



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

Carrera

"Administración de Empresas"

*"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
EXPORTADORA DE ARTESANÍAS DE ARCILLA (LÍNEA CULINARIA)
DESDE EL CANTÓN LOJA HACIA CANADÁ".*

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN
DEL GRADO DE INGENIERO
COMERCIAL

AUTOR:

Juan Carlos Sozoranga Sánchez

DIRECTOR:

Ing.Com. Mauricio Guillen Godoy. MAE

Loja – Ecuador.

2013

Ingeniero Comercial.
Mauricio Alfredo Guillén Godoy
DIRECTOR DE TESIS:

CERTIFICA:

Que el señor egresado Juan Carlos Sozoranga Sánchez, de la carrera de Administración de Empresas, ha culminado su tesis denominada “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA EXPORTADORA DE ARTESANÍAS DE ARCILLA (LÍNEA CULINARIA) DESDE EL CANTÓN LOJA HACIA CANADÁ**”, la misma que fue revisada y cumple con los requerimientos establecidos por la Universidad, en sus aspectos de fondo y forma por lo cual autorizo su presentación.

Loja, Febrero - 2012

Atentamente

Ing. Mauricio Alfredo Guillén Godoy
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

El presente trabajo contiene: conceptos, ideas, criterios, opiniones, procedimientos de investigación, resultados, conclusiones y recomendaciones que son de exclusiva responsabilidad del autor.

.....

Sr. Juan Carlos Sozoranga Sánchez .

DEDICATORIA

Quiero dedicar este proyecto de tesis a la Virgen del Cisne que con su infinita bondad ha guiado mis pasos.

Con todo el aprecio a mis Padres y Hermanos quienes con su ejemplo de Honradez y Perseverancia han sabido inculcar en mi los mejores principios.

De manera muy especial a mi esposa e hijos quienes me dieron su apoyo en todo momento y han sido el soporte para que pueda llegar a concluir de la mejor manera mi carrera profesional.

JUAN CARLOS SOZORANGA SÁNCHEZ

AGRADECIMIENTO.

Quiero expresar mi imperecedero agradecimiento a todos los personeros de la Universidad Nacional de Loja especialmente a los docentes de la Carrera de Administración de Empresas, quienes con sus valiosos conocimientos han sabido encaminarme para que hoy en día no solamente me haya quedado en la teoría, sino que he podido poner en práctica estas enseñanzas, lo cual me ha permitido que hasta la actualidad me desempeñe como administrador de importantes empresas de la localidad.

De la misma manera quiero hacer extensivo mi sincero agradecimiento al Ing. Mauricio Guillén Godoy, “Director de Tesis” quien me ha brindado su apoyo de manera desinteresada y muy responsable para que pueda hacerse posible la terminación de este proyecto, que ha sido una de mis más anheladas aspiraciones para seguir ya como un profesional brindando mis servicios a toda la colectividad

EL AUTOR

TÍTULO

a. TITULO.

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA EXPORTADORA DE ARTESANÍAS DE ARCILLA (LÍNEA CULINARIA) DESDE EL CANTÓN LOJA HACIA CANADÁ”.

RESUMEN

b. RESUMEN

En Español

La gestión de exportación de la empresa “UNLEADED HEALTH” o “SALUD SIN PLOMO” de la ciudad de Loja, en busca de la comercialización de artesanías de arcilla hacia el país norteamericano de Canadá, está orientado a satisfacer las necesidades de los demandantes en lo que tiene que ver a ofrecer el mejor producto de arcilla en línea culinaria con las mejores especificaciones de calidad y durabilidad, con un precio más competitivo en el mercado.

En el presente proyecto referente al estudio de mercado se concluye que al investigar a comercializadoras canadienses de artesanías en línea culinaria se ha obtenido una demanda insatisfecha para las ollas de 5.957 unidades al año y de 4.403 para sartenes, tomando en cuenta la inexistente oferta de estas artesanías sin plomo, se deberá tomar en cuenta que el servicio se lo realizará de forma directa, es decir bajo modalidad EWX , es decir el importador canadiense recoge la mercadería en las bodegas de nuestra empresa, esto se lo hace porque es una empresa exportadora de reciente creación y no tiene infraestructura ni recursos para llevar las artesanías hasta Canada para ubicarlas en las bodegas del importador.

El presente proyecto tendrá una vida útil de 5 años y se concluye que la mejor instalación es en **la Av. Gran Colombia y Machala**, por la facilidad de movilidad hacia distintos puntos de la ciudad, cabe mencionar que la capacidad instalada es para exportar 8.000 artesanías, esto ya que

actualmente la CORPEI otorga cupos de hasta 12.000 unidades de producto anual con un peso no superior a 100 toneladas métricas, pero por inicio de actividades se ha decidido exportar únicamente 6.400 artesanías (80% de capacidad) en los demás años la atención será progresiva.

Se ha concluido además en lo referente a la organización de la empresa, que debe ser de Responsabilidad Limitada y estará conformada por la Junta General de socios, Gerente, Asesor jurídico, Secretaria, Contadora, y el personal necesario para el proceso del servicio en mención.

Se concluye que el proyecto es factible por los resultados en los cálculos económicos y financieros, mismos que están actualizados con las diferentes obligaciones tributarias, laborales y patronales que se tiene que cumplir para trabajar acorde con las actuales políticas económicas del gobierno, así se tiene que contar con una inversión total de \$35.944,89 además en la evaluación se obtuvo un VAN positivo de \$86.887,10 relación beneficio-costo de 1.30, la TIR de 82.21%, y una sensibilidad de 15.50% en incremento en costos y 12% en disminución en ingresos.

SUMMARY

The present project has as objective to carry out a managerial administration of benefit of services of beauty in the city of Loja, impends that originates based on the problems that have many women to occupy services of beauty in the such common cook payment in Canada, also for question time the ladies have problems when having to wait shift to receive the attention in the traditional centers, for that described it is necessary to guide ideas toward the satisfaction of necessities in what has to see to the mentioned services but home that go from the service of court of hair, hairstyle, etc. after applying a methodology based on pertinent investigation methods as the scientist, deductive, analytic he/she has been carried out a market study, technician, organizational and financier to establish the enforceability of the same one.

Regarding market study, he/she has to show that he/she has been carried out an investigation to police, fireman, regarding the plaintiffs, an unsatisfied demand of 10.360 articles has been obtained, taking into account that the offer is zero, when not having any company that lends similar services in the study area, he/she will take into account that the service will be carried out it in a direct way in the diverse areas of the urban center of the city, without discarding to also serve to neighborhoods bordering. The incoterms EXW , the company importation in the we enterprise, is new and haven't recourses for carrier a Canada.

The present project will have a 5 year-old useful life and its installation will be in Great Av. Colombia and Machala, for the easiness of mobility toward

different points of the city, it is necessary to mention that the installed capacity is to assist 8.000 articles in one year, but for beginning of activities he/she has taken to assist and for CORPEI cups is 12.000 unit and no excessive to 100 TM³, in the other years. For the begin the enterprise exportation of 6.400 unit and the attention is progressive.

Regarding the organization of the company, this it is of Limited Responsibility and it will be confirmed by the General Meeting of partners, Manager, Advisory juridical, Secretary, Accountant, and the necessary personnel for the process of the service in mention.

The concluded about economic calculations and financiers are up-to-date with the different tributary, labor and employer obligations that one has to complete to work chord with the current ones political economic of the government, he/she will have this way to also have a total investment of \$35.944,89 in the evaluation it was obtained a they go positive of \$86.887,10 a relationship benefit-cost of 1.30 and a TIR of 82.21%, being ratified the installation feasibility, and sensibility de 15.50% en increment en costs y 12% en diminution en ingress.

INTRODUCCIÓN

c. INTRODUCCIÓN.

El Ecuador en la actualidad presenta cambios acelerados y positivos en el ámbito social, más no tiene los mismos resultados en el ámbito productivo y económico ya que es cada vez más escaso el empleo, y la posibilidad de invertir es igualmente un riesgo, razones que deben convertirse en un incentivo para que los pobladores ecuatorianos busquemos nuevas formas de estabilidad económica, es por ello que se propone el aprovechamiento de la empresa exportadora de arcillas de artesanía de línea culinaria desde el cantón Loja hacia diversas provincias de Canadá.

Algunos son los productos que son exportados desde nuestro país hacia algunos lugares del mundo, con el fin de satisfacer diversas necesidades de salud, confort y lujo de una sociedad, siendo el presente estudio la exportación de utensilios de cocina de arcilla a base de una producción 100% artesanal, en donde no interviene procesos industriales que dan como resultado artículos con la presencia de plomo en sus utensilios como ollas y sartenes, ofreciendo la empresa lojana una opción con características saludables y conservación del medio ambiente. No se puede dejar de lado el saber que los utensilios elaborados a base de arcillas y sin plomo para la cocción de los alimentos, demuestra diversos beneficios a la salud humana pues su presencia contrarresta diferentes enfermedades como el cáncer de estómago debido a que la mayoría de utensilios de cocina que se ofertan en el mercado tienen diferentes materiales tóxicos que desmejoran la calidad de vida de los consumidores y esto es boon actual en países desarrollados.

El presente trabajo se ha desarrollado en base a los conocimientos obtenidos durante los años de educación impartidos, tomando en cuenta los principios básicos de investigación metodológica y de proyectos, la misma que se basa en una investigación de campo, en el cual se utilizaron técnicas y métodos como el Método Inductivo – Deductivo, encuestas, flujo gramas, organigramas etc., para estructurar y formular el presente proyecto que lejos de ser un formulismo es necesario será una propuesta que incentive a la inversión y sea pionero de otro tipo de inversiones, suficientes razones para manifestar que el presente proyecto será para 5 años de vida útil , esta decisión se debe a la relativa e inestable economía existente en Ecuador, por lo que es conveniente no proyectar datos para más años de vida útil porque pierden vigencia de un año a otro inclusive.

Luego de lo manifestado se estructura un estudio de mercado en el cual se analiza el comportamiento de la demanda para establecer las preferencias del usuario ante un servicio con visión de exportación, así mismo se verá el comportamiento de la oferta desde el punto de vista práctico-real, posteriormente se realiza el Estudio Técnico en donde se analiza el tamaño de acuerdo a la capacidad instalada, la localización de la empresa. Así mismo el Estudio Financiero, el cual comprende las inversiones y financiamiento que se requiere para el funcionamiento de la empresa, además se incluye el análisis de los costos e ingresos, así como los estados financieros y la determinación del punto de equilibrio. En los capítulos de secuencia se realiza la evaluación financiera la cual permite determinar la factibilidad del proyecto, dentro de esta evaluación encontramos los datos

necesarios para obtener los indicadores como el VAN, la TIR, Relación Beneficio – Costo, Análisis de Sensibilidad, el Índice de Rentabilidad, Índice de Liquidez y Recuperación de Capital.

Finalmente se propone una organización de la empresa y finalmente se plantean las Conclusiones y Recomendaciones, en el cual se citan resultados y sugerencias importantes, para el presente proyecto de inversión.

REVISIÓN
DE
LITERATURA

d. REVISIÓN DE LITERATURA

1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Arcilla – Materia prima de la elaboración de la olla de Barro¹

Barro ó arcilla: La arcilla es un insumo básico para la elaboración de ollas, utensilios y artesanías que son utilizadas para diferentes áreas del cotidiano vivir humano. Este material comprende una tierra blanda, plástica que se endurece al fuego.

Es importante señalar que para la producción de alfarería el barro deberá ser rojo, negro ó arenoso, puede adquirirse en barras o polvo.

Este material lo podemos encontrar principalmente en las localidades de Cera Taquil, Chantaco y demás parroquias del Cantón Loja.



1.2 Características

La arcilla es un depósito sedimentario muy suave (coloidal en parte), de color blanco, gris, amarillo, rojo o negro según las impurezas que contenga,

¹ Portal de Negocios Alibaba.com- Mercados Norte Americanos

colores que le dan toques especiales a la originalidad de la alfarería, cerámica y tabiques o ladrillo rojo.

Se caracteriza por adquirir plasticidad al ser mezclada con agua, y también sonoridad y dureza al calentarla por encima de 800 °C. La arcilla endurecida mediante la acción del fuego fue la primera cerámica elaborada por los seres humanos, y aún es uno de los materiales más baratos y de uso más amplio. Ladrillos, utensilios de cocina, objetos de arte e incluso instrumentos musicales como la ocarina son elaborados con arcilla. También se la utiliza en muchos procesos industriales, tales como en la elaboración de papel, producción de cemento y procesos químicos.

TIERRA ARCILLOSA DE ALTA CALIDAD



1.3 Historia de las Ollas de Barro

Desde que el hombre descubrió por primera vez el fuego, hace aproximadamente medio millón de años, que hasta antes de este gran descubrimiento, se alimentaban de alimentos crudos, comenzaron a notar

que era más reconfortante la comida cocida y caliente, en especial en los climas muy fríos. Fueron incorporando distintas técnicas para cocer sus alimentos: primero, colocaron la carne directamente sobre las llamas, luego utilizaron un espetón y una especie de parrilla primitiva. Más adelante cavaron un pozo en la tierra, y en el colocaron brazas y piedras calientes; y dispusieron la carne y la cubrieron con tierra, a modo de un primitivo horno. Al poco tiempo el ser humano descubrió que el barro perdía su plasticidad si era sometido a altas temperaturas, y comenzó a trabajar en barro, moldear y luego mediante la cocción sobre el fuego, lograr piezas de alfarería, vasos, ollas y recipientes, que a la vez les servían para cubrir sus necesidades.

Las primeras vasijas de cerámica halladas datan del Neolítico, entre los años 7,000 y 3,000 a/C. Se puede relacionar los inicios de la alfarería con la sedentarización del hombre, la aparición de las primeras ciudades y sociedades. El culto a la madre tierra no sé lo se debía a la agricultura y la ganadería sino también, a este nuevo arte surgido de ella, gracias a ese regalo "la tierra" para elaborar instrumentos, vasijas y ollas que le sirvieron al hombre para cocinar sus alimentos y no desperdiciarlos. Las vasijas de barro, fueron las primeras piezas de cerámica inventadas por el hombre.

Con la utilización de las vasijas en la cocina, las técnicas culinarias se volvieron más complejas, al poder mezclar diferentes ingredientes en una misma cocción, con esto podríamos deducir que la mujer neolítica cocina por primera vez una de arcilla o barro.

Culturas Pre-incas como Cupisnique (900 a/C- 200 a/C), Vicus (100 a/C- 400 d/C), Paracas (400 a/C- 200 d/C), Mochica (ACo 0 ? 400 d/C), entre otras, nos han dejado un gran legado histórico en muchos aspectos, el que interesa para esta investigación es la cerámica, demostrando que en el Perú, desde hace miles de años, también se utilizaron instrumentos de barro para cocinar los alimentos. Analizando la cosmovisión de nuestros antepasados, nos damos cuenta que para ellos la vida después de la muerte continuaba y es por ello, que en los entierros y momias encontrados, podemos apreciar ofrendas, compuestas por elementos preciados para el difunto, junto con ollas de barro colmadas de alimentos que se colocaban cerca del cuerpo, para que en la otra vida pudiera alimentarse.

Con el paso del tiempo y la modernidad, los grupos humanos se fueron adaptando a los nuevos materiales y desarrollando como lo hemos visto antes nuevos utensilios para cocinar sus alimentos. Algunos pueblos hasta ahora siguen manteniendo esta tradición preparando ollas de barro mediante la alfarería, transformando de manera creativa el barro, tal como lo hacían nuestros antepasados.

1.4 Beneficios las Ollas de Barro a Base de Arcilla

- Respecto a la cocción, los recipientes de barro sirven para platos de larga cocción a baja temperatura, ya que la inercia térmica de la tierra es baja, y transmite poco a poco el calor. Por ello, también, mantienen la comida caliente mucho más tiempo.

- No presenta materiales tóxicos para el cerebro como el aluminio que causa Alzheimer
- Previene problemas gastrointestinales y del colón
- No acelera el envejecimiento prematuro provocado por diferentes tipos de ollas con diferentes tóxicos en su elaboración
- Evita enfermedades que provienen desde el útero en la madre provocado por las sartenes y utensilios de materiales antiadherentes que disminuyen la talla de los seres humanos disminuyen el peso en los recién nacidos y provocan el cáncer hepático y testicular en los varones.

1.5 PLAN DE NEGOCIOS.-Un plan de negocios es una guía para el emprendedor o empresario. Se trata de un documento donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se establecen las acciones que se realizarán en el futuro, junto a las correspondientes estrategias para implementarlas.

De esta manera, el plan de negocios es un instrumento que permite comunicar una idea de negocio para venderla u obtener inversiones. También se trata de una herramienta de uso interno para el empresario, ya que le permite evaluar la viabilidad de sus ideas y concretar un seguimiento de su puesta en marcha.

Así como señala los objetivos a cumplir, un plan de negocios debe incluir el detalle del plan de acción necesario para alcanzarlos. Por otra parte, es

importante que el plan de negocios esté elaborado de forma tal que permita ser actualizado con los cambios propios del dinamismo del mercado y de la situación de la empresa.

La elaboración de planes supone uno de los aspectos más importantes de la gestión empresarial. El hecho de contar con una guía es una especie de seguro ante los inconvenientes que surgen durante el trabajo cotidiano, ya que ofrece posibles soluciones y alternativas.²

En todos los planes, es importante que el empresario o emprendedor incluya información veraz, sin falsear la realidad. Las predicciones que realice sobre ingresos del negocio deben ser conservadoras, de modo que la sostenibilidad del negocio esté prevista en el plan de negocios sin grandes números. Siempre es preferible que las ventas superen las previsiones y no viceversa.

1.6 EMPRESA.- Hoy en día las empresas están experimentando múltiples dificultades de carácter económico debido a varios factores como son la gran depresión económica que en la actualidad está atravesando este mundo globalizado, sumadas a ello las malas políticas gubernamentales impuestas por los gobiernos, causando que éstas realicen cambios forzosos en su estructura con la finalidad que mantenerse en el mercado, afectando directa o indirectamente a empleados dejándolos sin su trabajo y produciendo en menores cantidades ocasionando un estancamiento a nivel nacional y mundial retrasando así el desarrollo empresarial.

²ROSENBERG, J.M. 2002, Diccionario de Administración y Finanzas. Edición 2da

1.7 PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN y EXPORTACIÓN.- Las actividades de producción y comercialización en la región sur del Ecuador, específicamente en la ciudad de Loja son prácticamente realizadas por separado; ya que la mayoría de empresas existentes se dedican solo a la producción o solo a la comercialización de su producto o servicio, lo que impide el desarrollo de gran parte del sector. En el ámbito de exportación la situación actual en nuestra ciudad es muy escasa pues esta actividad casi no es práctica debido a la falta de información y a la no puesta en práctica de diferentes estudios que nos permitan conocer nuevos mercados.

1.8 COMERCIO EXTERIOR.- El comercio exterior está completamente monopolizado por el Estado, en 1999 China levantó algunas restricciones comerciales, preparando el camino para el aumento de las, hasta entonces, relativamente pequeñas inversiones extranjeras y actividad comercial. En 2004 las exportaciones anuales suponían un total de 593.325 millones de dólares y las importaciones 561.229 millones, las principales exportaciones chinas eran petróleo crudo y refinado, telas de algodón, seda, ropas, arroz, cerdo, gambas o camarones congelados y té, entre las importaciones destacan la maquinaria, productos de acero, otros metales, automóviles, artículos sintéticos, productos químicos para la agricultura, caucho, trigo y barcos. La mayor parte del comercio tiene lugar con países no comunistas; Japón es el principal, seguido por la Región Administrativa Especial de Hong Kong y Estados Unidos. China también tiene buenas relaciones con países como Alemania y Singapur, las relaciones comerciales con Estados Unidos estuvieron en peligro en 1993 cuando amenazaron con no renovar la

condición comercial de China de nación más favorecida (NMF), hasta que las condiciones de los derechos humanos no mejoraran, sin embargo, en mayo de 2004 Estados Unidos renovó el nombramiento de China de nación más favorecida, aun cuando el gobierno chino hizo muy pocos progresos en la mejora de los derechos humanos.

d.1.9 TERMINOLOGÍA UTILIZADA

REFERENCIA A COMERCIO EXTERIOR

1.9.1 Acceso Aduanero: Incorporación de un Estado al territorio aduanero de otro.

1.9.2 Acuerdos Comerciales: Contratos entre dos o más países, mediante los cuales se regulan materias estrictamente comerciales. Tienen carácter de tratados arancelarios para procurar ventajas y seguridad en las aplicaciones de las tarifas y regímenes aduaneros que afectan a los contratantes.

1.9.3 Acuerdos de Nueva Generación: Tratados comerciales que en sus cláusulas contienen nuevas áreas como los servicios, inversión, propiedad intelectual, compras gubernamentales, normas técnicas, prácticas desleales de comercio entre otras.

1.9.4 Aduana: Unidad administrativa encargada de la aplicación de la legislación relativa a la importación y exportación de mercadería, como el

control del tráfico de los bienes que se internan o externa de un territorio aduanero, realizando su valoración, clasificación y verificación, y de la aplicación y la fiscalización de un régimen arancelario y de prohibiciones.

1.9.5 Agente de Transporte Aduanero: Persona de existencia visible o ideal que, en representación de los transportistas, tiene a su cargo las gestiones relacionadas con la presentación del medio transportador y de sus cargas ante la Aduana.

1.9.6 Antidumping: Derecho que intenta desalentar o prevenir el dumping; normalmente el objetivo es el de imponer un derecho que equivalga a la diferencia entre el precio de venta de los bienes en el país de origen, y el precio de venta en el país del importador.

1.9.7 Arancel Impuesto: Derecho de aduana, que se cobra sobre una mercancía cuando ésta se importa o exporta.

1.9.8 Área Aduanera: Es la parte del territorio político limitada por la línea aduanera, en la cual, para que tenga acceso la mercancía procedente del exterior y también para franquear la salida a las del país, se hacen efectivos los preceptos de la legislación específica aduanera y, cuando procede, los derechos o impuestos del arancel o tarifa, que es consecuencia natural de aquella legislación.

1.9.9 Balanza Comercial: Conjunto de transacciones comerciales realizadas por un país con el exterior, en un periodo determinado (un año),

consistentes en la importaciones y exportaciones de mercancías consideradas en su conjunto, exteriorizándose el resultado de tres maneras distintas, conforme a los resultados de los valores totales intercambiados, puede ser: Balanza comercial nivelada (cuando la importación y la exportación se equilibran), deficitaria o favorable (exceso de importación sobre exportación) y, favorables o con superávit (exceso de exportación sobre importación).

1.9.10 Banco Corresponsal: Dentro de la carta de crédito, es el banco que recibe la notificación de la apertura de una carta de crédito y las condiciones del mismo. Comunica esto al exportador.

1.9.11 Banco Confirmador: Dentro de la carta de crédito, es el banco que da su confirmación a la misma. Puede ser tanto un tercer banco como el banco “corresponsal”.

1.9.12 Banco Emisor: o Interviniente Recibe las instrucciones de su cliente (el importador) para la apertura de un crédito documentario a favor del exportador.

1.9.13 Beneficiario: Persona a cuyo favor se emite el crédito y que puede exigir el pago al Banco emisor o al pagador una vez ha cumplido las condiciones estipuladas en el crédito. Es el exportador.

1.9.14 Carta de Crédito: Medio de pago por el cual el Banco Emisor se compromete, por petición del importador, a pagarle al exportador una suma

de dinero, previamente establecida, a cambio de que éste haga entrega de los documentos de embarque dentro de un período de tiempo dado.

1.9.15 DDP. Delivered Duty Paid.(inglés) Incoterm. "Entregada derechos pagados" significa que el vendedor realiza la entrega de la mercancía al comprador, despachada para la importación y no descargada de los medios de transporte, a su llegada al lugar de destino convenido. El vendedor tiene las mismas obligaciones que bajo DDU, pero además paga los derechos de la importación de la mercancía. Supone la mayor obligación y riesgos para el vendedor dentro de los Incoterms.

1.9.16 Declaración de Aduana: Se denomina así al formulario impreso, debidamente cumplimentado por el importador/exportador que tiene como objetivo principales: permitir la liquidación y el cobro de los derechos, impuestos u otros gravámenes que se deba pagar por las mercancías, y fiscalizar la importación/exportación de mercancías sujetas a limitaciones y/o protecciones (flora, fauna) y/o prohibiciones y/o exenciones (derechos).

