



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

**ÁREA JURIDICA SOCIAL Y
ADMINISTRATIVA**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA

**"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE VASIJAS DE BARRO EN EL
CANTÓN LOJA"**

AUTORAS:

- **MAGALY DEL ROCIO CURIPOMA JIMÉNEZ.**
- **PATRÍCIA ELIZABETH CUMBICUS VACA**

**Tesis previa a la Obtención del
Título Ingeniero Comercial**

DIRECTOR DE TESIS:

ING. HUGO A. CARRIÓN ÁLVAREZ

Loja – Ecuador

2011

CERTIFICACIÓN

Ing. Com. Hugo Antonio Carrión, Docente de la Universidad Nacional de Loja y director de la presente investigación.

C E R T I F I C A:

Que el trabajo de investigación titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPL**
EMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE VASIJAS DE BARRO EN EL CANTÓN LOJA”,
ha sido elaborado bajo mi supervisión por las estudiantes Magaly del Rocio Curipoma Jiménez y Patricia Elizabeth Cumbicus Vaca, mismo que ha sido prolijamente revisado; por lo tanto autoriza su presentación.

Loja, 20 de julio de 2011

Atentamente,

Ing. Com. Hugo A. Carrión Álvarez.

DIRECTOR DE TESIS

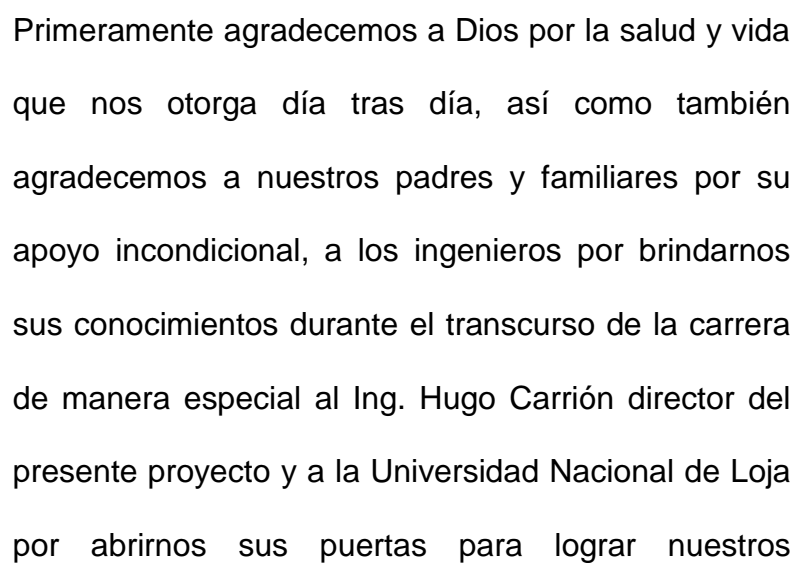
AUTORÍA

Todos los contenidos expuestos en el presente trabajo investigativo son de exclusiva responsabilidad de las autoras. Para constancia de ellos al pie de la presente firman las autoras.

Magaly

Patricia

AGRADECIMIENTO

A decorative frame shaped like a scroll, with a light green border and rounded corners. It features a vertical strip on the left side and a horizontal strip at the top, both with rounded ends. The text is centered within the main rectangular area of the scroll.

Primeramente agradecemos a Dios por la salud y vida que nos otorga día tras día, así como también agradecemos a nuestros padres y familiares por su apoyo incondicional, a los ingenieros por brindarnos sus conocimientos durante el transcurso de la carrera de manera especial al Ing. Hugo Carrión director del presente proyecto y a la Universidad Nacional de Loja por abrirnos sus puertas para lograr nuestros

DEDICATORIA

El presente proyecto se lo dedico de manera especial a mi abuelito que fue la fuente de inspiración para el desarrollo del mismo y sé que desde el cielo está muy contento por el triunfo obtenido, a mis queridos padres por su apoyo económico y moral a mis hermanas y hermano por ofrecerme todo su apoyo al igual que mis primos, tíos, y amigas, al Ing. Pablo Muñoz por brindarnos sus conocimientos y paciencia y a todas las personas que hicieron posible mi superación.

MAGAI Y

Este trabajo se lo dedico a mi madre, tíos, abuelita que gracias a su apoyo moral y económico hicieron posible mi superación, a Dios por ser la luz guía en mi camino para llegar hasta tal meta propuesta, a esta prestigiosa institución Universidad Nacional de Loja por abrirme sus puertas al camino del saber, a mis maestros por el cada día de paciencia y enseñanza de sus conocimientos que llegaron a formar una profesional en mi.

PATRICIA

TEMA

a. TEMA

“Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de vasijas de barro en el Cantón Loja”.

RESUMEN

b. RESUMEN

b.1. RESUMEN EN CASTELLANO

El presente trabajo investigativo se enfoca en la realización de proyectos de inversión para lo cual se ha determinado el siguiente tema: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE VASIJAS DE BARRO EN EL CANTÓN LOJA”** el mismo que se lo ha planteado debido a la falta de emprendimiento de la creación de empresas y además porque se cuenta con los recursos necesarios para su ejecución.

Los objetivos que se plantearon para la presente investigación fueron los siguientes:

- Realizar un estudio de mercado para conocer la oferta y la demanda en la ciudad de Loja.
- Determinar el tamaño, localización e ingeniería del proyecto a través de un estudio técnico.
- Realizar un estudio administrativo y legal que contribuya al buen funcionamiento y desarrollo organizacional.
- Realizar el Estudio Financiero con su respectiva evaluación económica financiera del proyecto, con el propósito de verificar a través de indicadores su rentabilidad.

Se inició con un estudio en el cantón Loja, tomando como parte del estudio una muestra previa de usuarios o consumidores y ofertantes o comerciantes,

obteniendo información que permitió procesarla y analizarla para establecer los requerimientos y necesidades en cuanto a los gustos y preferencias, precios, cantidad, calidad, unidades requeridas, el mismo que dio una demanda anual de 717387 vasijas, la oferta de 21280 obteniendo una demanda insatisfecha de 684405.

Además se realizó el Plan de Marketing el mismo que contiene información acerca del producto en este caso las vasijas de barro.

El precio, ha sido fijado de acuerdo a los costos de producción, operación y el margen de utilidad bruta.

La plaza o lugar de venta se realizará mediante el siguiente canal de distribución: Fabricante – Intermediario – Consumidor Final.

En cuanto a la promoción se la realizar mediante el contacto directo entre el vendedor y el comprador potencial. Como también se efectuara la debida publicidad para acaparar mayor mercado.

El tamaño se determinó por la disponibilidad de la capacidad utilizada y la capacidad instalada, obteniendo una capacidad de producción de 128326 para el primer año.

La localización de la planta estará ubicada en la ciudad de Loja, en la parroquia El Valle en San Cayetano Alto por la Vía a Zamora siendo un lugar accesible para la elaboración de las vasijas y la protección del medio ambiente.

La inversión necesaria para su funcionamiento en activos fijos de \$ 6942.6; en activos diferidos es de \$ 2551.5 y en activo circulante es de \$ 15895.03; el mismo que será financiado el 40.92% con capital propio y el 59.08% por medio de un préstamo en el Banco de Loja con una tasa de interés anual del 12%.

El presupuesto de ingresos para el primer año será de \$ 213473.76 frente a un costo de \$ 197660.89.

El flujo de caja presenta año una cantidad de \$ 11555.72 para el primer año.

Los resultados obtenidos que se presentaron en los indicadores para la evaluación financiera, demuestran la factibilidad del proyecto, con un VAN de \$ 74706.9 y una TIR de 80.29%: PRC el capital se recuperara en 1 año 8 meses y 19 días; RB/C es de 1.19, es decir que por cada dólar invertido tendremos una utilidad de 0.19 ctvs; y sobre el análisis de sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 10.74% y una disminución en los ingresos de 9.15% para poner en práctica el plan, se debe tener presente este tipo de indicadores aptos para la toma de decisiones asegurando la rentabilidad del proyecto.

b.2 SUMMARY / ABSTRACT

The present investigative work is focused in the realization of investment projects for that which the following topic has been determined: "STUDY OF FEASIBILITY FOR THE IMPLEMENTATION OF A COMPANY PRODUCER AND COMERCIALIZADORA OF VESSELS OF MUD IN THE CANTON LOJA" the same one that has outlined it to him due to the lack of undertake of the creation of companies and also because it is had the necessary resources for their execution.

The objectives that thought about for the present investigation were the following ones:

- To carry out a market study to know the offer and the demand in the city of Loja.
- To determine the size, localization and engineering of the project through a technical study.
- To carry out an administrative and legal study that contributes to the good operation and organizational development.
- To carry out the Financial Study with their financial respective economic evaluation of the project, with the purpose of verifying through indicators their profitability.

You begins with a study in the canton Loja, taking like part of the study a previous sample of users or consumers and bidders or trading, obtaining information that allowed to process it and to analyze it to establish the

requirements and necessities as for the likes and preferences, prices, quantity, quality, required units, the same one that gave an annual demand of 717387 vessels, the offer of 21280 obtaining an unsatisfied demand of 684405.

One also carries out the Plan of Marketing the same one that contains information about the product in this case the vessels of mud.

The price, it has been fixed according to the production costs, operation and the margin of gross utility.

The square or sale place will be carried out by means of the following distribution channel: Maker - Middleman - Final Consumer.

The promotion being carried out by means of the direct contact between the buyers persons and the seller person. As the business makes publicity was made to monopolize bigger market.

The size you determines for the readiness of the used capacity and the installed capacity, obtaining a capacity of production of 128326 for the first year.

The localization of the plant will be located in the city of Loja, in the parish The Valley in San Cayetano for the Road to Zamora being an accessible place for the elaboration of the vessels and the protection of the environment.

The necessary investment for their operation in active fixed of \$ 6942.6; in differed assets it is of \$ 2551.5 and in active circulating it is of \$ 15895.03;

the same one that 40.92% will be financed with own capital and 59.08% by means of a loan in the Bank of Loja with an annual interest of 12%.

The budget of revenues for the first year will be of \$ 213473.76 in front of a cost of \$ 197660.89.

The box flow presents year a quantity of \$ 11555.72 for the first year.

The obtained results that they showed up in the indicators for the financial evaluation, they demonstrate the feasibility of the project, with a they GO of \$ 74706.9 and a TIR of 80.29%: PRC the capital recovered in 1 year 8 months and 19 days; RB / C is of 1.19, that is to say that for each invested dollar we will have an utility of 0.19 ctvs; and on the analysis of sensibility it indicates that the project supports an increment in the costs of 10.74% and a decrease in the revenues of 9.15% to put in he/she practices the plan, present this type of capable indicators should be had for the taking of decisions assuring the profitability of the project.

INTRODUCCIÓN

c. INTRODUCCIÓN

La mayoría de las empresas tanto productoras de bienes y de servicio no son implementadas de forma adecuada, puesto que no aplican los procesos necesarios para lograr el éxito deseado como son: el estudio de mercado, estudio técnico, análisis financiero, estructura administrativa y la legalización los mismos que brindan y cubren todas las necesidades de la empresa, buscando mejoras en los productos y en la prestación de los servicios.

Con el presente trabajo se pretende contribuir, al mejoramiento de las condiciones socio económicas, de los cantones en la provincia de Loja, por ello hemos creído conveniente enfocarnos en el siguiente tema: “Estudio de Factibilidad para la Implementación de una Empresa Productora y Comercializadora de Vasijas de Barro en el Cantón Loja”. La importancia del producto en estudio está encaminado en prometer a la población una alternativa diferente al ofrecer un producto que cuenta con varios usos.

Para la ejecución del siguiente trabajo se ha tomado en cuenta las normas generales que presenta La Universidad Nacional De Loja

La presente tesis contiene lo siguiente:

Revisión de Literatura en donde se expone lo referente al producto a comercializar así como sus distintas fases o estudios.

Los Materiales y Métodos los cuales describen los diferentes materiales, métodos, técnicas así como el procedimiento que indica cómo se realizó cada estudio.

En los resultados se procedió a la recolección de información mediante la aplicación de encuestas por familias, para luego ser tabulada, procesada e interpretada y poder así presentar los resultados.

El Estudio Técnico está basado en el estudio de mercado y además se realizó un estudio de todos los requerimientos para la localización de la Empresa, se realizó un dibujo técnico de las adecuaciones considerando las especificaciones del local, se determinó la capacidad a instalar y el porcentaje que se utilizará para producir. Así mismo se hace constar la descripción de procesos, diagramas y flujo gramas para la elaboración del producto.

El Estudio Organizacional se base en las diferentes normas y reglas, con el objeto de posibilitar un buen funcionamiento, describe los elementos necesarios para la administración como la estructura empresarial, niveles jerárquicos, minuta, organigramas y manual de funciones. Dentro de los aspectos legales se distingue la constitución legítima de la empresa como Cía. Ltda.

En el Estudio Financiero se tomó como base el Estudio de Mercado y Técnico lo que permite determinar las necesidades, valiéndose de instrumentos como el Presupuesto para cuantificar el monto que se requiere

para la inversión y con ello determinar las fuentes de obtención de capital, dentro de la Evaluación Financiera está basada en indicadores económicos importantes como son: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, la Relación Beneficio-Costo y al Análisis de Sensibilidad a través de los cuales se determinó la rentabilidad del proyecto.

Una vez que se ha concluido con la fase de elaboración y evaluación del proyecto se llegó a determinar las conclusiones, recomendaciones, y la bibliografía en la cual se especifican diferentes fuentes investigativa; finalmente se hace constar algunos anexos que nos sirvieron de soporte para el desarrollo de nuestro proyecto.

REVISIÓN DE LITERATURA

d. REVISIÓN DE LITERATURA

d.1 ANTECEDENTES GENERALES

d.1.1 GENERALIDADES DE LAS VASIJAS DE BARRO



Vasija, pieza cóncava y pequeña, de barro u otra materia y de forma común u ordinaria, que sirve para contener especialmente líquidos o cosas destinadas a la alimentación.

Se denomina vasija a un recipiente destinado a contener líquidos y que por su tamaño no se utiliza para beber directamente. Principalmente son aquellos de forma tubular abombada en el centro, abiertos, con asa y pie, y fabricados en vidrio, porcelana, cerámica , barro u otros materiales.

Las vasijas de barro:

Se han encontrado vasijas de barro elaboradas por la mano del hombre de la prehistoria y demuestra la facilidad que tenían para trabajar con barro. Las vasijas eran utilizadas para comidas, agua y otras elaboradas con adornos y gran colorido.

El trabajo de la cerámica es milenario; surgen con las primeras sociedades agrarias. Es clara la relación entre la tierra, los alimentos, los objetos de barro y el mismo hombre quien cosecha los frutos de la tierra, los prepara y come en recipientes de barro cocido y vuelve a la tierra a su muerte muchas veces enterrado a una vasija de barro.

El alfarero o la alfarera logran transformar la blanda, moldeable arcilla en infinidad de formas las que, al cocerse, quedan resistentes, durables, casi permanentes. Del barro se hacen desde casas hasta la más fina vajilla de porcelana. La cerámica no podemos comprenderla si la miramos como mero objeto, fuera de su contexto.

La cerámica popular actual del Ecuador, se puede dividir, de manera general, en dos grupos:

1) El primero lo conforman los alfareros que producen una cerámica utilitaria de formas de probable origen prehispánico y con técnicas que también son una herencia de las que se utilizaban antes de la llegada de los españoles. Las herramientas son pocas y sencillas, el proceso de fabricación totalmente manual, se utilizan engobes para la decoración simple y se

quema la cerámica al aire libre. En la mayoría de los casos las mujeres son las ceramistas, combinado este trabajo con la agricultura y los quehaceres domésticos.

2) En el segundo grupo encontramos los alfareros que utilizan las técnicas introducidas por los españoles. Torno y el vidriado a base del óxido de plomo, decoración pintada con óxidos, más comúnmente el de cobre (verde). Se utiliza también un horno para leña, de adobe o ladrillo, para quemar las cerámicas. En este segundo grupo el hombre es el alfarero, aunque le ayuda su esposa e hijos. Los alfareros trabajan a tiempo completo y sus talleres forman pequeñas empresas familiares que producen, muchas veces, grandes volúmenes de cerámica corresponder a la demanda del mercado y que se venden, normalmente, a través de intermediarios o comerciantes de cerámica.

Existe una gran variedad de formas y diseños. No sólo se fabrica cerámica utilitaria de formas de herencia hispano-árabe, sino gran cantidad de macetas y, además vajillas, adornos y figuras, destinada esta producción al mercado urbano y turístico.

d.2. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio del mercado trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico. Por espacio se entiende:

1-La necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un área delimitada.

2-También identifican las empresas productoras y las condiciones en que se está suministrando el bien.

3-Igualmente el régimen de formación del precio y de la manera como llega el producto de la empresa productora a los consumidores y usuarios.

El estudio de mercado está compuesto por bloques, buscando identificar y cuantificar, a los participantes y los factores que influyen en su comportamiento.

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

EL PRODUCTO¹

En esta parte se debe definir las características específicas del bien o servicio objeto de análisis.

1- **Producto principal.** Se deben reunir los datos que permitan identificar al producto principal. Se deben señalar sus características físicas, químicas o de cualquier otra índole. Tiene que haber coherencia con los datos del estudio técnico. Es necesario aclarar si se trata de productos para exportación, tradicionales, o un nuevo producto.

EL CONSUMIDOR¹

Población. Estime la extensión de los probables consumidores o usuarios, y determine el segmento de la población será la que adquiera el producto en el mercado.

1. Consumidores actuales y tasa de crecimiento
2. Distribución espacial de la misma, por grupos de edad, sexo y otros cuyas especificaciones afecten al producto.

Tamaño de la muestra.

Se debe tomar en consideración que un tamaño grande de muestra no siempre significa que proporcionará mejor información que un tamaño

¹ <http://www.gestiopolis.com/>..

pequeño de ella, la validez de la misma está en función de la responsabilidad con que se apliquen los instrumentos por parte de los investigadores; por otro lado el aplicar un mayor número de encuestas siempre requerirá la utilización de mayor tiempo y recursos. Para determinar el tamaño de la muestra se puede utilizar una de las siguientes fórmulas:

$$n = \frac{N.z^2.p.q}{(N-1)e^2 + z^2.p.q} \quad \text{o} \quad n = \frac{N}{1+N.e^2}$$

Ingreso. Se debe caracterizar la capacidad potencial de compra de los consumidores, con los siguientes datos.

1. Nivel de ingreso y tasa de crecimiento.
2. Estratos actuales de ingresos y cambios en su distribución.

DEMANDA DEL PRODUCTO

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

Deben incluir:

1. Situación actual de la demanda.

Haga una estimación cuantitativa del volumen actual de consumo del bien producido. Preséntelos de esta manera.

- a- Series estadísticas básicas que permitan determinar la evolución del consumo del producto durante un período suficiente que permita estimar la tendencia a largo plazo.
- b- Estimación de la demanda actual
- c- Distribución espacial y tipología de los consumidores. Caracterice la demanda y presente indicaciones de su concentración o dispersión en el espacio geográfico, junto con la variedad de consumidores.

2. Indicadores de la demanda.

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

3. Situación futura.

Para estimarla debe proyectar la demanda futura para el período de la vida útil del proyecto. Se debe basar en los datos estadísticos conocidos.

