00	126.00	630.00
Herramientas	1-10	10%	177.00	17.70	88.50
Equipo de oficina	1-10	10%	580.00	58.00	290.00
Muebles y enseres	1-10	10%	1.000.00	100.00	500.00
Equipo de computo	1-3	33.33	1.700.00	566.67	0
Equipo de computo	4-6	33.33	1.800.00	600.00	600.00
Depreciación total del año 1.				1.468.37	

Fuente: SRI. Presupuestos

Elaboración: Los Autores

Para operar el año 4 y 5 debe comprarse otro computador, el mismo que solamente se depreciará dos años 1.200 dólares, por tanto al faltar por depreciarse un año, existe un valor residual de 600.00 dólares.

AMORTIZACIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO. El activo diferido tiene un valor de 4.500 dólares, los mismos que con autorización del SRI, serán amortizados en un plazo de 3 años, con un valor anual de 1.500.00 dólares.

MATERIA PRIMA DIRECTA.- Puesto que el costo por producto es 22.00 y se aspira elaborar 8.320 Portarretratos en el año, entonces el costo anual es de 1.430.00 dólares.

MATERIALES INDIRECTOS.- El costo por Portarretratos es de 0.66 dólares y se aspira elaborar 8.320 en el año, entonces el costo anual es de 5.499.00 dólares.

MANO DE OBRA DIRECTA.- En la ebanistería las remuneraciones para el obrero son las siguientes: 12 dólares el jornal; si trabaja 260 jornales tiene un ingreso anual de 3.120.00 dólares; al trabajar 3 obreros en la empresa el costo total para la misma es de 9.360.00 dólares.

GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN

ENERGÍA ELÉCTRICA.- De acuerdo con la maquinaria a utilizarse se estima un consumo mensual de 300 Kilowatios/hora, si el KW/h tiene un costo de 0.18 para tarifa industrial, entonces el costo mensual es de \$ 54.00, costo anual 648.00.

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

ARRIENDOS.- Un local que reúna las condiciones indicadas en la ingeniería, un local como el requerido tiene el costo mensual de \$ 250.00 dólares, el costo anual asciende a \$3.000.00 dólares anuales.

SUELDOS DE ADMINISTRACIÓN.- El valor mensual por este concepto asciende a 788.39dólares americanos. 9.460.63 dólares anuales.

ENERGÍA ELÉCTRICA.- De acuerdo con la utilización en equipo de oficina y otros elementos de oficina se estima un consumo mensual de 80 Kilowatios/hora, si el KW/h tiene un costo de 0.18 para tarifa comercial, entonces el costo mensual es de \$ 14.40, costo anual 172.80 dólares.

SERVICIO TELEFÓNICO.- De la información recabada en Consejo Nacional de Telecomunicaciones, se determina que el consumo promedio será de 30,00 dólares mensuales, que multiplicados por los 12 meses arroja un valor anual de 360,00 dólares.

AGUA POTABLE.- Se proyecta un consumo promedio mensual de agua de 20m³ que multiplicados por 0,86 nos da 17.20 dólares mensuales; y, por los 12 meses, tenemos un consumo anual de 206.40 dólares.

MATERIAL DE OFICINA.- Comprende todos los gastos relacionados con las actividades que la empresa realiza diariamente; teniendo un total de \$ 9.34 dólares mensuales, \$ 112.10 dólares anuales.

MATERIAL DE ASEO.- Son primordiales para la presentación adecuada de cada una de las instalaciones de la Empresa, brindando así comodidad y satisfacción tanto a clientes como al personal que labora en la misma; así en nuestra empresa consideramos que adquiriríamos una cantidad anual de útiles de aseo, cuyo costo asciende a \$ 11.20 dólares mensuales, \$ 134.45 dólares anuales.

GASTOS DE VENTAS.

PUBLICIDAD.- Se presupuesta 75.00 dólares anuales en la elaboración de calendarios de bolsillo, así como 540.00 dólares para la difusión de cuñas radiales por Radio Matovelle, en total 615.00 dólares al año.

A los valores antes indicados de suma los correspondientes a las depreciaciones y la amortización del activo diferido

Cuadro N° 46
DETERMINACIÓN DEL COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN

COSTO DE FABRICACIÓN	1
Materia Prima Directa	1.430,00
Materiales Indirectos	5.500,00
Mano de Obra Directa	9.360,00
Energía eléctrica	648,00
Depreciación de Maq y Equipo	126,00
Depreciación de herramientas	17,70
TOT. COSTO DE FABRICACIÓN	17.081,70
COSTO DE OPERACIÓN	
<u>Gastos de Administración</u>	
Sueldos de administración	9.460,63
Arriendos	3.000,00
Energía eléctrica	172,80
Servicios telefónico	360,00
Agua potable	206,40
Material de oficina	112,10
Material de Aseo	134,45
Deprec. equipo de oficina	58,00
Deprec, de equipo de computo	566,67
Depre, de muebles y enseres	100,00
TOTAL GASTOS DE ADMIN.	14.171,05
<u>Gastos de ventas</u>	
Publicidad	615,00
TOTAL GASTOS DE VENTA	615,00
<u>Otros gastos</u>	
Amortización del activo diferido	1.500,00
TOTAL OTROS GASTOS	1.500,00
TOT. COSTO DE OPERACIÓN	16.286,05
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	33.367,75

Elaboración: Los Autores

COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN

Para establecer la rentabilidad del proyecto es necesario determinar el costo de producción; para su cálculo consideramos los siguientes elementos:

$$CTP = CP + GA + GV + OG$$

CTP = Costo Total de Producción

CP = Costos de Producción

GA = Gasto Administrativo

GV = Gas de ventas

OG = Otros gastos.

$$CP = 17.081.70 + 14.171.05 + 615.00 + 1.500.00$$

$$CP = \$ 33.367.75$$

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

Posteriormente determinaremos el costo unitario de producción, el cual abarca la relación existente entre el costo total de producción y el número de unidades producidas.

CUP = Costo unitario de producción.

CTP = Costo total de Producción

NUP = Numero de unidades producidas.

$$CUP = \frac{CTP}{NUP} = \frac{33.367.75}{8.320} = \$4.01$$

El costo unitario de producción de cada Portarretratos tiene un valor de 4.01 dólares.

ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS

Para establecer el precio de venta al público; se toma como referencia el precio de venta de la competencia 5.00 dólares, para introducir el producto estimamos que a un precio igual se puede captar fácilmente el mercado, el precio de venta al público que es de \$5.00 dólares.