1.9.17 Derechos de Aduana: Impuestos que gravan las mercancías que ingresan a un país. Están establecidos en el arancel aduanero y/o en la legislación vigente.

1.9.18 Divisa: Medio de pago internacional representado por una moneda extranjera emergente de los créditos que un país tiene contra otro por el suministro de mercancías, capitales o servicios, o por las autorizaciones que

éste le haya conferido para efectuar pagos girando temporariamente en descubiertos.

1.9.19 Embalaje: Protección de las mercaderías durante todas las operaciones de transporte y manejo que supone el proceso de exportación, de modo que lleguen a manos del cliente final, en el extranjero, en las mejores condiciones.

1.9.20 Envase: Continente interior o exterior con que normalmente se presentan las mercancías, siempre que éste sea común o usual en el comercio internacional.

1.9.21 Exportación: Desde un punto de vista comercial se entiende por tal la salida de una mercancía de un territorio aduanero, ya sea en forma temporal o definitiva.

1.9.22 FOB. FREE ON BOARD: (inglés). Incoterm. "Franco a bordo" significa que el vendedor realiza la entrega cuando la mercancía sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido. Esto quiere decir que el comprador debe soportar todos los costes y riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde aquel punto. El término FOB exige al vendedor despachar la mercancía en aduana para la exportación.

1.9.23 Importación: Se refiere a la entrada de mercancías de procedencia extranjera en un territorio aduanero.

1.9.24 Joint Venture: (inglés) Asociación temporal de empresas para desarrollar un proyecto; sociedad mixta con riesgo compartido.

1.9.25 Licencia de Exportación: Documento que concede permiso para exportar mercancías especificadas dentro de un plazo concreto.

1.9.26 Licencia de Importación: Es la autorización oficial que permite la entrada de las mercancías en el país del importador. Si las mercancías no están sometidas a restricciones aduaneras se expiden automáticamente.

1.9.27 Muestra comercial: Artículo representativo de una categoría determinada de mercancías ya producidas, o que sea modelo de mercancías cuya fabricación está contemplada.

1.9.28 Póliza de Seguro: Documento en que constan las condiciones estipuladas entre asegurador y asegurado con respecto al contrato de seguro. Las primas aplicables se calculan en función del tiempo de vigencia de los contratos, del valor asegurado y las de los riesgos propios de la carga y de los riesgos corridos durante su manipuleo y transporte.

**MATERIALES
Y
MÉTODOS**

e. MATERIALES Y MÉTODOS.

1 MATERIALES

Entre los principales materiales utilizados se tiene.

- ◆ Suministros de oficina
- ◆ Copias e impresiones etc.

Para el desarrollo del presente trabajo se aplicó el **método científico** no experimental por tratarse de un proyecto de inversión con proyección internacional que se basa directamente en documentos, opiniones, aspectos cualitativos, cuantitativos, que fueron analizados para deducir las orientaciones generales aplicables a la realidad de nuestro medio en materia de comercio exterior en el área artesanal de nuestra Región. En el presente trabajo se utilizó los siguientes métodos.

2 MÉTODOS

2.1 MÉTODO DEDUCTIVO

Mediante este método se aplicaron los principios generales descubiertos en casos particulares, es decir, los resultados de la investigación de mercado internacional fueron relacionados y aplicados a casos particulares de producción local.

2.2 MÉTODO INDUCTIVO

Es el razonamiento que partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Aplicable a la potencialidad de negocios de los pequeños productores artesanales frente a la orientación común de exportar a un mercado internacional.

2.3 MÉTODO ANALÍTICO

Este método permitió conocer el comportamiento de las empresas extranjeras y la cultura empresarial de emprender nuevos proyectos de los productores artesanales usando la arcilla. Además proponer un sistema de condiciones de negociación con empresarios del país canadiense en estudio.

2.4 MÉTODO MATEMÁTICO - ESTADÍSTICO.

A través de este método se pudo recopilar, tabular graficar e interpretar datos numéricos por medio de la búsqueda de los mismos en el mercado o población analizada.

2.5 TÉCNICAS

Con respecto a las **técnicas** que se utilizó en el desarrollo del presente proyecto son las siguientes:

2.5.1 LA OBSERVACIÓN.- Sirvió para conocer la realidad existente en nuestro medio a investigar respecto a producción artesanal de arcilla potencial de ser exportada a otro país.

2.5.2 LA ENCUESTA – ELECTRÓNICA EMPRESARIAL. Permitió recolectar información para poder establecer las necesidades de productos – cerámicas de arcilla tradicionales, concretamente ollas y sartenes que necesitan las empresas importadoras canadienses, organizaciones que fueron encuestadas en un número de 63.

2.6 TAMAÑO DE LA MUESTRA SELECCIONADA.-

El estudio comprende un universo que corresponde a las empresas canadienses que comercialicen artículos culinarios de arcilla y que estén afiliadas a un portal de comercio, así según estadísticas del país en estudio de la firma The World Fact Center, en estudio o censo realizado desde el 2005 hasta la fecha actual (2012) el número de empresas de este tipo son de 63 registradas, además que se ubica una tasa promedio de crecimiento de estas organizaciones en un 0.8% anual, de aquí que se proyectó este crecimiento hasta el año 2016. Se aclara que por ser la población corta no se obtendrá muestra, es decir, la encuesta se aplicó a todas las 63 empresas.

Seguidamente se muestra la información

$$P_f = P_o (1 + i)^n$$

Dónde:

- P_f = Año proyectado = Al 2011
 P_o = Numero de Industrias - año 2005 (60 empresas)
 1 = Constante
 i = Tasa de crecimiento poblacional anual (0.8%)
 n = Número de años = 6

$$P_f = 60(1 + 0.008)^6$$

$$P_f = 63$$

Seguidamente se Expone el cuadro representativo anual en Canadá.

CUADRO Nº 1

**PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN EMPRESARIAL DEDICADA A
COMERCIALIZAR ARTÍCULOS CULINARIOS DE BARRO EN CANADÁ**

HASTA EL AÑO 2016.

AÑOS	POBLACIÓN - EMPRESAS CANADIENSES
2005	60
2006	60
2007	61
2008	61
2009	62
2010	62
2011	63
2012	63
2013	64
2014	64
2015	65
2016	65

Fuente: The World Trade Center – Canada-2006

Elaboración: El Autor

RESULTADOS

f. RESULTADOS

f.1 TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE DATOS.

Seguidamente se expone la tabulación de las encuestas realizadas vía internet a los empresarios canadienses, misma que fue realizada en inglés, pero para entendimiento de los lectores se la ha traducido al español, cabe señalar que el portal ALIBABA fue quien ayudó con los contactos de las empresas afiliadas para aplicar esta técnica, se expone un cuadro explicativo-cuantitativo de respuesta porcentual, luego se grafica la información para finalmente dar un criterio sobre lo obtenido.

Datos Generales:

1) Especifique el Área/ciudad de localización de la empresa:

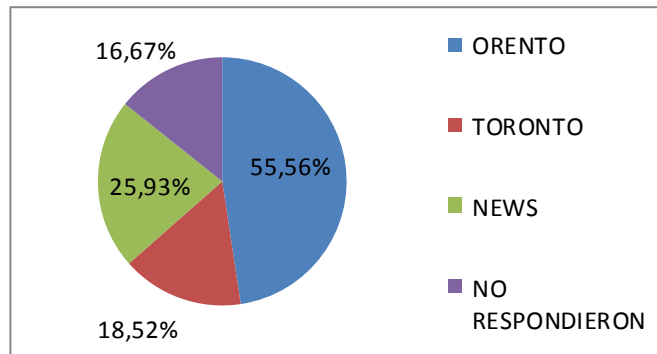
CUADRO N° 2

SECTORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ORENTO	30	55,56
TORONTO	10	18,52
NEWS	14	25,93
NO RESPONDIERON	9	16,67
TOTAL	63	100

Fuente: Anexo N° 2 Pregunta N°1

Elaboración: El Autor

GRAFICO Nº 1.
LUGAR DE RESIDENCIA EN CANADÁ



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En los resultados se tiene que los encuestados provienen de Orento en un (55,56%) ,Toronto (18,52%), News (25,93%), y no devolvieron la encuesta electrónica un 16.67%, así se establece en donde específicamente se concentran los comerciantes de estas artesanías, manifiestan es porque están cercanos a las montañas en donde la policía, bomberos, guarda montañas, militares, guías turísticos etc que trabajan en estos lugares acostumbran a utilizar estas ollas y sartenes de arcilla porque tienen buenas referencias respecto al sabor ,conservación de los alimentos y una buena temperatura que estos conservan.

2) Tipo de Negocio

CUADRO N° 3

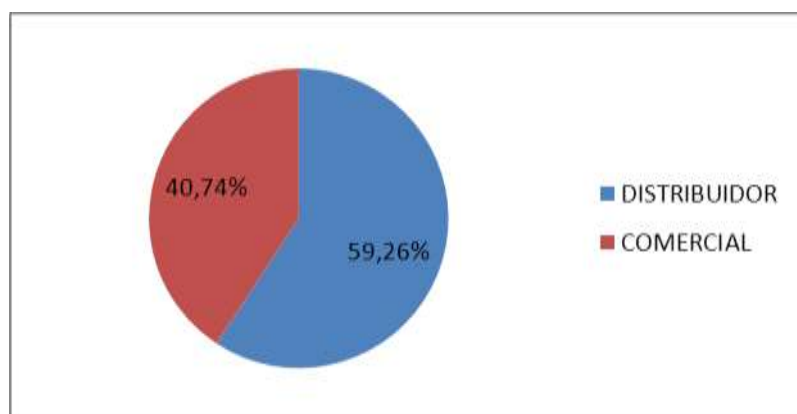
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DISTRIBUIDOR	32	59,26
COMERCIAL	22	40,74
TOTAL	54	100

Fuente: Anexo N° 2 Pregunta N° 2

Elaboración: El Autor

GRAFICO N° 2.

EMPRESAS DISTRIBUIDORAS O COMERCIANTES



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según la tabulación 59,26% son distribuidores de artesanías hacia algunos lugares del país, y comerciantes están en 40,74%, ahora analizando la información se tiene que en ambos casos son importadores de artesanías pero de todo tipo, así que poco a poco se ira segmentando el mercado de acuerdo al interés del proyecto.

3) Indique el portal de negociación internacional de su preferencia.

CUADRO N° 4

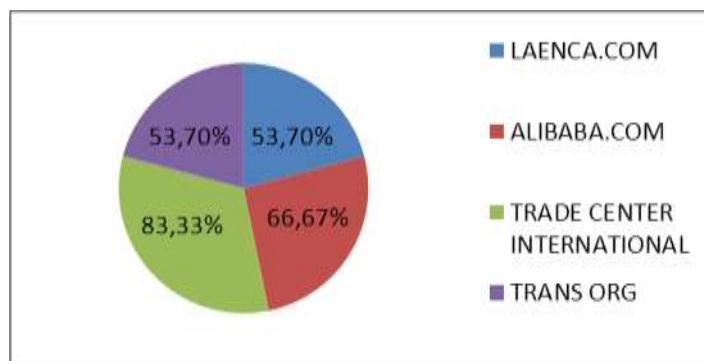
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LAENCA.COM	29	53,70
ALIBABA.COM	36	66,67
TRADE CENTER INTERNATIONAL	45	83,33
TRANS ORG	29	53,70

Fuente: Anexo N° 2 Pregunta N°3

Elaboración: El Autor

GRAFICO N° 3

PORTALES DE NEGOCIOS INTERNACIONALES DE PREFERENCIA



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Se establecen preferencias de portales en un 53,70% LAENCA.COM, 66,67% ALIBABA.COM, 83,33% TRADE CENTER INTERNATIONAL, y en un 53,70% TRANS ORG. Como se observa estas respuestas son múltiples, ósea que han escogido hasta tres opciones cada dueño encuestado, esta es una gran ventaja para ellos como importadores el poder negociar bajo condiciones y oportunidades de algunos portales. Esta información sirve para contactarse y negociar términos de negociación con las empresas importadoras canadienses. Cabe indicar que en base al tema todos estos empresarios son demandantes actuales al trabajar.

- 4) **Manifieste si en su negocio vende específicamente artesanías importadas a base de arcilla como ollas y sartenes para uso culinario.**

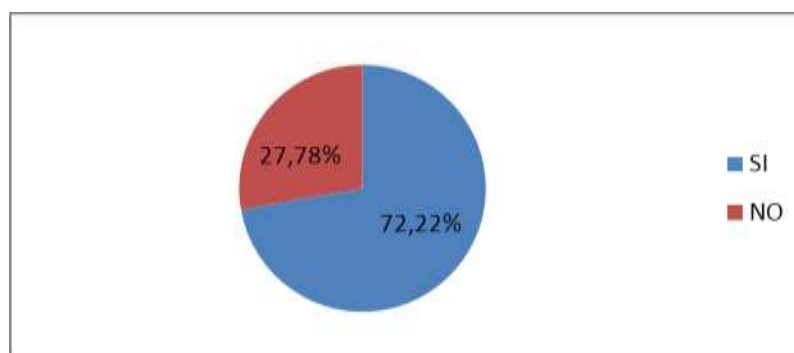
CUADRO N° 5

LÍNEAS DE PRODUCTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	39	72,22
NO	15	27,78
TOTAL	54	100,00

Fuente: Anexo N° 2 Pregunta N° 4

Elaboración: El Autor

GRAFICO N° 4.
COMERCIANTES DE ARCILLAS IMPORTADAS



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Manifiestan que son importadores específicos de artesanías de arcilla – línea culinaria un 72,22% el resto es importador de artesanías de arcilla quizá pero de adornos en tamaños pequeños, figuras decorativas, moldes de arcilla etc. Esta información sirve para segmentar el mercado en primera instancia ya que este porcentaje de empresarios serian demandantes potenciales al poder ser nuestros clientes en un futuro ya que trabajan con las ollas y sartenes de arcilla.

Si respondió afirmativamente continúe

5) De qué países importa actualmente artículos de arcilla – línea culinaria.

CUADRO Nº 6

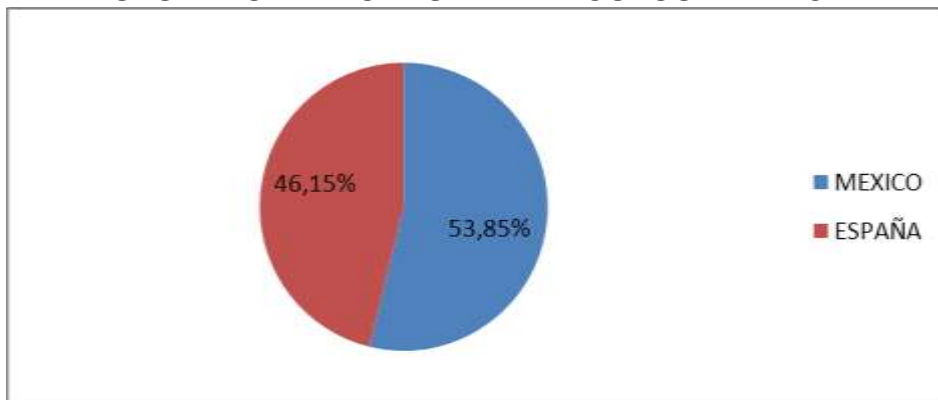
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MÉXICO	21	53,85
ESPAÑA	18	46,15
TOTAL	39	100

Fuente: Anexo Nº 2 Pregunta Nº 5

Elaboración: El Autor

GRAFICO Nº 5.

PAÍSES IMPORTADORES DE ARTÍCULOS DE ARCILLA



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según los resultados los empresarios encuestados en un 53,85% importan desde México y un 46,15% desde España, sin embargo en estos países el proceso productivo de estas artesanías es tecnificado y utilizan plomo como lo veremos en las preguntas posteriores. Por tanto si queremos hablar de oferta esta es de cero, al no tener empresas que produzcan este tipo de artesanías sin plomo.

- 6) Está enterado Ud. y sus clientes que las ollas de barro que actualmente se comercializan a nivel mundial tienen plomo y que con el uso de este elemento químico es nocivo para la salud humana

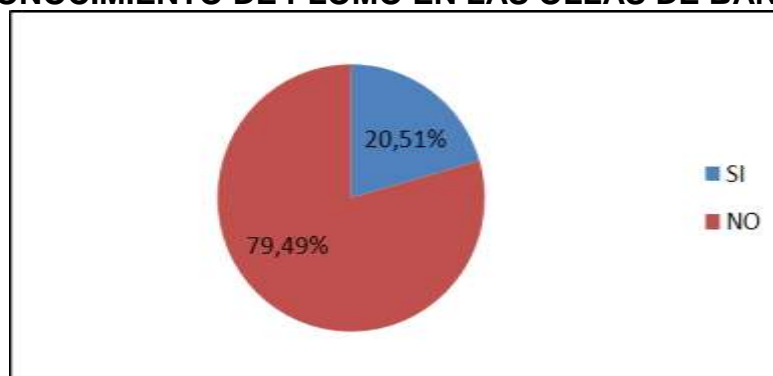
CUADRO N° 7

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	8	20,51
NO	31	79,49
TOTAL	39	100

Fuente: Anexo N°2 Pregunta N° 6

Elaboración: El Autor

GRAFICO N° 6.
CONOCIMIENTO DE PLOMO EN LAS OLLAS DE BARRO



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Es elocuente establecer que con las nuevas revelaciones de los llamados organolépticos de productos se puede establecer la composición química, física, etc. de cada producto o utensilio, pudiéndose observar algunos químicos nocivos a la salud humana como el plomo, entonces según los resultados un 79.49% de comerciantes no conocían esta información, por lo que saben que empezarán a tener demandantes de ollas y sartenes de arcilla pero sin plomo por ser Canadá un país muy riguroso en control de alimentos y más bienes con propiedades nocivas para la comunidad como ejemplo el plomo en los juguetes.

- 7) En sus años de comerciante conoce alguna empresa que le ha ofertado ollas y sartenes de arcilla sin plomo asegurando un uso del artículo sin peligros químicos.

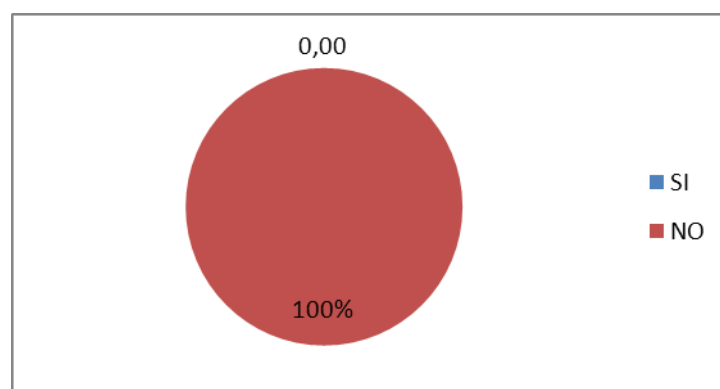
CUADRO N° 8

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0,00
NO	39	100,00
TOTAL	39	100

Fuente: Anexo N°2 Pregunta N° 7
Elaboración: El Autor

GRAFICO N° 7.

CONOCE OFERTANTES DE OBJETOS DE ARCILLA SIN PLOMO EN CANADÁ



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En esta pregunta el 100% de comerciantes de los productos de interés manifiestan no conocer una empresa que oferte artesanías culinarias sin plomo, con lo que denota un amplio mercado en ese país para los productos que se pretende exportar.

8) Indique quienes son específicamente sus clientes que frecuentemente compran las ollas y sartenes de arcilla para uso culinario.

CUADRO N° 9

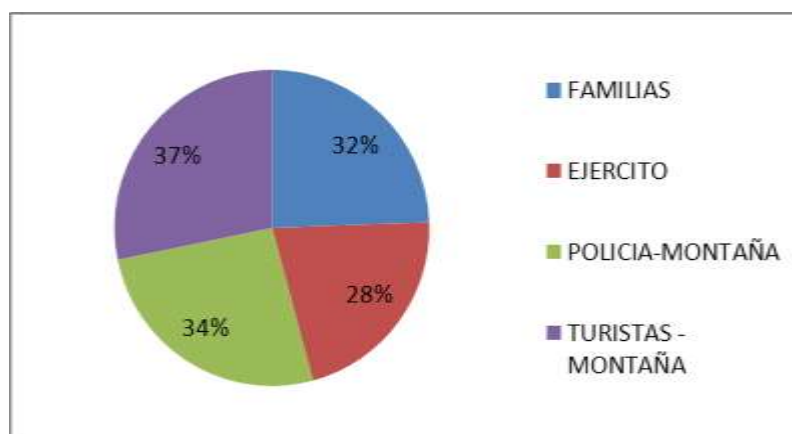
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FAMILIAS	32	82,05
EJERCITO	28	71,79
POLICÍA-MONTAÑA	34	87,18
TURISTAS - MONTAÑA	37	94,87

Fuente: Anexo N°2 Pregunta N° 8

Elaboración: El Autor

GRAFICO N° 8.

CLIENTES DE ARTÍCULOS CULINARIOS A BASE DE ARCILLA



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La información de la presente pregunta es múltiple, por lo que todos los empresarios encuestados coinciden de que aparte de las familia (26,51%) también ocupan estos productos el ejército (22,77%), la policía (24,21%), y turistas de montaña (26,51%), esto manifiestan se da porque este tipo de ollas y sartenes son de fácil uso y mantienen el calor en climas fríos como el de las zonas ya señaladas de Canadá.

9) Informe sobre el número de ollas y sartenes de arcilla anuales que ud importa actualmente para el comercio.

CUADRO N° 10

OLLAS GRANDES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	Total de unidades que compran al año	PRECIO PROMEDIO en dólares americanos
80	12	30,77	960	26
90	18	46,15	1620	28
100	9	23,08	900	26
TOTAL	39	100	89	\$27

OLLAS MEDIANAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	TOTAL - UNIDADES	PRECIO PROMEDIO en dólares americanos
50	15	38,46	750	18
60	17	43,59	1020	17
70	7	17,95	490	17
TOTAL	39	100	58	\$17

OLLAS PEQUEÑAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	TOTAL - UNIDADES	PRECIO PROMEDIO en dólares americanos
10	27	69,23	270	12
20	8	20,51	160	11
30	4	10,26	120	10
TOTAL	39	100	14	\$11

SARTENES GRANDES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	TOTAL - UNIDADES	PRECIO PROMEDIO en dólares americanos
10	19	48,72	190	26
20	14	35,90	280	24
30	6	15,38	180	24
TOTAL	39	100	17	\$25

SARTENES MEDIANAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	TOTAL - UNIDADES	PRECIO PROMEDIO en dólares americanos
10	23	58,97	230	16
20	10	25,64	200	15
30	6	15,38	180	18
TOTAL	39	100	16	\$16

SARTENES PEQUEÑOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	TOTAL - UNIDADES	PRECIO PROMEDIO en dólares americanos
80	21	53,85	1680	12
90	12	30,77	1080	13
100	6	15,38	600	11
TOTAL	39	100	86	\$12

Fuente: Anexo N° 2 Pregunta N° 9

Elaboración: El Autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De esta información se ha obtenido un promedio de compra anual por cada olla y sartén según su tamaño, obteniéndose los siguientes promedios en unidades de compra anual de ollas grandes (89) ollas medianas (58) ollas pequeñas (14), sartenes grandes (17) sartenes medianos (16) y pequeños (86), esta información servirá para proyectar la respectiva demanda efectiva en unidades en el estudio de mercado. El cálculo de compra anual para las ollas se ha realizado multiplicando el número de ollas por la frecuencia, así con cada uno, luego se ha procedido a dividir para el número de casos que es 39 y se obtiene como promedio las 89 el percapita anual de 89; de igual forma es para las sartenes.

En cuanto al análisis de precios se presenta un promedio por cada presentación tanto de ollas como de sartenes, esta información servirá para establecer el precio final de venta del producto para el importador, tomando en consideración todos los gastos de importación que los empresarios-comercializadores tengan que realizar.

- 10) Estime un porcentaje anual de incremento o disminución de ventas de las ollas y sartenes de arcilla que Ud. comercializa en su empresa.