OFERTA DEL PRODUCTO

Estudia las cantidades que suministran los productores del bien que se va a ofrecer en el mercado. Analiza las condiciones de producción de las empresas productoras más importantes. Se referirá a la situación actual y

futura, y deberá proporcionar las bases para prever las posibilidades del proyecto en las condiciones de competencia existentes.

1. Situación actual. Presente y analice datos estadísticos suficientes para caracterizar la evolución de la oferta. Para ello siga el siguiente esquema:

a- Series estadísticas de producción e importación.

b- Cuantifique el volumen del producto ofrecido actualmente en el mercado.

c- Haga un inventario crítico de los principales oferentes, señalando las condiciones en que realizan la producción las principales empresas del ramo. Debe señalar los siguientes aspectos.

- Volumen producido.
- Participación en el mercado.
- Capacidad instalada y utilizada.
- Capacidad técnica y administrativa.
- Localización con respecto al área de consumo.
- Precios, estructura de costos.
- Calidad y presentación del producto.
- Sistemas de Comercialización, crédito, red de distribución.
- Publicidad, asistencia al cliente.
- Regímenes especiales de protección.

2. Análisis del régimen de mercado. Presente información suficiente que permita conocer, si la estructura del mercado del producto, es de competencia perfecta, imperfecta y sus diversos matices.

3. Situación futura, la evolución previsible de la oferta, formulando hipótesis sobre los factores que influirán sobre la participación del producto en la oferta futura. Se deben destacar:

a- Las posibilidades de incremento en el grado de utilización de la capacidad ociosa de los productores actuales.

b- Existencia de planes y proyectos de ampliación de la capacidad instalada por parte de los productores actuales.

c- Proyecte la oferta ajustada con los factores anteriores, y obtendrá la oferta futura del bien.

LOS PRECIOS DEL PRODUCTO

Aquí se analizan los mecanismos de formación de precios en el mercado del producto.

1. Mecanismo de formación: existen diferentes posibilidades de fijación de precios en un mercado se debe señalar la que corresponda con las características del producto y del tipo de mercado. Entre las modalidades están:

- Precio dado por el mercado interno.

- Precio dado por similares importados.
- Precios fijados por el gobierno.
- Precio estimado en función del costo de producción.
- Precio estimado en función de la demanda.
- Precios del mercado internacional para productos de exportación.

2. Fijación del precio se debe señalar valores máximos y mínimos probables entre los que oscilará el precio de venta unitario del producto, y sus repercusiones sobre la demanda del bien. Una vez que se ha escogido un precio, es el que se debe utilizar para las estimaciones financieras del proyecto.

MERCADO POTENCIAL

El objetivo del estudio de mercado es proyectar las cantidades del producto que la población estará en capacidad de consumir a los diferentes niveles de precios previstos. en este sentido, es necesario calcular la demanda insatisfecha. Para determinarla proceda de esta manera.

1. Cruce los datos proyectados de demanda con la oferta proyectada
2. Si la demanda es mayor que la oferta proyectada significa que existirá demanda insatisfecha.
3. Compárela con la oferta del producto que cubrirá el proyecto, y cuantifíquela.
4. En caso de no existir tales diferencias, se deberán mencionar los factores

que pueden permitir captar un mercado ya cubierto, o la incorporación a posibles expansiones futuras.

5. Recuerde que de esta demanda potencial se usará para las estimaciones financieras.

COMERCIALIZACIÓN

Son las actividades relacionadas con la transferencia del producto de la empresa productora al consumidor final y que pueden generar costos para el proyecto. Es necesario detallar la cadena de comercialización desde que el producto sale de la fábrica hasta que llega al usuario. Hay muchas modalidades, debe señalar si los productos fabricados por la empresa se van a vender:

- A puerta de fábrica.
- A nivel de mayorista.
- A nivel de minorista.
- A nivel de consumidores.

d.3 ESTUDIO TECNICO

Generalidades²

En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de

²UNL AJSA carrera Administración de Empresas Módulo 10 año 2010.

mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionable. De ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda. Finalmente con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo.

El estudio técnico de la ingeniería de proyectos de inversión cobra relevancia dentro de la evaluación de un proyecto ya que en él se determinan los costos en los que se incurrirán al implementarlo, por lo que dicho estudio es la base para el cálculo financiero y la evaluación económica del mismo.

El Estudio Técnico de un proyecto de inversión consiste en diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea éste un bien o un servicio. “En resumen, se pretende resolver las preguntas referentes de: dónde, cuándo, cuanto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto” (Baca, 2001)

El Objetivo del estudio técnico es verificar si el producto o servicio a ofrecer se puede llevar a cabo; si se cuenta con la materia prima adecuada, los equipos y herramientas necesarias e instalaciones óptimas para su producción. Por lo que el estudio debe contener:

- Determinación del tamaño de la planta tomando en cuenta la demanda, la materia prima requerida, la maquinaria y equipo de producción, la capacidad instalada, incluyendo especificaciones de origen, cotizaciones, fechas de entrega y formas de pago.
- Localización de la planta, incluyendo un estudio de la macro y micro localización para identificar las ventajas y desventajas del mismo.
- Ingeniería básica: Descripción detallada del producto, incluyendo sus especificaciones, así como la descripción del proceso de manufacturación.
- Diseño de la distribución de la planta.
- Estimación de los costos de construcción de los edificios y mejoras al terreno
- Estimación de los costos en los que se incurrirán para llevar a cabo la habilitación de la producción o comercialización del producto.

TAMAÑO DE LA PLANTA

En este elemento del estudio técnico se cuantifica la capacidad de producción y todos los requerimientos que sean necesarios para el desarrollo del bien por ello se debe tomar en cuenta la demanda y de esta manera determinar la proporción necesaria para satisfacer a esa demanda.

A continuación se muestran los factores que pueden apoyar a la determinación del tamaño óptimo del proyecto.

- ✓ **Identificación de la demanda:** El estudio de mercado entre otras cosas, tiene el propósito de mostrar las necesidades del consumidor, la demanda real, potencial y la proyectada basándose en su investigación de mercado. De ahí que la demanda es un factor importante para condicionar el tamaño del proyecto, ésta puede ser mayor al proyecto, igual o bien quedar por debajo, o sea que la proporción de demanda real y potencial puede ser mayor a la proporción de producción que tendrá el proyecto; puede ser también igual si la demanda real y potencial se ve satisfecha con la capacidad de producción del proyecto, finalmente puede quedar por debajo que consiste en ver a la demanda muy pequeña en relación con la capacidad de producción del proyecto.
- ✓ **Identificación de los insumos y suministros del proyecto:** En este punto se debe identificar el abasto suficiente en cantidad y calidad de materias primas que se requiere para el desarrollo del proyecto. De ahí la importancia de conocer a los proveedores, precios, cantidades de suministros e insumos respaldado por cotizaciones para establecer un compromiso.
- ✓ **Identificación de la maquinaria, equipo, tecnología:** Para identificar la maquinaria y equipo que el proyecto requerirá es importante tomar en cuenta todos los elementos que involucren a la decisión. La información que se obtenga será necesaria para la toma de decisiones y para las proyecciones ya que es importante considerarla dentro de la inversión del proyecto

- ✓ **El tamaño del proyecto y el financiamiento:** Para este análisis se sugiere que se haga un balance entre el monto necesario para el desarrollo del proyecto y lo que pudiera arriesgar para financiarlo, pues se tiene que conocer las diferentes fuentes de financiamiento y el rendimiento que dicho proyecto tendría para identificar un beneficio económico en la implantación del proyecto y en caso contrario volver a realizar el análisis y determinar el tamaño necesario que proporcione una utilidad para los inversionistas. En otras palabras identificar si puede cubrir la inversión con fuentes internas o externas o ambas.

La mejor decisión del tamaño óptimo del proyecto es aquella que permita mantener los costos totales durante la vida útil del proyecto.

Capacidad instalada

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un período de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el período de vida de la empresa.

Se mide en el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo.

Capacidad Utilizada

Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que

se desea cubrir durante un periodo determinado. En proyectos nuevos ésta normalmente es inferior a la capacidad instalada en los primeros años y generalmente luego de transcurrido medio periodo de vida de la empresa ésta se estabiliza y es igual a la capacidad instalada.

LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

Este elemento consiste en identificar el lugar ideal para la implementación del proyecto, se debe tomar en cuenta algunos elementos importantes que darán soporte a la decisión del lugar específico de la planta. La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macro localización donde se elige la región o zona más atractiva para el proyecto y el de la micro localización, que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto.

La mejor localización es la que permite obtener la tasa de rentabilidad más alta o el costo unitario mínimo. La ubicación de una planta productora de bienes o servicios está controlada por diversos factores y condiciones, los cuales deben ser evaluados técnica y económicamente para asegurar que la elección de entre varias alternativas sea la más conveniente al proyecto.

Fuerzas Localizacionales

La localización está condicionada por las siguientes fuerzas:

- a) Costo de transporte (insumos y productos)
- b) Disponibilidad de insumos y su costo relativo

c) Fuerzas condicionantes como:

Factores fiscales y financieros, disponibilidad de terrenos y edificios, políticas de desarrollo industrial, condiciones generales de vida, clima y topografía, facilidades de comunicación, infraestructura de salud, sistemas de educación, mano de obra, políticas de descentralización, estrategias de distribución, normas y leyes nacionales y locales, mercado del consumidor, suministro de combustibles, generación de materiales de producción, aspectos culturales y otros.

INGENIERÍA BÁSICA

La ingeniería del proyecto es una propuesta de solución a necesidades detectadas en el ámbito empresarial, social, individual, entre otros.

Descripción del producto: La descripción del bien o servicio debe mostrar las especificaciones físicas del producto. Para ello será necesario identificar la materia prima (insumos) que se utilizarán y los procesos tecnológicos necesarios para su fabricación. En el caso de empresas de servicio, también se tiene que describir detalladamente en que consiste dicho servicio.

Descripción del proceso: Con este elemento se pretende describir la secuencia de operaciones que llevan al bien a transformarse en un producto terminado. En el se debe incluir tiempos y requerimientos, con la finalidad de poder prever el número de unidades que se producirán en un tiempo determinado así como el número de personas que trabajaran en su transformación.

Para su mejor presentación y entendimiento se sugieren los diagramas de flujo los cuales sirven para mostrar los espacios y la transformación de los materiales hasta llegar a su última presentación.

Distribución de la Planta

Una buena distribución del equipo en la planta corresponde a la distribución de las máquinas, los materiales y los servicios complementarios que atienden de la mejor manera las necesidades del proceso productivo y asegura los menores costos y la más alta productividad, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores. (Baca, 2001)

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

1. Integración total, consiste en integrar en lo posible todos los factores que afectan la distribución, para obtener una visión de todo el conjunto y la importancia relativa de cada factor.
2. Mínima distancia de recorrido, al tener una visión general de todo el conjunto, se debe tratar de reducir en lo posible al manejo de materiales, trazando el mejor flujo.
3. Utilización del espacio cúbico, aunque el espacio es de tres dimensiones, pocas veces se piensa en el espacio vertical. Esta acción es muy útil cuando se tienen espacios reducidos y su utilización debe ser máxima.

4. Seguridad y bienestar para el trabajador, este debe ser uno de los objetivos principales en toda distribución
5. Flexibilidad, se debe obtener una distribución fácilmente reajutable a los cambios que exija el medio, para poder cambiar el tipo de proceso de la manera más económica, si fuera necesario.

ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN

A la **inversión fija** pertenecen: terreno, edificio, obra civil, maquinaria, equipos, muebles y enseres, equipos de computación y otros.

Factores relevantes que determinan la adquisición de equipo y maquinaria

Cuando llega el momento de decidir sobre la compra de equipo y maquinaria, se deben tomar en cuenta una serie de factores que afectan directamente la elección. La mayoría de la información que es necesario recabar será útil en la comparación de varios equipos y también es la base para realizar una serie de cálculos y determinaciones posteriores.

A la **inversión diferida** corresponden: instalaciones eléctricas, hidráulicas, sanitarias; adecuaciones de locales arrendados, constitución de la sociedad, el programa de reclutamiento, selección, inducción y capacitación al personal, gastos de arranque y puesta en marcha y otros.

Al **capital de trabajo** conciernen todos los desembolsos que hay que hacer en el período de actividad hasta que el proyecto genere ingresos, por lo

general se establece en el periodo corto de un mes, dependiendo del tipo de producto o servicio del mismo, por ejemplo:

1. En un proyecto de crianza de pollos hay que tomar en cuenta todos los gastos que incurrirán hasta los 2 meses aproximadamente que se tendrá los ingresos por la venta de los pollos.
2. En cambio en la producción de pan se conoce que la producción es diaria y la venta también por lo tanto los gastos para la inversión bastaría considerar para un día.

Entre estos gastos están: costo del arriendo, sueldos al personal, gastos servicios básicos, gasto publicidad, gasto combustible, gasto de mantenimiento y otros que sean necesarios para el funcionamiento, hasta generar ingresos al proyecto.

d.4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

El **estudio administrativo**³ dará información para identificación de necesidades administrativas en las áreas de planeación, personal, licitaciones, adquisiciones, información, comunicaciones, finanzas, y cobranzas, entre otras.

Genera la información sobre las necesidades de infraestructura para el normal desarrollo de las labores en las áreas mencionadas.

En él también se señalan los requerimientos de equipos y dotación de insumos para el adecuado funcionamiento administrativo.

Para hacer el estudio se debe empezarse por elaborar un organigrama de la empresa, asignar funciones y responsabilidades, dicho estudio debe incluir también una descripción detallada de los costos administrativos acompañado de cifras, el aspecto legal de la empresa, nombrando razón y objeto social, los permisos que requiere y los trámites de constitución necesarios.

El **estudio legal** busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a localización de productos, subproductos y patentes. También toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales.

³ <http://www.eumed.net>.

Una de las áreas más relevantes al estudio legal será la legislación tributaria. En ellas se deberán identificar las tasas arancelarias para insumos o proyectos importados o exportados, los incentivos o la privación de incentivos existentes, los diferentes tipos de sociedad (de responsabilidad limitada, sociedad anónima, sociedad en comandita, etc.) y cuál es la más adecuada para llevar a cabo el proyecto.

Como puede apreciarse, este estudio debe adelantarse en las etapas iniciales de la formulación y preparación, ya que un proyecto, altamente rentable, puede resultar no factible por una norma legal. Es indispensable, pues, darle una consideración adecuada a esos aspectos jurídicos antes de avanza en la realización de estudios e incurrir en altos costos en términos de recursos y tiempo de preparación.

El objetivo es analizar algunos aspectos legales que son importantes al inicio de un proyecto debido a que las leyes laborales, tributarias, económicas, comerciales y demás deben cumplirse a cabalidad; de lo contrario se incurrirá en costos elevados por multas y tributos excesivos que harán que el proyecto fracase.

El estudio legal considera: constitución de la empresa, aspectos comerciales y aspectos tributarios.

Estructura Empresarial

Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con que esta cuente, ya que una buena organización

permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible, que los recursos, especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

Niveles Jerárquicos de Autoridad

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 productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:

1. Nivel Legislativo-Directivo

Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomaran el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, 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. Para su actuación está representado por la Presidencia.

2. Nivel Ejecutivo

Este nivel está conformado por el Gerente - Administrador, el cuál será nombrado por el nivel Legislativo-Directivo 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.

3. Nivel asesor

Este nivel aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más áreas que tengan que ver con la entidad a la cual estén asesorando. Este nivel está integrado por expertos que tienen amplio dominio de determinada técnica. Este nivel no tiene autoridad de mando, sino autoridad funcional, por lo tanto no toma decisiones ni ordena los consejos, recomendaciones, asesoría, informes y más instrumentos que nacen de este nivel, para ser transformados en órdenes requieren necesariamente la decisión del jefe con mando directivo.

4. Nivel Operativo

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

Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de

producción o el proceso productivo, así como también las tareas de la venta, o todo lo relacionado con la comercialización o tareas de marketing.

5. Nivel Auxiliar

El nivel auxiliar ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidades y eficiencia.

Organigramas

Es la representación gráfica de la estructura orgánica que muestra la composición de las unidades administrativas que la integran y sus respectivas relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría.

Organigrama Estructural.- Representa el esquema básico de una organización, lo cual permite conocer de una manera objetiva sus partes integrantes, es decir, sus unidades administrativas, la relación de dependencia que existe entre ellas, permitiendo apreciar la organización de la empresa como un todo.

Organigrama Funcional.- es una modalidad del estructural y consiste en representar gráficamente las funciones principales básicas de una unidad administrativa. Al detallar las funciones se inicia por las más importantes y luego se registran aquellas de menor trascendencia, se determina qué es lo que se hace.

Organigrama de Posición.- sirve para representar la distribución del personal en las diferentes unidades administrativas, se indica el número de cargos, la denominación del puesto y la clasificación, se puede incluir la remuneración y aún el nombre del empleado.

4 Manual de Funciones

Aunque en la formulación de un proyecto no es aspecto prioritario el detallar los puestos de trabajo ni las funciones a cumplir, puesto que esta parte de la normatividad interna y sus regulaciones son de competencia de los inversionistas, es importante el plantear una guía básica sobre la cual los inversionistas establezcan sus criterios de acuerdo a sus intereses.

Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos:

- ☞ Relación de dependencia (Ubicación interna)
- ☞ Dependencia Jerárquica. (Relaciones de autoridad)
- ☞ Naturaleza del trabajo (Se refiere a las principales características sobre la ejecución en el puesto de trabajo)
- ☞ Tareas principales
- ☞ Tareas secundarias
- ☞ Responsabilidades
- ☞ Requerimiento para el puesto.

Estructura Legal

Entre las formas legales más representativas de la organización empresarial en países de economía privada o mixta, se pueden distinguir las de empresario individual, compañía de responsabilidad limitada, compañía anónima, compañía colectiva, en comandita, compañía de economía mixta.

a. Base Legal⁴

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley, entre ellos tenemos:

- 1 Acta constitutiva.** Es el documento certificador de la conformación legal de la empresa, en el se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.
- 2 La razón social o denominación.** 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.
- 3 Domicilio.** Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.

⁴ UNL AJSA carrera Administración de Empresas Módulo 10 año 2010.

- 4 **Objeto de la sociedad.** Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.
- 5 **Capital social.** Debe indicarse cual es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.
- 6 **Tiempo de duración de la sociedad.** Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.
- 7 **Administradores.** Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quién responda por las acciones de la misma.

d.5 ESTUDIO FINANCIERO

Permiten proyectar a la empresa conociendo sus antecedentes, sus Estados Financieros, Su capacidad de generar fondos, y en base a estas variables, proyectarla en el futuro. Es importante destacar que esta parte de simular, proyectar, es manejar un escenario optimista de la empresa.

Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.

Las inversiones del proyecto pueden clasificarse en función de los factores que se quieran considerar. Las más habituales son:

- ❖ Físicas (Proyectos).
- ❖ Expansión (aumento de demanda).
- ❖ Innovación (nuevos productos).
- ❖ Reemplazo(en bienes productivos)
- ❖ Estratégicas (posición futura de la empresa).