El precio lo establecimos como referencia de los precios de la competencia y partiendo de la base del costo de producción del producto.

Al colocar el producto a ese precio se obtiene un margen de utilidad del 28%.

$$\text{PVP} = 4.01 + 25\%$$

$$\text{PVP} = 4.01 + 1.00$$

$$\text{PVP} = 5.01 = 5.00 \text{ dólares}$$

PRESUPUESTO PROFORMADO

En la fase de operación de un proyecto es necesario estimar los ingresos y egresos a fin de obtener cierta información básica que nos permita tomar las decisiones adecuadas.

En el presente proyecto los ingresos y egresos se estiman aplicando el incremento del 5%, de acuerdo a la inflación real a Julio 2010. El presupuesto se demuestra en el siguiente cuadro:

Cuadro N°47. Presupuesto Costos

PRESUPUESTO					
COSTO DE FABRICACIÓN	1	2	3	4	5
Materia Prima Directa	1.430,00	1.501,50	1.576,58	1.655,40	1.738,17
Materiales Indirectos	5.500,00	5.775,00	6.063,75	6.366,94	6.685,28
Mano de Obra Directa	9.360,00	9.828,00	10.319,40	10.835,37	11.377,14
Energía eléctrica	648,00	680,40	714,42	750,14	787,65
Depreciación de Maq y Equipo	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00
Depreciación de herramientas	17,70	17,70	17,70	17,70	17,70
TOT. COSTO DE FABRICACIÓN	17.081,70	17.928,60	18.817,85	19.751,55	20.731,94
COSTO DE OPERACIÓN					
Gastos de Administración					
Sueldos de administración	9.460,63	9.933,66	10.430,35	10.951,86	11.499,46
Arriendos	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
Energía eléctrica	172,80	181,44	190,51	200,04	210,04
Servicios telefonico	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58
Agua potable	206,40	216,72	227,56	238,93	250,88
Material de oficina	112,10	117,71	123,59	129,77	136,26
Material de Aseo	134,45	141,17	148,23	155,64	163,42
Deprec. equipo de oficina	58,00	58,00	58,00	58,00	58,00
Deprec. de equipo de computo	566,67	566,67	566,67	600,00	600,00
Depre. de muebles y enseres	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRAC.	14.171,05	14.843,37	15.549,31	16.323,87	17.102,16
Gastos de ventas					
Publicidad	615,00	645,75	678,04	711,94	747,54
TOTAL GASTOS DE VENTA	615,00	645,75	678,04	711,94	747,54
Otros gastos					
Amortización del activo diferido	1.500,00	1.500,00	1.500,00	-	-
TOTAL OTROS GASTOS	1.500,00	1.500,00	1.500,00		
TOT. COSTO DE OPERACIÓN	16.286,05	16.989,12	17.727,34	17.035,81	17.849,70
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	33.367,75	34.917,72	36.545,19	36.787,36	38.581,64
Reinversión				1.500,00	
TOTAL EGRESOS	33.367,75	34.917,72	36.545,19	38.287,36	38.581,64

Elaboración: Los Autores

Cuadro N°47. Presupuesto de Ingresos

2. INGRESOS					
Ventas.	41.600,00	41.600,00	49.920,00	49.920,00	58.240,00
Valor residual					2.108,50
INGRESO TOTAL	41.600,00	41.600,00	49.920,00	49.920,00	60.348,50

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Permite conocer el estado financiero de la empresa en un momento dado, establece la utilidad o pérdida del ejercicio mediante la comparación de ingresos y egresos.

Cuadro N° 48 Estado de Pérdidas y Ganancias

INGRESOS	1	2	3	4	5
Ventas	41.600,00	41.600,00	49.920,00	49.920,00	58.240,00
Valor Residual					2.108,50
TOTAL DE INGRESOS	41.600,00	41.600,00	49.920,00	49.920,00	60.348,50
Costo de producción	17.081,70	17.928,60	18.817,85	19.751,55	20.731,94
Costo de operación	16.286,05	16.989,12	17.727,34	17.035,81	17.849,70
COSTO TOTAL	33.367,75	34.917,72	36.545,19	36.787,36	38.581,64
UTILIDAD BRUTA	8.232,25	6.682,28	13.374,81	13.132,64	21.766,86
15% utilidad trabajadores	1.234,84	1.002,34	2.006,22	1.969,90	3.265,03
UTILIDAD ANT.IMPTO	6.997,41	5.679,94	11.368,59	11.162,74	18.501,83
25% impuesto a la renta	1.749,35	1.419,98	2.842,15	2.790,69	4.625,46
UTILIDAD ANT.RESERVA	5.248,06	4.259,95	8.526,44	8.372,06	13.876,37
10% Reserva Legal	524,81	426,00	852,64	837,21	1.387,64
UTILIDAD NETA	4.723,25	3.833,96	7.673,80	7.534,85	12.488,73

Fuente: Presupuestos.

Elaboración: Los autores

DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el punto de Producción en el que los ingresos cubren solamente los egresos de la empresa y por tanto no existe ni utilidad ni pérdida, se lo puede calcular por medio de los siguientes métodos.

1. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que genera; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula.

$$PE = \frac{CFT}{1 - \left(\frac{CVT}{VT} \right)}$$

CFT = Costo fijo total

CVT = Costo variable total

VT = Ventas totales.

2. EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

Se basa en la capacidad de producción de la planta; determina el % de capacidad al que debe trabajar la máquina para que su producción pueda cubrir los costos. Para su cálculo se aplica la siguiente fórmula.

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} * 100$$

3. EN FUNCIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Su fórmula es la siguiente:

$$PE = \frac{CFT}{PVu - CVu}$$

PVu = Precio de venta unitario.

CVu = Costo variable unitario

$$CVu = \frac{CVT}{N^{\circ} \text{ Unidades producidas}}$$

4. REPRESENTACIÓN GRÁFICA

Consiste en presentar gráficamente las curvas de costos y de ingresos dentro de un plano cartesiano.

Para realizar el cálculo es necesario realizar la clasificación de los costos.

Clasificación De Los Costos

En todo proceso productivo los costos se clasifican en costos fijos y variables.

a. COSTOS FIJOS

Representa aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el solo hecho de existir, independientemente de si existe o no producción.

b. COSTOS VARIABLES

Son aquellos valores monetarios en que incurre la empresa, en función de su capacidad de producción, están en relación con los niveles de producción de la empresa.