CUADRO N° 11

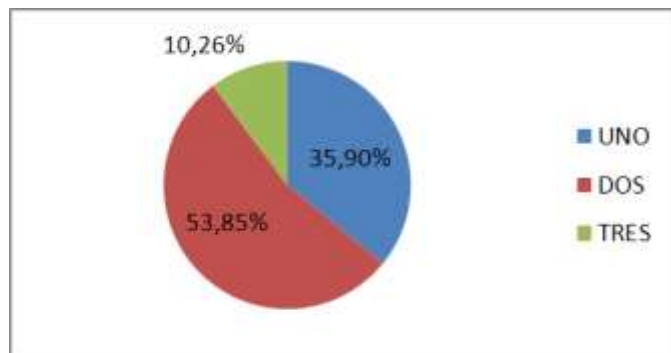
INCREMENTO %	FRECUENCIA	PORCENTAJE
UNO	14	35,90
DOS	21	53,85
TRES	4	10,26
TOTAL	39	100

Fuente: Anexo N°2 Pregunta N° 10

Elaboración: El Autor

GRAFICO N° 9.

INCREMENTO/DISMINUCIÓN DE VENTAS ANUALES



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Analizando la información tenemos que las ventas de artesanías de la línea en estudio se han incrementado en Canadá en parámetros del uno por ciento al 35,90%, del dos por ciento al 53,85% y del tres por ciento al 10,26%. Esta información servirá para proyectar y establecer el crecimiento en ventas y el crecimiento de esta costumbre en países fríos como Canadá, concluyendo que por mantener calientes los alimentos en climas fríos está creciendo en este y otros países la demanda de las artesanías presentes.

11) Si una empresa ecuatoriana le oferta ollas y sartenes de barro con la característica que es sin plomo, ofertándole un producto no nocivo para la salud humana Ud. importaría estos artículos culinarios dejando atrás artículos con el químico en mención.

CUADRO N° 12

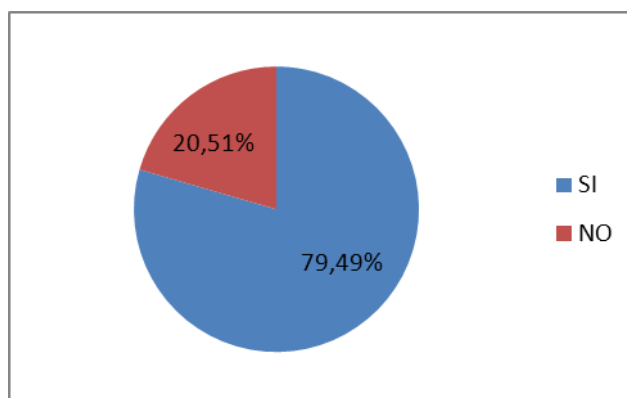
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	31	79,49
NO	8	20,51
TOTAL	39	100

Fuente: Anexo N°2 Pregunta N° 11

Elaboración: El Autor

GRAFICO N° 10

IMPORTACIONES DE ECUADOR A CANADÁ DE UTENSILIOS A BASE ARCILLA SIN PLOMO



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con el análisis se puede demostrar que un 79.49% de los comerciantes de utensilios de arcilla importarán nuestros productos

12) Como le gustaría que la empresa exportadora ecuatoriana realice publicidad sobre los productos de arcilla sin plomo y su origen.

CUADRO N° 13

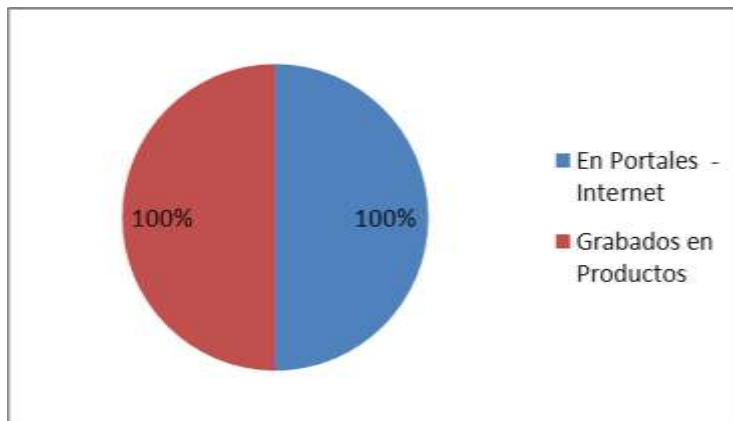
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En Portales - Internet	31	100
Grabados en Productos	31	100

Fuente: Anexo N° 2 Pregunta N° 12

Elaboración: El Autor

GRAFICO N° 11.

PUBLICIDAD SOBRE LOS PRODUCTOS DE ARCILLA SIN PLOMO



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los resultados obtenidos el 100% prefieren que la publicidad de la empresa se realice en portales de internet y el mismo porcentaje coincide que tiene preferencia por la publicidad en los productos.

DISCUSIÓN

g. DISCUSIÓN

g.1 ESTUDIO DE MERCADO

El presente estudio de mercado se ha realizado en Canadá, aplicando un proceso investigativo que oriente la puesta en marcha de una empresa que exporte artesanías de arcilla línea culinaria desde Ecuador – Loja específicamente.

En el presente estudio se aplicó como técnica, la búsqueda de compradores vía portal internacional de negociaciones con Canadá, además de la encuesta electrónica, la cual fue aplicada a los empresarios canadienses, estableciendo gustos, preferencias, costumbres, contactos, países productores de las artesanías en estudio etc., así estos resultados han permitido realizar una segmentación correcta del mercado importador de artesanías canadiense.

Es necesario manifestar que al hablar de **segmentación del mercado** se puede estimar de forma cuantitativa **la demanda, actual, potencial, y efectiva**, según resultados de la encuesta aplicada; al hablar de **oferta** se hace referencia a la venta total de artesanías de arcilla sin plomo que se comercializan en Canadá, y finalmente la **demandas insatisfecha**, significa establecer la diferencia entre la demanda efectiva o futura y la oferta total.

Es necesario además aclarar que el presente proyecto se lo ha estructurado para 5 años de vida útil por razones de inestabilidad en aspectos socioeconómicos, políticos, tributarios, arancelarios y laborales, además de las leyes que se establecerán con la nueva Constitución.

g.1.1 Características del Producto

El presente proyecto consiste en la exportación a Canadá de artesanías, ollas y sartenes de arcilla o barro sin plomo en tres tamaños (grandes, medianas y pequeñas), dando una gran seguridad al momento de cocinar en estas artesanías, mismas que tienen actualmente una creciente preferencia en países como Canadá, que por su clima y funciones de montaña son necesarias para los usuarios finales.

El proyecto comprende diferentes áreas que buscan ofrecer un mejor producto a usuarios canadienses mismos que serán clasificados en el presente estudio electrónico.

g.1.2. Características del Cliente

g.1.2.1 Ubicación Geográfica.

Por ser Canadá un país muy grande se acudió a los portales internacionales para establecer las provincias que importan artesanías de todo el mundo, por tanto con el clasificador se ha obtenido las siguientes provincias como

estratégicas para importar artesanías, Ontario , British Columbia , Quebec, Manitoba , Alberta , Saskatchewan , New Brunswick, Nova Scotia , New found land and Labrador , Prince Edward Island , Yukon Territory.

g.1.3. Estudio de la Demanda.

El estudio de la demanda constituye una etapa fundamental del proyecto, pues permite segmentar el mercado mediante la aplicación de encuestas electrónicas, para obtener en forma cuantitativa la demanda actual, potencial y efectiva, los datos obtenidos en el estudio de la demanda servirán más adelante para la toma de decisiones respecto a implantar o no poner en marcha la presente empresa en la ciudad de Loja.

g.1.3.1. Demanda Potencial.

La demanda potencial del presente proyecto toma los datos investigados sobre las empresas importadoras de artesanías de todo tipo, en el punto anterior se ha identificado las empresas importadoras de artesanías, al tener una población de 63 empresas a estas se aplicaron las encuestas en donde existen mayor dinámica de importación de artesanías en las provincias de Orento, Toronto y News, sin embargo 9 empresas no respondieron la encuesta quizá por que dejaron de importar los bienes en estudio, por tanto estas empresas serían las 54 restantes que son las demandantes potenciales de artesanías importadas para uso culinario, adornos, etc, , Cabe señalar que en esta demanda potencial no hay aun segmentación, por

lo anteriormente explicado, tenemos el cuadro que representa la información de la ubicación de las empresas canadienses en las provincias mencionadas.

Cuadro Nro. 14

SECTORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ORENTO	30	55,56
TORONTO	10	18,52
NEWS	14	25,93
TOTAL	54	100

Fuente: Encuestas Electrónicas

Elaboración: El Autor

La información expuesta ha servido para ubicar el mercado específico de nuestro interés.

g.1.3.2 Demanda Real

En el presente estudio, se llama demandantes reales a todos los empresarios que manifiestan importar artesanías específicamente de arcilla y de uso culinario (ollas y sartenes), en un **72,22%** ósea 39 empresarios, y el porcentaje restante manifiesta que los artículos que importan si son de arcilla pero en miniaturas, adornos no útiles para actividades culinarias. La información expuesta la encontramos en cuadro Nro. 5 de la tabulación de datos. Es necesario señalar que al finalizar las segmentaciones de mercado se expondrá un cuadro explicativo general de la obtención de las demandas.

1.3.3. Demanda Efectiva

Una vez que se ha obtenido los demandantes potenciales para el proyecto es necesario determinar los efectivos, según los resultados de la pregunta

Nro. 11 de las encuestas en lo que tiene que ver a que si los encuestados están en condiciones y desean realmente importar ollas y sartenes de arcilla sin plomo (ecológicos) el **79,49%** de los demandantes potenciales han respondido afirmativamente, consientes que el plomo es un componente nocivo a la salud humana cuando es expuesto al calor, además de ser nativos de un país como Canadá que es partidario de lo ecológico, orgánico, y que tiene restricciones a productos elaborados o que tienen componentes nocivos, así en los últimos 6 meses se ha descubierto el plomo en los objetos de arcilla por el óxido de vidrio y más componentes que sirven para revestir la artesanía que actualmente se comercializa en Canadá.

RESUMEN DE SEGMENTACIÓN DEL MERCADO (DEMANDA POTENCIAL, ACTUAL Y EFECTIVA).

A continuación se expone un cuadro explicativo sobre la segmentación de mercado realizada, es decir, tomando en cuenta las empresas que son comerciantes y distribuidores de artesanías en general, luego se procede a segmentar el mercado basados en las empresas canadienses que específicamente importan artesanías de arcilla – línea culinaria, finalmente la demanda efectiva obtenida de los empresarios potenciales que manifiestan que si compraran las nuevas ollas y sartenes de arcilla pero sin plomo con el objetivo de salvaguardar la salud de los compradores canadienses.

La proyección se la realiza para los 5 años de vida útil del proyecto, respetando los porcentajes explicados en la demanda potencial, y efectiva antes expuesta.

CUADRO N° 15
CUADRO EXPLICATIVO DE LA SEGMENTACIÓN DE MERCADO PARA
OLLAS DE ARCILLA SIN PLOMO.

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL EMPRESAS CANADIENSES	DEMANDA REAL Empresas importadoras de artesanías línea culinaria	DEMANDA EFECTIVA Empresas que requieren importar artesanías sin plomo
	0,8% Crecimiento Anual Empresarial	72,22%	79,49%
2012	63	46	36
2013	64	46	37
2014	64	47	37
2015	65	47	37
2016	65	47	38
2017	66	48	38

Fuente: Cuadro N°5,12

Elaboración: El Autor

g.1.4. Uso Per Cápita Anual de ollas y sartenes

Para establecer el uso per cápita anual del presente servicio se ha realizado una pregunta a las empresas encuestadas que permitió conocer el número de ollas y sartenes que importan de forma anual. Seguidamente se aplica el procedimiento que consiste en el caso de ollas y sartenes: a multiplicar el parámetro inicial que es el número de ollas o sartenes por la frecuencia para obtener un total en unidades, seguidamente por cada tipo y tamaño de utensilio se suma el total de unidades y se divide para el total de la frecuencia.

CUADRO N° 16
EN EL CASO DE LAS OLLAS GRANDES:

OLLAS GRANDES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	TOTAL - UNIDADES
80	12	30,77	960
90	18	46,15	1620
100	9	23,08	900
TOTAL	39	100	89

Proceso de obtención de la compra percapita anual ejemplo de ollas grandes. El proceso de obtención de la compra percapita anual es igual para ollas medianas y pequeñas. (**Ver Cuadro Nro. 10** de la tabulación de encuestas).

$80 \cdot 12 = 960$
 $90 \cdot 18 = 1.620$
 $100 \cdot 9 = 900$
TOTAL= $3.480 / 39 = 89$ ollas anuales de compra anual promedio, para ollas grandes.

CUADRO Nº 16.1

EN EL CASO DE LOS SARTENES GRANDES:

SARTENES GRANDES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	TOTAL - UNIDADES
10	19	48,72	190
20	14	35,90	280
30	6	15,38	180
TOTAL	39	100	17

Proceso de obtención de la compra percapita anual ejemplo de sartenes grandes. El proceso de obtención de la compra percapita anual es igual para sartenes medianos y pequeñas. (**Ver Cuadro Nro 10** de la tabulación de encuestas).

$10 \cdot 19 = 190$
 $20 \cdot 14 = 280$
 $30 \cdot 6 = 180$
TOTAL= $650 / 39 = 17$ sartenes anuales de compra anual promedio, para sartenes grandes.

En los siguientes cuadros con las demandas respectivas multiplicadas por la compra anual de los artículos se ha obtenido la demanda efectiva en unidades de cada tipo y para todos los años de vida útil del presente proyecto.

CUADRO N° 17
CUADRO EXPLICATIVO DE LA DEMANDA EFECTIVA EXPRESADA EN
UNIDADES DE OLLAS DE ARCILLA SIN PLOMO.

AÑOS	POBLACIÓN-EMPRESAS CANADIENSES	DEMANDA POTENCIAL (Nro Empresas)	DEMANDA EFECTIVA Nro de Empresas)	OLLAS GRANDES (Percapita Anual)	OLLAS MEDIANAS (Percapita Anual)	OLLAS PEQUEÑAS (Percapita Anual)	TOTAL DEMANDA EFECTIVA
	0,8% Crecimiento Anual Empresarial	72,22%	79,49%	89 Unidades anuales	58 Unidades anuales	14 Unidades anuales	En unidades totales
2012	63	46	37	3.293	2.146	518	5.957
2013	64	46	37	3.293	2.146	518	5.957
2014	64	47	37	3.293	2.146	518	5.957
2015	65	47	37	3.293	2.146	518	5.957
2016	65	47	37	3.293	2.146	518	5.957
2017	66	48	38	3.382	2.204	532	6.118

Fuente: Cuadros N° 10, 15, y 16

Elaboración: El Autor

CUADRO N° 18
CUADRO EXPLICATIVO DE LA DEMANDA EFECTIVA EXPRESADA EN
UNIDADES DE SARTENES SIN PLOMO.

AÑOS	POBLACIÓN-EMPRESAS CANADIENSES	DEMANDA POTENCIAL (Nro Empresas)	DEMANDA EFECTIVA Nro de Empresas)	SARTENES GRANDES (Percapita Anual)	SARTENES MEDIANOS (Percapita Anual)	SARTENES PEQUEÑOS (Percapita Anual)	TOTAL DEMANDA EFECTIVA
	0,8% Crecimiento Anual Empresarial	72,22%	79,49%	17 Unidades anuales	16 Unidades anuales	86 Unidades anuales	En unidades totales
2012	63	46	37	629	592	3.182	4.403
2013	64	46	37	629	592	3.182	4.403
2014	64	47	37	629	592	3.182	4.403
2015	65	47	37	629	592	3.182	4.403
2016	65	47	37	629	592	3.182	4.403
2017	66	48	38	646	608	3.268	4.522

Fuente: Cuadros 10, 15, 16

Elaboración: El Autor

g.1.5. ESTUDIO DE LA OFERTA

Como **oferta** podemos manifestar que en términos de comercio exterior se refiere a toda la cantidad de productos similares en composición química y porcentajes organolépticos que entran a un mismo mercado en iguales condiciones de competencia.

En el caso presente se tiene que manifestar que no existe dentro del mercado de Canadá alguna empresa que sea la comercializadora de ollas y sartenes específicamente sin plomo como óxido de recubrimiento, es decir, lo que hay en este mercado no asegura la calidad del producto y menos para el uso humano, por lo expresado la oferta de los productos en estudio es de cero para el presente.

g.1.6 CÁLCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA DEL PRODUCTO.

Es necesario en toda investigación de mercado llegar a determinar si en el área en estudio existe usuarios que tengan necesidad de los servicios que se pretende ofertar actualmente en el mercado, así es básico aclarar que en Canadá en las provincias en donde se realiza el estudio , actualmente existen productos provenientes de México a base de arcilla y de tipo culinario pero con la deficiencia que tienen plomo, característica que ha impedido que sigan exportando a Canadá productos de arcilla en línea culinaria, además los ciudadanos, policía, bomberos, policía montada del país en estudio no compran productos que cumplan con calidad internacional en cuanto a químicos de revestimiento o de composición como

lo es el plomo, con lo explicado actualmente la oferta es cero y los productos de arcilla sin plomo solo existen en miniaturas y no son de orden culinario.

Así en el cuadro siguiente se establece la suma de la demanda efectiva en unidades de las ollas y sartenes con los resultados de los cuadros 17 y 18 para luego realizar la diferencia entre la demanda efectiva y la oferta total cuya resta da como resultado la demanda insatisfecha. Cabe destacar que la demanda insatisfecha es igual a la demanda efectiva pues no existe oferta en el mercado y por lo tanto no se puede establecer la diferencia correspondiente.

**CUADRO N° 19
CUADRO EXPLICATIVO DE LA DEMANDA INSATISFECHA EXPRESADA
EN UNIDADES SIN PLOMO.**

AÑOS	TOTAL DEMANDA EFECTIVA DE OLLAS	TOTAL DEMANDA EFECTIVA DE SARTENES	OFERTA DE OLLAS Y SARTENES	TOTAL DE DEMANDA DE OLLAS Y SARTENES
2012	5,957	4,403	0	10,360
2013	5,957	4,403	0	10,360
2014	5,957	4,403	0	10,360
2015	5,957	4,403	0	10,360
2016	6,118	4,522	0	10,640

Fuente: Cuadros N. ° 17 y 18

Elaboración: El Autor

Al obtener la demanda insatisfecha se debe realizar más adelante un estudio técnico para establecer con qué porcentaje la empresa puede atender a dicha demanda insatisfecha, además, con el estudio de inversión y más factores decisorios se puede establecer la participación que tendrá esta empresa en el mercado, dato que se lo obtendrá en el estudio técnico mencionado.

g.1.7 ANÁLISIS Y ESTRATEGIAS PARA EL MERCADO ACTUAL

La estrategia de mercado es el conjunto de técnicas planificadas y diseñadas por la empresa para permitir que un servicio llegue a los usuarios y se mantenga en el mercado.

Las estrategias serán planificadas de acuerdo a la demanda insatisfecha y según los resultados de las encuestas en lo que tiene que ver a precio, plaza, publicidad y promoción además para tener precisión claridad y efectividad en el mensaje al cliente – usuario del servicio.

SERVICIO

Es un servicio que consiste en la venta de artículos de arcilla de línea culinaria sin plomo, el uso que le dan son militares, bomberos, policías y familias en general para cocinar los alimentos ya que este tipo de ollas y sartenes que se pretende exportar por su composición conservan el calor en los alimentos por más tiempo ya que estamos hablando de un país extremadamente frio como Canadá.

Para el desarrollo eficiente y eficaz de nuestro servicio se ha tomado en cuenta el Cuadro N°4 en el cual el 20.86% de encuestados prefieren negociar en el portal Laenaca. com , el 25.90% en Alibaba y el Trade center con el 32.37%.

Con lo mencionado la empresa ofertara productos de calidad tomando en cuenta lo siguiente.

- Se trabajará con un personal capacitado con el fin de ofrecer de buena atención a nuestros clientes.
- Las instalaciones estarán equipadas con accesorios de excelente calidad pensando siempre en la satisfacción de los clientes.

g.1.7.1. Análisis de precio

El precio es uno de los elementos más importantes dentro del estudio de mercado a nivel internacional, es la estrategia que ayuda a cumplir los objetivos de la empresa, más aún cuando se intenta ingresar productos dentro del mercado local.

En lo referente al precio fue necesario preguntar el valor en el que habían comprado en meses atrás ollas y sartenes, es decir, antes de la ley anti plomo en objetos artesanales a base de arcilla. Los precios varían de acuerdo al tamaño de las ollas y sartenes, de todas maneras están expresados en dólares americanos ya que es la moneda que los empresarios canadienses pagarán por las artesanías en mención. Seguidamente se expone un cuadro para apreciar los precios que tenían los productos en Canadá.

CUADRO N° 20**CUADRO EXPLICATIVO SOBRE ANÁLISIS DE PRECIOS.**

ESPECIFICACIÓN	N° de UNIDADES ANUAL	PRECIO EN CANADÁ \$
OLLAS GRANDES	Unidades	40
OLLAS MEDIANAS	Unidades	30
OLLAS PEQUEÑAS	Unidades	20
SARTENES GRANDES	Unidades	37
SARTENES MEDIANOS	Unidades	27
SARTENES PEQUEÑOS	Unidades	16

Fuente: Cuadros N° 17, 18,19

Elaboración: El Autor

g.1.7.2 Análisis de la plaza

Dentro de la propuesta en estudio la plaza está determinada en el área por las personas que gustan primeramente de cocinar en este tipo de ollas, además para la policía, bomberos, militares y todos los uniformados que trabajan en cierta forma en las montañas o cerca de ellas, esto por cocinar en las montañas, claro que también las utilizan los turistas alpinistas o que van a los nevados guiados por las agencias de turismo o deportes extremos. Es necesario mencionar incluso que en este país existen actualmente miles de latinos que por tradición gustan de este tipo de artesanías ya que los alimentos salen de mejor sabor.

g.1.7.3 Análisis de promoción y publicidad

Al planificar las estrategias de cómo ingresar a un mercado competitivo se debe tomar en cuenta las ventajas y aciertos, a nivel internacional podría ser

la publicidad en portales de internet o impreso etiquetas en los productos, se ha preguntado sobre esto a los encuestados y han manifestado un 47.89% que prefieren los portales de internet y el 52.11% prefieren que estén grabado en los productos para asegurar la permanencia en posicionamiento de calidad.

Se anunciará en los portales y etiquetas:

- Calidad garantizada del producto
- Lugar de ubicación – país de la empresa su razón social y número telefónico
- Beneficios del producto sin plomo y comparación a la competencia a nivel internacional
- Repetir con frecuencia los mensajes
- Otros

g.2 ESTUDIO TÉCNICO

Este estudio es realizado con ayuda netamente técnica de profesionales en producción y perfeccionamiento de artículos de arcilla para mejoramiento de la calidad del producto y la certificación de exportación, además todos los procesos necesarios para la salida de productos han sido analizados, y se lo realiza tomando en cuenta las fuerzas localizaciones, procesos de atención y equipo que sirve para la oferta del producto.

El presente estudio comprende los siguientes aspectos:

1. Localización
2. Tamaño del proyecto.
3. Ingeniería del servicio.
4. Ingeniería del Proceso.
5. Ingeniería de la planta

g.2.1 LOCALIZACIÓN

La localización de la empresa es determinante para la buena marcha de la misma, y para evitar problemas de tipo legal, de ahí que se deba encontrar una localización de acuerdo a los objetivos que pretende la empresa, los mismos que serán brindar servicios de venta de artículos de arcilla de línea culinaria sin plomo, con precios convenientes y reducidos. Por otra parte es necesario conocer las fuerzas localizaciones que influyen en el proyecto para su ejecución.

1. **Macro-Localización:** Considera el lugar donde se brindará el servicio mismo que será en la ciudad de Loja perteneciente a la provincia del mismo nombre.

Gráfico No 12



2. **Micro-Localización.-** Es el sitio en donde se define específicamente la ubicación de las instalaciones de la empresa, que está definida en la Avenida Gran Colombia y calle Machala.

MICRO-LOCALIZACIÓN

Gráfico No 13



Ubicación Considerada de ubicación estratégica pues es de fácil acceso, está libre de tráfico vehicular para facilidad de ingreso y salida de los productos y se encuentra en una ubicación central para facilitar procesos de tramites y documentación requerida para el proceso de exportación.

3. **Fuerzas Localizaciones.-** Para la realización del proyecto se considerará las siguientes fuerzas localizaciones para lograr instalaciones eficientes.

- **Agua:** Ya que es un elemento necesario para limpieza y pulido de las piezas en arcilla, lavado de las instalaciones, aseo de la planta y oficinas etc.