5.1 Presupuesto de Costos e Ingresos

5.1.1 Presupuesto de Costos

Costo es una palabra muy utilizada, debido a su amplia aplicación, se puede decir que el costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro. Hay que señalar que la evaluación de proyectos es una técnica de planeación, y la forma de tratar el aspecto contable no es tan rigurosa, lo cual se demuestra cuando por simplicidad, las cifras se redondean al millar más cercano. Los costos en los que recurre una empresa industrial son:

Costos de producción, a estos pertenecen el costo de materia prima, el costo de mano de obra, el costo de envases, de energía eléctrica, de agua, combustible, control de calidad, mantenimiento, cargos de depreciación y amortización, costos para combatir la contaminación y otros.

Costos de administración, son los que provienen para realizar la función de administración en la empresa, a estos costos pertenecen sueldos del personal administrativo, gastos de oficina, depreciación de activos utilizados en estas funciones, amortización, servicios básicos y otros.

Costos de venta son los que se originan en las funciones de vender el producto al consumidor final o al cliente (intermediario), están: sueldos del personal del departamento o función de marketing o ventas, gastos de oficina (útiles de oficina, suministro de limpieza), servicios básicos, publicidad, investigación, capacitación, pruebas de mercado, depreciación y amortización de activos utilizados y otros.

Costos financieros son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo. Algunas veces estos costos incluyen en los generales de administración, pero lo correcto es registrarlos por separado, ya que un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay por qué cargarlo a un área específica.

Así, una vez determinado el programa de producción y el cálculo de las ventas se obtienen los datos necesarios para elaborar el punto de equilibrio, estado de pérdidas y ganancias y definir la capacidad de pago en

combinación con los costos de producción a saber: costos de fabricación, costos generales de administración, costos generales de ventas y costos financieros.

5.1.2 Presupuesto de Ingresos

Está dado por los dineros que esperan recibir por el producto o la prestación del servicio del proyecto.

5.1.3 Punto de equilibrio

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios. El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.

Costos fijos son aquellos que son independientes del volumen de producción.

Costos variables son los que varían directamente con el volumen de producción.

Evaluación Financiera.- Representa a la transformación del activo fijo en activo disponible, tales fondos no habrán de ser reinvertidos en nuevos activos fijos, hasta que los existentes lleguen a su nuevo rendimiento aceptable.

El Valor Actual neto.- es uno de los métodos básicos que toma en cuenta la importancia de los flujos de efectivo en función del tiempo. Consiste en

encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, también actualizado de las inversiones y otros egresos de efectivo- La tasa que se utiliza para descontar los flujos es el rendimiento mínimo aceptable de la empresa, por debajo del cual los proyectos de inversión no deben efectuarse.

Criterios para evaluar:

- ◆ Si el VAN es negativo no se deben realizar el proyecto.
- ◆ Si el VAN es igual a cero es indiferente el proyecto.
- ◆ Sí el VAN es positivo se debe ejecutar el proyecto.

Relación Beneficio Costo.- Llamado a menudo índice del valor actual, es utilizado fundamentalmente en los proyectos que cubren circunstancias de carácter social, es decir de beneficio a la colectividad, sin embargo también es usado en los proyectos de decisión para invertir.

La fórmula que se utiliza para calcular Relación Beneficio Costo es la siguiente:

$$B/C = \frac{\text{Sumatoria de los Ingresos actualizados}}{\text{Sumatoria de los Costos actualizados}}$$

Criterios para evaluar:

- ◆ Si B/C es menor a uno no se debe poner en marcha el proyecto
- ◆ Si B/C es igual a uno es indiferente el proyecto
- ◆ Si B/C es mayor a uno significa que por cada dólar invertido la empresa ganará X cantidad de dinero.

Tasa Interna de Rentabilidad.- Es una tasa de descuento (r) que es el rendimiento del proyecto calculado en el tiempo de vida útil del mismo.

Criterios para evaluar:

- ◆ Si la TIR es menor que el costo del capital no es viable
- ◆ Si la TIR es igual que el costo de capital es indiferente el proyecto
- ◆ Si la TIR es mayor a la tasa de costo del capital el proyecto es rentable.

La fórmula que se utiliza para calcular la TIR es:

$$\text{TIR} = \text{Tasa Menor} + \text{Diferencia de Tasas} \frac{\text{Tasa Menor}}{\text{Tasa menor} - \text{Tasa mayor}}$$

Periodo de Recuperación del Capital.- El período de Recuperación de Capital que fuera invertido para iniciar las actividades de la empresa mediante las entradas de efectivo que produce el proyecto.

Las mejores inversiones son aquellas que tienen un período de recuperación más corto.

Análisis de Sensibilidad.- Sirve para calcular hasta qué punto puede soportar el proyecto una disminución de los ingresos y aumento en los costos.

Otorga también seguridad al proyectista respecto de los márgenes de error, en las estimaciones y entrega de información útil para la administración del proyecto durante las etapas de instalaciones y funcionamiento. Se calcula la rentabilidad haciendo variar cada componente de ingreso y costo y se observa en qué medida se altera la tasa de rentabilidad normal del proyecto.

Criterios para evaluar:

- ◆ Si el resultado de la Sensibilidad es mayor a uno el proyecto es sensible
- ◆ Si el resultado de la Sensibilidad es igual a uno el proyecto es indiferente
- ◆ Si el resultado de la Sensibilidad es menor a uno el proyecto no es sensible

MATERIALES Y MÉTODOS

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Para el desarrollo del presente proyecto se considera algunos de los aspectos más relevantes de nuestro medio los mismos que permiten poner en práctica nuestros conocimientos y por ende fortalecer el proceso para implementar la empresa; mediante la aplicación de diferentes métodos tales como:

MÉTODOS

Método científico: Sirvió para la realización del marco teórico y para todos los procedimientos matemáticos que se utilizan en el estudio financiero.

Método Descriptivo: Mediante este método se describe cual es la realidad en si del cantón Loja determinando el problema existente.

Método Analítico: Se utiliza este método porque los conceptos se presentan como una totalidad que luego se los fue descomponiendo en partes, basándose en los principios de que, para comprender un fenómeno, es necesario conocer las partes que lo componen.

Método Inductivo: Este método se lo aplicó para formular, analizar e interpretar las encuestas, las mismas que permitieron proyectar la información extraída siendo útil para así poner en ejecución la empresa de vasijas de barro en la ciudad de Loja; cuya implementación es de mucha importancia ya que ayuda a la

producción y comercialización del producto, logrando así un posicionamiento en el mercado e incrementando de esta manera la rentabilidad.

Método Deductivo: Mediante este método se analizó la información base en donde se aborda conocimientos generales sobre la ejecución de la misma permitiéndonos de esta manera deducir conclusiones.

MATERIALES:

Humanos: El presente proyecto fue elaborado por las autoras: Magaly Del Rocio Curipoma Jiménez y Patricia Elizabeth Cumbicus Vaca; así como también tuvo la participación de los docentes encargados en la revisión del mismo.

Didácticos: Se utilizó: computadora, libros, flash memory, hojas de papel bond, internet, CD, cuadernos, entre otros.

TÉCNICAS

Observación Directa: Nos permitió conocer la situación actual del tema en estudio y de esta manera conocer la competencia del mismo.

Recopilación Bibliográfica: Se utilizó para extraer información pertinente del tema en estudio.

Técnica de la Encuesta: Las mismas que fueron aplicadas a las familias del cantón Loja para constatar la información.

Para el cálculo de la población se tomó los datos obtenidos del censo que realizó el INEC (Instituto de Estadísticas y Censos) en el 2001 que para el cantón Loja es de 175077, aplicando una tasa de crecimiento del 1.75% dato otorgado por el INEC.

PROYECCION DE LA POBLACIÓN POR FAMILIAS

CUADRO N° 1

PROYECCION DE LA POBLACION				
POBLACION	TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL	POBLACION PROYECTADA	No. DE INTEGRANTES POR FAMILIA	NUMERO DE FAMILIAS
2001	1.75	175.077	4	43.769
2002	1.75	178.141	4	44.535
2003	1.75	181.258	4	55.315
2004	1.75	184.430	4	46.108
2005	1.75	187.658	4	46.915
2006	1.75	190.942	4	47.736
2007	1.75	194.283	4	48.571
2008	1.75	197.683	4	49.421
2009	1.75	201.143	4	50.286
2010	1.75	204.663	4	51.166

Fuente: INEC.

Elaborado por: Las Autoras.

Fórmula para la proyección de la población:

$$P_n = P_o(1 + N)^n$$

$$P_{2010} = 175.077(1 + 0.0175)^9$$

$$P_{2010} = 204663$$

204663/4 = 51166 número de familias del cantón Loja.

Fórmula para la Población Finita.

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

$$n = \frac{51166(1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(51166 - 1)0.05^2 + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$n = \frac{51166(3.8416)(0.25)}{(51166 - 1)0.0025 + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{49140}{51165(0.0025) + 0.9604}$$

$$n = \frac{49140}{127.91 + 0.9604}$$

$$n = \frac{49140}{128.87}$$

n= 381 encuestas a aplicar.

n= Tamaño de la muestra.

N = Población 35655 habitantes por familia.

Z = Nivel de confianza 95% (1.96).

P = Probabilidad de que el evento ocurra (50%).

Q = Probabilidad de que el evento no ocurra (50%).

E = Error permitido (5%).

N-1= Factor de correlación finita.

Nota: En anexos se detalla el desglose de las encuestas destinadas a cada parroquia.

RESULTADOS

f. RESULTADOS

f.1 ESCUESTA APLICADA A LA DEMANDA

1. ¿CONOCE UD. LAS VASIJAS DE BARRO?

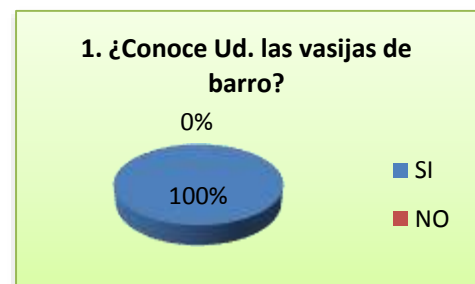
CUADRO N° 2

DETALLE	FRECUENCIA	%
SI	381	100
NO	0	0.00
TOTAL	381	100

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO N° 1



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De las encuestas aplicadas el 100% de encuestados correspondiente a 381 personas si conocen las vasijas de barro por ser un producto tradicional que se ha venido dando desde la antigüedad.

2. ¿HA COMPRADO UD. VASIJAS DE BARRO?

CUADRO N° 3

DETALLE	FRECUENCIA	%
SI	376	98.69
NO	5	1.31
TOTAL	381	100

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO N° 2



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

ANÀLIS E INTERPRETACIÒN

De los resultados obtenidos 376 personas encuestadas que equivalen al 98.69% supieron indicar que si compran vasijas de barro puesto que son productos utilizados para varios fines y una mínima parte que corresponde a 5 personas con el 1.39% no compran porque no requieren de los mismos.

3. ¿QUÉ CANTIDAD DE VASIJAS DE BARRO COMPRA USTED ANUALMENTE?

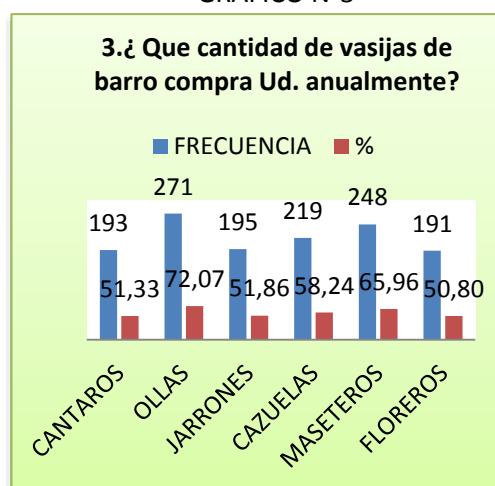
CUADRO N°4

DETALLE	FRECUENCIA	%
CANTAROS	193	51.33
OLLAS	271	72.07
JARRONES	195	51.86
CAZUELAS	219	58.24
MASETEROS	248	65.96
FLOREROS	191	50.80
TOTAL	-	-

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO N°3



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÒN

Considerando que es una pregunta de opción múltiple del total de encuestados el 51.33% compran cantaros los mismos que son utilizados como adornos o para almacenar algún producto; el 72.07% adquieren ollas las cuales las utilizan para cocer alimentos y como un medio de diversión (ollas encantadas); el 51.86% corresponde a los jarrones que sirven para

almacenar agua, el 58.24% compran cazuelas que al igual que las ollas son utilizadas para cocer alimentos; un 65.96% compran maseteros y un 50.80% floreros los mismos que son utilizados para la decoración de los hogares.

4. ¿POR QUÉ ADQUIERE ESTE TIPO DE PRODUCTO?

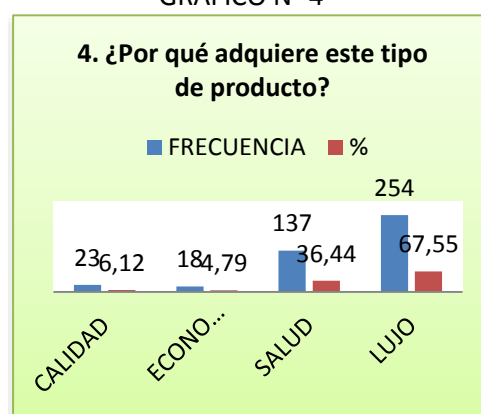
CUADRO N° 11

DETALLE	FRECUENCIA	%
CALIDAD	23	6.12
ECONOMIA	18	4.79
SALUD	137	36.44
LUJO	254	67.55
TOTAL	-	-

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO N° 4



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

DESGLOSE DE DATOS

CANTAROS

CUADRO N°5

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
1 a 3	185	95.85
4 a 6	8	4.15
TOTAL	193	100.00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

OLLAS

CUADRO N°6

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
1 a 3	218	236.96
4a 6	53	57.61
TOTAL	271	294.57

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

JARRONES

CUADRO N°7

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
1 a 3	184	94.36
4 a 6	11	5.64
TOTAL	195	100.00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

CAZUELAS

CUADRO N°8

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
1 a 3	209	95.43
4 a 6	10	4.57
TOTAL	219	100.00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

MASETEROS

CUADRO N°9

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
1 a 3	190	76.61
4 a 6	58	23.39
TOTAL	248	100.00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

FLOREROS

CUADRO N°10

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
1 a 3	171	89.53
4 a 6	20	10.47
TOTAL	191	100.00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los resultados dados el 67.55% de encuestados supieron indicar que compran este tipo de productos por lujo ya que los utilizan para decorar sus hogares o lugares de trabajo; un 36.44% adquieren por salud puesto que les

dan un uso domestico; un 6.12% por su calidad y un 4.79% por su ecomia debido a que los consideran baratos comparados con productos uso similar.

5. ¿EN QUE LUGAR ADQUIERE LAS VASIJAS DE BARRO?

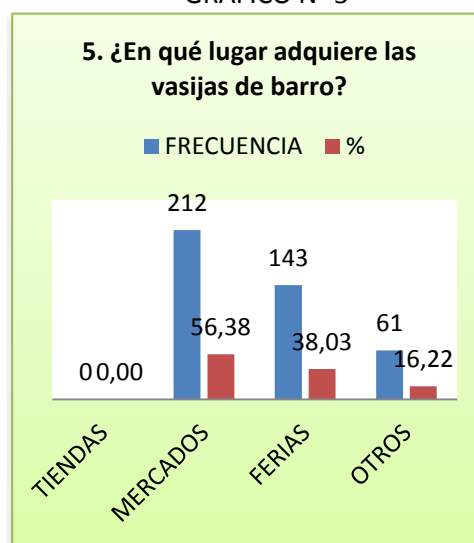
CUADRO N° 12

DETALLE	FRECUENCIA	%
TIENDAS	0	0.00
MERCADOS	212	56.38
FERIAS	143	38.03
OTROS	61	16.22
TOTAL	416	110.64

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO N° 5



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestas aplicadas el 56.38% adquiere este tipo de productos en los mercados debido a que en estos lugares es donde comunmente se venden dichas vasijas, así mismo tenemos un 38.03% que compra en las ferias por la variedad de vasijas de barro que existen, mientras que un 16.22% adquieren en otros lugares como en las ferias libres.

6. EN CASO DE QUE SE IMPLEMENTARA UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE VASIJAS DE BARRO ¿ESTARÍA UD. DISPUESTO A COMPRAR NUESTRO PRODUCTO?

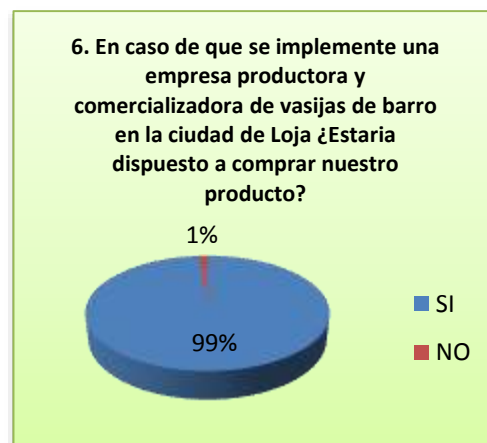
CUADRO N°13

DETALLE	FRECUENCIA	%
SI	376	98.69
NO	5	1.31
TOTAL	381	100

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO N°6



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De las encuestas aplicadas el 98.69% que corresponde a 376 personas si estarían dispuestos a comprar nuestros productos debido a que son productos que cuentan con muchos beneficios dentro de sus hogares y una mínima parte que corresponde el 1.31% que representa a 5 encuestados no nos compraría puesto que no hace uso de los mismos.

7. ¿QUÉ TIPO DE VASIJAS DE BARRO LE GUSTARIA COMPRAR EN CASO DE QUE SE IMPLEMENTARA LA EMPRESA Y QUÉ CANTIDAD COMPRARÍA ANUALMENTE?P.O.M

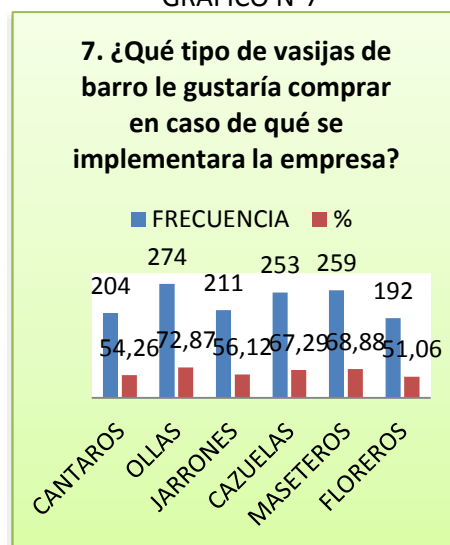
CUADRO N°14

DETALLE	FRECUENCIA	%
CANTAROS	204	54.26
OLLAS	274	72.87
JARRONES	211	56.12
CAZUELAS	253	67.29
MASETEROS	259	68.88
FLOREROS	192	51.06
TOTAL	-	-

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO N°7



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

DESGLOSE DE DATOS

CANTAROS

CUADRO N°15

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
1 a 3	196	96.08
4 a 6	8	3.92
TOTAL	204	100.00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

OLLAS

CUADRO N°16

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
1 a 3	217	79.20
4 a 6	57	20.80
TOTAL	274	100.00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

JARRONES

CUADRO N°17

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
1 a 3	199	94.31
4 a 6	12	5.69
TOTAL	211	100.00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

CAZUELAS

CUADRO N°18

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
1 a 3	217	85.77
4 a 6	36	14.23
TOTAL	253	100.00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

MASETEROS

CUADRO N°19

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
1 a 3	200	77.22
4 a 6	59	22.78
TOTAL	259	100.00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

FLOTEROS

CUADRO N°20

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
1 a 3	154	80.21
4 a 6	38	19.79
TOTAL	192	100.00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De las encuesta aplicadas el 54.26% que representa a 204 encuestados supieron indicar que nos comprarían cantaros así mismo con un porcentaje

similar que es el 56.12% correspondientes a 211 personas prefieren jarrones porque sirven para almacenar algún tipo de producto y como adornos para el hogar; el 72.87% optaron por las ollas puesto que tienen varios fines preferentemente para darles uso doméstico; un 67.29% por cazuelas que al igual que las ollas las prefieren para uso doméstico; el 68.88% nos comprarían maseteros y un 51.06% floreros debido a que son productos decorativos .