Cuadro N° 49. Clasificación de Costos

COSTO FIJOS	1	2	3	4	5
Sueldos de administración	9.460,63	9.933,66	10.430,35	10.951,86	11.499,46
Material de oficina	112,10	117,71	123,59	129,77	136,26
Agua potable	206,40	216,72	227,56	238,93	250,88
Energía eléctrica	172,80	181,44	190,51	200,04	210,04
Arriendos	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
Servicios telefonico	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58
Material de Aseo	134,45	141,17	148,23	155,64	163,42
Dep. equipo de oficina	58,00	58,00	58,00	58,00	58,00
Dep. equipo de computo	566,67	566,67	566,67	600,00	600,00
Dep. muebles y enseres	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Depreciación de Maq y Equipo	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00
Depreciación de herramientas	17,70	17,70	17,70	17,70	17,70
Amortización del activo diferido	1.500,00	1.500,00	1.500,00	-	-
Publicidad	615,00	645,75	678,04	711,94	747,54
COSTO FIJO TOTAL	16.429,75	17.132,82	17.871,04	17.179,51	17.993,40
COSTOS VARIABLES					
Materia Prima Directa	1.430,00	1.501,50	1.576,58	1.655,40	1.738,17
Materiales Indirectos	5.500,00	5.775,00	6.063,75	6.366,94	6.685,28
Mano de Obra Directa	9.360,00	9.828,00	10.319,40	10.835,37	11.377,14
Energía eléctrica	648,00	680,40	714,42	750,14	787,65
COSTO VARIABLE TOTAL	16.938,00	17.784,90	18.674,15	19.607,85	20.588,24
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	33.367,75	34.917,72	36.545,19	36.787,36	38.581,64

Elaboracion: Los Autores

Cuadro N° 50. Clasificación de Ingresos

INGRESOS	1	2	3	4	5
Ventas.	41.600,00	41.600,00	49.920,00	49.920,00	58.240,00
Otros Ingresos					2.108,50
INGRESO TOTAL	41.600,00	41.600,00	49.920,00	49.920,00	60.348,50
Costo Unitario de Producción	4,01	4,20	4,39	4,42	4,64
Precio de venta al publico	5,00	5,00	6,00	6,00	7,00
Pe. Fv =	27.713,80	29.927,46	28.551,71	28.292,32	27.310,55
PE.Fci =	66,62	71,94	57,19	56,68	45,25
PE.Fup =	5542,76	5985,49	4758,62	4715,39	3976,04
Cvu =	2,04	2,14	2,24	2,36	2,47

1. PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO

EN FUNCIÓN DE VENTAS

$$PE = \frac{CFT}{1 - \left(\frac{CVT}{VT}\right)}$$

$$PE = \frac{16.429.75}{1 - \left(\frac{16.938.00}{41.600.00}\right)}$$

$$PE = 27.713.80 \text{ dólares}$$

EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} * 100$$

$$PE = \frac{16.429.75}{41.600.00 - 16.938.00} * 100$$

$$PE = 66.62\%$$

FUNCIÓN DE LA PRODUCCIÓN

$$CVu = \frac{CVT}{N^{\circ} \text{ Unidades producidas}} \quad PE = \frac{CFT}{PVu - CVu}$$

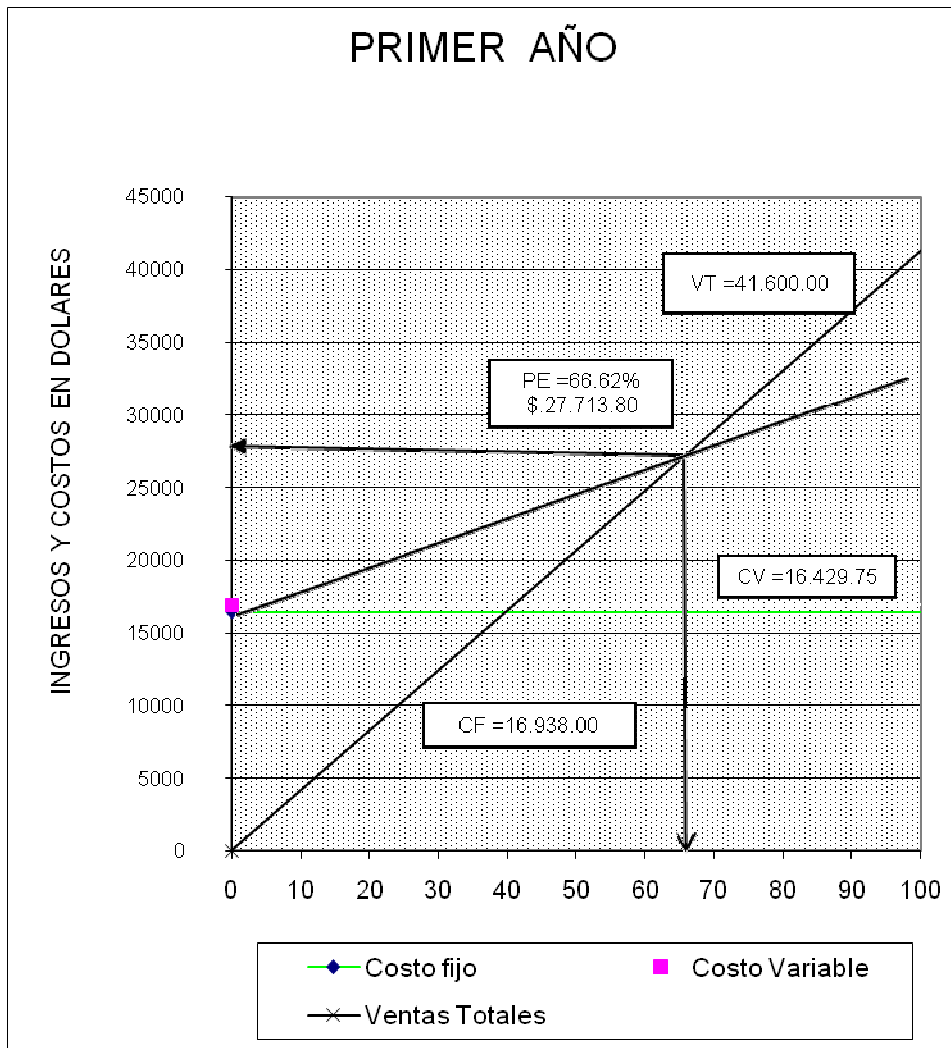
$$CVu = \frac{16.429.75}{8.320} \quad PE = \frac{16.429.75}{5.00 - 2.04}$$

$$CVu = \$2.04$$

$$PE = 5.542.76$$

Gráfico N° 23

**PUNTO DE EQUILIBRIO
EN FUNCION DE LAS VENTAS
Y DE LA CAPACIDAD INSTALADA**



f. DISCUSIÓN.

f.1. EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación Financiera, permite determinar el nivel de rentabilidad del proyecto, se fundamenta en el análisis de los ingresos y egresos derivados de la ejecución del mismo.