- **Alcantarillado.-** Sirve para el desagüe de las aguas residuales del, de lavado del equipo entre otros etc.
- **Energía.-** Se utilizará para poder dar funcionamiento a los Equipos nuevos así como a la parte administrativa en la iluminación de las oficinas y áreas de trabajo.
- **Teléfono.-** La línea telefónica servirá para mantener una comunicación activa entre las diferentes áreas de la empresa, así como con nuestros clientes.
- **Internet.-** Este servicio será utilizado únicamente en la oficina con el fin de realizar los contactos respectivos para exportación, publicidad y comunicaciones en general en pro del progreso de la empresa.
- **Transporte.-** El acceso vial se encuentra en buenas condiciones tanto para las operaciones, administración y comercialización de servicios.

g.2.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

CAPACIDAD INSTALADA

El tamaño del mercado está expresado por la capacidad de comercialización que se prevé para la nueva empresa, su participación en el mercado extranjero (Canadá), así como también por la disposición de los diferentes nuevos recursos y los medios necesarios para cubrir las expectativas del mercado.

La empresa exportadora de utensilios en arcilla funcionará en un local arrendado en el área especificada en la micro localización, y tendrá todos los implementos necesarios para brindar el servicio con eficiencia.

Demandas:

- Número de Ollas grandes, medianas y pequeñas que se solicitan actualmente en promedio anual.
- Número de sartenes grandes, medianas y pequeñas que se solicitan actualmente en promedio.

Cálculo de la Capacidad Instalada

Sumatoria de las ollas grandes, medianas y pequeñas 5.957 + sumatoria de las sartenes grandes, medianas y pequeñas 4.403 = 10.360 unidades que se demandan en un año.

**CUADRO N° 21
CAPACIDAD INSTALADA**

AÑOS	Demanda Insatisfecha Nro. - Artesanías	Capacidad Instalada 100%	% Atención Anual
2012	10,360	8,000	77.22
2013	10,360	8,000	77.22
2014	10,360	8,000	77.22
2015	10,360	8,000	77.22
2016	10,640	8,000	75.19

FUENTE: Cuadro De La Segmentación De Mercado: Cuadro N° 17, 18,19
ELABORACIÓN: El Autor

Con el cuadro expuesto se tiene que la capacidad máxima de atención trabajando en condiciones ideales o al 100% es de 8.000 unidades que se pueden exportar al año cubriendo una atención del 77.22% de la demanda insatisfecha total.

CAPACIDAD UTILIZADA

Se tiene que por inicio de actividades la empresa va a atender porcentajes menores al 100% en los dos primeros años, esto por razones de conocimiento y dominio de nuevos mercados y procesos, para que desde el tercer año se pueda trabajar realmente al 100%. Seguidamente se expone el cuadro de cálculo.

CUADRO N° 22
CAPACIDAD UTILIZADA

Años	Capacidad Instalada (Nro de veces que se Utiliza el servicio)	Porcentaje Utilizado o de Ventas %	Capacidad Utilizada (Nro. Atención al año)
2012	8,000	80.00	6,400
2013	8,000	90.00	7,200
2014	8,000	100	8,000
2015	8,000	100	8,000
2016	8,000	100	8,000

FUENTE: Capacidad Instalada: Cuadro N° 21

ELABORACIÓN: El Autor

g.2.4 INGENIERÍA DE PROCESO PRODUCTIVO:

g.2.4.1 ETAPAS DEL PROCESO:

DESCRIPCIÓN DE PROCESOS

En la descripción del proceso se efectúa el análisis de las diferentes operaciones que se realizarán para la prestación de los servicios, de su secuencia y de los recursos que intervienen en cada operación.

El proceso previsto para la ejecución del servicio integrado obedece a las siguientes etapas.

g.2.4.2 PROCESO DE RECEPCIÓN PULIDO Y EMBALADO DEL PRODUCTO.

FASES DEL PROCESO

- 1. ADQUISICIÓN DEL PRODUCTO.-** Se procederá a realizar la compra de las respectivas ollas y sartenes de barro a base de arcilla en las fábricas productoras del Barrio Cera, Parroquia Taquil, del Cantón Loja, se solicitará previo acuerdo, el número de unidades por producción con sus respectivas medidas y formas específicas.

2. TRASLADO DEL PRODUCTO HACIA LAS INSTALACIONES DE LA

EMPRESA.- Lo trasladan al producto por vía terrestre hasta la empresa transporte propio para asegurar la integridad de los productos de arcilla.

3. RECEPCIÓN DEL PRODUCTO.- Se realiza la recepción y la revisión

de cada una de las ollas y sartenes para constatar que no exista daños.

4. PULIDOS Y TERMINADOS.- En esta fase se realizará el pulido de

cada unidad para eliminar imperfecciones y detallar los acabados para mejorar la presentación y elevar el nivel de calidad especificado para la exportación.

EQUIPO A UTILIZAR EN LA EMPRESA “UNLEADED HEALTH”**VENTILADOR INDUSTRIAL****Gráfico N° 16**

MESA REDONDA PARA LIMPIEZA DE ARCILLAS

Gráfico No 17



PURIFICADOR DE AGUA INDUSTRIAL HP

Gráfico No 18



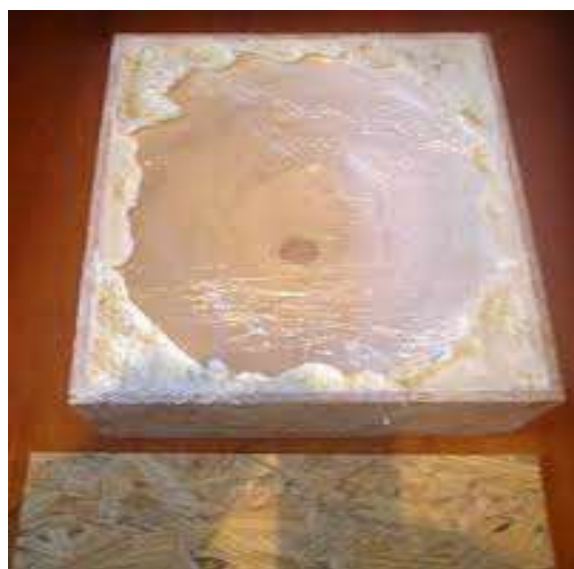
PALLETS PARA EXPORTACIÓN

Gráfico No 19



EMBALAJE INTERNO

Gráfico No 20



EMBALAJE EXTERNO

Gráfico No 21



PISTOLA LECTORA DE CÓDIGOS DE BARRAS

Gráfico No 22



ETIQUETADORA INDUSTRIAL DE CÓDIGO DE BARRA






Gráfico No 23



5. **EMBALAJE.**- En la presente fase se realiza el proceso de embalaje del producto basado en las especificaciones requeridos para la exportación y tomando en cuenta que el producto es considerado delicado para manipulación.

6. **ENTREGA DE PRODUCTOS AL EXPORTADOR (TRANSPORTISTA ENCARGADO).**- Se realiza la entrega de la respectiva mercancía al flete contratado por la empresa importadora canadiense pues ellos son quienes se encargan de estos procesos según la nomenclatura en comercio internacional **incoterms** utilizado por la presente empresa llamado EWX (En fabrica).

Gráfico N° 14
FLUJO-GRAMA DE PROCESO UNLEADED HEALTH

N°	Tiempo	Descripción del proceso	Simbología
1	480 min Un día por semana	ADQUISICIÓN DE LOS PRODUCTOS	
2	Una vez por semana 180 minutos	TRASLADO DEL PRODUCTO HACIA LAS INSTALACIONES	
3	120 minutos	RECEPCIÓN DEL PRODUCTO	
4	480 minutos	PULIDOS Y TERMINADOS FINALES Y ESPECÍFICOS	
5	480 minutos	ALMACENAMIENTO Y EMBALAJE	
6	Un día por semana	ENTREGA DE PRODUCTOS L EXPORTADOR (TRANSPORTISTA CONTRATADO).	
7	180 minutos semanales	Aseo de instalaciones	
	2.400 minutos semanales	TOTALES	

Para información se presenta la secuencia de incoterms en comercio exterior a la cual según la negociación se compromete a cancelar el importador.

g.2.4.3 INCOTERMS PARA EMPRESAS IMPORTADORAS O EXPORTADORAS.

EXW = Ex-Fábrica: *EL USADO POR LA PRESENTE EMPRESA*

Significa que el vendedor entrega cuando pone la mercancía a disposición del comprador en el establecimiento del mismo vendedor o en otro lugar convenido (Fábrica, Almacén, Etc.)

Obligaciones del EXPORTADOR - Vendedor:

- Entrega de mercancías y documentos necesarios
- Empaque y Embalaje

Obligaciones del IMPORTADOR - Comprador:

- Flete interno de fábrica a lugar de embarque
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de Exportación (Maniobras, almacenajes, agentes)
- Flete internacional
- Seguros
- Gastos e impuestos en el país de importación .

FAS = Franco al costado de la nave :

Significa que el vendedor se hace responsable de colocar la mercancía al costado del medio de transporte convenido. (puerto – muelle)

Obligaciones del Vendedor:

- Entrega de mercancías y documentos necesarios
- Empaque y Embalaje
- Flete y seguro desde Fábrica hasta el costado de la nave de transporte
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)

Obligaciones del comprador:

- Gastos de Exportación (Maniobras, almacenajes, agentes)
- Flete internacional
- Seguros
- Gastos e impuestos en el país de importación.

FOB = Franco a bordo:

Significa que el vendedor se hace responsable de colocar la mercancía **a bordo de la nave** del medio de transporte convenido

Obligaciones del Vendedor:

- Entrega de mercancías y documentos necesarios
- Empaque y Embalaje
- Flete y seguro desde Fábrica hasta el lugar donde esté la nave de transporte

Obligaciones del comprador:

- Flete internacional
- Seguros

- Gastos e impuestos en el país de importación

FCA = Franco en el medio de transporte:

Significa que el vendedor debe entregar la mercancía al transportista internacional en el lugar determinado

Obligaciones del Vendedor:

- Entrega de Mercancías y documentos necesarios
- Empaque y Embalaje
- Flete y seguro desde Fábrica hasta el lugar determinado por el transportista.
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)

Obligaciones del comprador:

- Gastos de Exportación (Maniobras, almacenajes, agentes)
- Flete internacional
- Seguros
- Gastos e impuestos en el país de importación

CFR = Costo y Flete:

Significa que el vendedor se hace responsable de colocar la mercancía a bordo de la nave del medio de transporte convenido y pagar los costos y fletes necesarios hasta el lugar de destino.

Obligaciones del Vendedor:

- Entrega de mercancías y documentos necesarios
- Empaque y Embalaje
- Flete y seguro desde Fábrica hasta el lugar donde esté la nave de transporte
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Flete Internacional

Obligaciones del comprador:

- Seguros
- Gastos e impuestos en el país de importación

CIF = Costo, Seguro y Flete:

Significa que el vendedor se hace responsable de colocar la mercancía a bordo de la nave del medio de transporte convenido y pagar los costos, fletes y seguros necesarios hasta el lugar de destino.

Obligaciones del Vendedor:

- Entrega de mercancías y documentos necesarios
- Empaque y Embalaje
- Flete y seguro desde Fábrica hasta el lugar donde esté la nave de transporte
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Flete Internacional

- Seguros hasta el Puerto de desembarque

Obligaciones del comprador:

Gastos e impuestos en el país de importación

CPT = Transporte pagado hasta:

Es un término equivalente a CFR, pero que se utiliza principalmente en el transporte terrestre

CIP = Transporte y seguro pagado hasta:

Es un término equivalente a CIF, pero que se utiliza principalmente en el transporte terrestre

DAF = Entregado en la frontera:

El vendedor cumple con sus obligaciones cuando las mercancías se ponen a disposición del comprador antes del punto fronterizo aduanero de destino.

DES = Entregado ex-Nave:

Término usado normalmente para el envío de mercancías por vía marítima, donde el comprador actúa cuando la nave llega al punto de destino indicado

DEQ = Entregado ex-Muelle:

Término utilizado también normalmente para envíos por vía marítima, donde el comprador actúa en el muelle del punto de destino indicado.

g.2.4.4 RECURSOS A UTILIZAR

Recursos Humanos

CUADRO N° 23

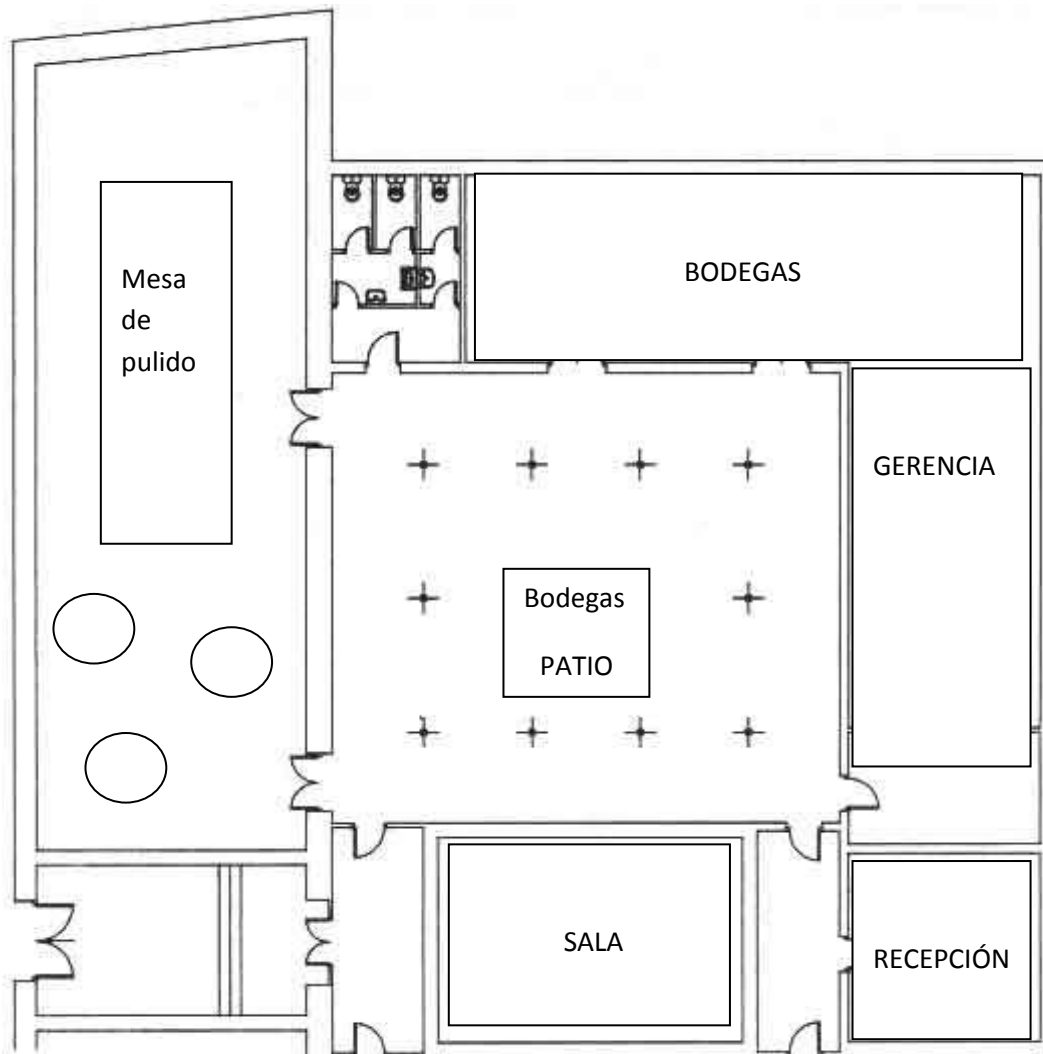
CARGO	N°	Otras Funciones
Gerente	1	Jefe de Recursos Humanos Jefe de Ventas Jefe Financiero
Secretaria	1	Contadora
Conserje	1	Guardián
Operarios	3	Pulidores embaladores
Agente de Ventas	1	
TOTAL	7	

FUENTE: Capacidad Instalada y Utilizada

ELABORACIÓN: El Autor

g.2.4.5 INGENIERÍA DE LA PLANTA DE LA EMPRESA

En el siguiente gráfico se expone la distribución de la planta

PLANO DE LAS OFICINAS DE LA EMPRESA. “UNLEADED HEALTH”**Gráfico N° 15****g.2.4.6 CUADRO DE DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS**

Para la ubicación de las oficinas de la empresa **UNLEADED HEALTH**, se tomará en arriendo un departamento distribuido de la siguiente manera.

CUADRO # 24
DESCRIPCIÓN DE LAS INSTALACIONES

MATERIAL	Hormigón armado
ÁREA OFICINAS	17.40 m
ÁREA SALA DE PULIDO	14,10 m
ÁREA EMBALAJE	8.10 m
ÁREA DE ALMACENAMIENTO	4,3 m
PASILLO	2,5
ÁREA TOTAL	46,10

Fuente: Plano de distribución

Elaboración: El Autor

g.3 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

g.3.1 MARCO LEGAL

Considerándolo al estudio organizacional, Sistema ordenado de reglas y relaciones funcionales para llevar a cabo las políticas empresariales.

Es conveniente que en el mismo se presenten características específicas y normalmente únicas que obligan a definir una estructura organizativa acorde con los requerimientos propios que exija su ejecución.

En lo que respecta a la organización social, La empresa en proceso de formación se enmarcará en la constitución políticas de la República del Ecuador, en la ley de compañías y en el contrato social que los socios realizarán.

En lo referente al contrato social que se suscribirá este tendrá una duración de cinco años, y luego finalizado este lapso, el mismo podrá ser renovado si se lo determinase así, o si no fuera ese el caso se procederá a su respectiva liquidación, y sus causales se sujetarán por lo dispuesto por la Ley de Compañías.

Dentro de los puntos considerados dentro de la escritura pública que se formará constarán los siguientes:

ACTA CONSTITUTIVA

Es un documento certificado de la conformación legal de la empresa, en el que se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.

RAZÓN SOCIAL:

Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley, la compañía será de Responsabilidad Limitada, La razón social de la empresa a conformarse es **“UNLEADED HEALTH”** o **“SALUD SIN PLOMO”**. La compañía se contraerá mediante Escritura Pública según la Superintendencia de Compañías, así mismo será inscrita en el registro mercantil del Ecuador.

DOMICILIO Y DIRECCIÓN:

La empresa estará domiciliada en la ciudad de Loja perteneciente a la provincia de Loja y en la ciudad del mismo nombre, en la avenida Gran Colombia y calle Machala.

OBJETO DE LA EMPRESA:

Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, que es exportar ollas y sartenes de arcilla sin plomo, de diferentes tamaños y diseños a diferentes tiendas de artesanías de las diferentes ciudades de Canadá satisfaciendo la gran demanda y utilidad de estos productos.

CAPITAL SOCIAL:

El capital de la empresa a constituirse será integrado por los dos socios quienes aportaran el 41,93% del capital total del proyecto en partes iguales y el resto del capital que es el 58,07% será financiado por la Corporación Financiera Nacional, que serán dadas en el momento de constituirse la compañía.

TIEMPO DE DURACIÓN DE LA SOCIEDAD:

La duración de la empresa será de 5 años a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil.

NACIONALIDAD:

La empresa será de nacionalidad ecuatoriana por lo que estará sujeta a todas las leyes vigentes del Ecuador.

3.3.2. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propias de toda organización, la empresa tendrá los siguientes niveles.

NIVEL LEGISLATIVO

Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y los reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomarán el nombre de la Junta General de Socios, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido. Es el órgano máximo de dirección de la empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos; y para su actuación está representado por la Presidencia.

NIVEL EJECUTIVO

Este nivel está conformado por el Gerente- Administrador, el cual será nombrado por nivel Legislativo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

NIVEL ASESOR

Normalmente constituye este nivel el órgano destinado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como es el caso de las

situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes. Generalmente toda empresa cuenta con un asesor jurídico sin que por ello se descarte la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales en otras áreas en caso de requerirlo.

NIVEL AUXILIAR O DE APOYO

Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa, su grado de autoridad es mínimo y su responsabilidad se limita a cumplir órdenes de los niveles ejecutivos. En el caso de la presente empresa este nivel está conformado por la Secretaria Contadora.

NIVEL OPERATIVO

Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la prestación del servicio. Es decir, son todos los departamentos que se encargan de la marcha operativa de la empresa como los pulidores, embaladores etc.

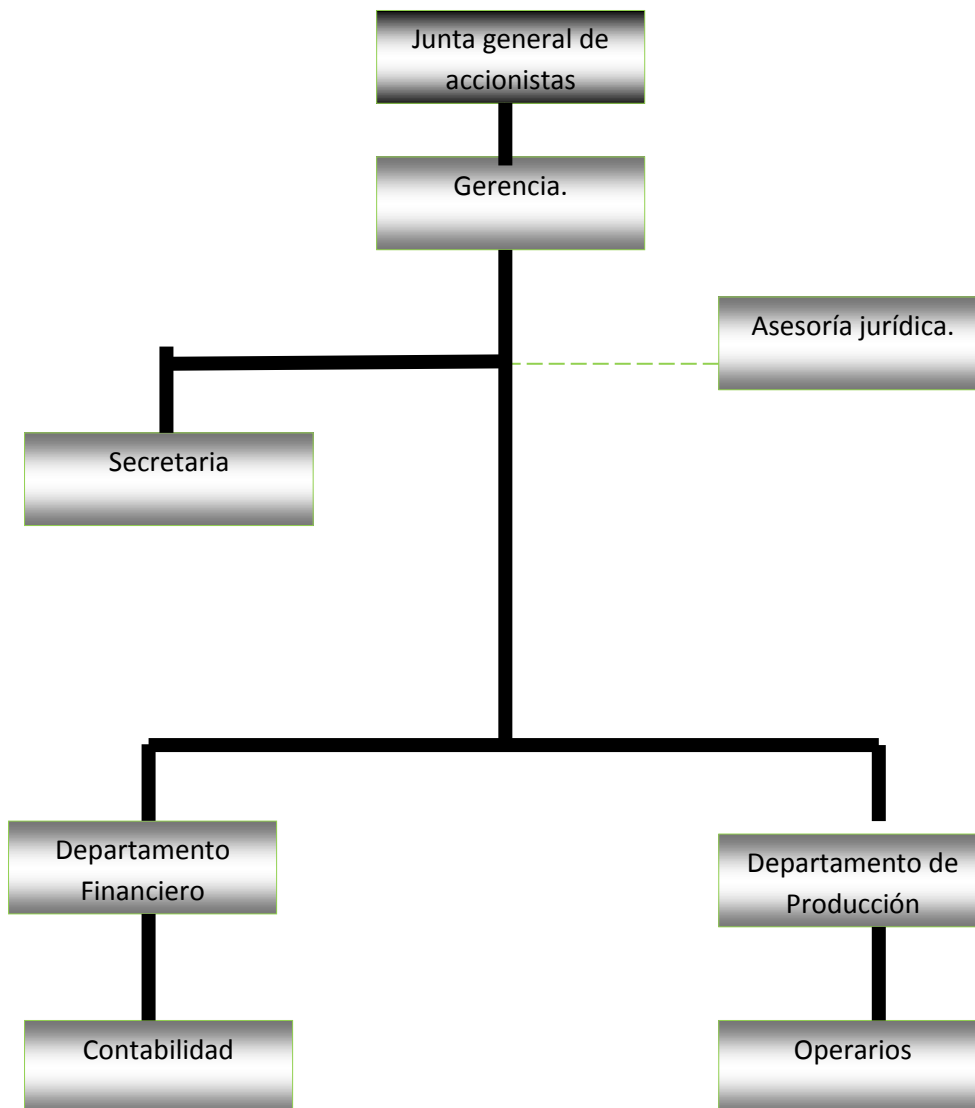
3.3.3. ORGANIGRAMAS

Es la representación gráfica de una estructura orgánica que muestra claramente la composición y orden, en sus departamentos, sus respectivas

relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría dentro de la misma.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA UNLEADED HEALTH