8. ¿CÓMO LE GUSTARIA QUE SEA LA PRESENTACIÓN DE LAS VASIJAS DE BARRO?

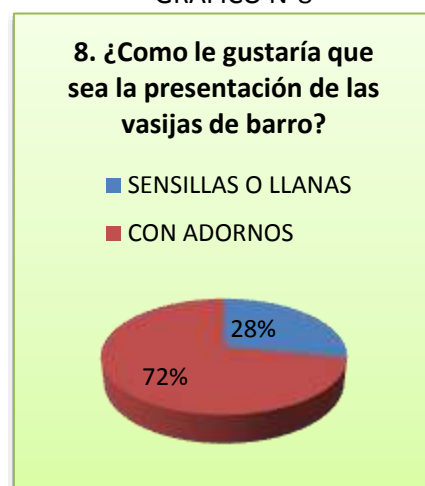
CUADRO N°21

DETALLE	FRECUENCIA	%
SENSILLAS O LLANAS	106	28.19
CON ADORNOS	270	71.81
TOTAL	376	100.00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO N°8



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los resultados obtenidos 270 encuestados que en porcentajes representa al 71.81% prefiere que la presentación del producto sea con adornos dándole de esta manera mayor elegancia a los mismos y un 28.19% las

prefieren sencillas o llanas debido a que por su uso se deterioran con facilidad.

9. ¿CON QUÉ FINALIDAD COMPRARÍA LAS VASIJAS DE BARRO?

P.O.M

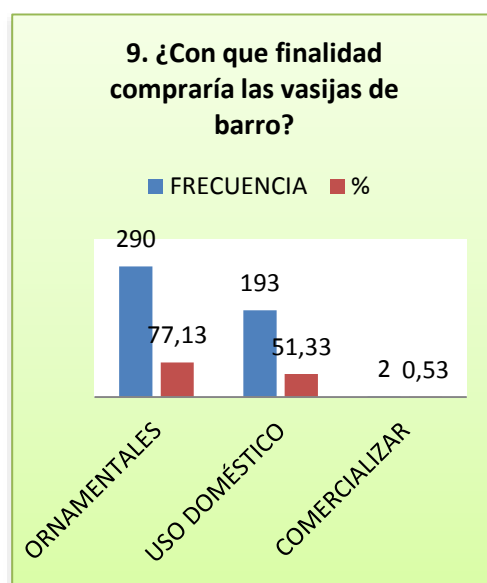
CUADRO N°22

DETALLE	FRECUENCIA	%
ORNAMENTALES	290	77.13
USO DOMÉSTICO	193	51.33
COMERCIALIZAR	2	0.53
TOTAL	-	-

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO N°9



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De las encuestas aplicadas un 77.13% comprarían esta clase de productos con la finalidad de utilizarlos como adornos para dar mayor realce a sus hogares; un 51.33% nos comprarían los productos con el fin de darles un uso doméstico porque son considerados favorables para la salud y un 0.53% con el fin de comercializar flores.

10. ¿POR QUÉ MEDIOS DE PUBLICIDAD DESEARÍA ENTERARSE DE LA EXISTENCIA DE DICHO PRODUCTO? P.O.M

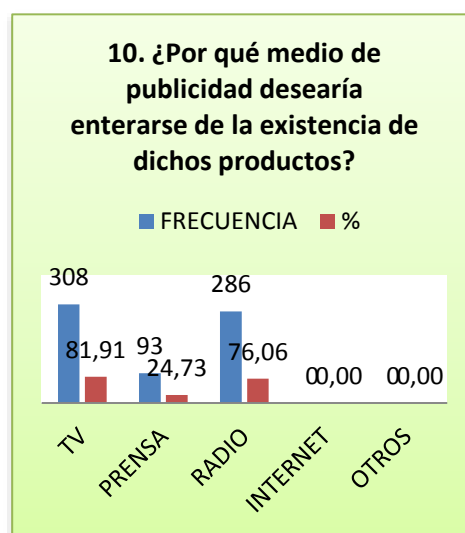
CUADRO N°23

DETALLE	FRECUENCIA	%
TV	308	81.91
PRENSA	93	24.73
RADIO	286	76.06
INTERNET	0	0.00
OTROS	0	0.00
TOTAL	687	182.71

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO N°10



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los resultados obtenidos el 81.91% de los encuestados desearían enterarse de la existencia del producto a través de la TV debido a que se lo utiliza diariamente seguido tenemos con un 76.06% que optaron por la radio puesto que se les facilita por sus trabajos y por último tenemos con un 24.73% la prensa por ser el medio de comunicación de su preferencia.

f.2 ENTREVISTA APLICADA A LOS OFERTANTES DE VASIJAS DE BARRO DEL CANTON LOJA

Mediante la observación directa hemos aplicado un censo a los ofertantes de vasijas de barro existentes en el cantón Loja, para ello utilizamos el siguiente formato:

1. ¿Comercializa Ud. vasijas de barro?

Lo cual nos permitió determinar la existencia de 23 ofertantes que se dedican a la comercialización de vasijas de barro debido a la habilidad que tienen para la elaboración de los mismos y porque es un medio que generan utilidades para su subsistencia.

2. ¿Qué cantidad de vasijas de barro vende semanalmente?

CANTAROS

Cuatro de los entrevistados nos indicaron que venden 1 cántaro a la semana, ocho de ellos 2 unidades, seis ofertantes venden 3 cantaros y 5 comerciantes indicaron que venden 4 unidades dándonos un total de 23 entrevistados y un promedio de venta de 10 cantaros a la semana.

OLLAS

En cuanto a las ollas comentaron que es uno de los productos de mayor acogida por parte del consumidor, nueve de los comerciantes indicaron que venden 2 ollas a la semana, seis vendedores dijeron 3 ollas y ocho de ellos 4 unidades.

JARRONES

Siete de los ofertantes comentaron que venden 2 unidades a la semana, ocho solamente 1 unidad, dos de los entrevistados indicaron que venden 4 y siete comerciantes 3 jarrones semanalmente.

CAZUELAS

De los resultados obtenidos doce ofertantes señalaron que venden 1 cazuela a la semana, ocho 2 unidades y tres vende 3 cazuelas semanalmente.

MASETEROS

Los maseteros es otro de los productos de mayor acogida por parte del consumidor nueve entrevistados comentaron que venden 2 unidades, uno 6 maseteros, dos ofertantes venden 5 unidades, cinco de los entrevistados indicaron que venden 4 unidades y seis de ellos señalaron que venden 3 maseteros a la semana.

FLOREROS

En cuanto a los floreros diez comerciantes indicaron que venden 2 unidades, seis únicamente 1 florero, un entrevistado indico que vende 5 floreros, cinco vendedores 3 unidades y un ofertante 4 unidades semanalmente.

3. ¿Existen fechas especiales donde se vende en mayor cantidad las vasijas de barro?

Todos los entrevistados indicaron que si existen fechas especiales donde los productos tienen mayor acogida y una de ellas es la feria de septiembre

donde la venta de los productos se incrementan y algunos comerciantes comentaron que ellos también viajan a otras ciudades como Cuenca y Ambato en sus festividades ya que existe una gran acogida de dichos productos.

4. ¿A qué precio se venden los productos?

El 100% de los entrevistados nos comentaron que generalmente los precios de las vasijas de barro son cómodos, los precios de las ollas van de 0.50 centavos las pequeñas hasta los 2 dólares las grandes, el precio de los jarrones varían de 1 a 3 dólares, los cántaros tienen un precio de 5 dólares por el tamaño de los mismos y los cantaros medianos tienen un precio de \$2, el precio de las cazuelas son de 1.5 dólares, el precio de los maseteros varían de 1 a 2 dólares y el valor de los floreros es de \$1.50. También supieron indicar que las vasijas de barro aumentan el valor de un dólar cuando tienen adornos o cuando llevan alguna figura puesto que para su realización les toma mayor tiempo y trabajo debido a que no cuentan con el material necesario para su realización en este caso los moldes.

5. ¿Realiza Ud. algún tipo de publicidad?

Finalmente el 95.65% de los entrevistados supieron indicar que no realiza ninguna clase de publicidad y un 4.35% realiza la publicidad en una mínima parte. Siendo los medios de comunicación primordiales para dar a conocer el producto y llegar a la mente del consumidor.

DISCUSIÓN

g. DISCUSIÓN

g.1 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado analizará inicialmente el sector a cual se va entrar, especialmente en términos de productos, mercados, clientes, empresas, nuevas tecnologías, administración, tendencias económicas, sociales, culturales que afectan al sector, barreras de entrada o salida, rivalidades entre competidores, poder de negociación de los clientes y de los proveedores, amenaza de ingreso de nuevos competidores.

g.1.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- ☞ Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha o la posibilidad de ofrecer un mejor bien o servicio.
- ☞ Determinar la cantidad de bienes o servicios y sus precios.
- ☞ Conocer los medios para hacer llegar los bienes o servicios a los clientes.
- ☞ Estimar el riesgo de aceptación en el mercado.

g.1.2 ESTUDIO DE LA DEMANDA

g.1.2.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La demanda se define como la cantidad que están dispuestos a comprar los consumidores de un determinado producto o servicios, considerando un precio y en un determinado periodo.

La finalidad de estudio de mercado es probar que existe un numero suficiente de individuos, empresas u otras entidades que dadas ciertas condiciones presenta una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción de bienes o servicios.

g.1.2.1.1 DEMANDA POTENCIAL

Es la demanda futura, en la cual no es efectiva en el presente, pero que en algunas semanas, meses o años será real.

Para calcular la demanda potencial se ha tomado coma referencia el número de habitantes por familias del cantón Loja que en este caso es de 51166 con una tasa de crecimiento de 1.75%(0.0175).

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

$$P_n = 51166(1 + 0.0175)^1$$

$$P_n = 51166(1.0175)$$

$$P_n = 52061$$

DEMANDA POTENCIAL

Cuadro Nro. 24

AÑOS	FAMILIAS	PORCENTAJE 100%	DEMANDA POTENCIAL
0	51166	100	51166
1	52061	100	52061
2	52972	100	52972
3	53899	100	53899
4	54843	100	54843
5	55802	100	55802

FUENTE: INEC.

ELABORACION: Las Autoras

g.1.2.1.2 DEMANDA REAL

Son los consumidores que adquieren un determinado producto y servicio en el mercado.

Para el cálculo de la demanda real se ha tomado como referencia la demanda potencial por el porcentaje de las personas que compran las vasijas de barro los mismos que se detallan en la pregunta N° 3 de las encuestas aplicadas a los demandantes.

DEMANDA REAL CANTAROS

Cuadro N° 2

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	PORCENTAJE	DEMANDA REAL
0	51166	51.33%	26263
1	52061	51.33%	26723
2	52972	51.33%	27191
3	53899	51.33%	27666
4	54843	51.33%	28151
5	55802	51.33%	28643

FUENTE: Cuadro Nro. 04

ELABORACION: Las Autoras.

DEMANDA REAL
OLLAS

Cuadro N° 26.

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	PORCENTAJE	DEMANDA REAL
0	51166	72.07%	36878
1	52061	72.07%	37523
2	52972	72.07%	38180
3	53899	72.07%	38848
4	54843	72.07%	39528
5	55802	72.07%	40219

FUENTE: Cuadro Nro. 04.

ELABORACION: Las Autoras.

DEMANDA REAL
JARRONES

Cuadro N° 27.

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	PORCENTAJE	DEMANDA REAL
0	51166	51.86%	26536
1	52061	51.86%	27000
2	52972	51.86%	27472
3	53899	51.86%	27953
4	54843	51.86%	28442
5	55802	51.86%	28940

FUENTE: Cuadro Nro. 04.

ELABORACION: Las Autoras

**DEMANDA REAL
CAZUELAS**

Cuadro N° 28.

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	PORCENTAJE	DEMANDA REAL
0	51166	58.24%	29801
1	52061	58.24%	30323
2	52972	58.24%	30854
3	53899	58.24%	31394
4	54843	58.24%	31943
5	55802	58.24%	32502

FUENTE: Cuadro Nro. 04.

ELABORACION: Las Autoras.

**DEMANDA REAL
MASETEROS**

Cuadro N° 29.

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	PORCENTAJE	DEMANDA REAL
0	51166	65.96%	33748
1	52061	65.96%	34338
2	52972	65.96%	34939
3	53899	65.96%	35551
4	54843	65.96%	36173
5	55802	65.96%	36806

FUENTE: Cuadro Nro. 04.

ELABORACION: Las Autoras.

**DEMANDA REAL
FLOREROS**

Cuadro N° 30.

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	PORCENTAJE	DEMANDA REAL
0	51166	50.80%	25991
1	52061	50.80%	26446
2	52972	50.80%	26909
3	53899	50.80%	27380
4	54843	50.80%	27859
5	55802	50.80%	28346

FUENTE: Cuadro Nro. 04.

ELABORACION: Las Autoras.

g.1.2.1.3 DEMANDA EFECTIVA

Es la cantidad de bienes y servicios que en la práctica son requeridos por el mercado.

Para calcular la demanda efectiva se ha tomado como referencia la demanda real multiplicado por el porcentaje de las personas que nos comprarían los productos en caso de implementarse la empresa los mismos que se detallan en la pregunta N°7 de las encuestas aplicadas a los demandantes.

**DEMANDA
EFECTIVA
CANTAROS**

Cuadro N° 31.

AÑOS	DEMANDA REAL	PORCENTAJE 54.26%	DEMANDA EFECTIVA
0	26263	54.26%	14249
1	26723	54.26%	14499
2	27191	54.26%	14752
3	27666	54.26%	15011
4	28151	54.26%	15273
5	28643	54.26%	15541

FUENTE: Cuadro Nro. 14.

ELABORACION: Las Autoras.

**DEMANDA
EFECTIVA
OLLAS**

Cuadro N° 32.

AÑOS	DEMANDA REAL	PORCENTAJE 72.87%	DEMANDA EFECTIVA
0	36878	72.87%	20008
1	37523	72.87%	20358
2	38180	72.87%	20714
3	38848	72.87%	21077
4	39528	72.87%	21446
5	40219	72.87%	21821

FUENTE: Cuadro Nro. 14

ELABORACION: Las Autoras.

**DEMANDA
EFECTIVA
JARRONES**

Cuadro N° 33.

AÑOS	DEMANDA REAL	PORCENTAJE 56.12%	DEMANDA EFECTIVA
0	26536	56.12%	14397
1	27000	56.12%	14649
2	27472	56.12%	14905
3	27953	56.12%	15166
4	28442	56.12%	15432
5	28940	56.12%	15702

FUENTE: Cuadro Nro. 14.

ELABORACION: Las Autoras.

**DEMANDA
EFECTIVA
CAZUELAS**

Cuadro N° 34.

AÑOS	DEMANDA REAL	PORCENTAJE 67.29%	DEMANDA EFECTIVA
0	29801	67.29%	16169
1	30323	67.29%	16452
2	30854	67.29%	16740
3	31394	67.29%	17033
4	31943	67.29%	17331
5	32502	67.29%	17634

FUENTE: Cuadro Nro. 14.

ELABORACION: Las Autoras.

**DEMANDA
EFECTIVA
MASETEROS**

Cuadro N° 35.

AÑOS	DEMANDA REAL	PORCENTAJE 68.88%	DEMANDA EFECTIVA
0	33748	68.88%	18310
1	34338	68.88%	18630
2	34939	68.88%	18956
3	35551	68.88%	19288
4	36173	68.88%	19626
5	36806	68.88%	19969

FUENTE: Cuadro Nro. 14.

ELABORACION: Las Autoras.

**DEMANDA
EFECTIVA
FLOREROS**

Cuadro N° 36.

AÑOS	DEMANDA REAL	PORCENTAJE 51.06%	DEMANDA EFECTIVA
0	25991	51.06%	14102
1	26446	51.06%	14348
2	26909	51.06%	14600
3	27380	51.06%	14855
4	27859	51.06%	15115
5	28346	51.06%	15379

FUENTE: Cuadro Nro. 14.

ELABORACION: Las Autoras

g.1.3 USO PROMEDIO

Para calcular el uso promedio nos basamos en la pregunta de 3 de las encuestas aplicadas a los demandantes tomando en cuenta la cantidad de vasijas (variable) calculamos el punto medio.

USO PROMEDIO DE LOS CANTAROS

CUADRO N° 37

OPCIONES	Xm	F	f.Xm
1 a 3	2	185	370
4 a 6	5	8	40
TOTAL		193	410

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras.

$$USO PROMEDIO = \frac{f.Xm}{n}$$

USO PRO.= 2

USO PROMEDIO DE LAS OLLAS

CUADRO N° 38

OPCIONES	Xm	F	f.Xm
1 a 3	2	218	436
4 a 6	5	53	265
TOTAL		271	701

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras.

$$USO PROMEDIO = \frac{f.Xm}{n}$$

USO PRO.= 3

USO PROMEDIO DE LOS JARRONES

CUADRO N° 39

OPCIONES	Xm	f	f.Xm
1 a 3	2	184	368
4 a 6	5	11	55
TOTAL		195	423

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras.

$$USO\ PROMEDIO = \frac{f.Xm}{n}$$

USO PRO.= 2

USO PROMEDIO DE CAZUELAS

CUADRO N° 40

OPCIONES	Xm	F	f.Xm
1 a 3	2	209	418
4 a 6	5	10	50
TOTAL		219	468

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras.

$$USO\ PROMEDIO = \frac{f.Xm}{n}$$

USO PRO.= 2

USO PROMEDIO DE MASETEROS

CUADRO N° 41

OPCIONES	Xm	F	f.Xm
1 a 3	2	190	380
4 a 6	5	58	290
TOTAL		248	670

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras.

$$USO PROMEDIO = \frac{f.Xm}{n}$$

USO PRO.= 3

USO PROMEDIO DE FLOREROS

CUADRO N° 42

OPCIONES	Xm	f	f.Xm
1 a 3	2	171	342
4 a 6	5	20	100
TOTAL		191	442

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras.

$$USO PROMEDIO = \frac{f.Xm}{n}$$

USO PRO.= 2

g.1.4 Proyección de la Demanda Efectiva

Para la determinación de la proyección de la demanda se toma en cuenta los resultados de la demanda proyectada tanto de la potencial, real, efectiva y del uso promedio anual (UPA), para luego multiplicar los valores de la Demanda efectiva y el Uso Promedio Anual.