En el presente proyecto se ha realizado con el uso de algunos indicadores que permiten medir la rentabilidad del proyecto, como:

- Flujo de Caja.
- Valor Actual Neto (VAN).
- Período de Recuperación del capital.
- Relación beneficio Costo.
- Tasa Interna de Retorno (TIR).
- Análisis de Sensibilidad.

FLUJO DE CAJA

El Flujo de Caja se obtiene de la diferencia entre los ingresos totales y los egresos totales de cada uno de los años de vida útil del proyecto.

El flujo de caja ayuda a establecer como cubrir las necesidades de efectivo durante los años de vida útil del proyecto; así mismo permite cubrir lo fundamental en relación con el efectivo del proyecto, dando la

posibilidad a que el inversionista tenga suficientes recursos en el transcurso de desarrollo del mismo.

Cuadro No. 51. Flujo de Caja

INGRESOS	1	2	3	4	5
Ventas	41.600,00	41.600,00	49.920,00	49.920,00	58.240,00
Valor Residual					2.108,50
TOTAL DE INGRESOS	41.600,00	41.600,00	49.920,00	49.920,00	60.348,50
EGRESOS					
Costo de producción.	17.081,70	17.928,60	18.817,85	19.751,55	20.731,94
Costo de operación	16.286,05	16.989,12	17.727,34	17.035,81	17.849,70
EGRESO TOTAL	33.367,75	34.917,72	36.545,19	36.787,36	38.581,64
UTILIDAD GRAVABLE	8.232,25	6.682,28	13.374,81	13.132,64	21.766,86
15% utilidad trabajadores	1.234,84	1.002,34	2.006,22	1.969,90	3.265,03
UTILIDAD ANT.IMPTO	6.997,41	5.679,94	11.368,59	11.162,74	18.501,83
25% impuesto a la renta	1.749,35	1.419,98	2.842,15	2.790,69	4.625,46
UTILIDAD NETA	5.248,06	4.259,95	8.526,44	8.372,06	13.876,37
(+) Amortización diferidos	1.500,00	1.500,00	1.500,00	-	-
(+) Depreciaciones	1.468,37	1.468,37	1.468,37	1.500,00	1.500,00
FLUJO DE CAJA	8.216,43	7.228,32	11.494,81	9.872,06	15.376,37

Fuente: Presupuestos.

Elaboración: Los autores

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor Actual Neto de un proyecto de inversión representa el valor medido en dinero de hoy; es decir es el equivalente en pesos actuales de todos los ingresos y egresos, presentes y futuros que constituyen en proyecto.

Este indicador nos permite medir la capacidad de la Empresa para incrementar su valor y consiste en trasladar al año cero todos los Flujos Netos esperados en el proyecto y sobre ello descontar el monto de la inversión.

Una vez actualizados los valores se debe decidir la aceptación o rechazo del proyecto, basándose en lo siguiente:

- Si el VAN es mayor a cero o positivo, debe aceptarse el proyecto.
- Si el VAN es igual a cero es indiferente su realización.
- Si el VAN es menor a cero o negativo; no debe llevarse a cabo el proyecto.

Para obtener el valor Actual Neto (VAN) se aplicará la correspondiente fórmula,

$$VANP = \sum VAN - Inversión$$

Para aplicarla es necesario actualizar los flujos esperados con el factor de descuento del 10,5% que es la tasa que ofrecen por una inversión alternativa. El factor de actualización se obtiene mediante la fórmula:

FÓRMULA:

$$F.A. = \frac{1}{(1+i)^n}$$

$$De\ donde : \begin{cases} F.A. = Factor\ actual. \\ 1 = Constante \\ i = Tasa\ Activa / 100 \\ n = Tiempo \end{cases}$$

Cuadro N°52. Valor Actual Neto.

AÑOS	ACTUALIZACIÓN		
	FLUJO NETO	FACTOR	VALOR ACTUAL
	12.000,00	12,00%	
1	8.216,43	0,89286	7.336,10
2	7.228,32	0,79719	5.762,37
3	11.494,81	0,71178	8.181,78
4	9.872,06	0,63552	6.273,87
5	15.376,37	0,56743	8.724,97
		$\Sigma =$	36.279,09
		Inversión	12.000,00

Fuente: Flujo de caja
Elaboración: Los autores

Para desarrollar el cuadro que antecede tenemos que: Los valores del flujo de caja del año uno al año cinco se deben multiplicar la cantidad del factor de descuento, luego se suman los valores catalizados de los años 1 a 5.

Finalmente para determinar el Valor Actual Neto se aplica la fórmula:

$$VANP = \Sigma VAN - IP.$$

De Donde: VAN = Valor Actual Neto

ΣVA = Sumatoria del Valor Actual

IP = Inversión del Proyecto

Entonces tenemos:

$$VAN = \Sigma VAN - Inversión del Proyecto.$$

$$= 36.279.09 - 12.000.00$$

$$= 24.279.09 \text{ dólares}$$

El Valor Actual Neto del proyecto de inversión es de 24.279.09 dólares, siendo positivo, por lo tanto habrá beneficios para los inversionistas; lo que significa que es conveniente aceptar el proyecto.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La TIR corresponde a la tasa de interés generada por los capitales que permanecen invertidos en el proyecto y puede considerarse como la tasa que origina un valor presente neto igual a cero en cuyo caso representa la tasa que iguala los valores presentes de los flujos netos de ingresos y egresos.

La TIR es una característica propia del proyecto, totalmente independiente de la situación del inversionista, es decir de su tasa de interés de oportunidad.

Representa la tasa interna máxima que se podría pagar por un préstamo con los ingresos provenientes del proyecto. Es también la tasa de rendimiento que ofrece el proyecto sobre la inversión a realizar.