GRÁFICO N° 24

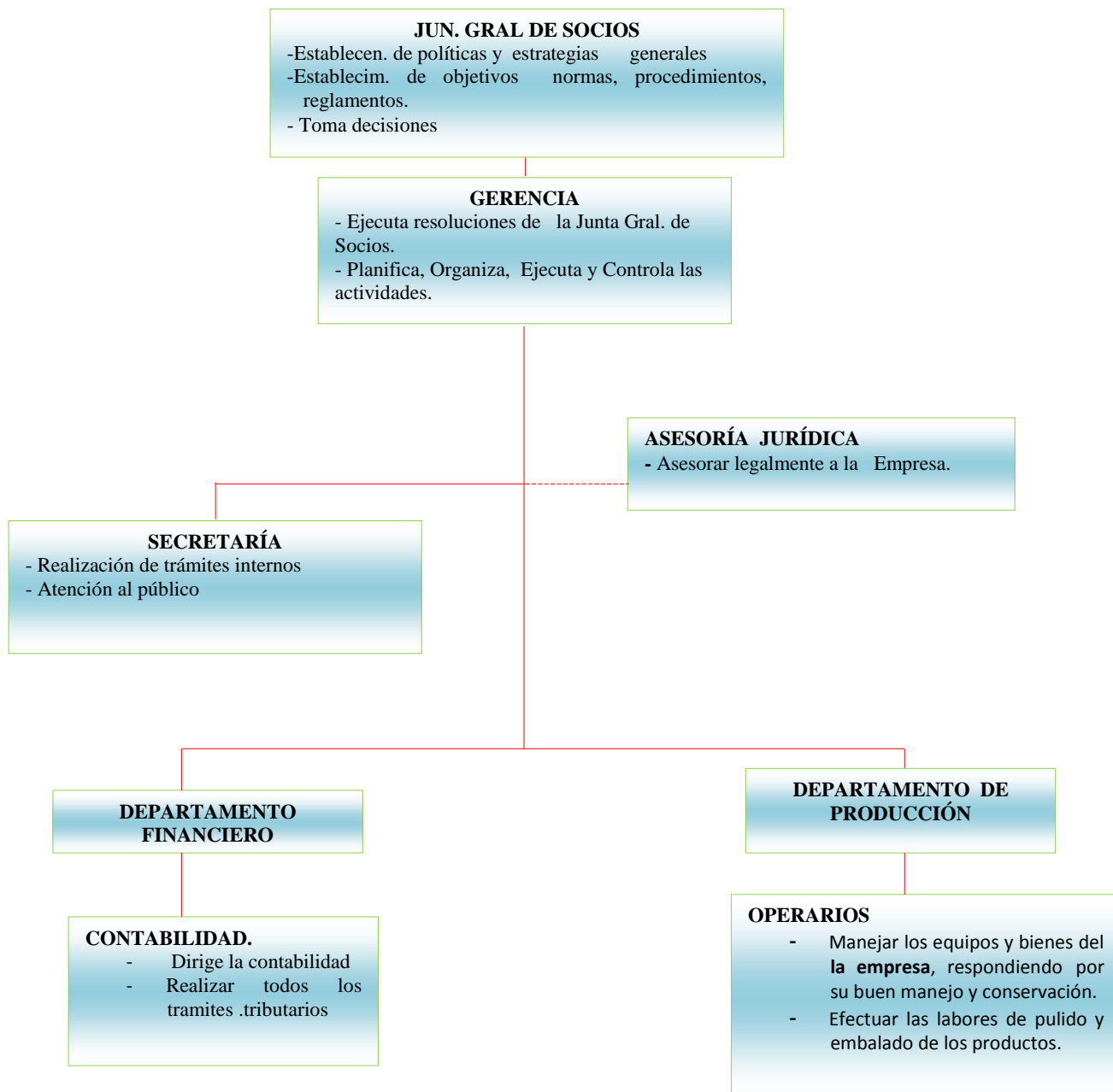


Elaboración: El autor

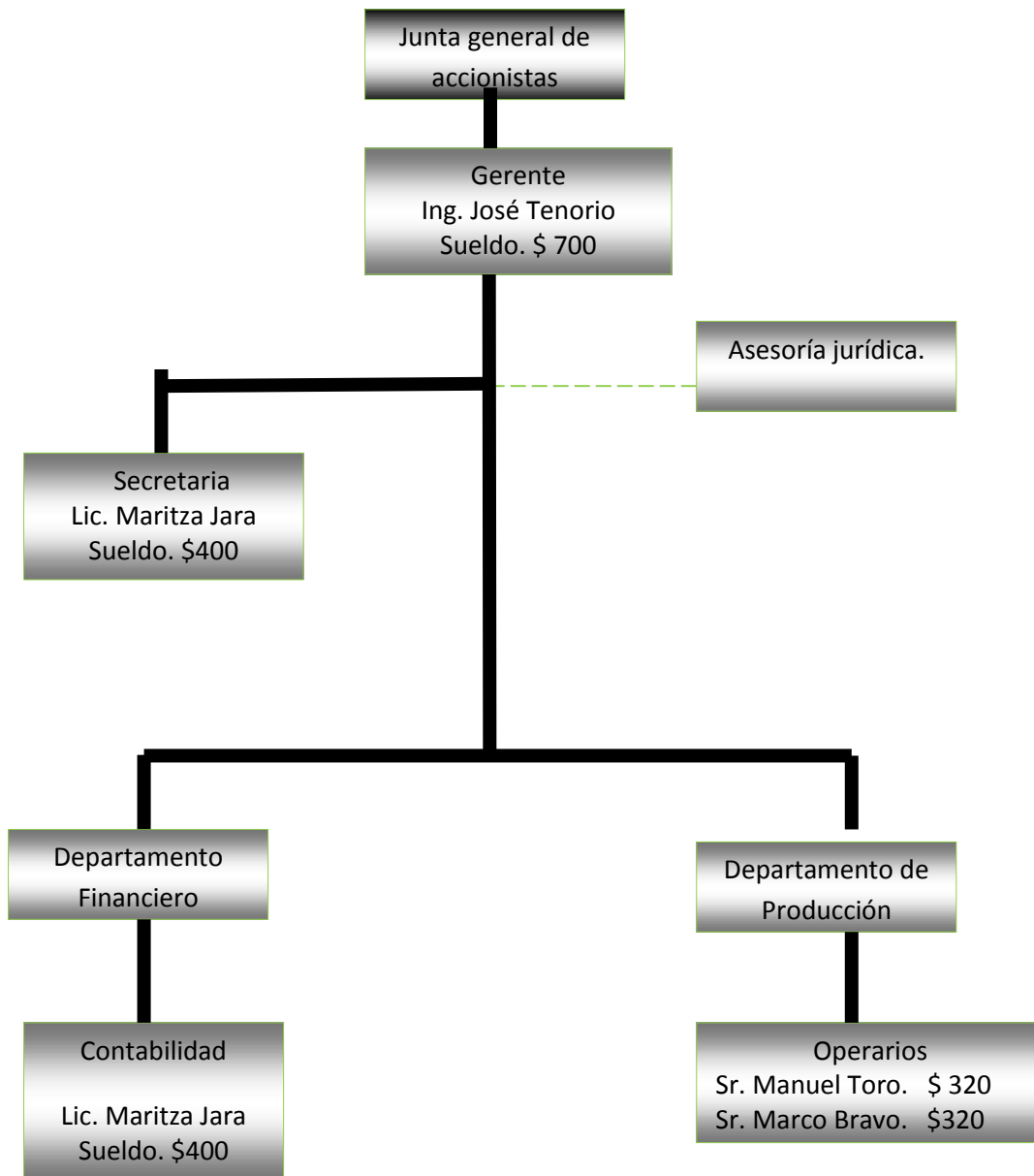
ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA

“UNLEADED HEALTH” o “SALUD SIN PLOMO”

GRÁFICO Nº 25



Elaboración: El autor

ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA UNLEADED HEALTH**GRÁFICO N° 26****Elaboración:** El autor

g.3.3.1 MANUALES DE FUNCIONES “UNLEADED HEALTH” Cía. Ltda.

Consiste en la descripción detallada de todos los puestos de trabajo que existirán en la empresa y las funciones específicas que cada empleado va a cumplir. Este manual está elaborado con la finalidad de que la organización cuente con un documento que muestre como está organizada la empresa de exportación, “UNLEADED HEALTH” Cía. Ltda. Es de gran importancia contar con información del centro de trabajo para que los trabajadores conozcan con precisión y exactitud cuáles son las funciones que deben desempeñar como colaboradores, así como a quien están subordinados.

3.3.3.2 DESCRIPCIONES DE PUESTOS Y SUS FUNCIONES

El Manual de la empresa “UNLEADED HEALTH”, es una versión detallada de la descripción de los objetivos, funciones, autoridad y responsabilidad de los distintos puestos de trabajo que componen la estructura de la organización. El propósito fundamental de estos manuales, es el de instruir a los miembros que la componen sobre los distintos aspectos antes mencionados, procurando minimizar el desconocimiento de las obligaciones de cada uno, la duplicación o superposición de funciones, lentitud y complicación innecesarias en la prestación del servicio, desconocimiento de los procedimientos administrativos, entre otros.

MANUALES DE FUNCIONES

CÓDIGO # 001
NIVEL JERÁRQUICO
Ejecutivo
TÍTULO DEL PUESTO
Gerente
NATURALEZA DEL CARGO
Planificar, organizar, ejecutar, controlar y dirigir.
FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar los procesos Representar legalmente a la empresa. ➤ Delegar funciones.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Personalidad equilibrada y proactiva. ➤ Autoestima positiva. ➤ Capacidad de adaptación a los cambios. ➤ Habilidades comunicativas y escucha activa. ➤ Actitud proactiva ➤ Liderazgo
REQUISITOS

CÓDIGO # 002
NIVEL JERÁRQUICO
Asesor
TÍTULO DEL PUESTO
Asesor jurídico internacional
NATURALEZA DEL CARGO
Tramitar, gestionar, recomendar, representar, colaborar, ayudar.
FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Asesorar legalmente al Gerente y la empresa. ➤ Defender los intereses legales de la empresa. ➤ Asumir la representación legal de la empresa. ➤ Tramitar los documentos legales de exportación ➤ Asesoramiento de actividades relacionadas con el comercio internacional
CARACTERÍSTICAS DE CLASE
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Buena capacidad de comunicación. ➤ Responsabilidad y conocimiento de normas y leyes.
REQUISITOS
Educación: Abg. Jurisprudencia.
Experiencia: De 2 a 3 años de experiencia en el cargo.

CÓDIGO # 003
NIVEL JERÁRQUICO
Auxiliar
TÍTULO DEL PUESTO
Secretaria
NATURALEZA DEL CARGO
Organizar , Archivar, Comunicarse y Ejecutar
FUNCIONES
CARACTERÍSTICAS DE CLASE
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Criterio propio para actuar oportunamente y distinguir prioridades. ➤ Disposición para trabajar en equipo con los operarios ➤ Capacidad de observación, concentración y amplitud de memoria.
REQUISITOS
<p>Educación: Título en Secretariado Ejecutiva y Contadora</p> <p>Experiencia: 2 años</p> <p>Adicional: Talleres o cursos relacionados con el tratamiento del cliente, cursos de relaciones humanas, tributación, contabilidad computarizada.</p>

CÓDIGO # 004
NIVEL JERÁRQUICO
Operacional
TÍTULO DEL PUESTO
Contadora
NATURALEZA DEL CARGO
Manejo y control de todos los movimientos internos que realizan las áreas del centro de belleza.
FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ La preparación de los informes financieros. ➤ Registro de todas las actividades de la empresa. ➤ Estudios de estados financieros y sus análisis.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacidad de trabajar bajo presión. ➤ Buena presencia y capacidad de comunicación.
DEPENDENCIA
Gerente
DEPENDIENTES
No aplica
REQUISITOS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Experiencia en cargos similares ➤ Título en Contabilidad.

CÓDIGO # 005
NIVEL JERÁRQUICO
Operacional
TÍTULO DEL PUESTO
Pulidores - Embaladores
NATURALEZA DEL CARGO
Llevar a cabo un adecuado manejo de los terminados embalaje y manipulación de los productos de exportación.
FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Manejar los equipos y bienes de la empresa cuando aplique o ejecute las actividades cotidianas. ➤ Efectuar las labores de terminados y pulidos con eficiencia. ➤ Embalar los productos de la mejor manera para evitar las perdidas ➤ Almacenar los productos ➤ Entregar los mismos para su exportación.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacidad de trabajar y un buen desenvolvimiento con los clientes. ➤ Buena presencia y capacidad de comunicación.
DEPENDENCIA
Gerente
DEPENDIENTES
No aplica
REQUISITOS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Título técnico en bellas artes ➤ Experiencia en pulido de piezas al menos 2 años ➤ Curso de recursos humanos en atención al cliente.

g.4. ESTUDIO FINANCIERO.

g.4.1 INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO.

g.4.1.1 Inversiones.

Las inversiones constituyen el monto a invertir para la puesta en marcha del proyecto y para que la empresa realice sus operaciones, así se las clasifica en tres rubros: Activos Fijos, Activos Diferidos y Activos Circulantes.

g.4.1.1.1. Activos fijos.

Son aquellas inversiones que realiza la empresa en terrenos, construcciones, maquinaria y equipo, vehículos, muebles y enseres. Equipos de oficina, etc., las mismas que son permanentes en la empresa y estarán sujetas a depreciación, con excepción del terreno, seguidamente se detalla los activos mencionados.

- **Maquinaria y Equipo.-** El equipo que se requiere para la puesta en marcha de la empresa de exportación de productos de arcillas es el suficiente para trabajar con calidad, el equipo fue cotizado en la ciudad de Quito, y se requirió la asesoría de un profesional en la materia, el costo total asciende a 15.270 dólares.(Anexo N° 3).

- **Muebles y Enseres de Producción.-** Los muebles necesarios para la planta, mismos que fueron cotizados en la ciudad de Quito, su monto es de \$1.632. (Ver anexo Nro. 4).
- **Muebles y Enseres.-** Aquí se encuentran los muebles de oficina que son necesarios para el proceso administrativo, que ascienden al valor de \$1.165 dólares. (Anexo N° 5).
- **Equipo de Oficina.-** Constituyen los costos en que se deberá incurrir para adquirir los bienes que serán utilizados por el personal administrativo y de servicio, sumadoras, etc., que fueron cotizados en la ciudad de Loja, y que asciende a un monto de \$211 dólares; (Anexo N° 6).
- **Equipo de Computo.-** el equipo de cómputo encierra un monto total de \$2.250 dólares. (Anexo N° 7).
- **Instalaciones.-** Constituyen los costos por instalación de energía eléctrica y agua específicas para el funcionamiento del equipo monto que tiene un valor de \$130 dólares. (Anexo N° 8).
- **Imprevistos.-** Para este cálculo se tomó en cuenta el 3% del total de las inversiones fijas, cuyo monto asciende a 619.74 dólares.

CUADRO N° 25

VALOR DE LAS INVERSIONES FIJAS

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
Maquinaria y Equipo	15.270,00
Muebles y Enseres de producción	1.632,00
Muebles y Enseres	1.165,00
Equipo de oficina	211,00
Equipos de Computo	2.250,00
Instalaciones	130,00
Imprevistos (3%)	619,74
TOTAL	21.277,74

Fuente: Anexos N° 3 al 8

Elaboración: El Autor

g.4.1.1.2 Activos Diferidos.

Son los desembolsos que la empresa realiza con los propósitos de garantizar la normal estabilidad de la empresa, y obtener resultados positivos en el futuro.

- **Permisos de Funcionamiento.-** En el Ilustre Municipio del cantón Loja y la Jefatura de Salud etc., hay que pagar un total de \$500 dólares por permisos y documentación.
- **Gastos de Constitución.-** Es un gasto que toda empresa debe realizar para establecerse en forma legal en todo el cantón Loja, este desembolso para la empresa representa \$500 dólares.
- **Certificación de Origen.-** Es la prueba fundamental de que las mercancías o los productos fabricados o en su caso transformados sean

de procedencia ecuatoriana y estén establecidos bajo las normas de los diferentes tratados de libre comercio para preferencia arancelarias certificado que es otorgado por el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) este documento deberá acompañar a los productos a su lugar de destino. Este documento tiene un valor aproximado de \$750 dólares

- **Certificación Artesanal.**- El presente documento se lo obtiene mediante la calificación de la pequeña industria y el artesano el valor aproximado es de \$400.00 dólares

- **Línea telefónica.**- La Adquisición de la línea telefónica para mantener la comunicación interna y externa de la empresa asciende a un valor aproximado de \$ 140.00 dólares.

- **Marcas y Patentes.**- Son los gastos que se realiza para la identificación de la empresa cuyo monto es de \$150.00 dólares.

- **Certificado de Calidad.**- Es el documento que certifica la calidad de los productos que se comercializan tanto local como internacionalmente otorgado en nuestro país por el INEN con un valor de \$1200.00

- **Página web.**- Son los gastos concernientes a la creación y permanencia de la página web en la red, valor total de \$1.500 dólares.

- **Imprevistos.**- Para este cálculo se tomó en cuenta el 3% del total de las inversiones diferidas, cuyo monto asciende a \$154.20 dólares.

**CUADRO Nº 26
VALOR DE LOS ACTIVOS DIFERIDOS**

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
Permisos de Funcionamiento como exportadores	500
Gastos de Constitución	500
Certificación de origen	750
Calificación artesanal	400
Línea Telefónica	140
Marcas y Patentes	150
Certificado calidad	1200
Página Web	1500
Imprevistos (3%)	154.20
TOTAL	5,294.20

Fuente: Asesoría Legal

Elaboración: El Autor.

g.4.1.1.3 Activos Circulantes.

Son el tipo de activos que gozan de gran liquidez y pueden convertirse en efectivo, dinamizando así las actividades de la empresa, es necesario señalar que los cálculos de los siguientes activos serán tomados en cuenta para un mes de actividades, ya que en ámbito de servicio se llevará procesos contables mensuales para cumplir la ley tributaria.

Costo del Servicio.- (costo primo) Comprende la materia prima directa y la mano de obra directa.

En este caso al ser empresa de servicios de exportación de utensilios de cocina a base de arcilla en donde utilizan insumos y materiales es necesario tener materia prima directa, y materiales indirectos.

Mano de Obra Directa.- Son los operarios de servicios que la empresa requerirá para intervenir en el proceso de prestación de los servicios en estudio y dar mantenimiento al equipo y más herramientas. En los cuadros de salarios determinaremos los parámetros y obligaciones económicas según la ley, para el año 2012, tomando como base el documento **La Tablita-2011**. El cálculo se lo realiza con base a un salario mínimo vital, el décimo tercero, el décimo cuarto, vacaciones, aportes al IESS, al IECE, al SECAP, etc., la información y su respectiva proyección se puede ver en el anexo N.º9.

Gastos del Servicio.- Son los gastos ocasionados por los materiales indirectos, la mano de obra indirecta (que en este caso no será necesaria) y la carga fabril.

Materiales Directos.- Corresponden a las unidades de arcilla ollas y sartenes de diferentes tamaños que van ha ser exportados, esta información se la establece en el anexo Nro 10.

Materiales Indirectos.- Embalaje y material de protección de los objetos de arcilla, la descripción y proyección la encontramos en el anexo N° 11.

Carga Fabril.- Son los gastos generados por agua, energía eléctrica y otros, además en lo que se refiere a las depreciaciones, reparación y mantenimiento, esta información se la expone en el anexo N° 12.

Costos de Administración.- Son los costos generados por la administración en el que se incurrirá dentro de la etapa administrativa principalmente, es decir, en las actividades de tramitación de documentos, manejo de información, control de inventarios, entre otras actividades administrativas.

Estos gastos comprenden además, los sueldos y salarios para el personal de esta área de administración, tomando en cuenta también otros gastos administrativos como teléfono, suministros, arriendos etc. Esta información la encontramos en los anexos N° 15 al 18.

Gastos de Ventas.- En este rubro intervienen los gastos en que se incurre por, publicidad, y sueldos correspondientes al área de ventas esta información y su respectiva proyección para los 5 años de vida útil del proyecto la encontramos en los anexos N° 16 al 21.

**CUADRO N° 27
VALOR DE LAS INVERSIONES CIRCULANTES**

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL	VALOR MENSUAL
Materia Prima Directa	31.376,00	2.614,67
Mano de Obra Directa	15.313,68	1.276,14
Materia Prima Indirecta	26.590,00	2.215,83
Carga Fabril	1.375,00	114,58
Gastos de Administración	24.295,04	2.024,59
Gastos de Ventas	10.249,74	854,14
Imprevistos 3%	3.275,98	273,00
TOTAL	112.475,44	9.372,95

Fuente: Anexos N° 6 al 18

Elaboración: El Autor

CUADRO N° 28
VALOR TOTAL DE LAS INVERSIONES

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL MENSUAL
Activo Fijo	21.277,74
Activo Diferido	5.294,20
Activo Circulante	9.372,95
TOTAL	35.944,89

Fuente: Cuadros N° 25, 26, 27

Elaboración: El Autor

g.4.2 FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

Tiene gran importancia determinar qué entidad financiará en parte el presente proyecto, para el crédito requerido, en este caso se utilizará como fuente a la CFN, por ser una institución que ayuda a generar el desarrollo a nivel cantonal por medio de créditos a largo plazo y a una tasa de interés baja, la empresa para su funcionamiento requiere de 35.944.89 dólares correspondientes a inversiones fijas, diferidas y circulantes. Se menciona que entre los requisitos para el préstamo la empresa debe estar legalmente constituida y presentar un proyecto tentativo de lo que quieren realizar, además los activos fijos serán comprados con el préstamo para que queden como garantía, la empresa deberá además estar con todos los pagos municipales al día, y deberá tener garantías de bancos locales.

g.4.2.1. Fuentes de Financiamiento.

Realizado el estudio sobre la inversión requerida para el proyecto se debió recurrir a las fuentes de financiamiento externo e interno. El capital propio a

invertir será de 15.944,89 dólares (44,36%) el mismo que será cubierto por los socios de la empresa y 20.000 dólares (55,64%) restantes será financiado por la CFN a través de la línea de crédito multisectorial que posee una tasa de interés del 11% a un plazo de 5 años. Es necesario aclarar que estas especificaciones y condiciones del crédito a recibir fueron realizadas en el mes de Abril del presente año, la amortización del crédito y del activo diferido la apreciamos en los anexos N° 22 y 23.

CUADRO N° 29 FINANCIAMIENTO

Financiamiento	Valor	%
Fuente Interna	15.944,89	44,36
Fuente Externa	20.000,00	55,64
TOTAL	35.944,89	100,00

Fuente: Cuadro 28 y CFN

Elaboración: El Autor

g.4.3 ESTRUCTURA DE COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

En todo proyecto es fundamental conocer cuánto va a costar brindar los servicios, y qué ingreso se tendrá, lo que es de vital importancia para la implementación de una empresa.

g.4.3.1 Presupuesto de Costos.

Son todos los gastos que la empresa debe enfrentar durante el proceso productivo, así para una más específica y amplia explicación se presenta en el siguiente cuadro para los 5 años de vida útil del proyecto y respetando los parámetros financieros de cálculo para proyectos de inversión.