DEMANDA EFECTIVA PROYECTADA DE CANTAROS

CUADRO N° 43

AÑOS	FAMILIAS	DEMANDA REAL 51.33%	DEMANDA EFECTIVA 54.26%	USO PROMEDIO ANUAL	DEMANDA PROYECTADA
0	51166	26263	14249	2	30208
1	52061	26723	14499	2	30737
2	52972	27191	14752	2	31275
3	53899	27666	15011	2	31822
4	54843	28151	15273	2	32379
5	55802	28643	15541	2	32946

Fuente: Cuadro N° 37.

Elaborado por: Las Autoras.

DEMANDA EFECTIVA PROYECTADA DE OLLAS

CUADRO N° 44

AÑOS	FAMILIAS	DEMANDA REAL 72.07%	DEMANDA EFECTIVA 72.87%	USO PROMEDIO ANUAL	DEMANDA PROYECTADA
0	51166	36878	20008	3	50455
1	52061	37523	20358	3	51338
2	52972	38180	20714	3	52237
3	53899	38848	21077	3	53151
4	54843	39528	21446	3	54081
5	55802	40219	21821	3	55027

Fuente: Cuadro N° 38.

Elaborado por: Las Autoras.

DEMANDA EFECTIVA PROYECTADA DE JARRONES

CUADRO N° 45

AÑOS	FAMILIAS	DEMANDA REAL 51.86%	DEMANDA EFECTIVA 56.12%	USO PROMEDIO ANUAL	DEMANDA PROYECTADA
0	51166	26536	14397	2	31335
1	52061	27000	14649	2	31883
2	52972	27472	14905	2	32441
3	53899	27953	15166	2	33009
4	54843	28442	15432	2	33586
5	55802	28940	15702	2	34174

Fuente: Cuadro N° 39.

Elaborado por: Las Autoras.

DEMANDA EFECTIVA PROYECTADA DE CAZUELAS

CUADRO N° 46

AÑOS	FAMILIAS	DEMANDA REAL 58.24%%	DEMANDA EFECTIVA 67.29%	USO PROMEDIO ANUAL	DEMANDA PROYECTADA
0	51166	29801	16169	2	34594
1	52061	30323	16452	2	35199
2	52972	30854	16740	2	35815
3	53899	31394	17033	2	36442
4	54843	31943	17331	2	37080
5	55802	32502	17634	2	37729

Fuente: Cuadro N° 40.

Elaborado por: Las Autoras.

DEMANDA EFECTIVA PROYECTADA DE MASETEROS

CUADRO N° 47

AÑOS	FAMILIAS	DEMANDA REAL 65.96%	DEMANDA EFECTIVA 68.88%	USO PROMEDIO ANUAL	DEMANDA PROYECTADA
0	51166	33748	18310	3	49581
1	52061	34338	18630	3	50449
2	52972	34939	18956	3	51331
3	53899	35551	19288	3	52230
4	54843	36173	19626	3	53144
5	55802	36806	19969	3	54074

Fuente: Cuadro N° 41.

Elaborado por: Las Autoras.

DEMANDA EFECTIVA PROYECTADA DE FLOREROS

CUADRO N° 48

AÑOS	FAMILIAS	DEMANDA REAL 50.80%	DEMANDA EFECTIVA 51.06%	USO PROMEDIO ANUAL	DEMANDA PROYECTADA
0	51166	25991	14102	2	32904
1	52061	26446	14348	2	33480
2	52972	26909	14600	2	34066
3	53899	27380	14855	2	34662
4	54843	27859	15115	2	35268
5	55802	28346	15379	2	35885

Fuente: Cuadro N° 42.

Elaborado por: Las Autoras.

g.1.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Oferta es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

Se analiza la oferta con el fin de determinar el número de productores y comerciantes de determinado producto, así como la capacidad que los mismos tienen para satisfacer la demanda de un mercado.

A continuación se detalla la venta promedio de las vasijas de barro de los ofertantes y la proyección de los negocios:

VENTA PROMEDIO

CANTAROS

VENTA ANUAL

CUADRO N° 50

Nro. De Negocios	VENTA X Negocio	TOTAL OFERTA
23	131	3016

Fuente: Cuadro N° 49.

Elaborado por: Las Autoras.

Venta Promedio

CUADRO N° 49

NEGOCIOS	VENTA SEMANTAL	SEMANAS ANUALES	TOTAL ANUAL
4	1	52	208
8	2	52	832
6	3	52	936
5	4	52	1040
23			3016

Fuente: Entrevista realizada a los ofertantes.

Elaborado por: Las Autoras.

Venta Promedio= 131

Para el cálculo de la proyección de negocios de vasijas de barro se ha determinado mediante la tasa de crecimiento de los ofertantes la misma que se ha calculado con la siguiente formula:

Negocios existentes de vasijas de barro en el año 2010: 23

Negocios existentes en el año 2007: 21

$$i = \sqrt[n]{\frac{23}{21}} - 1$$

$$i = \sqrt[2]{\frac{23}{21}} - 1$$

$$i = 3.08\%$$

PROYECCIÓN

CANTAROS

CUADRO N° 51

AÑOS	NEGOCIOS	OFERTA X NEGOCIO	OFERTA TOTAL
0	23	131	3016
1	24	131	3109
2	24	131	3205
3	25	131	3303
4	26	131	3405
5	27	131	3510

Fuente: Entrevista realizada a los ofertantes.

Elaborado por: Las Autoras.

VENTA PROMEDIO

OLLAS

VENTA ANUAL

CUADRO N° 53

Nro. De Negocios	VENTA X Negocio	TOTAL OFERTA
23	154	3536

Fuente: Cuadro N° 52

Elaborado por: Las Autoras.

Venta Promedio

CUADRO N° 52

NEGOCIOS	VENTA SEMANAL	SEMANAS ANUALES	TOTAL ANUAL
9	2	52	936
6	3	52	936
8	4	52	1664
23			3536

Fuente: Entrevista realizada a los ofertantes.

Elaborado por: Las Autoras.

Venta Promedio= 154

PROYECCIÓN

OLLAS

CUADRO N° 54

AÑOS	NEGOCIOS	OFERTA X NEGOCIO	OFERTA TOTAL
0	23	154	3536
1	24	154	3645
2	24	154	3757
3	25	154	3873
4	26	154	3992
5	27	154	4115

Fuente: Entrevista realizada a los ofertantes.

Elaborado por: Las Autoras.

VENTA PROMEDIO

JARRONES

VENTA ANUAL

CUADRO N° 56

Nro. De Negocios	VENTA X Negocio	TOTAL OFERTA
23	109	2496

Fuente: Cuadro N° 55.

Elaborado por: Las Autoras.

Venta Promedio

CUADRO N° 55

NEGOCIOS	VENTA SEMANAL	SEMANAS ANUALES	TOTAL ANUAL
7	2	52	728
8	1	52	416
2	4	52	416
6	3	52	936
23			2496

Fuente: Entrevista realizada a los ofertantes.

Elaborado por: Las Autoras.

Venta Promedio= 109

PROYECCIÓN

JARRONES

CUADRO N° 57

AÑOS	NEGOCIOS	OFERTA X NEGOCIO	OFERTA TOTAL
0	23	109	2496
1	24	109	2573
2	24	109	2652
3	25	109	2734
4	26	109	2818
5	27	109	2905

Fuente: Entrevista realizada a los ofertantes.

Elaborado por: Las Autoras.

VENTA PROMEDIO

CAZUELAS

VENTA ANUAL

CUADRO N° 59

Nro. De Negocios	VENTA X Negocio	TOTAL OFERTA
23	84	1924

Fuente: Cuadro N° 58.

Elaborado por: Las Autoras.

Venta Promedio

CUADRO N° 58

NEGOCIOS	VENTA SEMANAL	SEMANAS ANUALES	TOTAL ANUAL
12	1	52	624
8	2	52	832
3	3	52	468
23			1924

Fuente: Entrevista realizada a los ofertantes.

Elaborado por: Las Autoras.

Venta Promedio=

84

PROYECCIÓN

CAZUELAS

CUADRO N° 60

AÑOS	NEGOCIOS	OFERTA X NEGOCIO	OFERTA TOTAL
0	23	84	1924
1	24	84	1983
2	24	84	2044
3	25	84	2107
4	26	84	2172
5	27	84	2239

Fuente: Entrevista realizada a los ofertantes.

Elaborado por: Las Autoras.

VENTA PROMEDIO

MASETEROS

VENTA ANUAL

CUADRO N° 62

Nro. De Negocios	VENTA X Negocio	TOTAL OFERTA
23	163	3744

Fuente: Cuadro N° 61.

Elaborado por: Las Autoras.

Venta Promedio

CUADRO N° 61

NEGOCIOS	VENTA SEMANAL	SEMANAS ANUALES	TOTAL ANUAL
9	2	52	936
1	6	52	312
2	5	52	520
5	4	52	1040
6	3	52	936
23			3744

Fuente: Entrevista realizada a los ofertantes.

Elaborado por: Las Autoras.

Venta Promedio= 163

PROYECCIÓN

MASETEROS

CUADRO N° 63

AÑOS	NEGOCIOS	OFERTA X NEGOCIO	OFERTA TOTAL
0	23	163	3744
1	24	163	3859
2	24	163	3978
3	25	163	4101
4	26	163	4227
5	27	163	4357

Fuente: Entrevista realizada a los ofertantes.

Elaborado por: Las Autoras.

VENTA PROMEDIO

FLOREROS

VENTA ANUAL

CUADRO N° 65

Nro. De Negocios	VENTA X Negocio	TOTAL OFERTA
23	113	2600

Fuente: Cuadro N° 64.

Elaborado por: Las Autoras.

Venta Promedio

CUADRO N° 64

NEGOCIOS	VENTA SEMANAL	SEMANAS ANUALES	TOTAL ANUAL
10	2	52	1040
6	1	52	312
1	5	52	260
5	3	52	780
1	4	52	208
23			2600

Fuente: Entrevista realizada a los ofertantes.

Elaborado por: Las Autoras.

Venta Promedio= 113

PROYECCIÓN

FLOREROS

CUADRO N° 66

AÑOS	NEGOCIOS	OFERTA X NEGOCIO	OFERTA TOTAL
0	23	113	2600
1	24	113	2680
2	24	113	2763
3	25	113	2848
4	26	113	2935
5	27	113	3026

Fuente: Entrevista realizada a los ofertantes.

Elaborado por: Las Autoras.

g.1.6 DEMANDA INSATISFECHA

Para determinar el Balance entre la oferta y la demanda, se realiza el cálculo de la demanda insatisfecha, restando los totales de la demanda proyectada con los de la oferta total, para conocer la magnitud real del mercado y el espacio en el que se tiene que participar con la producción de la nueva empresa.

DEMANDA INSATISFECHA

CANTAROS

CUADRO N° 67

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	30208	3016	27192
1	30737	3109	27628
2	31275	3205	28070
3	31822	3303	28519
4	32379	3405	28974
5	32946	3510	29436

Fuente: Cuadro N° 43 y 51.

Elaborado por: Las Autoras.

OLLAS

CUADRO N° 68

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	50455	3536	46919
1	51338	3645	47693
2	52237	3757	48479
3	53151	3873	49278
4	54081	3992	50089
5	55027	4115	50912

Fuente: Cuadro N° 44 y 54.

Elaborado por: Las Autoras.

JARRONES

CUADRO N° 69

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	31335	2496	28839
1	31883	2573	29310
2	32441	2652	29789
3	33009	2734	30275
4	33586	2818	30768
5	34174	2905	31269

Fuente: Cuadro N° 45 y 57.

Elaborado por: Las Autoras.

CAZUELAS

CUADRO N° 70

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	34594	1924	32670
1	35199	1983	33216
2	35815	2044	33771
3	36442	2107	34335
4	37080	2172	34908
5	37729	2239	35490

Fuente: Cuadro N° 46 y 60.

Elaborado por: Las Autoras.

MASETEROS

CUADRO N° 71

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	49581	3744	45837
1	50449	3859	46589
2	51331	3978	47353
3	52230	4101	48129
4	53144	4227	48917
5	54074	4357	49717

Fuente: Cuadro N° 47 y 63.

Elaborado por: Las Autoras.

FLOREROS

CUADRO N° 72

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	32904	2600	30304
1	33480	2680	30800
2	34066	2763	31303
3	34662	2848	31814
4	35268	2935	32333
5	35885	3026	32860

Fuente: Cuadro N° 48 y 66.

Elaborado por: Las Autoras.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

g.2 PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

El plan de comercialización es un plan general que detalla el posicionamiento de la empresa frente a la competencia y en el sector, como también su estrategia a largo plazo para lograr el liderazgo del mercado. Brinda una idea general de sus clientes objetivos, el posicionamiento de la empresa, sus productos o servicios, las propuestas de ventas clave, las diferencias competitivas y los principales canales y estrategias de distribución.

Un plan de comercialización abarca su estrategia comercial, lo que se enfoca en:

- Producto
- Precio
- Canales de distribución
- Publicidad y promoción

g.2.1 PRODUCTO

El producto es el punto determinante que da inicio a todo proyecto, ubicándose en los bienes que la empresa pretende vender, además de las características que deben tener.

Para ello la empresa A y B productora y comercializadora de vasijas de barro tiene previsto proporcionar al mercado un producto orientado a satisfacer necesidades y preferencias del consumidor.

g.2.1.1 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Cada vasija de barro contara con una etiqueta la misma que constara con la información necesaria, que el consumidor requiera para su uso.



g.2.1.2 PROPIEDADES DE LAS VASIJAS DE BARRO

Las vasijas de barro se ha venido dando desde la antigüedad los mismos que han sido considerados como productos que ofrecen varios usos anteriormente se los utilizaba más para cocer los alimentos o almacenar algún otro tipo de productos actualmente la mayoría de personas utilizan las vasijas de barro para la decoración de los hogares o lugares de trabajo. Además por su singularidad elaboración las vasijas de barro puede ser un producto natural que puede ayudar a prevenir algunas enfermedades y contribuir a la decoración del hogar inclusive son utilizados con un medio de diversión.

NOMBRE DE LA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA
VASIJAS DE BARRO



ALFARERIA Cía. Ltda.

NOMBRE DEL PRODUCTO

**VASIJAS
DE BARRO**

ETIQUETA

Consiste en el logotipo que se muestra en el producto

Contará con las siguientes características:

- Precio de venta al público
- Fecha de elaboración
- Dirección de la empresa
- Teléfonos

- Registro Sanitario: En proceso



g.2.2 PRECIO

El Precio es la cantidad monetaria o de otros objetos como utilidad necesaria para satisfacer una necesidad que se requiere para adquirir un producto. Su análisis es muy importante ya que este nos permite determinar la rentabilidad del proyecto y definirá en último término el nivel de los ingresos.

g.2.2.1 IMPORTANCIA DEL PRECIO

El precio de un producto influye sobre los salarios, el alquiler, los intereses y las utilidades; es decir sobre el pago que se hacen los factores de la producción: trabajo, tierra, capital y empresariado. Por lo tanto, constituyen

un regulador básico del sistema económico, debido a que influyen sobre la asignación de estos factores de la producción.

Los dos determinantes principales del precio son los costos de producción y la competencia. No resulta rentable vender un producto a un precio inferior a los costos de producción, pero no se debe hacerlo a un precio superior al de los bienes similares. No obstante, existen muchos otros factores que determinan el precio final como el porcentaje de utilidades que se desea obtener.

Es por ello que la empresa ha establecido el precio de los productos en relación a los costos de producción, a la competencia y al margen de utilidad que se desea obtener.

En nuestro caso el precio de las vasijas de barro varía de \$1 a \$5 por el tamaño de los mismos

g.2.3. PLAZA

En este caso se define dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece. Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

g.2.3.1 EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Representa un sistema interactivo que implica a todos los componentes del mismo: fabricante, intermediario y consumidor.



g.2.4 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

g.2.4.1 PROMOCIÓN

La promoción de ventas se suele realizar mediante el contacto directo entre el vendedor y el comprador potencial; la presentación se hace de tal manera que se pueda convencer al comprador de que el producto que se le vende le es absolutamente necesario.

Por esta razón la empresa ingresará al mercado otorgando promociones como: (descuentos y ofertas) vale recalcar que estos incentivos serán a corto plazo.

g.2.4.2 PUBLICIDAD

El principal objetivo de la publicidad consiste en dar a conocer el producto y convencer a los consumidores para que lo compren incluso antes de haberlo visto. La mayoría de las empresas consideran que la publicidad es esencial para fomentar las ventas, por lo que destinan cuantiosas sumas de sus presupuestos para contratar agencias de publicidad especializadas.

La publicidad que realizará la empresa **“ALFARERIA CÍA.LTDA”** para una mejor acogida del producto será mediante los medios de comunicación de mayor preferencia de la comunidad.

- Radio: Dos anuncios diarios en la radio Sociedad con un costo de \$ 2 cada cuña en el horario de 9am a 10am y en la tarde de 3pm a 5pm
- Prensa: Un anuncio al día en el Diario la Hora con un costo de \$5.

FORMATO PUBLICITARIO

"Alfareria Cia. Ltda"



Si usted quiere un producto para su hogar o trabajo no lo piense más....

Elija nuestros productos que es el mejor en calidad,
¡VISITENOS YA Y SE CONVENCERA!

Atendemos de lunes a viernes de 08h00 a 18h00 y los sábados y domingos de 09h00 a 15h00.

Dirección: Via Zamora Calle París 5203.

- TV: Un anuncio al día en Ecotel TV en horario de 7pm a 9pm.

FORMATO PUBLICITARIO PARA LA TV



Alfarería Cía. Ltda.” te ofrece las mejores vasijas de barro elaborados por manos expertos visítanos ya.

Atendemos de lunes a viernes de 08h00 a 18h00 y los sábados y domingos de 09h00 a 15h00.

Dirección: Vía Zamora Calle París 5203.

Teléfono: 095599168 – 097441273.

Cuadro Nº 73

PRESUPUESTO DE LA PUBLICIDAD.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	TIEMPO	COSTOS		
			VALOR	MENSUAL	ANUAL
1 cuñas al día	Radio Sociedad	3 MESES	\$ 2.00 DIARIAS	\$ 60.00	\$ 120.00
1 anuncio	Diario La Hora	3 MESES	\$5.00	\$150	\$450
1 anuncios al día	Ecotel TV	3 MESES	\$15.00	\$450.00	\$1350
TOTAL					1920

Fuente: Información otorga por los diferentes medios de comunicación

Elaboración: Las Autoras.

**ESTUDIO
TECNICO**

g.3 ESTUDIO TECNICO

En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionable. De ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda. Finalmente con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo.

El Objetivo del estudio técnico es verificar si el producto o servicio a ofrecer se puede llevar a cabo; si se cuenta con la materia prima adecuada, los equipos y herramientas necesarias e instalaciones óptimas para su producción.

g.3.1 TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

g.3.1.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

En este elemento del estudio técnico se cuantifica la capacidad de producción y todos los requerimientos que sean necesarios para el desarrollo del bien por ello se debe tomar en cuenta la demanda y de esta manera determinar la proporción necesaria para satisfacer a esa demanda.

La mejor decisión del tamaño óptimo del proyecto es aquella que permita mantener los costos totales durante la vida útil del proyecto.

g.3.1.1.1 Capacidad instalada

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un período de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el período de vida de la empresa.

La capacidad instalada de la planta productora de vasijas de barro se detalla a continuación para cada tipo de producto:

CAPACIDAD INSTALADA

CANTAROS

CUADRO N° 74

DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE	CAPACIDAD INSTALADA
27192	80%	21754

Fuente: Cuadro N° 67.