La TIR se la obtiene mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

$$TIR = T_m + DT \frac{VAN_{T_m}}{VAN_{T_m} - VAN_{T_M}}$$

En donde:

TIR	=	Tasa Interna de Retorno
T _m	=	Tasa menor.
DT	=	Diferencia de Tasas
VAN T _m	=	Valor Actual Neto de la Tasa menor.

VAN TM = Valor Actual Neto de la Tasa Mayor.

Cuadro N°53. Tasa interna de Retorno

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR 69,00%	VAN MENOR	FACTOR 70,00%	VAN MAYOR
0	-12.000,00		-12.000,00		-12.000,00
1	8.216,43	0,59172	4.861,79	0,58824	4.833,19
2	7.228,32	0,35013	2.530,84	0,34602	2.501,15
3	11.494,81	0,20718	2.381,45	0,20354	2.339,67
4	9.872,06	0,12259	1.210,21	0,11973	1.181,99
5	15.376,37	0,07254	1.115,37	0,07043	1.082,95
			99,66		-61,05

Fuente: Flujo de caja

Elaboración: Los autores

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

$$TIR = 69 + 1 \left(\frac{99,66}{147,34 + 61,05} \right)$$

$$TIR = 69,62\%$$

La tasa interna de retorno calculada es de 69.62% la cual nos indica que la factibilidad de ejecución del proyecto es superior al costo de oportunidad del capital (12%) para el presente proyecto.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Esta relación sin constituir un criterio básico de decisión, sirve para dar a conocer al inversionista el beneficio que obtendrá por cada unidad monetaria que invierta.

Para su determinación es necesario actualizar los valores correspondientes a los ingresos y a los egresos que se producirán durante los años de vida del proyecto.

Para las actualizaciones debe aplicarse el mismo factor de descuento que se aplica para calcular el valor actual neto.

Para determinar la Relación Beneficio Costo se aplica la siguiente fórmula:

$$R.B.C. = \frac{\sum \text{Ingresos actualizados}}{\sum \text{Costos Actualizados}} - 1$$

Cuadro N°54. Relación Beneficio Costo

AÑOS	ACTUALIZACIÓN		
	INGRESO	FACTOR	VALOR
	ORIGINAL	12%	ACTUAL
1	41.600,00	0,8929	37.142,86
2	41.600,00	0,7972	33.163,27
3	49.920,00	0,7118	35.532,07
4	49.920,00	0,6355	31.725,06
5	58.240,00	0,5674	33.046,94
		Sumatoria =	170.610,19

Fuente: Presupuestos.

Elaboración: Los autores

.. AÑOS	ACTUALIZACIÓN		
	COSTO	FACTOR	VALOR
	ORIGINAL	12%	ACTUAL
1	33.367,75	0,8929	29.792,64
2	34.917,72	0,7972	27.836,19
3	36.545,19	0,7118	26.012,14
4	38.287,36	0,6355	24.332,31
5	38.581,64	0,5674	21.892,26
		Sumatoria =	129.865,54

Fuente: Presupuestos.

Elaboración: Los autores

Aplicando la fórmula tenemos:

$$BC = (170.610,19 / 129.865,54) - 1 \quad RBC = 1,31 - 1$$

RBC = 0.31

El cálculo realizado para nuestro proyecto determina una Relación Beneficio Costo de \$0.31 lo que significa que el beneficio que se tendrá será de 35 centavos de dólar por cada dólar invertido.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Consiste en analizar el tiempo en el que la empresa va a recuperar su inversión.

Mediante este criterio se determina el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de periodos aceptables para la empresa.

Para determinar el período de recuperación de capital empleamos la siguiente fórmula:

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

Cuadro N°55. Periodo de Recuperación de capital

AÑOS	FLUJO NETO	FLUJO ACUMULADO
	12,000,00	
1	8.216,43	8.216,43
2	7.228,32	15.444,75
3	11.494,81	
4	9.872,06	
5	15.376,37	

Fuente: Flujo de caja

Elaboración: Los autores

Aplicando la fórmula tenemos:

$$PRC = \text{Año q' supera inversión} + (\text{Inversión} - \text{Sumatoria primeros flujos} / \text{Flujo año q' sup.inv.})$$

$$PRC = 2 + ((12,000 - 15,444,75) / 7,228,32)$$

PRC = 2 - 0,4765	1,5235
PRC = 1 año	1 año
0,5235*12	6,282 6 meses
0,282 * 30	8,46 8 días

Significa que la inversión se recupera en 1 año,6 meses, 8 días.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Este análisis sirve como indicador adicional que para efectos de decisión no es un determinante pero sin embargo necesita ser considerado a efectos de medir el impacto que causa en el proyecto de variación en los costos o en los ingresos asumiendo que el resto de variables permanezcan constantes.

El criterio de sensibilidad debe ser el siguiente:

- Si el coeficiente es > 1 el proyecto es sensible
- Si el coeficiente es < 1 el proyecto no es sensible
- Si el coeficiente es = 1 no hay efectos sobre el proyecto

Con el fin de determinar el análisis de sensibilidad del proyecto se toma en cuenta el incremento de costos y la disminución de ingresos.

Cuadro N° 56.: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 11,50% EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTO	COSTO	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
	ORIGINAL	ORIGINAL		FLUJO	FAC. ACT.	VALOR	FAC. ACT.	VALOR
		11,50%		NETO	42,00%	ACTUAL	43,00%	ACTUAL
						-12.000,00		12.000,00
1	33.367,75	37.205,04	41.600,00	4.394,96	0,70423	3.095,04	0,69930	3.073,40
2	34.917,72	38.933,26	41.600,00	2.666,74	0,49593	1.322,53	0,48902	1.304,09
3	36.545,19	40.747,89	49.920,00	9.172,11	0,34925	3.203,35	0,34197	3.136,62
4	38.287,36	42.690,41	49.920,00	7.229,59	0,24595	1.778,12	0,23914	1.728,90
5	38.581,64	43.018,53	58.240,00	15.221,47	0,17320	2.636,42	0,16723	2.545,52
						35,46		211,48

Fuente: Flujo de caja

Elaboración: Los autores

$$NTIR = 42 + 1 \left(\frac{35,46}{35,46 + 211,48} \right)$$

$$NTIR = 42,14\%$$

$$TIR \text{ DEL PROYECTO} = 69,62\%$$

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif. Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif. Tir. = **27,48%****2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN**