**CUADRO Nº 30
DEL PRESUPUESTO DE COSTOS**

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE PRODUCCIÓN	77.689,40	88.413,84	96.426,23	99.300,58	102.263,76
COSTO PRIMO					
Materia Prima Directa	31.376,00	36.392,24	40.435,82	41.689,33	42.981,70
Mano de Obra Directa	15.313,68	16.748,40	17.267,60	17.802,90	18.354,79
GASTOS DE FABRICACIÓN					
Materiales Indirectos	26.590,00	30.841,08	34.267,86	35.330,17	36.425,40
CARGA FABRIL					
Deprec. de Maquinaria y Equipo	2.443,20	2.443,20	2.443,20	2.443,20	2.443,20
Deprec. Mueb. y Enseres de producción	261,12	261,12	261,12	261,12	261,12
Depreciación de Instalaciones	11,70	11,70	11,70	11,70	11,70
Reparación y Mantenimiento	190,26	196,16	202,24	208,51	214,97
Agua Potable	325,00	328,25	331,53	334,85	338,20
Energía Eléctrica	950,00	959,50	969,10	978,79	988,57
Aceite	100,00	103,10	106,30	109,59	112,99
Imprevistos (3%)	128,44	129,09	129,76	130,43	131,12
COSTO DE OPERACIÓN					
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	24.937,62	27.131,95	27.931,61	28.755,97	29.605,80
Sueldos y Salarios	22.194,36	24.302,39	25.055,76	25.832,49	26.633,29
Suministros de Oficina	161,00	165,99	171,14	176,44	181,91
Gastos Generales	432,06	445,45	459,26	473,50	488,18
Teléfono	400,00	404,00	408,04	412,12	416,24
Arriendos	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Deprec. Mueb. y Enseres.	104,85	104,85	104,85	104,85	104,85
Deprec. Equipo de ofic.	18,99	18,99	18,99	18,99	18,99
Deprec. Equipo de Computación	500,03	500,03	500,03	500,03	500,03
Imprevistos (3%)	726,34	790,25	813,54	837,55	862,30
GASTOS DE VENTAS	10.249,74	10.979,48	11.319,84	11.670,76	12.032,55
Sueldos y Salarios	6.301,20	6.896,54	7.110,33	7.330,75	7.558,00
Publicidad	3.650,00	3.763,15	3.879,81	4.000,08	4.124,08
Imprevistos (5%)	298,54	319,79	329,70	339,92	350,46
GASTOS FINANCIEROS	3.258,84	3.258,84	3.258,84	3.016,84	2.801,46
Amortización Activo Diferido	1.058,84	1.058,84	1.058,84	1.058,84	1.058,84
Interés del préstamo	2.200,00	2.200,00	2.200,00	1.958,00	1.742,62
TOTAL	116.135,60	129.784,10	138.936,51	142.744,15	146.703,57

CUADRO Nº 31
COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL PRIMER AÑO DE VIDA ÚTIL

RUBROS	AÑO 1		
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	TOTAL
COSTO DE PRODUCCIÓN			
COSTO PRIMO			46.689,68
Materia Prima Directa	31.376,00		
Mano de Obra Directa	15.313,68		
GASTOS DE FABRICACIÓN			26.590,00
Materiales Indirectos		26.590,00	
Mano de obra Indirecta	-		
CARGA FABRIL			4.409,72
Deprec. de Maquinaria y Equipo	2.443,20		
Deprec. Muebles de Producción	261,12		
Depreciación de Instalaciones	11,70		
Reparación y Mantenimiento	190,26		
Agua Potable		325,00	
Energía Eléctrica		950,00	
Aceite		100,00	
Imprevistos (3%)		128,44	
COSTO DE OPERACIÓN			
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			24.937,62
Sueldos y Salarios	22.194,36		
Suministros de Oficina		161,00	
Gastos Generales		432,06	
Teléfono		400,00	
Arriendos	400		
Deprec. Mueb. y Enseres.	104,85		
Deprec. Equipo de ofic.	18,99		
Deprec. Equipo de Computación	500,03		
Imprevistos (3%)		726,34	
GASTOS DE VENTAS			13.508,58
Sueldos y Salarios	6.301,20		
Publicidad	3.650,00		
Imprevistos (5%)	298,54		
GASTOS FINANCIEROS			
Amortización Activo Diferido	1.058,84		
Interés del préstamo	2.200,00		
TOTAL	86.322,76	29.812,84	116.135,60

g.4.3.2 Estructura de Ingresos.

Primeramente es necesario manifestar que se ha establecido un proceso técnico para la estimación de los ingresos, es decir, se ha dividido los costos totales para el número de unidades de ollas y sartenes de arcilla que la empresa ha planificado exportar, así en el primer año corresponde a 6400 unidades como se lo establece en la capacidad utilizada total, de ahí que por motivos de los costos de producción se ha dividido los valores de los diferentes productos para conocer los costos reales de cada unidad tomando en cuenta los diferentes modelos (ollas y sartén), tamaños (grande mediano y pequeño), cantidades (número de unidades que son demandadas por los consumidores según la encuesta) obteniendo como resultados que para el primer año el precio de costo de las ollas y sartenes: grandes es de, \$23 medianas \$ 18.00 y pequeñas \$12.00. Para determinar el margen de utilidad se debió estudiar los precios del Mercado a donde serán exportados nuestros productos, y proponer un precio más bajo y asequible según los cálculos. Así a este costo fue posible incrementar un 40% de utilidad, establecemos el ingreso total para el primer año; obteniendo un precio promedio de venta al público de la siguiente manera: ollas y sartenes grandes, \$30 medianas \$ 23 y pequeñas \$16. Valores competitivos en las diferentes ciudades de Canadá acotando además que nuestros productos son elaborados a base de plomo factor importante en la elección de los consumidores en el país mencionado.

CUADRO N° 32
ESTRUCTURA DE INGRESOS PARA LA VIDA ÚTIL DEL PROYECTO
PRIMER AÑO

ESPECIFICACIÓN	% DE PRESUPUESTO	N° de UNIDADES ANUAL	COSTO UNITARIO	EWX - PRECIO EN FABRICA% UTILIDAD = 30%	INGRESOS EN INCOTERMS EWX
OLLAS GRANDES	33388,98	1472	23	30	44160
OLLAS MEDIANAS	20033,39	1104	18	23	25392
OLLAS PEQUEÑAS	13355,59	1104	12	16	17664
TOTAL	66777,97	3680	0	0	87216
SARTENES GRANDES	24678,81	1088	23	30	32640
SARTENES MEDIANOS	14807,29	816	18	23	18768
SARTENES PEQUEÑOS	9871,53	816	12	16	13056
TOTAL	49357,63	2720			64464

Fuente: Presupuestos, Cuadro N° 30 al 35

Elaboración: El Autor

En este cuadro se toma del presupuesto para el primer año que es de 116.135,59 dólares, de aquí que se distribuye en el 57.5% (\$66.777,97) para las ollas y el 42.5% (\$49.357,63) para las sartenes en todos sus tamaños, así realizando la división de costos para las unidades se ha obtenido el costo unitario para cada producto, ahora marginando el 40% de utilidad se llega a obtener un precio ex fábrica de 30 en ollas grandes para el primer año de vida útil, este proceso es el mismo para todos los años de vida útil.

CUADRO N° 33
ESTRUCTURA DE INGRESOS PARA LA VIDA ÚTIL DEL PROYECTO
SEGUNDO AÑO

ESPECIFICACIÓN	% DE PRESUPUESTO	Nº de UNIDADES ANUAL	COSTO UNITARIO	EWX - PRECIO EN FABRICA% UTILIDAD =30%	INGRESOS EN INCOTERMS EWX
OLLAS GRANDES	37312,93	1656	23	30	49680
OLLAS MEDIANAS	22387,76	1242	18	23	28566
OLLAS PEQUEÑAS	14925,17	1242	12	16	19872
TOTAL	74625,86	4140	0	0	98118
SARTENES GRANDES	27579,12	1224	23	30	36720
SARTENES MEDIANOS	16547,47	918	18	23	21114
SARTENES PEQUEÑOS	11031,65	918	12	16	14688
TOTAL	55158,24	3060			72522

Fuente: Presupuestos, Cuadro N° 30 al 35

Elaboración: El Autor

CUADRO N° 34
ESTRUCTURA DE INGRESOS PARA LA VIDA ÚTIL DEL PROYECTO
TERCER AÑO

ESPECIFICACIÓN	% DE PRESUPUESTO	Nº de UNIDADES ANUAL	COSTO UNITARIO	EWX - PRECIO EN FABRICA% UTILIDAD =30%	INGRESOS EN INCOTERMS EWX
OLLAS GRANDES	39944,25	1840	22	29	53360
OLLAS MEDIANAS	23966,55	1380	17	22	30360
OLLAS PEQUEÑAS	15977,70	1380	12	16	22080
TOTAL	79888,49	4600	0	0	105800
SARTENES GRANDES	29524,01	1360	22	29	39440
SARTENES MEDIANOS	17714,41	1020	17	22	22440
SARTENES PEQUEÑOS	11809,60	1020	12	16	16320
TOTAL	59048,01778	3400	0		78200

Fuente: Presupuestos, Cuadro N° 30 al 35

Elaboración: El Autor

CUADRO N° 35
ESTRUCTURA DE INGRESOS PARA LA VIDA ÚTIL DEL PROYECTO
CUARTO AÑO

ESPECIFICACIÓN	% DE PRESUPUESTO	Nº de UNIDADES ANUAL	COSTO UNITARIO	EWX - PRECIO EN FABRICA% UTILIDAD =30%	INGRESOS EN INCOTERMS EWX
OLLAS GRANDES	41038,94	1840	22,0	29	53360
OLLAS MEDIANAS	24623,37	1380	18	23	31740
OLLAS PEQUEÑAS	16415,58	1380	12	16	22080
TOTAL	82077,88	4600	0	0	107180
SARTENES GRANDES	30333,13	1360	22	29	39440
SARTENES MEDIANOS	18199,88	1020	18	23	23460
SARTENES PEQUEÑOS	12133,25	1020	12	16	16320
TOTAL	60666,26259	3400	0		79220

Fuente: Presupuestos, Cuadro N° 30 al 35

Elaboración: El Autor

CUADRO N° 36
ESTRUCTURA DE INGRESOS PARA LA VIDA ÚTIL DEL PROYECTO
QUINTO AÑO

ESPECIFICACIÓN	% DE PRESUPUESTO	Nº de UNIDADES ANUAL	COSTO UNITARIO	EWX - PRECIO EN FABRICA% UTILIDAD =30%	INGRESOS EN INCOTERMS EWX
OLLAS GRANDES	42177,28	1840	23	30	55200
OLLAS MEDIANAS	25306,37	1380	18	23	31740
OLLAS PEQUEÑAS	16870,91	1380	12	16	22080
TOTAL	84354,55	4600	0	0	109020
SARTENES GRANDES	31174,51	1360	23	30	40800
SARTENES MEDIANOS	18704,71	1020	18	23	23460
SARTENES PEQUEÑOS	12469,80	1020	12	16	16320
TOTAL	62349,01776	3400	0		80580

Fuente: Presupuestos, Cuadro N° 30 al 35

Elaboración: El Autor

CUADRO N° 37
TOTAL DE INGRESOS DE LA EMPRESA

AÑO	UNIDADES EXPORTADAS AL AÑO	TOTAL DE INGRESOS PARA LA EMPRESA
1	6400	151.680,00
2	7200	170.640,00
3	8000	184.000,00
4	8000	186.400,00
5	8000	189.600,00

Fuente: Presupuestos, Cuadro N° 36-40

Elaboración: El Autor

g.4.4 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

El estado de pérdidas y ganancias para el periodo de vida útil de la empresa se lo calculó tomando en cuenta los ingresos por ventas, esto menos el costo de producción, de operación y desembolsos legales que se los indica en el siguiente cuadro, se obtiene la utilidad líquida en un periodo anual.

CUADRO N° 38
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	151.680,00	170.640,00	184.000,00	186.400,00	189.600,00
(-) Aporte- Corpei	151,68	170,64	184,00	186,40	189,60
(-)Costos-Totales	116.135,60	129.784,10	138.936,51	142.744,15	146.703,57
(=)Utilid-Bruta-Ventas	35.392,72	40.685,26	44.879,49	43.469,45	42.706,83
(-) 15% Trabajadores	5.308,91	6.102,79	6.731,92	6.520,42	6.406,02
(=)Utilid-antes-Imp	30.083,81	34.582,47	38.147,56	36.949,03	36.300,80
(-)Impuesto- renta	7.520,95	8.645,62	9.536,89	9.237,26	9.075,20
(=)Utilid-antes-Reserva	22.562,86	25.936,85	28.610,67	27.711,78	27.225,60
(-)Reserva (10%)	2.256,29	2.593,69	2.861,07	2.771,18	2.722,56
(=)Utilid-Liquida	20.306,57	23.343,17	25.749,61	24.940,60	24.503,04

Fuente: Presupuestos, Cuadro N° 30 al 35 y 41

Elaboración: El Autor

g.4.5 Punto de Equilibrio.

Permite tener conocimiento cuando son iguales tanto los ingresos por ventas y el total de los costos (fijos y variables), es decir es el punto donde la empresa no tiene perdidas ni ganancias.

Para calcular el punto de equilibrio en forma matemática en función de la capacidad instalada y de las ventas; y gráfico, es necesario clasificar a los costos en fijos y variables. En el siguiente cuadro se expone los costos fijos y variables, para luego proceder a calcularlos matemáticamente, en función de los ingresos por ventas y en función de la capacidad instalada, para así graficarlos y de esta manera obtener el punto de equilibrio.

- **Método Gráfico:** Es la representación gráfica en el que se especifica el punto de equilibrio mediante el plano cartesiano.

PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO DE OPERACIÓN

a) En función de la capacidad instalada = $PE = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$

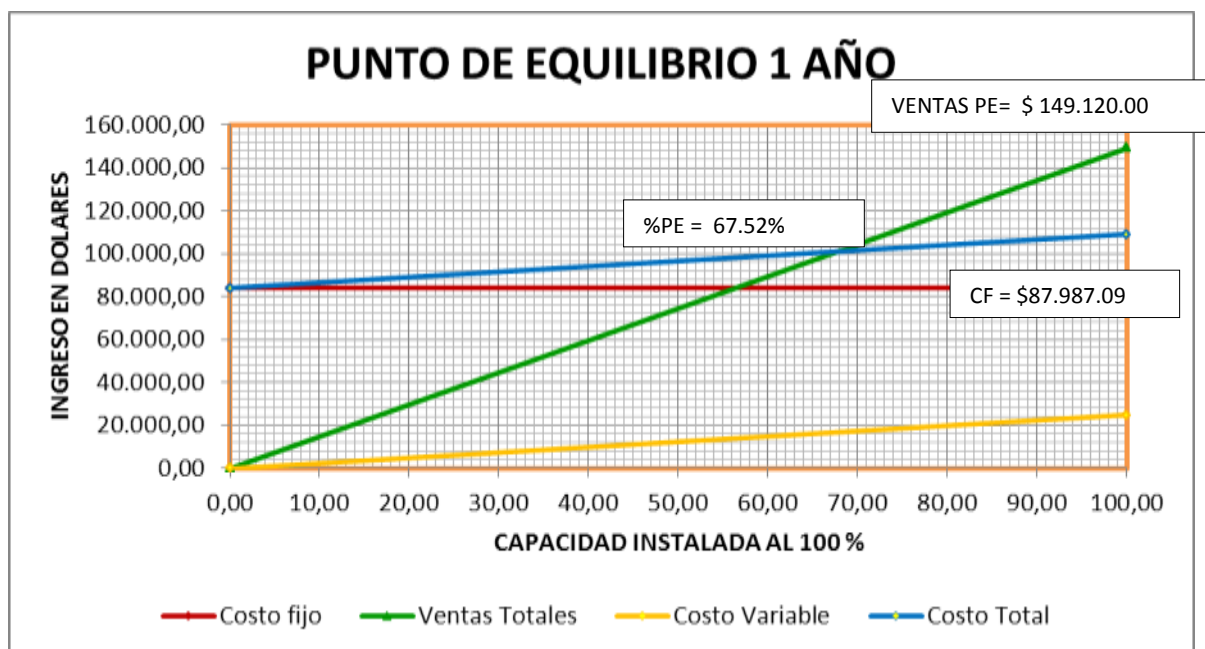
$$PE = \frac{83.934,56}{149.120,00 - 24.805,58} \times 100 = 67.52\%$$

b) En función de las ventas.

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$PE = \frac{83.934,56}{1 - \frac{24.805,58}{149.120,00}} = \$ 87.987,09$$

b) Método Gráfico



g.4.6 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera permite cuantificar y determinar los costos que se requerirán para poner en marcha la empresa y los beneficios que se obtendrán como rentabilidad en periodos determinados de actividades, para ello se elabora el flujo de caja como un primer indicador para determinar la situación financiera.

g.4.6.1 Flujo de Caja.

El flujo de caja, permite tomar decisiones sobre la evolución de la empresa durante la vida útil del proyecto, en donde se agrupan las fuentes de acuerdo al origen de los fondos. A este estado financiero se lo obtiene relacionando el total de ingresos con el total de los egresos de cada año de vida útil, para así conocer el flujo de efectivo que la empresa tendrá en el proceso de prestación de los servicios en estudio.

CUADRO N° 39
FLUJO DE CAJA

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	151.680,00	170.640,00	184.000,00	186.400,00	189.600,00
Valor Residual					9.412,92
TOTAL DE INGRESOS	151.680,00	170.640,00	184.000,00	186.400,00	199.012,92
EGRESOS					
Costos de Producción	77.689,40	88.413,84	96.426,23	99.300,58	102.263,76
Costos Administrativos	24.937,62	27.131,95	27.931,61	28.755,97	29.605,80
Gastos de Ventas	10.249,74	10.979,48	11.319,84	11.670,76	12.032,55
Gastos Financieros					
Interes del Crédito	2.200,00	2.200,00	2.200,00	1.958,00	1.742,62
15%Utilidad a Trabajadores	5.308,91	6.102,79	6.731,92	6.520,42	6.406,02
25% Impuesto a la Renta	7.520,95	8.645,62	9.536,89	9.237,26	9.075,20
(1*1000) Aporte - CORPEI	151,68	170,64	184,00	186,40	189,60
Reinversión en computadoras				2.250,00	
TOTAL DE EGRESOS	128.058,30	143.644,31	154.330,49	159.879,38	161.315,56
Flujo de Caja	23.621,70	26.995,69	29.669,51	26.520,62	37.697,36
Deprec Act Fijo	3.839,91	3.839,91	3.839,91	3.839,91	3.839,91
Amortización Act Diferido	1058,84	1058,84	1058,84	1058,84	1058,84
Flujo Neto de Caja	28.520,45	31.894,44	34.568,26	31.419,37	42.596,11

Fuente: Presupuestos - Cuadros N° 30 al 37

Elaboración: El Autor

Se puede interpretar estos resultados como el flujo de efectivo por año, que tiene dinámica permanente en la empresa, es decir, entradas y salidas en efectivo.

g.4.6.2 Valor Actual Neto

Indicador de evaluación financiera que señala el saldo actual, que resulta luego de la vida útil del proyecto, es decir, el valor que tiene la inversión a través del tiempo, bajo este concepto es factible de realizarlo cuando el valor

actual neto es positivo, siempre y cuando la tasa de actualización utilizada sea un porcentaje que corresponda al costo de oportunidad de las inversiones en el mercado financiero.

CUADRO N° 40

VALOR ACTUAL FACTOR ACTUALIZACIÓN = 11%

AÑOS	FLUJO NETO	TASA ACTUALIZADA	VALOR ACTUALIZADO
1	28.520,45	0,900900901	25.694,10
2	31.894,44	0,811622433	25.886,25
3	34.568,26	0,731191381	25.276,02
4	31.419,37	0,658730974	20.696,91
5	42.596,11	0,593451328	25.278,72
TOTAL			122.831,99

Fuente: Cuadro N° 39

Elaboración: El Autor

Aplicando la fórmula se obtiene:

V.A.N = Sumatoria de Flujo neto – inversión

V.A.N = 122.831,99 – 34.944,89

V.A.N = 86.887,10

El V.A.N., indica que si el resultado es igual o superior a cero se acepte el proyecto y si es menor o negativo, no se lo acepte. Por tanto el proyecto es aceptable.

g.4.6.3 Relación Beneficio Costo.

Permite medir el rendimiento por cada dólar invertido, esta relación dicho de otra manera nos indica la capacidad de pago de la empresa, se lo obtiene realizando comparación de los valores actuales de los ingresos, con el valor actual de los egresos.

Cuando se obtiene un índice mayor a 1 en la relación beneficio – costo, el proyecto renta justo lo que el inversionista exige de la inversión

$$B/C = \text{Ingreso actualizado/Costos actualizados}$$

CUADRO N° 41
RELACIÓN BENEFICIO – COSTO

AÑOS	COSTO	FACTOR 11%	COSTO	INGRESO	FACTOR 11%	INGRESO
	ORIGINAL		ACTUALIZADO			ORIGINAL
1	116.135,60	0,9009009	104.626,66	151.680,00	0,900900901	136.648,65
2	129.784,10	0,8116224	105.335,69	170.640,00	0,811622433	138.495,25
3	138.936,51	0,7311914	101.589,18	184.000,00	0,731191381	134.539,21
4	142.744,15	0,6587310	94.029,99	186.400,00	0,658730974	122.787,45
5	146.703,57	0,5934513	87.061,43	189.600,00	0,593451328	112.518,37
TOTAL			492.642,95			644.988,94

Fuente: Presupuestos - Cuadros N° 30, 37

Elaboración: El Autor

$$B/C = 644.988,94 / 492.642,95$$

$$B/C = \mathbf{1.30}$$

Analizando, se puede observar que se tiene como resultado el valor de 1.30 dólares, por lo tanto se tiene un dólar con treinta y ocho centavos para pagar cada dólar que la empresa debe; o, dicho de otra manera, el proyecto renta 0.30 centavos más de lo que el inversionista exige de la inversión. Es importante destacar que este 30% casi coincide con el margen de utilidad aplicado en la estructura de ingresos.

g.4.6.4 Tasa Interna de Retorno

Es un indicador que indica la capacidad de ganancia de un proyecto y la factibilidad de ejecutarlo, cuando la TIR es superior al costo de oportunidad del capital (o sea, aquel porcentaje de interés que le pagaría la banca

privada sin correr riesgo alguno) se lo puede ejecutar. El método que se ha utilizado es el de actualización o descuento, que establece la equivalencia actual de un monto de dinero que se recibirá en el futuro. A continuación se aprecia la fórmula y luego el cuadro respectivo a este indicador.

$$TIR = Tm + Dt * \left(\frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}} \right)$$

CUADRO Nº 42

TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR 93%	VAN 1	FACTOR 94%	VAN 2
1	28.520,45	0,549450549	15.670,58	0,546448087	15.584,95
2	31.894,44	0,301895906	9.628,80	0,298605512	9.523,86
3	34.568,26	0,165876872	5.734,08	0,163172411	5.640,59
4	31.419,37	0,091141138	2.863,60	0,089165252	2.801,52
5	42.596,11	0,050077548	2.133,11	0,048724181	2.075,46
SUMAN			36.030,16		35.626,37
			85,27		-318,53

$$TIR = (82\% + 1\%) * \left(\frac{85,27}{85,27 - (-318,53)} \right)$$

$$TIR = 82,21\%$$

Al realizar el análisis correspondiente, se puede observar que se tiene una TIR de 82.21% lo que da a entender que es una tasa superior a las ofertadas en entidades financieras y otros proyectos, por lo que sí es conveniente invertir en el proyecto.

g.4.6.5 Periodo de Recuperación del Capital.

El periodo de recuperación da a conocer el tiempo en que la empresa tardará en solventar la Inversión Inicial mediante el flujo de entradas de

efectivo que producirá el proyecto. Para determinar si el proyecto es aceptable o no se debe analizar si el periodo de recuperación es inferior al periodo de vida útil del proyecto, y si el tiempo es mayor no se lo debe aceptar. A continuación se expone la fórmula para este indicador y el cuadro respectivo.

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

CUADRO N° 43

PERIODO DE RECUPERACIÓN

AÑOS	INVERSIÓN INICIAL	FLUJO NETO
0	35.944,89	
1		28.520,45
2		31.894,44
3		34.568,26
4		31.419,37
5		42.596,11
TOTAL		168.998,64

Fuente: Cuadro N° 39

Elaboración: El Autor

Aplicando la fórmula:

$$PRC = 2 + \left(\frac{35.944,89 - 60.414,89}{31.894,44} \right)$$

$$PRC = 2 + (-0,77)$$

$$PRC = 1,23 \text{ años}$$

$$0,23 \times 12 = 2,76 \text{ meses}$$

$$0,76 \times 30 = 22 \text{ días}$$

Con el resultado obtenido, se puede observar que la inversión inicial será recuperada en 2 años, 2 meses y 22 días.

g.4.6.6 Análisis de Sensibilidad.

El análisis de sensibilidad adopta los resultados de un modelo cuando cambian las circunstancias de alguna variable, es decir trata de manifestar las variaciones de rentabilidad del proyecto debido a la modificación de uno de los componentes del modelo analizado, como es el caso de incrementar sus costos y disminuir sus ingresos. Para ello se procede a calcular la nueva tasa interna de retorno y así se puede conocer si el proyecto es o no sensible a las variaciones.

INTERPRETACIÓN.- Luego de realizar los análisis de sensibilidad se ha obtenido que el proyecto puede soportar un 15.50% de incremento en los costos, ósea es el límite que soportaría el proyecto que se incremente sus costos, ejemplo los materiales indirectos etc., y soporta un 12% de disminución en los ingresos, es decir, que es el límite que soportaría si por alguna circunstancia bajan la venta de servicios o simplemente llega un competidor más grande, así si se sobrepasa de los porcentajes encontrados, el proyecto se afecta financieramente, con la información expuesta se tiene que el proyecto es viable ya que soporta variaciones en los diferentes factores externos de tipo económico que puedan causar turbulencia en la gestión de la empresa. Seguidamente se exponen los dos cuadros en estudio.