Elaborado por: Las Autoras.

OLLAS

CUADRO N° 75

DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE	CAPACIDAD INSTALADA
46919	85%	39881

Fuente: Cuadro N° 68.

Elaborado por: Las Autoras.

JARRONES

CUADRO N° 76

DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE	CAPACIDAD INSTALADA
28839	80%	23071

Fuente: Cuadro N° 69.

Elaborado por: Las Autoras.

CAZUELAS

CUADRO N° 77

DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE	CAPACIDAD INSTALADA
32670	85%	27769

Fuente: Cuadro N° 70.

Elaborado por: Las Autoras.

MASETEROS

CUADRO N° 78

DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE	CAPACIDAD INSTALADA
45837	80%	36670

Fuente: Cuadro N° 71.

Elaborado por: Las Autoras.

FLOREROS

CUADRO N° 79

DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE	CAPACIDAD INSTALADA
30304	80%	24243

Fuente: Cuadro N° 72.

Elaborado por: Las Autoras.

g.3.1.1.2 Capacidad Utilizada

Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado.

La capacidad utilizada de la planta productora de vasijas de barro se detalla a continuación para cada tipo de producto:

CAPACIDAD UTILIZADA

CANTAROS

CUADRO N° 80

AÑOS	CAP. INSTA.	%	CAP. UTILIZADA.
1	21754	74%	16100
2	21754	84%	18247
3	21754	89%	19320
4	21754	94%	20394
5	21754	99%	21467

Fuente: Cuadro N° 74.

Elaborado por: Las Autoras.

OLLAS

CUADRO N° 81

AÑOS	CAP. INSTA.	%	CAP. UTILIZADA.
1	39881	74%	29516
2	39881	84%	33452
3	39881	89%	35420
4	39881	94%	37387
5	39881	99%	39355

Fuente: Cuadro N° 75.

Elaborado por: Las Autoras.

JARRONES

CUADRO N° 86

AÑOS	CAP. INSTA.	%	CAP. UTILIZADA.
1	23071	74%	17075
2	23071	84%	19352
3	23071	89%	20490
4	23071	94%	21628
5	23071	99%	22767

Fuente: Cuadro N° 76.

Elaborado por: Las Autoras.

CAZUELAS

CUADRO N° 87

AÑOS	CAP. INSTA.	%	CAP. UTILIZADA.
1	27769	74%	20552
2	27769	84%	23293
3	27769	89%	24663
4	27769	94%	26033
5	27769	99%	27403

Fuente: Cuadro N° 77.

Elaborado por: Las Autoras.

MASETEROS

CUADRO N° 88

AÑOS	CAP. INSTA.	%	CAP. UTILIZADA.
1	36670	74%	27139
2	36670	84%	30758
3	36670	89%	32567
4	36670	94%	34377
5	36670	99%	36186

Fuente: Cuadro N° 78.

Elaborado por: Las Autoras.

FLOTEROS

CUADRO N° 89

AÑOS	CAP. INSTA.	%	CAP. UTILIZADA.
1	24243	74%	17942
2	24243	84%	20335
3	24243	89%	21531
4	24243	94%	22727
5	24243	99%	23923

Fuente: Cuadro N° 79.

Elaborado por: Las Autoras.

Para llevar a cabo el proceso productivo se ha realizado un resumen de la capacidad utilizada de los diferentes tipos de vasijas.

RESUMEN DE LA CAPACIDAD UTILIZADA

CUADRO N° 90

AÑOS	CAP. INSTA.	%	CAP. UTILIZADA.
1	173388	74%	128326
2	173388	84%	145436
3	173388	89%	153991
4	173388	94%	162546
5	173388	99%	171101

Fuente: Cuadro N° 74 al 79.

Elaborado por: Las Autoras.

NOTA: Para el estudio financiero se ha tomado como referencia dicho cuadro debido a que se utilizan los mismos recursos y procedimientos para la elaboración de cada uno de los productos.

g.3.2 PROCESO DE PRODUCCIÓN

El Proceso productivo es una serie de operaciones secuenciales mediante las cuales se transforma la materia prima en producto elaborado.

Para elaborar las vasijas de barro se sigue el siguiente procedimiento:

PREPARACIÓN DE LA TIERRA

Se selecciona la tierra adecuada (tierra metosa), se separa los objetos extraños tales como palos y piedras, luego se procederá a secarla durante 3 días, se la chancara hasta que quede triturada, seguidamente se la remoja por un día y se procede a golpearla hasta que quede totalmente lisa la duración será de 2 horas.

MOLDEADO

La tierra luego de estar lista se la moldea y se quita los residuos tales como piedras pequeñas luego se procede a realizar las vasijas que se requiere obtener los mismos que tendrá una duración de 15 a 30 minutos dependiendo del tamaño de vasija que se elabore.

TRANSPORTE DE LAS VASIJAS

Las vasijas de barro luego de estar listas pasan hacia un lugar amplio para ser secadas.

SECADO

Luego se procede a secarlas durante un día seguidamente se las golpea con un mazo de barro y se afila con espátulas o piedras lisas y se las seca nuevamente durante uno o dos días.

HORNEADO

Seguidamente procedemos a hornear las vasijas que estén secas durante tres horas en una temperatura alta.

DECORADO

Posteriormente se las pinta con tipo de barro rojizo y se las pone a secar durante tres horas.

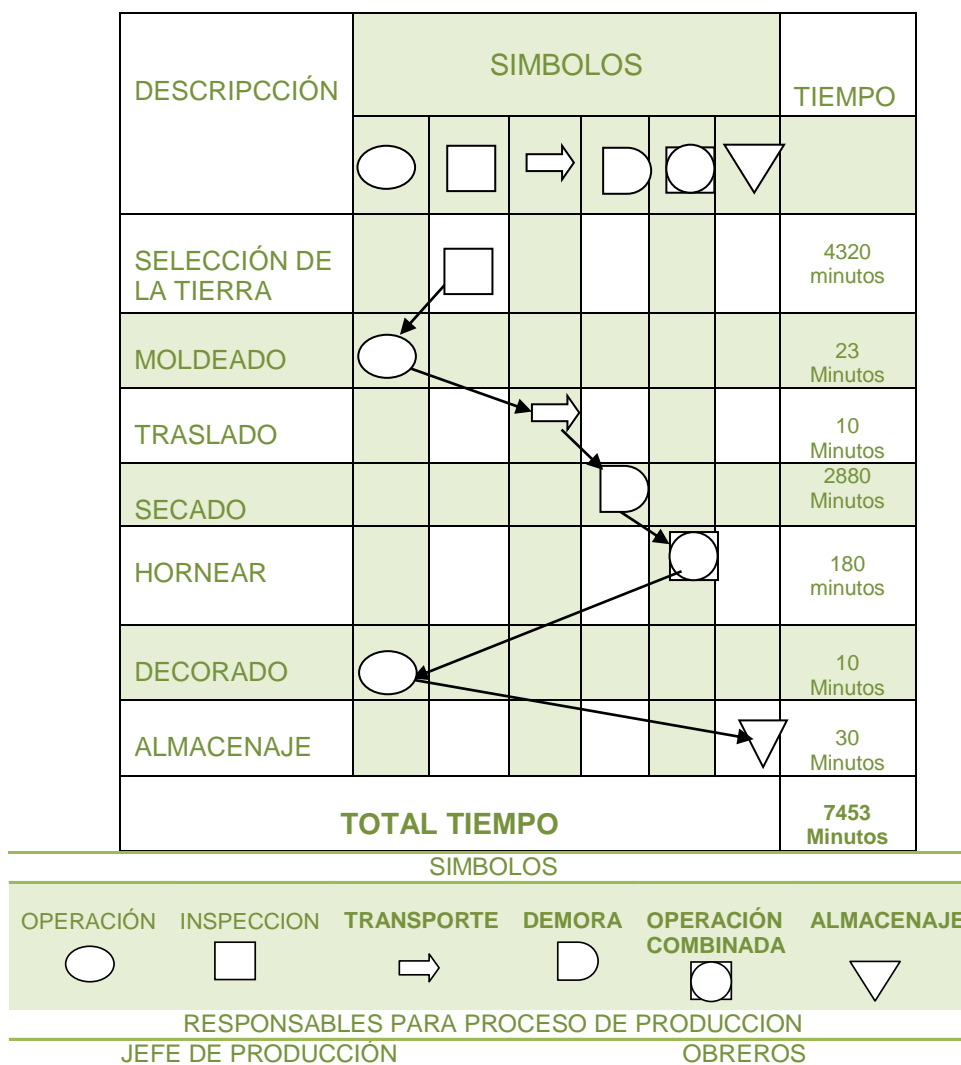
ALMACENAJE

Finalmente las vasijas de barro son almacenadas en un lugar fresco y seco.



g.3.3 FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

Gráfico N° 11



Elaborado por: Las Autoras.

g.3.4 INGENIERIA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto permite acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción como: construcción de la planta, equipamiento y características del producto de la empresa.

La maquinaria, herramientas, y equipo tecnológico son conocimientos básicos con los que cuenta la organización para procesar los materiales y transformarlos en productos terminados.

g.3.4.1 MATERIALES Y HERRAMIENTAS A UTILIZAR

HORNO DE LEÑA

Gráfico N° 12



MESA PARA MOLDEAR

Gráfico N° 13



Tamaño: 600 x 382

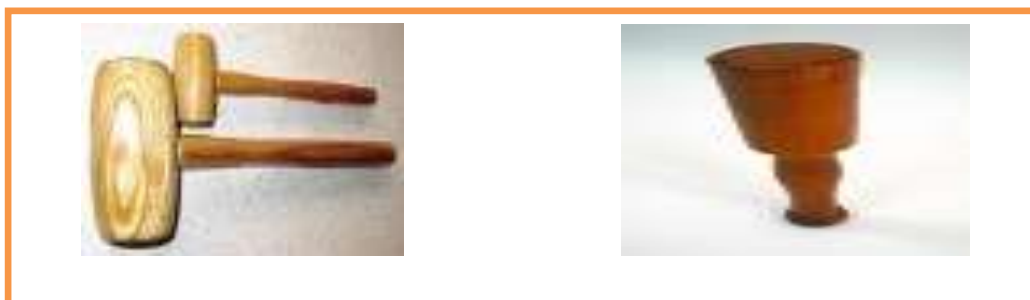
ESPATULAS

Gráfico N° 14



MAZOS DE MADERA

Gráfico N° 15



Maquinaria y Equipo.- Agrupamos los valores correspondientes a las erogaciones para dotar a la planta de la tecnología necesaria para efectuar el proceso productivo.

CUADRO N° 91
COSTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO

CANTIDAD	DETALLE	V/UNITARIO	V/TOTAL
2	Hornos de leña	200.00	400.00
2	Mesas de piedra redondas	180.00	360.00
TOTAL			760.00

Fuente: Direl.

Elaborado por: Las Autoras.

Nota: El valor del horno y de la mesa es el valor de su construcción

Herramientas.- Corresponde a los valores que son necesarios para dotar a la planta de los complementos para la tecnología a fin de realizar adecuadamente el proceso de producción, estos valores se detallan en el siguiente cuadro.

CUADRO N° 92
COSTO DE HERRAMIENTAS

CANTIDAD	DETALLE	V/UNITARIO	V/TOTAL
6	Espátulas	2.00	12.00
6	Mazos de madera	5.00	30.00
TOTAL			42.00

Fuente: Comercial “El Hierro”

Elaborado por: Las Autoras

Muebles y Enseres.- Comprende todos los bienes que se necesitan para la adecuación de cada una de las oficinas de arriendo con la función para las que fueron diseñadas.

CUADRO N° 93
COSTO DE MUEBLES Y ENSERES

CANTIDAD	DETALLE	V/UNITARIO	V/TOTAL
4	Escritorios	160.00	640.00
4	Sillas giratorias	95.00	380.00
10	Sillas de espera	10.00	100.00
2	Archivadores	100.00	200.00
5	Perchas	100.00	500.00
TOTAL			1820.00

Fuente: Comercial Becerra Hnos. y Romar.

Elaborado por: Las Autoras

Equipo de Oficina.- Incluye todos los valores correspondientes al equipo técnico que hará posible que las funciones administrativas se cumplan eficientemente.

CUADRO N° 94
COSTO DE EQUIPOS DE OFICINA

CANTIDAD	DETALLE	V/UNITARIO	V/TOTAL
1	Fax	150.00	150.00
3	Teléfonos	35.00	105.00
2	Calculadora	15.00	30.00
1	Caja Registradora	125.00	125.00
TOTAL			410.00

Fuente: La Ganga.

Elaborado por: Las Autoras.

Equipo de Computación._ Se destaca como la herramienta principal en el desarrollo de las actividades de la empresa, siendo de gran utilidad para almacenar información de la empresa y a la redacción de documentos.

CUADRO N° 95
COSTO DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CANTIDAD	DETALLE	V/UNITARIO	V/TOTAL
2	Computadoras con impresora y mueble	1105.00	2210.00
TOTAL			2210.00

Fuente: La Ganga.

Elaborado por: Las Autoras

Adecuaciones e Instalaciones

CUADRO N° 96
GASTOS DE ADECUACIÓN E INSTALACIÓN DEL LOCAL

CANTIDAD	DETALLE	V/UNITARIO	V/ TOTAL
1	Diseño de Interiores	600.00	600.00
1	Adecuación del horno	250.00	250.00
1	Línea Telefónica	90.00	90.00
1	Medidores de Energía Eléctrica	220.00	220.00
1	Medidores de Agua	130.00	130.00
1	Extintor	50.00	50.00
1	Botiquín	30.00	30.00
TOTAL			1370.00

Fuente: Varias Cotizaciones.

Elaborado por: Las Autoras.

ACTIVOS DIFERIDOS

CUADRO N° 97
COSTO DE PROYECTO DE INVERSIÓN

CANTIDAD	DETALLE	V/UNITARIO	V/ TOTAL
1	Elaboración del Proyecto de Inversión	1330.00	1330.00
1	Constitución de la empresa	600.00	600.00
1	Permiso de Funcionamiento	400.00	400.00
1	Capacitación	100.00	100.00
1	Imprevistos	5%	121.50
TOTAL			2551.50

Fuente: Municipio de Loja.

Elaborado por: Las Autoras

ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO

Materia Prima Directa.- Son todos los materiales que intervienen directamente en la transformación del producto y que son visibles en esta.

CUADRO N° 98
COSTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

DETALLE	AÑO 1
Barro	53900.00
Masilla Rojiza	11980.00
TOTAL	65880.00

Fuente: Proveedores.

Elaborado por: Las Autoras.

Materia Prima Indirecta.- La materia prima indirecta es la que no es visible en el producto terminado.

CUADRO N° 99
COSTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA

DETALLE	AÑO 1
Cartones	57490.00
TOTAL	57490.00

Fuente: Proveedores.

Elaborado por: Las Autoras

GASTOS ADMINSTRATIVOS

Arriendo.- El local requerido para nuestra empresa tiene un costo de \$500.00 mensuales, se localizará en el barrio San Cayetano Alto calle París de la ciudad de Loja.

CUADRO N° 100
GASTO DE ARRIENDO

CONCEPTO	V/MENSUAL	V/ANUAL
Arriendo	500.00	6000.00
TOTAL		6000.00

Fuente: Propietario del Local.

Elaborado por: Las Autoras

Servicios Básicos.- Son aquellos que intervienen indirectamente en la producción pero son indispensables para el producto.

CUADRO N° 101
GASTOS DE SERVICIOS BÁSICOS

CONCEPTO	V/MENSUAL	V/ANUAL
Teléfono	40	480
Luz	25	300
Agua	100	1200
TOTAL		1980.00

Fuente: ERSa, UMAPAL y CNT.

Elaborado por: Las Autoras.

Útiles de Oficina.- Son aquellos implementos que ayudan al correcto funcionamiento de una empresa.

CUADRO N° 102
GASTOS DE UTILES DE OFICINA

CANTIDAD	DETALLE	V/UNITARIO	V/TOTAL
2	Resma de papel bond	4.00	8.00
5	Cartuchos de tinta	4.90	24.50
5	Block de facturas	15.00	75.00
12	Esferos	0.25	3.00
3	Cajas de Clips	0.50	1.50
3	Cajas de grapas	0.50	1.50
TOTAL			113.50

Fuente: La Reforma.

Elaborado por: Las Autoras

Útiles de Aseo.- Son aquellos utensilios que nos sirven para dar una buena imagen tanto interna como externa en la empresa.

CUADRO N° 103
GASTOS DE UTILES DE ASEO

CANTIDAD	DETALLE	V/UNITARIO	V/TOTAL
3	Escobas	2.50	7.50
2	Recogedores de basura	3.00	6.00
3	Cestos de basura	6.00	18.00
4	Trapeadores	4.00	16.00
5	Desinfectantes	2.25	11.25
TOTAL			58.75

Fuente: ZERIMAR.

Elaborado por: Las Autoras

Publicidad.- Es una herramienta del Marketing que en el presente proyecto nos ayuda hacer conocer por medio de la radio los productos existentes en la microempresa.

CUADRO N° 104
GASTOS DE PUBLICIDAD

CONCEPTO	V/MENSUAL	V/ANUAL
Publicidad	160.00	1920.00
TOTAL		1920.00

Fuente: Medios de Comunicación.

Elaborado por: Las Autoras.

Suministros de Producción.- Son herramientas que sirven para el desarrollo de las labores de producción.

CUADRO N° 105
COSTOS DE SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN

CANTIDAD	DETALLE	V/ UNITARIO	V/ TOTAL
15	Delantales	6.00	90.00
15	Guantes térmicos	3.00	45.00
15	Gorros	3.00	45.00
TOTAL			180.00

Fuente: ZERIMAR.

Elaborado por: Las Autoras

Leña.- Es una herramienta utilizada para la elaboración de los productos.

CUADRO N° 106
GASTOS DE GAS (LEÑA)

CANTIDAD	DETALLE	V/ UNITARIO	V/ TOTAL
12	Pilas de leña al año	80.00	960.00
TOTAL			960.00

Fuente: Proveedor.

Elaborado por: Las Autoras.

REQUERIMIENTOS DE PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE VENTA

- Gerente
- Secretaria contadora
- Asesor Jurídico

- Conserje-Guardia
- Jefe de Ventas
- Jefe de producción
- Obreros:
 - ☞ Obrero 1
 - ☞ Obrero 2
 - ☞ Obrero 3
 - ☞ Obrero 4
 - ☞ Obrero 5

Mano de Obra

Este rubro está conformado por quienes intervienen directamente en la fabricación o generación de un bien o servicio manualmente o accionado las máquinas que transforman la materia prima en producto terminado.

Mano de Obra Directa

La constituyen los obreros, cuyos esfuerzos están asociados a transformar la materia prima a producto elaborado. Este corresponde a un costo variable ya que se encuentra directamente ligado a la producción en este caso laborarán 1 obrero.

Mano de Obra Indirecta.- Corresponde a la persona que interviene indirectamente en el proceso productivo en este caso estará integrado por un Ing. Industrial especializado en café encargado del departamento de producción.

DETERMINACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS Y SUS COSTOS

CUADRO N° 107

DENOMINACIÓN	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
MANO DE OBRA DIRECTA		
Obrero 1	438.70	5264.44
Obrero 2	438.70	5264.44
Obrero 3	438.70	5264.44
Obrero 4	438.70	5264.44
Obrero 5	438.70	5264.44
SUBTOTAL	2193.52	26,322.22
MANO DE OBRA INDIRECTA		
Gerente	689.39	8,272.70
Secretaria-Contadora	501.38	6,016.51
Conserje-Guardián	457.51	5,490.06
Jefe de producción	564.05	6,768.57
Jefe de Ventas	564.05	6,768.57
Asesor Jurídico	25.00	300
SUBTOTAL	2801.37	33,616.41
TOTAL		59,938.62

Fuente: Rol de Pagos.

Elaborado por: Las Autoras

g.4.5 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

g.4.5.1 MACRO LOCALIZACIÓN

Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y demanda y en la infraestructura existente, debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto.

a. Materia prima

En la zona de ubicación del proyecto existe la suficiente materia prima de manera que siempre este abastecida la empresa, a fin de garantizar una producción permanente.

b. Mano de obra

La ciudad de Loja cuenta con un grupo humano que tiene dificultades de empleo, por tanto, como el personal operativo no necesita alta tecnificación es factible conseguirlo en la ciudad, el técnico también será del lugar.

c. Servicios básicos

Para que la planta procesadora tenga posibilidades de efectuar eficientemente el trabajo deberá contar con los servicios básicos como agua, alcantarillado, energía eléctrica, teléfono, etc.

Los cuales si están al alcance del lugar que se ha escogido para la localización de la empresa.

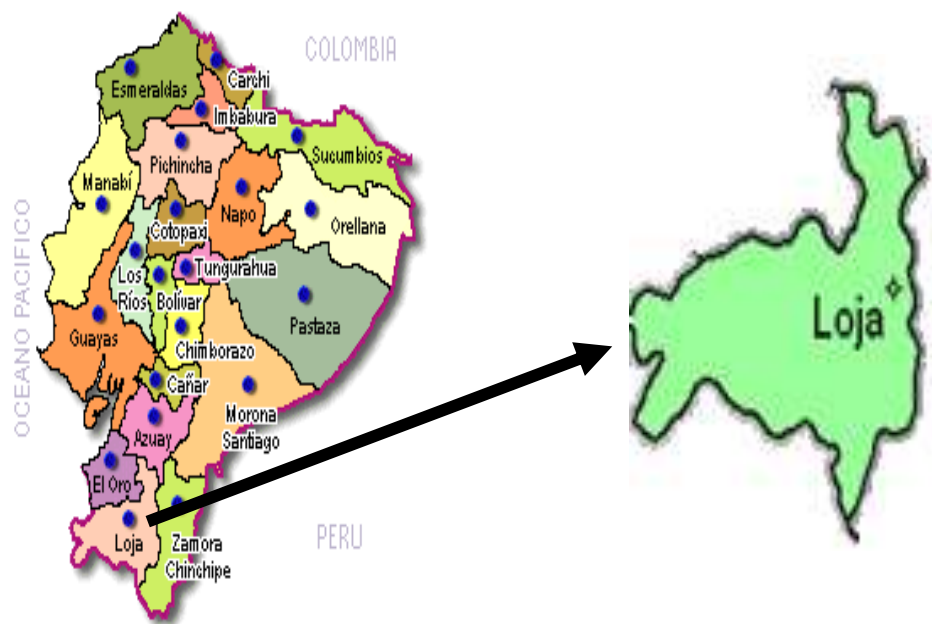
d. Transporte

La facilidad de acceder a las carreteras que son de buena calidad hará que la empresa no tenga dificultades.

e. Cercanía del mercado

En lo que se refiere a este factor es importante la menor distancia desde la planta de procesamiento hacia los lugares que se va a comercializar para que de esta manera se economice el tiempo y el dinero, dándonos una ventaja competitiva.

GRÁFICO N° 16



g.3.5.2 MICRO LOCALIZACIÓN

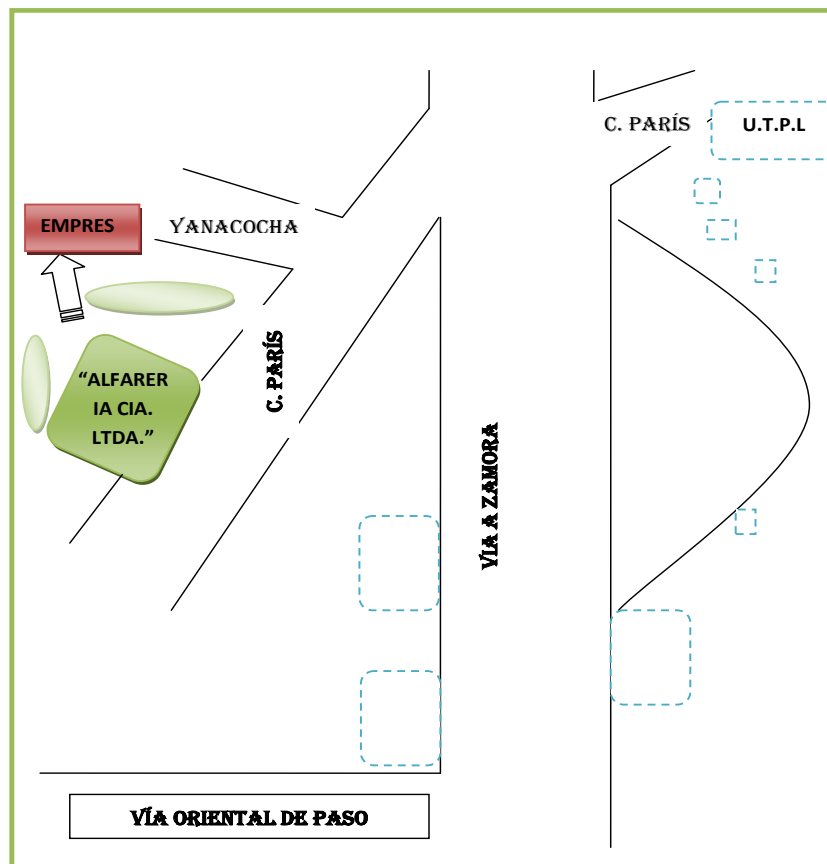
Una vez que están satisfechas las exigencias macro técnicas, se llega a determinar la micro localización de la planta.

La planta procesadora de vasijas de barro será ubicada al noreste de la ciudad de Loja en la parroquia El Valle, por la vía nueva a Zamora calle París (San Cayetano Alto).

En el lugar indicado se dispone de energía eléctrica, alcantarillado, agua potable.

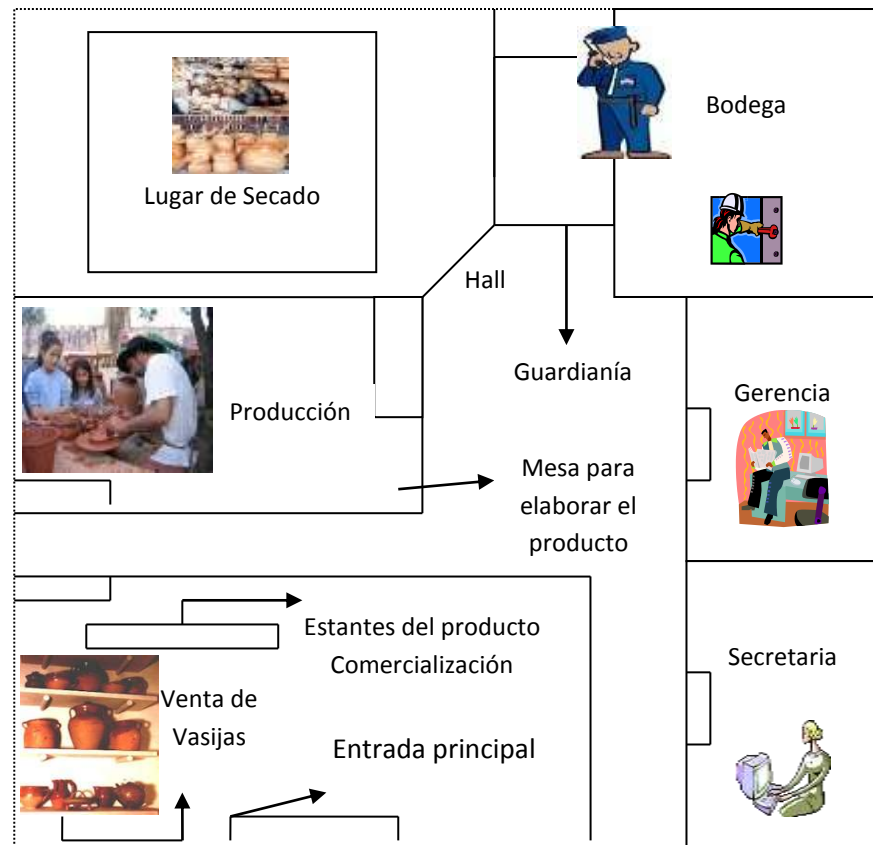
GRÁFICO N° 17

CROQUIS DE LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA



g.3.5.3 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

GRÁFICO N° 18



ESTUDIO ORGANIZACIONAL

g.4 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

La estructura organizativa es el sistema ordenado de reglas y relaciones funcionales para llevar a cabo las políticas empresariales.

g.4.1 ESTRUCTURA LEGAL

g.4.1.1 Base legal

Toda empresa para su libre ejercicio o funcionamiento debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley. La empresa productora de vasijas de barro estará conformada como una Compañía de Responsabilidad Limitada. De acuerdo al art.93 de la ley de Compañías. Entre otros requisitos tenemos:

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.

La empresa “Alfarería” se constituirá como una compañía de responsabilidad limitada, la misma que está conformada por 2 socias: Patricia Elizabeth Cumbicus Vaca y Magaly del Rocio Curipoma Jiménez las cuales asumen total responsabilidad por las actividades realizadas.

LA RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN

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

razón social de la empresa a conformarse es **“Alfarería” Cía. Ltda.** La compañía se contraerá mediante Escritura Pública según la Superintendencia de Compañías, así mismo será inscrita en el registro mercantil.

DOMICILIO

Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica. La empresa tendrá su domicilio en la ciudad de Loja, ubicada al norte de la ciudad, Parroquia El Valle, en el barrio San Cayetano Alto vía a Zamora calle París, pero podrá establecer Agencias o sucursales en cualquier lugar de la provincia o el país, previa autorización de la Junta General de Socios.

OBJETO DE LA SOCIEDAD

Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad. El objetivo de la empresa **PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE VASIJAS DE BARRO** es brindar productos de calidad con personal capacitado satisfaciendo las necesidades de nuestros consumidores y su mercadeo se realizará en la ciudad de Loja.

CAPITAL SOCIAL

Debe indicarse cuál es el monto del capital con que se inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado. El capital social de la empresa está conformado por el aporte de los socios que será el 75% del total de la inversión dividida entre los socios.

TIEMPO DE DURACIÓN DE LA SOCIEDAD

Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará. La duración de la empresa será de 5 años a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil.

NÚMERO DE SOCIOS

La constitución de esta clase de compañías así como para su supervivencia se requiere de un mínimo de dos socios y no podrá funcionar como tal si excede al máximo de quince socios. La empresa “Alfarería” Cía. Ltda. estará conformada por 2 socias:

- Patricia Elizabeth Cumbicus Vaca.
- Magaly del Rocio Curipoma Jiménez.

g.4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVA

○ Niveles Jerárquicos de Autoridad

Para lograr un buen funcionamiento de nuestra empresa, la organización administrativa se basará en los siguientes cinco niveles jerárquicos:

▪ Nivel Legislativo

Para nuestra empresa representa el primer nivel de mayor jerarquía, pues está conformado por la Junta General de Socios, cuya función principal será la de legislar sobre las políticas que se debe seguir en la empresa, establecer los procedimientos, reglamentos, resoluciones y demás aspectos de mayor importancia.

▪ Nivel Ejecutivo

Comprende el segundo nivel de jerarquía, constituido por la gerencia encargada de planificar, organizar, coordinar, dirigir y controlar las actividades administrativas financieras y comerciales de la empresa, tomando decisiones, empleando políticas, normas y reglas establecidas para sostener la organización.

▪ Nivel Asesor

La empresa tendrá un asesor en el área legal quien asesorará al gerente para la constitución de la Compañía. Este nivel será temporal, se lo contratará de acuerdo a los requerimientos de la empresa.

- **Nivel Auxiliar**

Lo conforma la secretaria, sus actividades servirán de apoyo para el nivel ejecutivo, realizará en forma general las actividades administrativas de la empresa; y el conserje-guardián, quien cubre las funciones de limpieza y vigilancia de la empresa y tiene como responsabilidad el aseo de la misma.

- **Nivel operativo**

Está integrado por los obreros de la empresa y jefe de producción por un lado; y por otro lado por el jefe de ventas, este nivel es la última escala de la organización. Donde los obreros están encargados de proveer a la empresa de producto listo para su comercialización y el Jefe de ventas encargado de establecer planes de marketing para ubicar, comercializar y posicionarse en el mercado con el producto.

g.4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

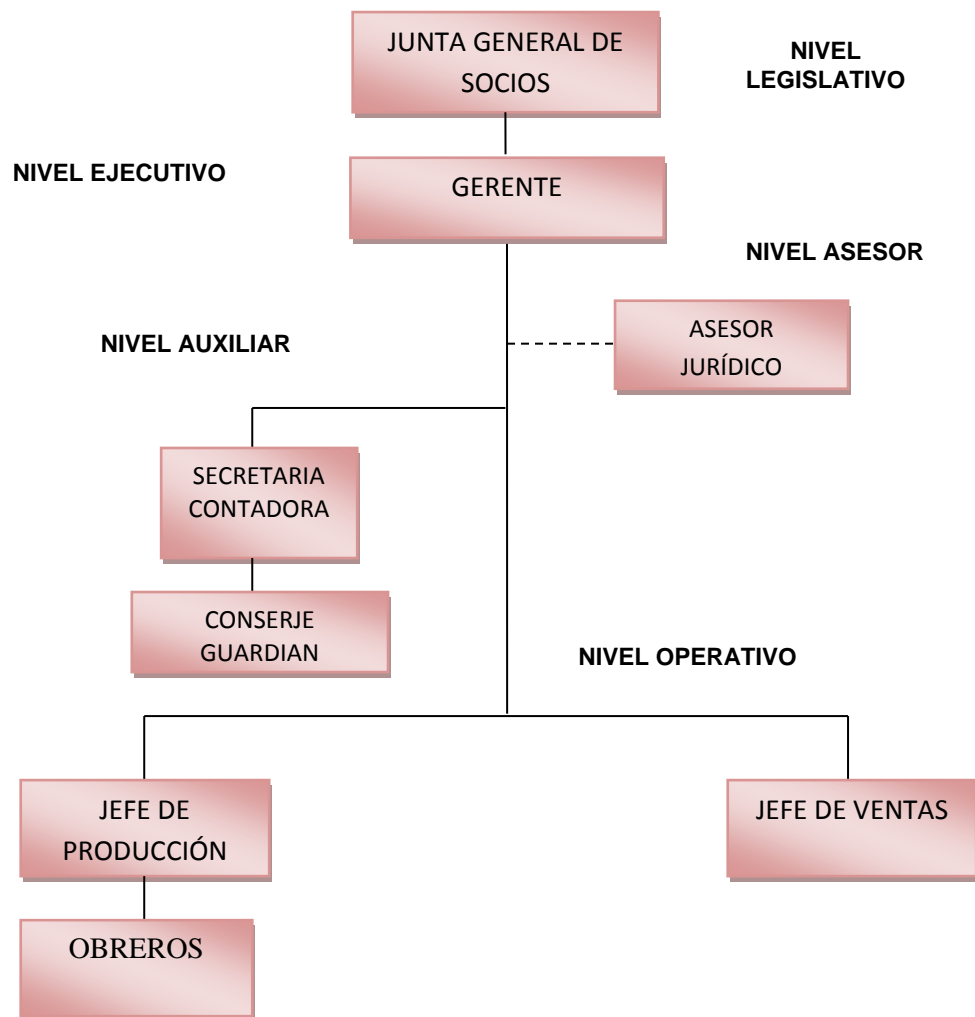
Organigramas

Son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja en forma esquemática la línea de autoridad y responsabilidad, canales de comunicación y supervisión, división de funciones niveles jerárquicos, etc.

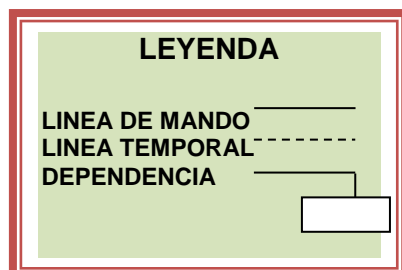
▪ **Organigrama Estructural**

**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA
“ALFARERÍA CIA LIMITADA”**

GRÁFICO N° 19



CUADRO N° 108

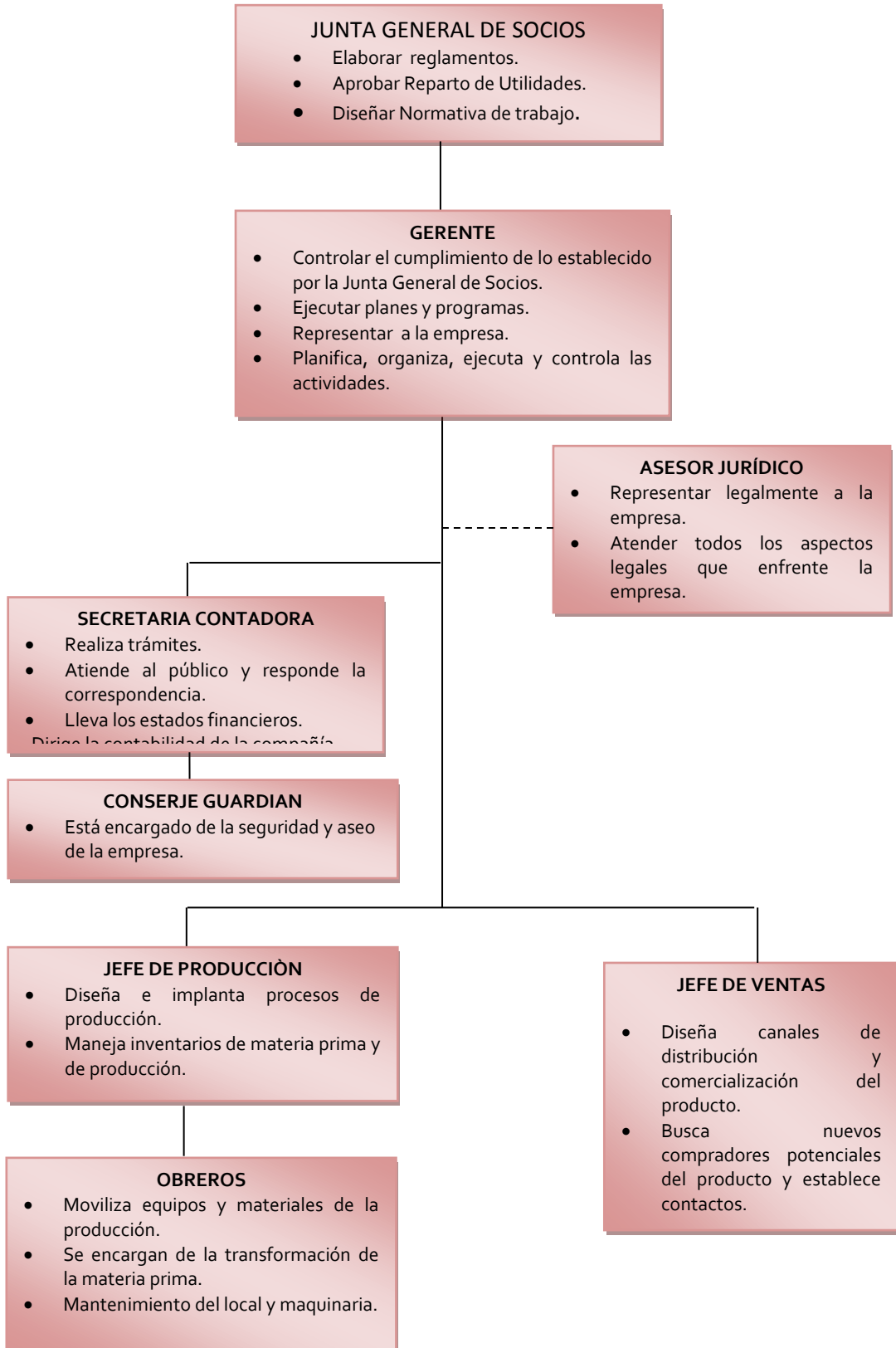


ELABORADO POR: Las Autoras

- **Organigrama Funcional**

Dentro de este organigrama no solo se representa la división de departamentos, sino que además se establecen las funciones de cada una de las actividades departamentales basándose en los principios de división de las labores en una empresa, aprovecha la actitud profesional de los individuos donde pueden realizar mejor sus actividades.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA
“ALFARERÍA CIA LIMITADA”
GRÁFICO N° 20