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

% Var. = **39,47%****3) SENSIBILIDAD**

Sensib. = % Var. / Nueva Tir Sensibilidad

= **0,9364746**

Cuadro N° 57

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 9% EN LOS INGRESOS

AÑOS	COSTO	INGRESO	INGRESO	ACTUALIZACIÓN				
	ORIGINAL	ORIGINAL	ORIGINAL	FLUJO	FAC. ACT.	VALOR	FAC. ACT.	VALOR
			9,00%	NETO	41,00%	ACTUAL	42,00%	ACTUAL
						-12.000,00		12.000,00
1	33.367,75	41.600,00	37.856,00	4.488,25	0,7092	3.183,15	0,7042	3.160,74
2	34.917,72	41.600,00	37.856,00	2.938,28	0,5030	1.477,93	0,4959	1.457,19
3	36.545,19	49.920,00	45.427,20	8.882,01	0,3567	3.168,50	0,3492	3.102,03
4	38.287,36	49.920,00	45.427,20	7.139,84	0,2530	1.806,39	0,2459	1.756,04
5	38.581,64	58.240,00	52.998,40	14.416,76	0,1794	2.586,85	0,1732	2.497,04
						222,84		26,95

Fuente: Flujo de caja

Elaboración: Los autores

$$222,84$$

$$NTIR = 41 + 1 \left(\frac{222,84}{222,84 + 26,95} \right)$$

222,84 + 26,95

NTIR = 41,89%

TIR DEL PROYECTO = 69,62%

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif.Tir.= **27,73%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

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

% Var. = **39,83%**

3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var./ Nueva Tir
Sensibilidad

= **0,9507194**

g. CONCLUSIONES.

Al finalizar nuestro trabajo de investigación y con los resultados obtenidos podemos concluir lo siguiente:

- Realizado el estudio de mercado se determinó que en la Ciudad de Loja no existe una empresa que se dedique exclusivamente a la elaboración de Portarretratos en Trupan.
- Existe un gran potencial segmento del mercado que puede explotarse ya que los productos son requeridos en forma indispensable.
- El Tamaño de la empresa esta compuesto por una capacidad de producción de 8.320 Portarretratos al año.
- El Proyecto se localizará en la Ciudad de Loja, ello en base al análisis de factores tales como: la distribución geográfica del mercado, disponibilidad de materia prima e insumos, acceso a servicios básicos, vías de comunicación, etc.

- Las inversiones que ascienden a 12.000.00 dólares, se determinaron, de acuerdo con los requerimientos establecidos en la Ingeniería del Proyecto.
- Se determino un costo de producción de 4.01 dólares por cada Portarretratos.
- Los ingresos se han estimando tomando en cuenta el costo de producción más un margen de utilidad que permita obtener utilidad y fijar un precio similar a la competencia, el precio para el primer año es de 5.00 dólares.

La factibilidad se determina por las siguientes razones.

- Se espera un Valor Actual Neto de 24.279.09 dólares, lo que indica que el valor de la inversión se incrementa durante su etapa de operación.
- El proyecto estima brindar una Tasa Interna de Retorno de 693.62%, la misma que está por encima del costo de capital financiado que es de 12%, lo cual hace muy atractiva la inversión.

- Si disminuyen los ingresos en 11.50% y aumentan los costos en 9% el proyecto aún sigue ofreciendo rentabilidad, pues si bien su tasa de retorno disminuye las mismas siguen siendo más altas que el costo de oportunidad del capital 12%.
- Por cada dólar invertido se espera una rentabilidad de 0.31 dólares.
- Si no sufriera modificaciones en los diferentes factores, la inversión del proyecto se recuperaría en, 1 año y 6 meses, 8 días.
- En base la investigación se puede determinar que el presente proyecto es factible de realización, lo que contribuirá al incremento de fuentes de trabajo y por ende el desarrollo socio económico de Loja y su provincia.

h. RECOMENDACIONES

Efectuado el proyecto se plantea las recomendaciones que señalamos a continuación:

- Para que la empresa se vuelva más rentable es importante que se busque ampliar los mercados a nivel nacional.

- Para incrementar la capacidad de producción es necesario que se realice el trabajo implementando otras jornadas y para ello es necesario contar con personal para turnos rotativos.

- Debe aplicarse de una forma por demás eficiente los procesos de evaluación de proyectos de inversión.

- Hay que considerar el crear empresas de este tipo ya que coadyuvan al desarrollo económico y productivo de la ciudad.