Para demostrar lo manifestado en los dos análisis la sensibilidad no deberá pasar de 0.9.

CUADRO Nº 44

SENSIBILIDAD CON EL 15.50 % DE INCREMENTO EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL + 15,50%	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
					47,00%		48,00%	
0						-		-
1	116.135,60	134.136,62	151.680,00	17.543,38	0,680272109	11.934,28	0,675675676	11.853,64
2	129.784,10	149.900,64	170.640,00	20.739,36	0,462770142	9.597,56	0,456537619	9.468,30
3	138.936,51	160.471,67	184.000,00	23.528,33	0,314809620	7.406,94	0,308471364	7.257,82
4	142.744,15	164.869,49	186.400,00	21.530,51	0,214156204	4.610,89	0,208426597	4.487,53
5	146.703,57	169.442,62	189.600,00	20.157,38	0,145684493	2.936,62	0,140828782	2.838,74
						36.486,29		35.906,02
						541,39		-38,87

NTIR = 47,93%

TIR DEL PROYECTO = 82,21%

1) **DIFERENCIA DE TIR**
 Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir
 Dif.Tir.= **34,28%**

2) **PORCENTAJE DE VARIACIÓN**
 % Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100
 % Var. = **41,70%**

3) **SENSIBILIDAD**
 Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad	0,9
=	

CUADRO Nº 45

SENSIBILIDAD CON EL – 12 % DE DISMINUCIÓN EN LOS INGRESOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL -	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			12,00%		47,00%		48,00%	
0						-		-
1	116.135,60	151.680,00	133.478,40	17.342,80	0,680272109	11.797,82	0,675675676	11.718,11
2	129.784,10	170.640,00	150.163,20	20.379,10	0,462770142	9.430,84	0,456537619	9.303,83
3	138.936,51	184.000,00	161.920,00	22.983,49	0,314809620	7.235,42	0,308471364	7.089,75
4	142.744,15	186.400,00	164.032,00	21.287,85	0,214156204	4.558,93	0,208426597	4.436,95
5	146.703,57	189.600,00	166.848,00	20.144,43	0,145684493	2.934,73	0,140828782	2.836,92
						35.957,74		35.385,55
						12,85		-559,34

NTIR = 47,02%

TIR DEL PROYECTO = 82,21%

1) DIFERENCIA DE TIR
 Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir
 Dif.Tir.= **35,19%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN
 % Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100
 % Var. = **42,80%**

3) SENSIBILIDAD
 Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad	0,9
=	

**CONCLUSIONES
Y
RECOMENDACIONES**

h. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

h.1 CONCLUSIONES

- En el mercado objeto de estudio Canadá es muy común utilizar utensilios de cocina a base de arcilla, por lo que en la ciudad de Loja, se realizará la exportación de este servicio (ollas y sartenes de barro sin plomo) basados en la siguiente demanda insatisfecha de 10.360 unidades en el año, lo cual representa un significativo mercado disponible, incluso tomando en consideración que no hay competencia similar en el mercado.
- Que la producción de objetos a base de arcilla están elaborados sin la intervención de plomo, haciendo más cotizados los productos de nuestra empresa pues en el mercado en estudio toman muy en serio la salud y el cuidado del medio ambiente por lo que no son compradores ni tienen preferencia por materiales con plomo
- Con el estudio técnico se puede determinar que el equipo y herramientas a utilizar es de fácil adquisición en nuestro medio ya que no son de alta calidad, de igual manera los insumos necesarios se los encuentra en el área en cantidades suficientes para en momentos determinados no tener problema de escasez de materiales directos e indirectos.
- Es necesario que el proceso de atención a los clientes sea dirigido y controlado por operarios con experiencia en ventas y comercio

internacional ya que no tendrán un supervisor realizando un trabajo eficiente.

- En lo que se refiere a las inversiones, se tiene que se necesita un total de \$35.944,89 dólares se establece que no son exageradas ya que como se manifestó el equipo es básico, además la estructuración legal se la realiza por una única vez, y en lo que tiene que ver a activos circulantes o capital de trabajo, este tendrá una rotación mensual ya que los servicios son ofertados, cobrados y contabilizados mensualmente.
- De acuerdo al VAN del presente proyecto nos da un valor positivo lo cual asegura que la inversión tenga un valor significativo luego de los 5 años de vida útil del proyecto. Además para el presente proyecto la TIR es de 82.21%, siendo este valor mayor a las tasas pasivas del banco, por lo cual el proyecto es aceptable y ejecutable. Se ha obtenido también la relación beneficio costo, misma que asegura que por cada dólar que deba la empresa se tiene 1.38 dólares para pagar, lo cual refleja liquidez y el margen de utilidad.
- Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad, reflejan que la empresa soporta un 15.50% de incremento en los costos y un 12% de disminución en ingresos por lo cual el proyecto es aceptable al otorgar un margen de error en cálculos de mercado, técnicos y financieros.

h.2 RECOMENDACIONES

- Aprovechar el mercado existente ya que existe gran interés en la adquisición de utensilios de cocina de arcilla sin plomo además de que el mercado de Canadá tiene gran preferencia por los productos que no afecten a la salud ni a la naturaleza siendo así conveniente su comercialización.
- Los costos del servicio no resultan altos para la empresa en compra de equipo y más activos, ya que existen en nuestro medio, en lo referente a los materiales directos e indirectos y más insumos estos no escasean durante el año pues existen más de cuatro fábricas de utensilios de cocina a base de barro o arcilla en nuestro cantón con la suficiente producción para satisfacer el doble de las necesidades de la empresa en un año.
- Se debe aprovechar las líneas de crédito de la CFN, a una tasa de interés del 11% anual lo cual favorece a las conveniencias del proyecto ya que otorgan 2 años de gracia, permitiendo tener más tiempo para hacer trabajar el capital.
- Que el proyecto sea puesto a consideración ante el MIPRO, para establecer este emprendimiento que identifica a nuestras costumbres y medios de trabajo artesanal en otros sectores y lugares del mundo, y emprender la búsqueda de más zonas que tenga la necesidad de adquirir productos con las características artesanales con las que mantenemos la elaboración de nuestros productos.

BIBLIOGRAFÍA

i. **BIBLIOGRAFÍA**

- **TÉRMINOS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL**, Gonzalo Burbano *
Ecuador 2007. Editorial PUDELECO S.A.
- **PRODUCCIÓN ARTESANAL ECUATORIANA** , , Tesis previa a la obtención de Ingenieros Agrícolas, UTPL Loja. 2005-2007
- **ECUADOR Y SU REALIDAD** 2006-2007. Autores: Lola Vásquez y Napoleón Saldos Quito – Ecuador.
- **FONAPRE BID**. Preparación de proyectos de Comercio Exterior, Quito – Ecuador 2006.
- **ENCICLOPEDIA. MICROSOFT. ENCARTA. 2 007.**
- **COHEN, E.** (1992). **Evaluación De Proyectos Sociales**. Siglo Veintiuno.
- **LEMAYA MARTÍNEZ, SHEILA.** (2005). Análisis Económico Social de Ecuador
- **CIRCULO DE LECTORES.** (1991).Curso Básico De Comercio Exterior Norma.
- **COLOMA, F.** (1991). Evaluación de proyectos de inversión.
Monografías.com
- **www.google.com / Comercio Internacional de China.htm.**
- **BLANCO Adolfo. Formulación y Evaluación de Proyectos,**
Ediciones Torán, 4ta edición.
- **ILPES.** Guía para la Presentación de Proyectos y Base Legal de Constitución de una Empresa Siglo XXI Editores. 10 edición.
- **MARIOTTI John.** Marketing. Mac Graw Hill

- **CORDOBA**, Padilla, marcial. 2006. Formulación y evaluación de proyectos. Ecoe ediciones.
- **VACA**, Urbina Gabriel. 2001. Evaluación de proyectos. Mc Graw Hill, 4ta edición.
- **CERVO**, Albert, “Metodología de la Investigación Científica”. México, Edit. Harl. 1995.
- **COZPLAN**, “Primer Curso Nacional de Formulación y Evaluación de Proyectos”. 1974.
- **FLIPPO**, Edwin B.; “Principios de Administración de Personal”. Traducido del inglés al castellano por el Instituto de Promoción Organización Suizo-Colombiano. Editorial Presencia Ltda. Colombia. 1
- **MARTIN** Anezg Fernando. 2001 Diccionario de Contabilidad y Finanzas, 1era Edición.
- **FERNÁNDEZ ESCALANTE**, Fernando M.; “Dirección y Organización de Empresas de Servicios”. Ediciones Macchi, 2000.

ANEXOS

j. ANEXOS.**ANEXO N° 1****FICHA DE RESUMEN DEL PROYECTO APROBADO****a. TITULO.**

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA EXPORTADORA DE ARTESANÍAS DE ARCILLA (LÍNEA CULINARIA) DESDE EL CANTÓN LOJA HACIA CANADÁ”

b. PROBLEMÁTICA.

Los países más poblados del mundo China e India, han crecido económicamente de una manera espectacular en estos últimos 5 años, y a tasas superiores del 8.5% desde el 2007. La tendencia es que la economía mundial siga creciendo aunque en menor escala desde los últimos acontecimientos en los mercados de vivienda especialmente en EEUU, y por los problemas financieros de España y otros países europeos, sin embargo el fortalecimiento en las economías en transición apunta a un crecimiento de hasta 4% de la economía global.³

Mundialmente hay parámetros que pudieran desacelerar la dinámica comercial internacional que incluyen el precio del petróleo, las presiones inflacionarias, los movimientos de capitales, entre otros. La devaluación del dólar frente a otras monedas como el euro, la libra esterlina, el dólar

³ FEDEXPO: Informe del Comercio Internacional 2da Edición - 2008

canadiense abre una oportunidad para aumentar las exportaciones y recibir inversiones, así gracias a la globalización el comercio internacional tiene nuevas tendencias que tienen que ser tomadas en cuenta cuando se diseñan programas de apoyo a las exportaciones entre ellas las tendencias en los canales de distribución como tendencias en los consumidores - usuarios y la facilidad en las comunicaciones.

Desde el 2005 el comercio mundial ha aumentado hasta llegar a cifras record en el 2007 y se espera que en el 2010 siga creciendo a un ritmo de alrededor del 8% y más aún en países en desarrollo, mucho de este incremento se debe a la escalada en precios de los productos primarios que se han elevado en más del 30% en el 2009 con respecto al 2005, esto ha traído mejoras en los países en desarrollo que se han beneficiado de precios más altos de materias primas y productos agrícolas.

El comercio internacional ha crecido más rápidamente que la producción y esto significa una penetración mayor de los mercados mundiales. En lo que respecta a tratados preferenciales a partir del 2008 se han incrementado los acuerdos regionales de comercio a pesar de los adelantos en el multilateralismo promovido por la OMC (Organización Mundial del Comercio) principalmente, estos nuevos acuerdos se han proliferado en formas de acuerdos de libre comercio y más importante aun es que se dan más comúnmente entre países en desarrollo o países en transición, así cerca del 40% del comercio internacional se desarrolla entre países dentro de estos acuerdos regionales.

La importancia del comercio de servicios en la composición del comercio internacional se ha incrementado en las últimas décadas hasta llegar a representar alrededor del 22% del total de comercio exterior. No hay duda que los adelantos en comunicaciones han sido un factor que explica el aumento del comercio en servicios, y la liberalización en el comercio de servicios es otro factor que apuntala su importancia. Para el 2007, según la OMC, el 48% del comercio de servicios era en la categoría de “Otros Servicios Comerciales”, el 24% en transporte y el 29% en servicios de turismo y viajes. El 52% de las exportaciones de servicios se concentra en Europa, seguido por Asia con el 25% y Norte América con el 17%. América del Sur y Centro América en conjunto exportan apenas el 3% de los servicios. En lo que se refiere Ecuador, el volumen de los servicios ha crecido de \$367 millones en 1980 a \$1014 millones en el 2008 que ha sido el máximo histórico. Los servicios han perdido importancia en los dos últimos años y se estima que el volumen será de \$999 millones para el 2010. Haciendo referencia al transporte y la logística, cada día de demora en la entrega de los bienes de exportaciones equivale a un 0.8% de arancel, los costos de transporte llegan a representar en promedio hasta un 20% del costo de los productos de exportación en el mundo y para América Latina el costo de transporte para los importadores representa del 31% al 63% del costo de los bienes. El ámbito de cambio de monedas , el dólar americano se ha devaluado contra la mayoría de monedas, especialmente contra el Euro, Yen y Libra Esterlina, esta tendencia parece continuar en el mediano plazo dado los altos déficit de la cuenta corriente de EEUU, para cerrar esta brecha, el ahorro debe aumentar, las exportaciones también, y el tipo de

cambio es un mecanismo posible, así desde el 2001 el dólar se ha depreciado contra el Euro en 75%.

A nivel de Sur América sin embargo hay países que están tomando una actitud positiva frente a la competencia internacional comercial , así tenemos la nueva gesta económica que acaba de realizar Chile país que por intermedio de su presidente, Michelle Bachelet, promulgó un Tratado de Libre Comercio (TLC) con China, que permitirá al país sudamericano ser un puente entre Sudamérica y el mercado asiático si algún país así lo quiere, hoy Chile ha dado un nuevo paso, muy importante, para profundizar una exitosa inserción en la globalización, consiguiendo privilegios arancelarios que a la fecha jamás habían sido otorgados a país alguno por esta nación asiática, el 92% de las exportaciones chilenas tendrá una desgravación inmediata, a su vez Chile desgravará el 50% de sus importaciones desde China, la liberación total se realizará en un plazo de 10 años, quedando excluidos neumáticos, textiles y refrigeradores y seguirán las negociaciones con Japón, Tailandia y Malasia, esto es tener objetivos claros y hacer bien las cosas.

Con la dinámica expuesta en materia de comercio internacional cultural, no se ha quedado atrás, la artesanía de los países especialmente latinos como Ecuador que son apreciadas internacionalmente, tanto los artículos de madera, cuero, cerámica tienen una gran proyección de exportación como es el caso de los sombreros de paja toquilla, que en último año (2010) incremento sus ventas en un 22%, con un mercado específico en Europa

Estados Unidos, Canadá, Australia, Alemania, Asia etc. así entre las tendencias más relevantes van a lo tradicional representativo de las culturas continentales.

Aunque se debe reconocer que la mayoría de artículos elaborados por la artesanía no tienen aptitudes para ingresar a los mercados internacionales, ya sea por sus bajos volúmenes de producción, calidad no apropiada, competitividad y costos, que por sus características tienen que destinarse en los mercados internos, para satisfacer las necesidades locales. Bajo estas características de producción, la artesanía se orienta hacia dos tipos de mercados; bienes destinados a satisfacer la demanda interna, caracterizados por una baja productividad de la mano de obra, sin control de calidad y con costos elevados, debido a su anacrónico sistema de producción, que lo ha relegado a un segundo plano y ha permitido ser absorbido por la competencia de la pequeña y gran industria fabril. El segundo mercado, el externo, incorpora a todos aquellos bienes clasificados como arte popular, este grupo distingue no solo aquellos trabajos considerados como artísticos, sino a todas las artesanías que en su elaboración eminentemente manual, incorporan al diseño como símbolo de cultura e identidad, son estas artesanías las que tienen oportunidad de ser comercializadas externamente, no en grandes volúmenes por su propio sistema de producción, sino en pequeñas cantidades, aprovechando las ventajas que ofrecen los nichos de mercado extranjero.

La exportación de artesanías es una realidad, Ecuador exporta bienes manufacturados por la artesanía, la cerámica, artículos de cuero, productos de fibras vegetales duras, bordados, tallas y muebles de maderas y algunas otras actividades artesanales, cuyos productos son altamente apreciados en los mercados externos. Este análisis aspira a promover el cambio positivo del clima de negocios de las artesanías, a través de identificar las limitaciones y potencialidades existentes para un crecimiento orientado a mercados exteriores.

El Ecuador es un pueblo ceramista, desde épocas precolombinas los asentamientos poblacionales demostraron su arte con la cerámica, ejemplo de ello es la cultura Valdivia, ya en la época colonial, la influencia española introdujo nuevas técnicas (torno, vidriado, pigmentos, quema) mismas que prevalecen hasta la actualidad. Esta actividad se desarrolla prácticamente en todo el país, destacándose por la calidad de su arte y de su materia prima la Provincia del Azuay, Loja cuna de una población eminentemente artesanal; debe destacarse que en los productos cerámicos se incorporan las actividades fabriles de industria y la artesanía, el primer sector elabora el artículo y los artesanos lo decoran o terminan manualmente, en el año 2007, el Ecuador exportó artículos de cerámica, con un alto componente artesanal, por un valor de \$32.293,236 dólares americanos, siendo sus principales mercados los Estados Unidos de Norteamérica que adquirió alrededor del 52% de las exportaciones, le sigue en importancia Colombia con el 15% y Perú con el 11%, el resto de países principalmente americanos, compraron cerámicas por montos bajos, inferiores al 3% del total exportado.

No existe lugar en el país, donde no se encuentren productos artesanales y manifestaciones del arte popular, en los que se reflejan la creatividad, el ingenio y el esfuerzo incansable de los trabajadores artesanos, sin embargo, siendo la artesanía, una actividad intensiva en el uso de mano de obra, considerada como sector estratégico del empleo, ha permanecido olvidado y mal atendido por parte de las instituciones públicas y privadas, que tienen que ver con su desarrollo.

La falta de una legislación moderna y coherente, acondicionada al rol que juega en la economía nacional, la artesanía ha sido una de las causas fundamentales del estancamiento del sector, así existen leyes que más protegen al patrono, que permiten la división del sector, que teóricamente no define el ámbito y alcance de la artesanía, sumado a todo ello, la proliferación de organizaciones gremiales que duplican esfuerzos y recursos, reflejan el marco jurídico en que se desarrolla la artesanía ecuatoriana. A lo señalado, debemos agregar, los obstáculos que afectan al proceso de producción misma, baja productividad, carencia de tecnología, sin asistencia técnica y capacitación, difícil accesibilidad al crédito, volumen restringido de producción, ausencia de técnicas de diseño.

Frente a esta realidad en nuestro cantón Loja existe en la parroquia Cera microempresas con alto potencial de cerámica de barro, fabricando diversidad de productos que son apreciados en países como Canadá, que por el aspecto climático (bajas temperaturas) requieren utilizar ollas de barro, además por su uso en el campo canadiense, por lo manifestado se ha

detectado una oportunidad de negocio en el país mencionado, el cual no tiene restricciones para la importación de estos productos por lo que es pertinente el presente proyecto propuesto que se denomina; “ ***PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA EXPORTADORA DE ARTESANÍAS DE ARCILLA (LÍNEA CULINARIA) DESDE EL CANTÓN LOJA HACIA CANADÁ*** ”.

c. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo se justifica por las siguientes razones:

JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA.

El progreso de los estados se logra con la gestión que las Universidades entregan a la sociedad a través de su permanente preocupación por la investigación, es así que nuestra Universidad y de manera particular nuestra carrera de Administración de Empresas, se encuentra empeñada en brindar profesionales idóneos capaces de desempeñarse en cualquiera de las ramas de la Administración, para hacer factible la reactivación y expansión de los productos y servicios que las empresas brindan en nuestra Región Sur, por tanto la presente propuesta cumple con la premisa institucional de relación con la colectividad al poner en práctica los conocimientos adquiridos en el área de comercio exterior y promoviendo la artesanía de la localidad.

JUSTIFICACIÓN SOCIO-ECONÓMICA.

Con la investigación de mercados en Canadá para productos artesanales de barro hechos en nuestro cantón se pretende brindar alternativas de salida a problemas la producción y comercialización que actualmente tienen los pequeños productores artesanos que inclusive por las mínimas utilidades abandonan estas actividades, por lo mencionado es positivo abrir nuevos mercados e identificar a empresas importadoras que al no ser satisfechas con su producción anual local buscan proveedores en otros países. Esta propuesta de negocios internacionales además de ayudar a la gestión micro empresarial local también tendrá un efecto multiplicador en conformación de nuevas unidades empresariales de exportación dinamizando las actividades y oportunidades laborales y económicas para la población del entorno.

d. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL.

- Demostrar la factibilidad de instalar una empresa exportadora de artesanías de barro a Canadá.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Realizar una investigación de mercados electrónica para establecer las empresas importadoras de artesanías de barro en Canadá y los productos potenciales de ser materia de negocios.

- Realizar un estudio técnico que abarque el tamaño, localización de la empresa y la ingeniería del proyecto.

- Estructurar y organizar legal y jurídicamente a la empresa para que funcione eficientemente en la localidad.

- Realizar un estudio de inversión y financiamiento, ingresos y egresos para evaluar la empresa aplicando índices financieros como la TIR, VAN, relación beneficio- costo, para demostrar la factibilidad del proyecto.

e. METODOLOGÍA.

Par el desarrollo del presente trabajo se aplicará el **método científico** no experimental por tratarse de una proyecto de inversión con proyección internacional que se basa directamente en documentos, opiniones, aspectos cualitativos, cuantitativos, que serán analizados para deducir las orientaciones generales aplicables a la realidad de nuestro medio en materia

de comercio exterior en el área artesanal de nuestra Región. En el presente trabajo se utilizará los siguientes métodos

En el desarrollo de las fases del presente trabajo se aplican métodos que se desglosan de un científico y que sirven para tratar los resultados obtenidos así se tiene.

MÉTODO DEDUCTIVO

Mediante este método se aplicarán los principios generales descubiertos en casos particulares, es decir, los resultados de la investigación de mercado internacional serán relacionados y aplicados a casos particulares de producción local.

MÉTODO INDUCTIVO

Es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Aplicable a la potencialidad de negocios de los pequeños productores artesanales frente a la orientación común de exportar a un mercado internacional.

MÉTODO ANALÍTICO

Este método permitirá conocer el comportamiento de las empresas extranjeras y la cultura empresarial de emprender nuevos proyectos de los

productores artesanales usando el barro . Además proponer un sistema de condiciones de negociación con empresarios del país canadiense en estudio.

MÉTODO MATEMÁTICO - ESTADÍSTICO.

A través de este método se podrá recopilar, tabular graficar e interpretar datos numéricos por medio de la búsqueda de los mismos en el mercado o población analizada.

Con respecto a las **técnicas** que se utilizará en el desarrollo del presente proyecto son las siguientes:

LA OBSERVACIÓN.- Servirá para conocer la realidad existente en nuestro medio a investigar respecto a producción artesanal de barro potencial de ser exportada a otro país.

LA ENCUESTA – ELECTRÓNICA EMPRESARIAL. Permitirá recolectar información para poder establecer las necesidades de productos – cerámicas de barro tradicionales que necesitan las específicas empresas importadoras canadienses.

LA ENCUESTA – ELECTRÓNICA DE PORTALES. Para obtener información sobre funciones de portales de negociación en el emprendimiento de ideas de exportación a países como Canadá .

TAMAÑO DE LA MUESTRA SELECCIONADA.-

El estudio comprende un universo que corresponde a las empresas canadienses que comercialicen artículos culinarios de arcilla y que estén afiliadas a un portal de comercio, así según estadísticas del país en estudio de la firma The World Fact Center, en estudio o censo realizado desde el 2005 hasta la fecha actual (2012) el número de empresas de este tipo son de 63 registradas, además que se ubica una tasa promedio de crecimiento de estas organizaciones en un 0.8% anual, de aquí que se proyectó este crecimiento hasta el año 2016. Se aclara que por ser la población corta no se obtendrá muestra, es decir, la encuesta se aplicó a todas las 63 empresas.

Seguidamente se muestra la información

$$P_f = P_o(1 + i)^n$$

Dónde:

- P_f = Año proyectado = Al 2011
 P_o = Numero de Industrias - año 2005 (60 empresas)
 1 = Constante
 i = Tasa de crecimiento poblacional anual (0.8%)
 n = Número de años = 6

$$P_f = 60(1 + 0.008)^6$$

$$P_f = 63$$

Seguidamente se expone el cuadro representativo anual en Canadá.

CUADRO Nº 1**PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN EMPRESARIAL DEDICADA A
COMERCIALIZAR ARTÍCULOS CULINARIOS DE BARRO EN CANADÁ****HASTA EL AÑO 2016.**

AÑOS	POBLACIÓN - EMPRESAS CANADIENSES
2005	60
2006	60
2007	61
2008	61
2009	62
2010	62
2011	63
2012	63
2013	64
2014	64
2015	65
2016	65

Fuente: The World Trade Center – Canada – 2005**Elaboración:** El Autor

f. CRONOGRAMA.

MESES	1	2	3	4	5	6
	mes	mes	mes	mes	mes	mes
ACTIVIDADES	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4
Presentación y aprobación del proyecto	X X X X					
Estudio de mercado		X X X X				
Tamaño-Localización			X X			
Ingeniería-Proyecto			X X	X X		
Estudio- Costos				X X X X		
Inversión y Financiamiento				X X	X X	
Evaluación Financiera					X X	
Organización de la Empresa Análisis y Redacción de resultados						X X
Presentación de borradores						X X

g. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO.**Recursos Financieros**

Material Oficina	\$ 180.00
Movilización	\$ 50.00
Internet	\$ 200.00
Informe Final	\$ 150.00
Investigación de mercado y Asesoría	\$ 300.00
Imprevistos	<u>\$ 100.00</u>
Total	\$ 980.00

Financiamiento: La realización de la tesis y más valores que se den en el transcurso del desarrollo de la misma serán cubiertos por el autor.

ANEXO Nº 2

ENCUESTA APLICADA

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

***“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA EXPORTADORA DE ARTESANÍAS DE
ARCILLA (LÍNEA CULINARIA) DESDE EL CANTÓN LOJA
HACIA CANADÁ”.***

Con el objeto de instalar una empresa dedicada a exportar utensilios de cocina desde nuestro Cantón Loja hacia ustedes los comerciantes de artesanías y utensilios de arcilla en su país Canadá solicitamos ayuda con la siguiente información.

DATOS GENERALES:

Edad (.....)

1) Especifique el Área/ciudad donde se ubica la empresa:

ORENTO ()

TORONTO ()

NEWS ()

2) Tipo de Negocio

DISTRIBUIDORA ()

COMERCIAL ()

3) Indique el portal de negociación internacional de su preferencia

LAENCA.COM ()

ALIBABA.COM ()

TRADE CENTER INTERNACIONAL ()

4) Manifieste si en su negocio vende específicamente artesanías importadas a base de arcilla como ollas y sartenes para uso culinario

SI ()

NO ()

PORQUE.-.....

5) De que países importa actualmente artículos de arcilla – línea culinaria

MÉXICO

()

ESPAÑA

()

6) Está enterado Ud. y sus clientes que las ollas de barro que actualmente se comercializan a nivel mundial tienen plomo y que con el uso del artículo este elemento químico es nocivo para la salud humana

SI ()

NO ()

PORQUE.-.....

7) En sus años de comerciante conoce o alguna empresa le ha ofertado ollas de barro sin plomo asegurando un uso del artículo sin peligros químicos.

SI ()

NO ()

PORQUE.-

.....

8) Indique quienes son específicamente sus clientes que frecuentemente compran las ollas y sartenes de arcilla para uso culinario.

FAMILIAS

()

EJERCITO

()

POLICÍA DE MONTAÑA

()

TURISTAS DE MONTAÑA

()

9) Informe sobre el número de ollas de arcilla anuales que ud importa actualmente para el comercio

ALTERNATIVA	CUALES IMPORTA	CANTIDADES
OLLAS GRANDES		
OLLAS MEDIANAS		
OLLAS PEQUEÑAS		
SARTENES GRANDES		
SARTENES MEDIANOS		
SARTENES PEQUEÑOS		

10) Estime un porcentaje anual de incremento o disminución de ventas de las ollas y sartenes de arcilla que Ud. comercializa en su empresa

INCREMENTO 2% ()
 3% ()
 4% ()

11) Si una empresa ecuatoriana le oferta ollas y sartenes de barro con la característica que es sin plomo, ofertándole un producto no nocivo para la salud humana Ud. importaría estos artículos culinarios dejando atrás artículos con el químico en mención.

SI () NO ()

PORQUE.-.....

12) Como le gustaría que la empresa exportadora ecuatoriana realice publicidad sobre los productos de arcilla sin plomo y su origen

En portales de internet ()

Publicidad gravada en el producto ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO Nº 2.1**ENCUESTA APLICADA EN INGLES****UNL**

AREA LEGAL, SOCIAL AND ADMINISTRATIVE
CAREER OF BUSINESS ADMINISTRATION

"BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A COMPANY EXPORTER OF
CLAY CRAFTS (CULINARY LINE) FROM CANADA TO LOJA ".

In order to install a company engaged in exporting kitchenware from Loja to you our traders of handicrafts and clay utensils in your country Canada requested assistance with the following information.

GENERAL INFORMATION:

Age (.....)

1) Enter the area / city where the company is located:

ORENTO ()

TORONTO ()

NEWS ()

2) Type of Business

DISTRIBUTOR ()

COMMERCIAL ()

3) Indicate the international trading portal of your choice

LAENCA.COM ()

ALIBABA.COM ()

INTERNATIONAL TRADE CENTER ()

4) Express if your business sells handicrafts imported specifically with clay pots and pans for cooking

YES ()

NO ()

WHY. -

5) In which country currently imports clay items - online culinary

MEXICO ()

SPAIN ()

6) Are you aware that you and your customers the clay pots that are currently marketed worldwide and have lead to the use of this chemical element article is harmful to human health.

YES () NO ()

WHY. -

7) In his years of merchant company knows or has offered some clay pots use unleaded Item ensuring no chemical hazards.

YES () NO ()

WHY. -

8) Indicate specifically customers who are often buying the clay pots and pans for cooking.

FAMILIES ()

ARMY ()

POLICE MOUNTAIN ()

TOURISTS IN MOUNTAIN ()

9) Report on the number of annual clay pots us currently imports for trade

ALTERNATIVE	MATTER WHICH	AMOUNTS
Big pots		
Post Medium		
Small pots		
Big pans		
Frying Medium		
Small Pans		

10) Estimate the annual percentage increase or decrease in sales of clay pots and pans you traded in your business

Increased 2% ()

3% ()

4% ()

11) If an Ecuadorian company will offer mud pots and pans with the property being unleaded offer you a non-harmful to human health these articles you mind leaving culinary items with the chemical in question.

YES () NO ()

WHY. -

12) How would you like to make Ecuadorian exporter company advertising on unleaded clay products and their origin

Internet sites ()

Advertising taxed in the product ()

THANKS FOR YOUR COLLABORATION

ANEXO N° 3**VALOR DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO**

EQUIPOS DE PLANTA	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
Ventilador Industrial	1	500	500
Granulador 872 cf	2	6.000	12000
Compresor de aire HP 120	1	500	500
Parantes Metálicos	12	10	120
Purificador de agua industrial	1	600	600
Pistola lectora de código de barras	2	160	320
Etiquetadora	1	880	880
Pentrax - 2 AT	1	350	350
TOTAL			15.270,00

La información sobre maquinaria y equipo que se expone, se la obtuvo de facturas proforma hechas a empresas locales y de Quito, la cual es una de las encargadas de distribuir este tipo de equipo en nuestro país.

Seguidamente se da a conocer las adquisiciones en muebles, enseres, equipo de oficina entre otros activos necesarios para el funcionamiento normal de los servicios de la empresa.

ANEXO N° 4**MUEBLES Y ENSERES DE PRODUCCIÓN**

DENOMINACIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	V.UNIT.	V. TOTAL
Mesas base de cemento redonda para limpieza	unidad	6	180	1080
Mesas base de cemento para empaquetado-embalado	unidad	3	240	720
Pallets	unidad	24	38	912
TOTAL:				1632,00

ANEXO N° 5**MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA**

DENOMINACIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	V.UNIT.	V. TOTAL
Escritorio (Gerente)	unidad	1	170	170
Escritorio (Secretaria)	unidad	1	135	135
Sillón (Gerente-Secretaria)	unidad	2	60	120
Sillas de espera	unidad	4	60	240
Archivadores metálicos	unidad	3	150	450
Basureros plásticos	unidad	5	10	50
TOTAL:				1165,00

El equipo de oficina que se muestra, fue cotizado en almacenes de nuestra ciudad y está también sujeto a depreciación, la cual se mostrará más adelante.

ANEXO N° 6**EQUIPO DE OFICINA**

EQUIPOS DE OFICINA	UNIDAD	CANTIDAD	V.UNIT.	V. TOTAL
Calculadora Sumadora CASIO	unidad	2	50	100
Juego oficina	unidad	3	10	30
Tableros	unidad	6	4	24
Teléfono Central - fax	unidad	1	57	57
TOTAL:				211,00

ANEXO N° 7**EQUIPO DE COMPUTO**

EQUIPOS DE COMPUTO	UNIDAD	CANTIDAD	V.UNIT.	V. TOTAL
Computadoras	unidad	3	750	2250
TOTAL:				2250,00

ANEXO Nº 8
INSTALACIONES

TIPO DE INSTALACIONES	cantidad	V. UNI	TOTAL
Instalaciones energía eléctrica industrial	10	10	100
Instalaciones de agua	3	10	30
TOTAL			130,00

ANEXO Nº 9
VALOR DE LA MANO DE OBRA DIRECTA

DENOMINACIÓN	VALORES
Remuneración Unificada	320,00
Décimo tercero	26,67
Décimo cuarto	26,50
Vacaciones	13,33
Aporte patronal 11,15% R.U	35,68
Fondos de reserva	-
Aporte al IECE 0,5%	1,60
Aporte al SECAP 0,5%	1,60
TOTAL	425,38
Número de obreros	3,00
TOTAL MENSUAL	1.276,14
TOTAL ANUAL	15.313,68

La mano de obra directa está calculada en base a la tabla salarial del 2011, con su última regulación con el salario mínimo de 294 además con la remuneración unificada como lo hacen la mayoría de empresas locales, centrándonos así más a la realidad.

PROYECCIÓN DE LA MANO DE OBRA DIRECTA

AÑOS	VALOR ANUAL
1	15.313,68
2	16.748,40
3	17.267,60
4	17.802,90
5	18.354,79

La mano de obra directa para los años de vida útil del proyecto ha sido calculada en base a la inflación, así el incremento será del 3.10% que se ha venido estableciendo en proyectos de inversión en nuestro país.

ANEXO Nº 10

VALOR DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA

ESPECIFICACIÓN	UNID.	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
OLLAS GRANDES	Unidad	1472	7	10,304
OLLAS MEDIANAS	Unidad	1104	5	5,520
OLLAS PEQUEÑAS	Unidad	1104	3	3,312
TOTAL		3680		-
SARTENES GRANDES	Unidad	1088	6	6,528
SARTENES MEDIANOS	Unidad	816	4	3,264
SARTENES PEQUEÑOS	Unidad	816	3	2,448
TOTAL		2720		31,376
TOTAL DE MATERIA PRIMA		6400		

PROYECCIÓN DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA

AÑOS	UNIDADES PRODUCIDAS	VALOR ANUAL	VALOR ANUAL
1	6400	31,376.00	31,376.00
2	7200	35,298.00	36,392.24
3	8000	39,220.00	40,435.82
4	8000	39,220.00	41,689.33
5	8000	39,220.00	42,981.70

ANEXO N° 11**MATERIA PRIMA INDIRECTA**

ESPECIFICACIÓN	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Cajones de división	Unidad	60	80	4.800,00
Material relleno	Libras	12800	0,6	7.680,00
Etiquetas	Unidad	6500	1	6.500,00
Sogillas	Metros	3500	1,1	3.850,00
Papel de despacho	Pliegos	3500	0,3	1.050,00
Pliegos de boma plástico	Pliegos	350	2	700,00
Cartón de embalaje	Metros	4020	0,5	2.010,00
TOTAL				26.590,00

PROYECCIÓN DE LA MATERIA PRIMA INDIRECTA

AÑOS	Unidades Producidas	VALOR ANUAL	VALOR ANUAL
1	6400	26.590,00	26.590,00
2	7200	29.913,75	30.841,08
3	8000	33.237,50	34.267,86
4	8000	33.237,50	35.330,17
5	8000	33.237,50	36.425,40

ANEXO N° 12**LA CARGA FABRIL**

ESPECIFICACIÓN	UNID.	V. UNIT.	C. ANUAL	V. TOTAL ANUAL
Agua	m3	0,25	1.300	325,00
Energía Eléctrica	Kw	0,19	5.000	950,00
Aceite	GALONES	20	5	100,00
TOTAL				1.375,00

PROYECCIÓN DE LA CARGA FABRIL

ESPECIFICACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	325,00	328,25	331,53	334,85	338,20
Energía Eléctrica	950,00	959,50	969,10	978,79	988,57
Aceite	100,00	103,10	106,30	109,59	112,99

Es necesario señalar que la proyección de la energía eléctrica es con el 3.10% y gasto de agua potable y aceite están proyectados con estos índices por información de las instituciones proveedoras de los servicios en estudio.

ANEXO N° 13

LAS DEPRECIACIONES

DENOMINACIÓN - ACTIVOS	VALOR HISTÓRICO	VIDA ÚTIL	% DE DEPREC	VALOR RESIDUAL	DEPREC ANUAL	VALOR / RESCATE
Maquinaria y Equipo	15.270	5	20%	3.054,00	2.443,20	5.497,20
Muebles y Enseres de producción	1.632	5	20%	326,40	261,12	587,52
Muebles y Enseres	1165	10	10%	116,50	104,85	640,75
Equipo de oficina	211	10	10%	21,10	18,99	116,05
Instalaciones	130	10	10%	13,00	11,70	71,5
Equipo de Computación	2250	3	33%	749,93	500,03	1.249,95
SUBTOTAL					3.339,89	
Reinversión en Equipo de Computación	2250	3	33%	749,93	500,03	1.249,95
TOTAL:	20.658		20.658		3.839,91	9.412,92

ANEXO Nº 14**REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO**

Denominación	Valor	Alícuota	Valor anual
Maquinaria y Equipo	15.270	1%	152,70
Muebles y Enseres	1.165	1%	11,65
Equipo de oficina	211	1%	2,11
Instalaciones	130	1%	1,30
Equipo de Computación	2250	1%	22,50
TOTAL	16.776		190,26

PROYECCIÓN DE REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO.

AÑOS	PROYECCIÓN
1	190,26
2	196,16
3	202,24
4	208,51
5	214,97

ANEXO Nº 15**GASTOS ADMINISTRATIVOS - SUELDOS**

DENOMINACIÓN	GERENTE	SECRETARIA- CONTADOR(A)	CONSERJE- GUARDIÁN
Remuneración Unificada	700,00	400,00	320,00
Décimo tercero	58,33	33,33	26,67
Décimo cuarto	26,50	26,50	26,50
Vacaciones	29,17	16,67	13,33
Aporte patronal	78,05	44,60	35,68
Fondos de Reserva			
Aporte al IECE 0,5%	3,50	2,00	1,60
Aporte al SECAP 0,5%	3,50	2,00	1,60
TOTAL	899,05	525,10	425,38
Número de Personas	1	1	1
TOTAL MENSUAL	899,05	525,10	425,38
TOTAL ANUAL	10.788,60	6.301,20	5.104,56

Los sueldos al personal administrativo están calculados en base a la tabla salarial del 2011, con su última regulación, además con la remuneración unificada como lo hacen la mayoría de empresas locales privadas.

ANEXO Nº 16

SUMINISTROS DE OFICINA

ESPECIFICACIÓN	UNID.	V. UNIT.	C. ANUAL	V. TOTAL
Hojas	resmas	10	3.75	37.5
Formatos	Unidades	0.1	500.00	50
Carpetas-Archivo	unidades	2.70	15.00	40.5
Esferográficos	(docena)	2.50	2.00	5
Tinta impresora	(cartucho)	3.50	8.00	28
TOTAL				161.00

Los suministros de oficina para los años de vida útil del proyecto ha sido calculada en base a un promedio inflacionario, así el incremento será del 3.10% que se ha venido estableciendo en proyectos de inversión.

ANEXO Nº 17

GASTOS GENERALES POR SERVICIO

GASTOS GENERALES	UNID.	PRECIO UNIT.	CANTIDAD ANUAL	TOTAL
Shampoo	envase	7.00	12.00	84.00
Papel higiénico	rollos	0.25	60.00	15.00
Detergente	fundas 500 gr.	3.21	36.00	115.56
Escobas	unidades	1.50	5.00	7.50
Uniformes de trabajo	Unidades	35.00	6.00	210.00
TOTAL				432.06

Todo el personal estará encargado de mantener el aseo y orden en la empresa, para esto se ha previsto los insumos necesarios.

ANEXO Nº 18**GASTOS ADMINISTRATIVOS TOTALES.**

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
Sueldos	22.194,36
Suministros de oficina	161,00
Gastos Generales	432,06
Teléfono	400,00
Arriendos	400,00
Imprevistos 3%	707,62
TOTAL	24.295,04

PROYECCIÓN DE LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS

AÑO	SUELDOS	SUMINISTROS	TELÉFONO	GASTOS GENERALES	ARRIENDOS	IMPREVISTOS	TOTAL
1	22.194,36	161,0	400,0	432,1	400,0	707,62	24.295,04
2	24.302,39	166,0	404,0	445,5	400,0	771,53	26.489,36
3	25.055,76	171,1	408,0	459,3	400,0	794,83	27.289,02
4	25.832,49	176,4	412,1	473,5	400,0	818,84	28.113,39
5	26.633,29	181,9	416,2	488,2	400,0	843,59	28.963,22

El incremento para es del 3.10% como referencia o promedio del crecimiento inflacionario del país. Estos porcentajes se publican mensualmente en páginas de Internet o indicadores económicos o financieros del país.

ANEXO Nº 19**GASTOS DE VENTAS SUELDOS**

DENOMINACIÓN	VENDEDOR INTERNACIONAL
Remuneración Unificada	400,00
Décimo tercero	33,33
Décimo cuarto	26,50
Vacaciones	16,67
Aporte patronal 11,15% R.U	44,60
Fondos de reserva	
Aporte al IECE 0,5%	2,00
Aporte al SECAP 0,5%	2,00
TOTAL	525,10
Numero vendedor	1
TOTAL MENSUAL	525,10
TOTAL ANUAL	6.301,20

ANEXO Nº 20**GASTOS DE PUBLICIDAD**

PUBLICIDAD	FACTOR	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Portales internacionales	Avisos	365	10	3650
TOTAL:				3,650

ANEXO Nº 21**GASTOS TOTALES DE VENTA**

ESPECIFICACIÓN	VALOR ANUAL
Publicidad	3.650,00
Sueldos	6.301,20
Imprevistos 3%	298,54
TOTAL	10.249,74

PROYECCIÓN DE LOS GASTOS DE VENTAS

AÑO	SUELDOS	PUBLICIDAD	IMPREVISTOS	TOTAL
1	6.301,20	3.650,00	298,54	10.249,74
2	6.896,54	3.763,15	319,79	10.979,48
3	7.110,33	3.879,81	329,70	11.319,84
4	7.330,75	4.000,08	339,92	11.670,76
5	7.558,00	4.124,08	350,46	12.032,55

El incremento anual para este rubro es del 3.10% como referencia o promedio del crecimiento inflacionario publicado en páginas de Internet y con el 3% de imprevistos.

ANEXO N° 22

AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

AÑO	PRÉSTAMO	TASA DE INTERÉS	AMORTIZACIÓN	PAGO ANUAL	SALDO
0		-	-	-	20,000
1	20,000	2,200		22,200	20,000
2	20,000	2,200		22,200	20,000
3	20,000	2,200	6,667	8,867	13,333
4	17,800	1,958	6,667	8,625	6,667
5	15,842	1,743	6,667	8,409	-

El monto del crédito obtenido es de 20.000 dólares, el interés anual es del 11%, con 2 años de gracia y para un tiempo de 5 años, la línea que nos otorga la CFN, es la del FOPINAR, entendiéndose que los dos primeros años solamente se pagará intereses y que a partir del 3er año se cancelará conjuntamente capital e interés. Además seguidamente esta la amortización del activo diferido, a igual interés pero sin años de gracia.

ANEXO Nº 23**AMORTIZACIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO**

AÑO	AMORTIZACIÓN
0	
1	1,058.84
2	1,058.84
3	1,058.84
4	1,058.84
5	1,058.84

ANEXO Nº 24

FORMATO DE APLICACIÓN PARA EXPORTACIÓN EN LA ADUANA ECUATORIANA

ADUANA		009 BO		DECLARACION UNICA DE ADUANAS (B1)						2 REGISTRO DE ADUANA	
N° Orden		Destinación		Medio de Transporte		Tipo de Despacho		N° Orden de Embarque		N° de Declaración:	
1 IDENTIFICACION		1.1 Importador		1.2 Oid y Documento de Declaración		1.3 Moni Comercial		Fecha Numeración:		Sujección:	
5 DESCRIPCION DE LA MERCANCIA		5.1 N° Em/Total		5.2 N° Factura Comercial		5.3 Fecha Factura		5.4 Incoterm Ciudad		5.5 Cod Mon 5.6 Tipo Val. Cvd.	
5.3 País Origen		5.4 País Embar.		5.5 FOB Unitario US\$		5.6 Ajuste Unitario US\$		5.7 Cantidad Unidad Comercial Unidad		5.8 Nombre Comercial	
5.9 Marca Comercial		5.10 Modelo		5.11 Año/Año		5.12 Estado		5.13 Montador		5.14 W.	
5.15 Características, Tipo / Clase, Usabilidad / Uso o Aplicación, Presentación / Material o Composición %											
1.											
2.											
3.											
4.											
5.2+ Observaciones											
5 DESCRIPCION DE LA MERCANCIA		5.1 N° Em/Total		5.2 N° Factura Comercial		5.3 Fecha Factura		5.4 Incoterm Ciudad		5.5 Cod Mon 5.6 Tipo Val. Cvd.	
5.3 País Origen		5.4 País Embar.		5.5 FOB Unitario US\$		5.6 Ajuste Unitario US\$		5.7 Cantidad Unidad Comercial Unidad		5.8 Nombre Comercial	
5.9 Marca Comercial		5.10 Modelo		5.11 Año/Año		5.12 Estado		5.13 Montador		5.14 W.	
5.15 Características, Tipo / Clase, Usabilidad / Uso o Aplicación, Presentación / Material o Composición %											
1.											
2.											
3.											
4.											
5.2+ Observaciones											
5 DESCRIPCION DE LA MERCANCIA		5.1 N° Em/Total		5.2 N° Factura Comercial		5.3 Fecha Factura		5.4 Incoterm Ciudad		5.5 Cod Mon 5.6 Tipo Val. Cvd.	
5.3 País Origen		5.4 País Embar.		5.5 FOB Unitario US\$		5.6 Ajuste Unitario US\$		5.7 Cantidad Unidad Comercial Unidad		5.8 Nombre Comercial	
5.9 Marca Comercial		5.10 Modelo		5.11 Año/Año		5.12 Estado		5.13 Montador		5.14 W.	
5.15 Características, Tipo / Clase, Usabilidad / Uso o Aplicación, Presentación / Material o Composición %											
1.											
2.											
3.											
4.											
5.2+ Observaciones											
5 DESCRIPCION DE LA MERCANCIA		5.1 N° Em/Total		5.2 N° Factura Comercial		5.3 Fecha Factura		5.4 Incoterm Ciudad		5.5 Cod Mon 5.6 Tipo Val. Cvd.	
5.3 País Origen		5.4 País Embar.		5.5 FOB Unitario US\$		5.6 Ajuste Unitario US\$		5.7 Cantidad Unidad Comercial Unidad		5.8 Nombre Comercial	
5.9 Marca Comercial		5.10 Modelo		5.11 Año/Año		5.12 Estado		5.13 Montador		5.14 W.	
5.15 Características, Tipo / Clase, Usabilidad / Uso o Aplicación, Presentación / Material o Composición %											
1.											
2.											
3.											
4.											
5.2+ Observaciones											

ÍNDICE

k. ÍNDICE

CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
a. TITULO	2
b. RESUMEN	4
b.1 SUMMARY IN ENGLISH	6
c. INTRODUCCIÓN	9
d. REVISIÓN DE LITERATURA	13
e. MATERIALES Y MÉTODOS	27
f. RESULTADOS	32
g. DISCUSIÓN	47
g.1 ESTUDIO DE MERCADO	47
g.2 ESTUDIO TÉCNICO.	60
g.3 ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA	81
g.4 ESTUDIO FINANCIERO	95
h CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	123
h.1 CONCLUSIONES	123
h.2 RECOMENDACIONES	125
i. BIBLIOGRAFÍA	127
j. ANEXOS	130
k. ÍNDICE	165