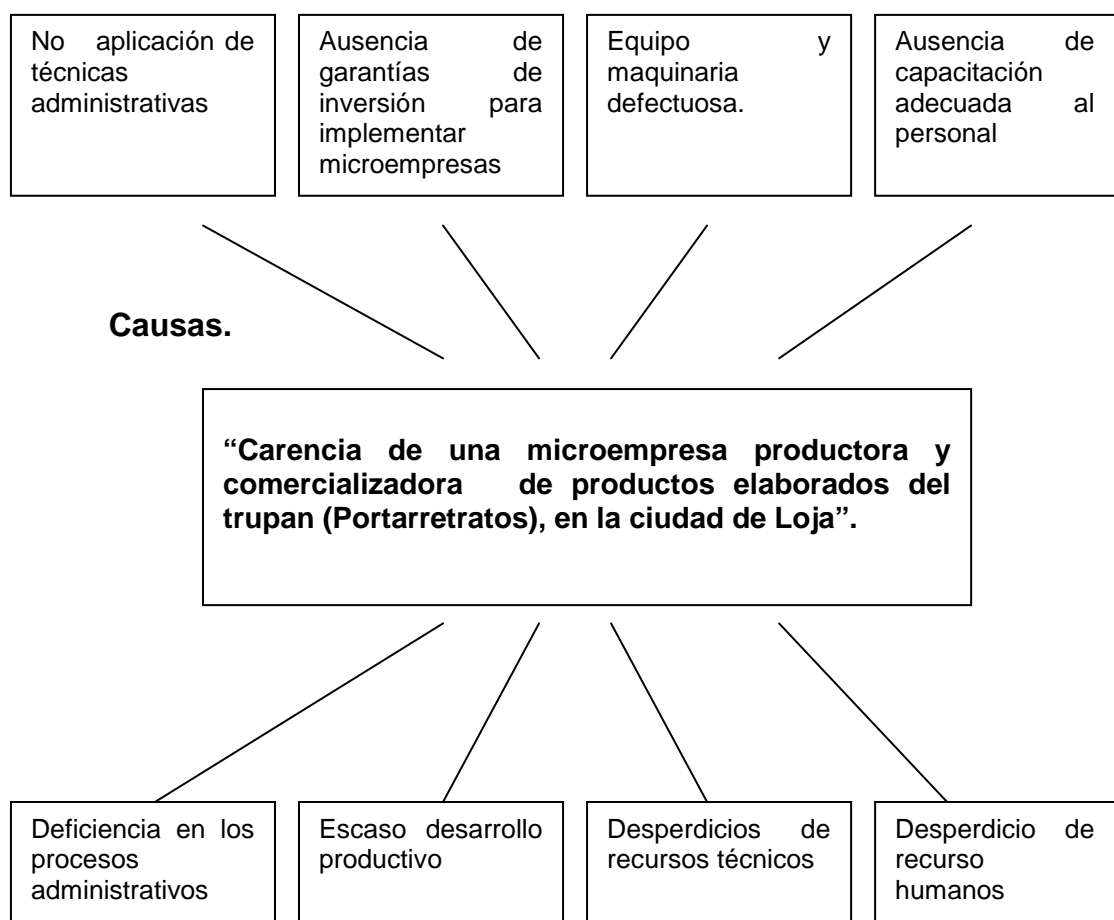
i. BIBLIOGRAFÍA

- Folleto en Administración de Empresas. U.N.L. Recopilación de la Dirección
- Empresarial I Parte.
- Liderazgo y mercado.
- LUMARSO. Diccionario Económico-Político. Editorial Limusa. México.
- Rafael Muñoz González. www.marketing.com.
- Rafael Muñoz González. www.google.com
- Rosemberg. I.M., Diccionario de Administración y Finanzas. Editorial Océano México.
- Stoner, James AF, Administración, Editorial Hispanoamericana.
- Páginas de Internet:
- www.monografias.com/queesunplan/http.
- www.monografias.com/tiposdeplanes/http
- www.monografias.com/gestiontecnologicaempresarial/http.
- www.monografias.com/modelosdeplaneacionestrategica/http

j. ANEXOS.

ANEXO 1

ÁRBOL DEL PROBLEMA



ANEXO 2
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
 Encuesta aplicada a demandantes

Sr. (a) nos dirigimos a Ud. con el objeto de determinar la Factibilidad de implementación de una Empresa Productora y comercializadora de Portarretratos elaborados a base de Trupan en la ciudad de Loja, solicitamos de la manera más comedida se sirva contestar el siguiente cuestionario, el mismo que servirá de apoyo fundamental para fines académicos.

Instrucciones: Marque con una X o el código 1, 2, 3..., en el campo respectivo:

NOMBRE DEL ENCUESTADOR:	Fecha: /2008	Nº
-------------------------	--------------	----

Ciudad: Loja Parroquia: _____ Barrio:

SEXO: (1) Hombre (2) Mujer EDAD: _____ años cumplidos.

INSTRUCCIÓN:

(1)	<input type="checkbox"/>	Ninguna	<input type="checkbox"/>	(4) Superior
(2)	<input type="checkbox"/>	Primaria	<input type="checkbox"/>	(5) Post Grado
(3)	<input type="checkbox"/>	Secundaria	<input type="checkbox"/>	(6) Otra

ACTIVIDAD: Indicar la que mayor predomine.

(1) Ama de	<input type="checkbox"/>	casa	<input type="checkbox"/>	(5) Estudiante
(2)	<input type="checkbox"/>	Comerciante	<input type="checkbox"/>	(6) Desempleado
(3)	<input type="checkbox"/>	Empleado	<input type="checkbox"/>	público (7) Jubilado
(4)	<input type="checkbox"/>	Empleado	<input type="checkbox"/>	privado (8) Otra

¿Indique cual es el ingreso mensual familiar?

(1) < a	<input type="checkbox"/>	200	\$	<input type="checkbox"/>	(6) 601 a 700 \$
(2) 201 a	<input type="checkbox"/>	300	\$	<input type="checkbox"/>	(7) 701 a 800 \$
(3) 301 a	<input type="checkbox"/>	400	\$	<input type="checkbox"/>	(8) 801 a 900 \$
(4) 401 a	<input type="checkbox"/>	500	\$	<input type="checkbox"/>	(9) 901 a 1000 \$
(5) 501 a	<input type="checkbox"/>	600	\$	<input type="checkbox"/>	(10) > a 1001 \$

¿Indique a cuánto ascienden sus gastos mensuales?

(1) Alimentación	\$
(2) Salud	\$
(3) Educación	\$
(4) Servicios básicos	\$
(5) Transporte	\$
(6) Vestido	\$
(7) Arriendo	\$
(8) Otros	\$
TOTAL: (Sume 1 a 8)	\$

3.1 ¿Conoce Ud. que es el trupan?

(1) Si (2) No

3.2 ¿Adquiere Ud. Portarretratos elaborados a base de trupan?

(1) Si (2) No

Indique ¿Por qué?

3.3 Su Portarretratos favorito, en base a que material le gustaría adquirir:

(1) Plástico (4) Acrílico
(2) Metal (5) Trupan
(3) Madera

3.4 ¿Con que frecuencia adquiere este producto?

(2) (1) Semanalmente (3) Semestralmente
 Trimestralmente.

3.5 ¿Para qué compra Ud. el producto?

(1) Regalo (4) Decoración personal
(2) Uso (5) Otro

¿Cuál? _____

3.6 ¿Donde adquiere estos productos?

(1) Bazares (4) Galerías
(2) Tarjetearías (5) Feria libre

3.7 El precio que paga por el producto es
(1) \$ 3.50 (3) \$ 4.75 (2) \$ 5.75

3.8 La calidad del producto que Ud. adquiere es:

(1) Excelente. (3)Malo.
(2) Bueno.

3.9 ¿Cuáles de los siguientes medios de comunicación prefiere Ud. para conocer el producto?

(1) Periódico
(2) Radio
(3) Televisión.
(4) Otro

Si la respuesta es radio y televisión, defina el horario de sintonía:

3.10 ¿Como le gustaría la presentación del producto?

(1) Diseños juveniles envejecidos (3) Diseños
(2) Diseños infantiles (4) Otro
¿Cuál? _____

3.11 De implementarse una Empresa Productora y comercializadora de, Portarretratos elaborados en base al trupan ¿Usted adquiriría el producto?

(1) Si (2) No

Indique ¿Por qué?

3.12 ¿Que sugerencias Ud. recomendaría?

Gracias por su colaboración...

INDICE

Certificado	II
Autoría	III
Agradecimiento	IV
Dedicatoria.....	V
a. Resumen.....	1
b. Introducción	10
c. Revisión de Literatura.....	13
c.1. Antecedentes Generales del Trupan o MDF	13
Proceso de Producción del Trupan	15
Características y Ventajas del Producto	16
Usos y Aplicaciones	17
Acabados.....	17
c.2. Proyectos de Investigación	19
Estudio de Mercado	19
Objetivos	19
Análisis de la Demanda	21
Situación de la Demanda	21
Indicadores de la demanda	22
Situación Futuro.....	23
Tipos de Demanda	23
Demanda Efectiva.....	23
Demanda Satisfecha	23
Demanda Aparente	24
Demanda Potencial	24
Comercialización del Producto.....	24
Estudio Técnico	25
Tamaño del Producto.....	25
La Localización del Proyecto	26
Factores Determinantes de la Localizaron	27
Ingeniería del Proyecto	28
Tecnología.....	28
Estudio Financiero	28

Inversiones	29
Fijas	29
Diferidas.....	29
Capital de Trabajo.....	30
Financiamiento.....	30
Presupuestos.....	31
Costos de Producción	31
Costos de Administración.....	31
Costos de Financiamiento.....	33
Costos Fijos.....	33
Costos Variables	33
Evolución Financiera	34
Flujo de caja.....	34
Valor Actual Neto.....	34
Tasa Interna de Rendimiento.....	35
Periodo de Recuperación de Capital.....	35
Relación Beneficio/Costo	35
Análisis de Sensibilidad.....	36
Marco Legal Administrativo	37
Requisitos Legales para la Constitución Legal de una Compañía	37
d. Materiales y Métodos.....	39
d.1.Materiales	39
Útiles de Oficina	39
Equipo de Oficina	39
d.2.Métodos.....	39
Método Inductivo.....	40
Método Deductivo	40
Método Analítico	40
d.3.Técnicas	41
d.4.Procedimiento	42
Determinación del Tamaño de la Muestra.....	43
e. Resultados	45
e.1.Estudio de mercado.....	45

Información Base.....	45
Análisis de la Demanda	51
Demanda Potencial	51
Demanda Real.....	52
Demanda Efectiva.....	53
Estudio de la Oferta	53
Demanda Insatisfecha.....	60
Proceso de Comercialización del Producto	61
Marketing.....	61
Marketing mix.....	61
Nuestro Producto	62
Características.....	62
Demandantes.....	62
Estrategias Comerciales.....	62
Precio	63
Plaza.....	63
Promoción.....	64
Publicidad	64
e.2.Estudio Técnico	66
Tamaño y Localización.....	66
Capacidad Instalada	66
Capacidad Utilizada.....	67
Localización.....	68
Factores de Localización	68
Servicios Básicos	68
Vías de acceso.....	68
Abastecimiento de materia prima.....	69
Disponibilidad de mano de obra.....	69
Macro Localización	69
Micro Localización.....	70
e.3.Ingeniería del Proyecto.....	71
Proceso de Producción.....	71
Adquisición de la Materia Prima	72
Elaboración de Moldes	72

Molde, Trazo y Corte.....	72
Ensamblado.....	73
Producto Terminado	73
Embalaje	73
Diagrama de Flujograma para Portarretratos	74
Requerimientos para la empresa.....	74
Presupuesto de Maquinaria y Equipo	74
Presupuesto de portarretratos y Enseres de Oficina...	75
Presupuesto de Equipo de Computación	75
Presupuesto de Herramientas.....	75
Presupuesto de Obra directa	75
Sueldos y Salario	75
Materia Prima 128 port/plancha	76
Materiales Indirectos 128 port.....	76
Distribución Física.....	76
e.4.Organización administrativa Empresarial.....	77
Organización Jurídica	77
Escritura de Constitución.....	78
Niveles Administrativos	84
Nivel Legislativo.....	85
Nivel Ejecutivo	85
Nivel Asesor.....	85
Nivel de Apoyo o Auxiliar	85
Nivel Operativo.....	85
Organigrama Estructural.....	86
Organigrama Funcional	87
Organigrama Posicional.....	88
Manual de Funciones	89
Herramientas	96
Equipos de Oficina.....	96
Equipo de Cómputo	96
Muebles y Enseres	97
Resumen de Activos Fijos	97
Activos Diferidos.....	98

Adecuación del Local	98
Estudio Preliminar	98
Legalidad de Operación.....	98
Activo Circulante o Capital de Operación.....	99
Materia Prima Directa.....	99
Materiales Indirectos.....	100
Mano de obra Directa	100
Gastos Generales de Fabricación.....	101
Energía Eléctrica.....	101
Gastos Administrativos.....	102
Arriendos.....	102
Sueldos Administrativos.....	102
Energía Eléctrica.....	103
Servicio Telefónico.....	103
Agua potable	104
Materiales de Oficina.....	105
Materiales de Aseo.....	105
Gastos de ventas.....	106
Publicidad	107
Cuadro de Inversión Total	108
Financiamiento.....	109
Análisis de Costo	109
Depreciaciones	109
Amortizaciones del Activo Diferido.....	110
Materia Prima Directa.....	110
Materiales Indirectos.....	110
Mano Obra Directa	111
Gastos Generales de Fabricación.....	111
Energía Eléctrica.....	111
Gastos de Administración.....	111
Arriendos.....	111
Sueldos de administración	111
Energía Eléctrica.....	111
Servicio Telefónico.....	112

Material de Oficina	112
Material de Aseo	112
Gastos de Venta	112
Publicidad	112
Costo Total de Producción.....	114
Costo Unitario de Producción.....	114
Establecimiento de Precios	115
Presupuesto Preformado	115
Presupuesto de Costo	116
Estado de Periodo de Ganancias.....	117
Determinación del Punto de Equilibrio	117
En Función de las Ventas	117
En Función de la Capacidad Instalada.....	118
Representación Grafica.....	118
Clasificación de los Costos.....	119
a. Costos Fijos.....	119
b. Costos Variables	119
f. Discusión	123
f.1. Evaluación Financiera.....	123
Flujo de Caja	123
Valor Actual Neto (VAN).....	124
Tasa Interna de Retorno (TIR)	127
Relación Beneficio Costo	128
Periodo de Recuperación de Capital.....	130
Análisis de Sensibilidad.....	131
g. Conclusiones	134
h. Recomendaciones.....	137
i. Bibliografía	138
ANEXOS	139
Anexo1.....	139
Árbol del problema.....	139
Anexo 2	140
Índice	