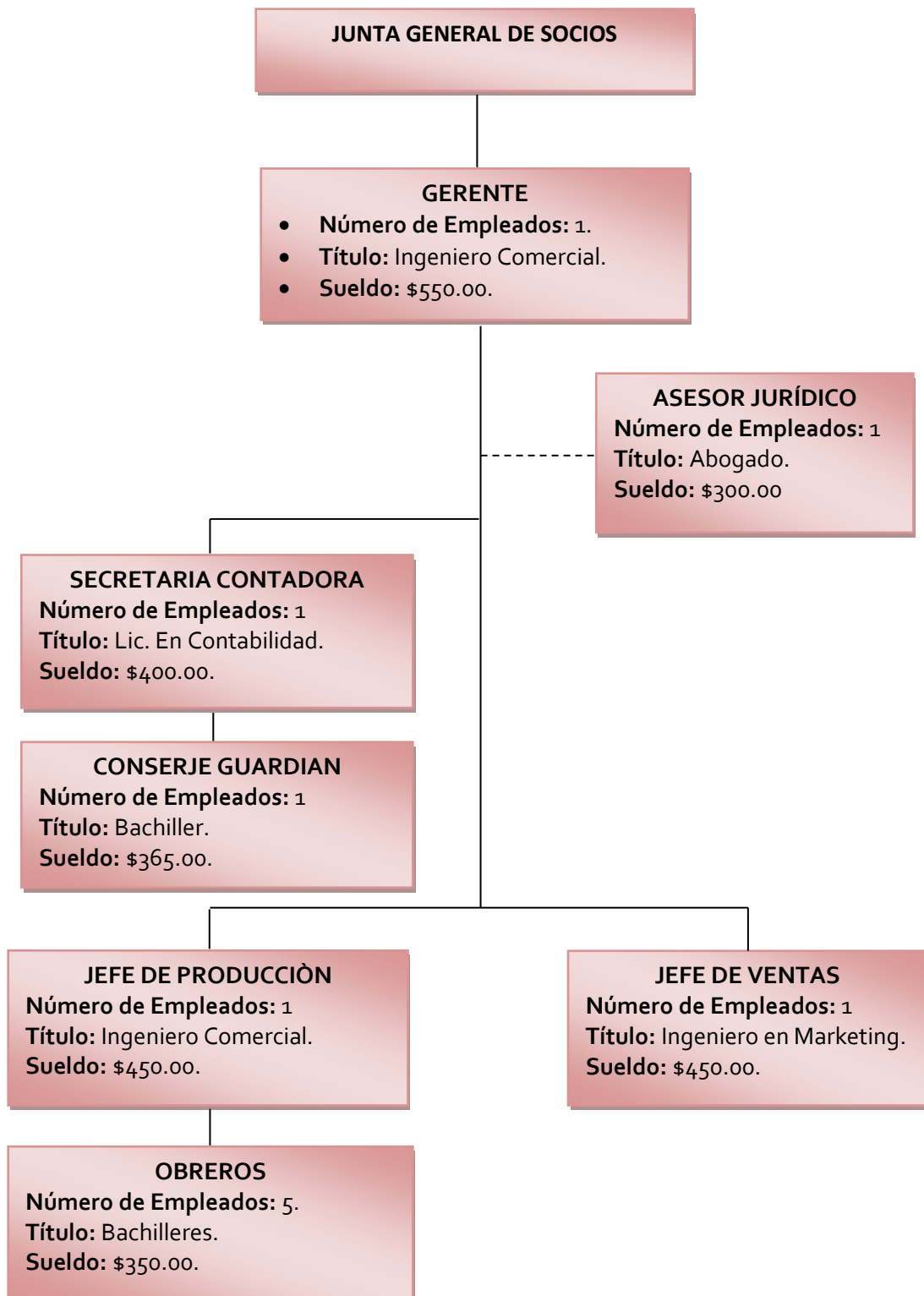
- **Organigrama de Posición**

Contempla la distribución específica de las jerarquías o categorías de puestos desempeñados por el personal directivo, ejecutivo u operacional de una empresa.

ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA

“ALFARERÍA CIA LIMITADA”

GRÁFICO N° 21



MANUAL DE FUNCIONES

El manual de funciones debe contemplar la estructura administrativa de las obligaciones y funciones de los socios y personas que conforman la empresa.

TITULO DEL PUESTO: JUNTA GENERAL DE SOCIOS.

NIVEL JERÁRQUICO: LEGISLATIVO.

INMEDIATO SUPERIOR

SUB-ALTERNOS: TODO EL PERSONAL.

CÓDIGO: 01.

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Este organismo legislativo de la empresa está en capacidad de resolver todos los temas relativos al accionar de la misma, considerando los límites establecidos por la Ley. La Junta General estará integrada por los socios, legalmente convocados y reunidos con estricta sujeción a las disposiciones pertinentes. Los socios actuarán por si mismos o a través de su representante legal.

NATURALEZA DEL PUESTO:

- Legislar, establecer políticas y estrategias para el accionar de la empresa.

FUNCIONES PRINCIPALES:

- Definir las políticas y reglamentos para el normal funcionamiento de la empresa.
- Conocer, analizar, aprobar o vetar documentos contables y demás informaciones administrativas que le sean remitidos para su revisión.
- Nombrar y remover de sus cargos a los miembros de los organismos administrativos de la empresa o cualquier otro funcionario.
- Resolver acerca de la distribución de los beneficios que se obtengan en cada periodo económico.
- Determinar modificaciones que se tengan que aplicar en el estatuto de la compañía.
- Decidir sobre la fusión, transformación, escisión, disolución y liquidación de la compañía.
- Las demás funciones afines y que resulten del accionar de la empresa.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Ser socio de la empresa.

TITULO DEL PUESTO: GERENTE.

NIVEL JERÁRQUICO: EJECUTIVO.

INMEDIATO SUPERIOR: JUNTA GENERAL DE SOCIOS.

SUB-ALTERNOS: TODO EL PERSONAL.

CÓDIGO: 02.

NATURALEZA DEL TRABAJO:

- Planificación, Dirección, ejecución y evaluación de las actividades administrativas y operativas de la Empresa.

CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO:

- Requiere de iniciativa, liderazgo y conocimiento de estrategias comerciales.

FUNCIONES:

- Acatar las normas y disposiciones que constituyan políticas de la Empresa.
- Representar judicial y extrajudicialmente en todos los actos y contratos a la empresa.
- Dirigir las actividades administrativas y operativas de la empresa.
- Administrar los fondos de la Empresa.
- Elaborar y ejecutar planes de convenios con organizaciones.
- Informa a los clientes sobre las formas de pago y promoción del producto.

- Analizar políticas idóneas de ventas.
- Determinar los lugares estratégicos e intermediarios adecuados para la venta de los productos.
- Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la empresa.
- Tramitar órdenes, cheques y más documentos que el reglamento lo autorice.
- Realizar todas las actividades de mercadeo del producto.
- Las demás funciones necesarias para la buena marcha de la Empresa.

CONDICIONES DE CLASE:

- Ambiente: Agradable con ciertas presiones por los problemas de la Empresa.
- Generalmente en posición de sentado y con influencia de luz artificial.
- Seguridad: Condiciones generalmente seguras.

REQUISITOS:

Educación:

- Título académico de Ingeniero Comercial.
- Cursos o niveles aprobados sobre planificación estratégica.

Experiencia:

- Dos años en labores administrativas

Aptitudes:

- Inteligencia, agilidad mental, don de mando, gran iniciativa, capacidad para desempeñar sus funciones bajo presión, alto sentido de responsabilidad, habilidad con las relaciones humanas.

Excelente presencia y buenos modales.

TITULO DEL PUESTO: ASESOR JURÍDICO.

NIVEL JERÁRQUICO: ASESOR.

INMEDIATO SUPERIOR: GERENTE.

SUB-ALTERNOS:

CÓDIGO: 03.

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Aconsejar, asesorar e informar sobre proyectos relacionados con el aspecto legal de la empresa.

TAREAS TÍPICAS:

- Asesorar a los directivos y funcionarios de la empresa sobre asuntos de carácter jurídico.
- Aconsejar e informar sobre proyectos en materias jurídica, para la empresa.
- Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa.
- Participar en procesos contractuales.
- Participar en sesiones de Junta de Socios y Jefes.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

Se caracteriza por mantener autoridad funcional más no de mando en razón que aconseja y recomienda pero no toma decisiones y su participación es eventual.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Poseer título de abogado o doctor en jurisprudencia.
- Experiencia laboral de un año en funciones similares.
- Curso de Relaciones Humanas.

TITULO DEL PUESTO: SECRETARIA CONTADORA.

NIVEL JERÁRQUICO: AUXILIAR.

INMEDIATO SUPERIOR: GERENTE.

SUB-ALTERNOS:

CÓDIGO: 04.

NATURALEZA DEL TRABAJO:

- Realizar actividades de Secretaria.
- Manejar y controlar movimientos contables de la empresa.

FUNCIONES PRINCIPALE:

- Atención al público.
- Llevar la correspondencia.
- Tipiar todo tipo de documentos.
- Atención a llamadas Telefónicas.
- Controla la asistencia del personal.
- Programación de reuniones entre Directivos y Funcionarios de la empresa ó citas de negocios del Gerente.
- Llevar la contabilidad general de la empresa.
- Realizar los estados financieros de la empresa.
- Elaborar roles de pago.
- Emitir informes de todos los movimientos contables de la empresa.

CARACTERISTICAS DE CLASE:

- Responsabilidad técnica y económica en el manejo de los trámites administrativos.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Poseer título en Contabilidad y Auditoría.
- Cursos de Secretaria Ejecutiva.
- Experiencia laboral de un año en funciones similares.
- Cursos de Relaciones Humanas, Computación (Word, Excel), expresión oral y escrita.

TITULO DEL PUESTO: CONSERJE - GUARDIÁN.

NIVEL JERÁRQUICO: AUXILIAR.

INMEDIATO SUPERIOR: GERENTE.

SUB-ALTERNOS:

CÓDIGO: 05.

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Encargado de las actividades de tramitación administrativa, limpieza y vigilancia de oficinas de la empresa.

TAREAS TÍPICAS:

- Mantener limpia el área física de la empresa.
- Mantenerse vigilante y a la expectativa de los servicios básicos.
- Determinar el control previo sobre gastos.
- Estar permanentemente en la empresa.
- Controlar el ingreso y egreso de personas en la empresa.
- Informar a sus superiores acontecimientos que atenten con la seguridad de la empresa.
- Garantizar la protección de las personas y de los bienes de la empresa.

CARACTERISTICOS DE LA CLASE:

Se caracteriza por tener autoridad funcional más no de mando, ya que cumple con las funciones encomendadas a él y no toma decisiones.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título de Bachiller.
- Experiencia mínima 2 años.
- Curso de preparación física y defensa personal.
- Curso de Relaciones Humanas.

TITULO DEL PUESTO: JEFE DE PRODUCCIÓN.

NIVEL JERÁRQUICO: OPERATIVO.

INMEDIATO SUPERIOR: GERENTE.

SUB-ALTERNOS: OBREROS.

CÓDIGO: 07.

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Organiza las labores de producción y abastecimiento de materia prima para el personal obrero a su cargo.

FUNCIONES:

- Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de producción.
- Elaborar programas de producción.
- Realizar un control de calidad de producción.
- Llevar estadísticas de producción.
- Entregar productos terminados al departamento de ventas.

CARACTERISTICAS DE CLASE:

- Llevar un control y supervisión responsable de la existencia de materia prima para evitar inconvenientes en la producción.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Poseer Título Profesional.
- Conocer sobre el manejo de producción en alfarería.
- Tener como mínimo un año de experiencia laboral en funciones similares.

TITULO DEL PUESTO: OBREROS.

NIVEL JERÁRQUICO: OPERATIVO.

INMEDIATO SUPERIOR: JEFE DE PRODUCCIÓN, GERENTE.

SUB-ALTERNOS:

CÓDIGO: 07.

NATURALEZA DEL TRABAJO:

- Efectuar labores correspondientes al proceso de producción.

FUNCIONES:

- Realizar las labores correspondientes de limpieza.
- Realizar las labores de higiene y seguridad.
- Transportar y transformar la materia prima.
- Comunicar de algún imprevisto de forma inmediata al jefe superior.

CARACTERISTICAS DE CLASE:

- Responsabilidad en las labores del proceso de producción y cargos otorgados.
- Habilidad y destreza en las labores de arreglo del producto final.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título de bachiller.
- Tener actitud de responsabilidad.
- Experiencia relacionada al trabajo.

TITULO DEL PUESTO: JEFE DE PRODUCCIÓN.

NIVEL JERÁRQUICO: OPERATIVO.

INMEDIATO SUPERIOR: GERENTE.

SUB-ALTERNOS:

CÓDIGO: 08.

NATURALEZA DEL TRABAJO:

- Planifica estrategias de distribución y comercialización del producto.

FUNCIONES:

- Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de ventas.
- Ser responsables de las ventas en el mercado asignado.
- Entregar el producto en forma oportuna.
- Promocionar el producto.
- Dar a conocer los pedidos al departamento de producción.

CARACTERISTICAS DE CLASE:

- Conocimientos de comercialización del producto.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título Superior, tecnólogo en marketing o carreras afines.
- Experiencia mínima de un año en labores similares.
- Cursos de Relaciones Humanas.
- Conocimientos en computación.

g.4.4 MINUTA PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA

Señor Notario:

En el registro de escrituras Públicas a su cargo, dígnese insertar una que contiene la constitución de la Compañía de Responsabilidad Limitada **“Alfarería” Cía. Ltda.**

En la Ciudad de Loja, Cantón y Provincia del mismo nombre, hoy de Junio del 2011, ante el notario quinto de la ciudad se eleva a minuta la constitución de la siguiente compañía limitada.

En el Registro de escrituras Públicas a su cargo, dígnese insertar una que contenga la constitución de la compañía colectiva **“Alfarería” Cía. Ltda.** De acuerdo a las siguientes estipulaciones:

PRIMERA.-Otorgantes: Concurren al otorgamiento de esta escritura de constitución de la compañía las Srtas. Patricia Elizabeth Cumbicus Vaca, con cédula N° 1104636517 y Magaly Del Rocio Curipoma Jiménez, de nacionalidad Ecuatoriana, mayores de edad, legalmente capaces, domiciliados en esta ciudad y quienes comparecen por sus propios derechos.

SEGUNDA.- Los comparecientes convienen en constituir la compañía de Responsabilidad Limitada **“Alfarería” Cía. Ltda.** , que se regirá por las Leyes del Ecuador y el siguiente estatuto.

TERCERA.- Estatuto de la Compañía Responsabilidad Limitada **“Alfarería”**
Cía. Ltda.

Capítulo Primero

NOMBRE, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL Y PLAZO DE DURACIÓN.

ARTÍCULO UNO.- La Compañía llevará el nombre de **“Alfarería” Cía. Ltda.**

ARTÍCULO DOS.- El domicilio de la compañía es la ciudad de Loja, Cantón y provincia del mismo nombre, ubicada al norte de la ciudad, Parroquia El Valle, en el barrio San Cayetano Alto Vía Nueva a Zamora calle París.

ARTÍCULO TRES.- la compañía tiene como objeto social la elaboración y comercialización de vasijas de barro.

ARTÍCULO CUATRO.-El plazo de duración de la compañía es de 5 años, contados a partir de la fecha de inscripción del contrato constitutivo en el Registro Mercantil; pero podrá disolverse en cualquier tiempo o prorrogar su plazo si así lo resolviere la Junta General de socios en la forma prevista en la ley y en este estatuto.

Capítulo Segundo

DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE LA RESERVA LEGAL.

ARTÍCULO CINCO.- El capital social de la compañía es del 75% del total de la inversión que será pagado en partes iguales por las socias las que estarán

representadas por el certificado de aprobación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos.

ARTÍCULO SEIS.-La compañía puede aumentar el capital social por resolución de la Junta General de los socios con el consentimiento de las terceras partes del capital social presente en la sección.

ARTÍCULO SIETE.- El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo hará de la siguiente manera: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas o utilidades, por capitalización de la reserva por revalorización del patrimonio realizado conforme a la ley y la reglamentación pertinente, o por demás medios previstos en la ley.

ARTÍCULO OCHO.- La reducción del capital se regirá por lo previsto por la ley de compañías, y en ningún caso se tomaran resoluciones encaminadas a reducir el capital social si ello implicare la devolución de los socios de parte de las aportaciones hechas y pagadas con las excepciones de ley.

ARTÍCULO NUEVE.- La compañía entregara a cada socio el certificado de aprobación que le corresponde. Dicho certificado de aportación se extenderá en libretines acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor certificado, nombre del socio o propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de consecución, notaria en que se otorgó, fecha y número de la inscripción en el registro mercantil, fecha y

lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rubrica del gerente general de la compañía .

ARTÍCULO DIEZ.- Al perderse o destruirse un certificado de aportación el interesado solicitara por escrito al gerente general la emisión de un duplicado del mismo.

ARTÍCULO ONCE.- Las participaciones en esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello el consentimiento unánime del capital social, que la sesión se celebre por escritura pública y se observe las pertinentes disposiciones de la ley.

ARTÍCULO DOCE.- Las participaciones de los socios en esta compañía son transmisibles por herencia, con forme a la ley.

Capítulo Tercero

DE LOS SOCIOS, DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDAD.

ARTÍCULO TRECE.- Son obligaciones de los socios:

Las que señalan la ley de compañías.

Cumplir las funciones y actividades deberes que les asignase la Junta General de socios, el gerente general de la compañía.

Cumplir con las aportaciones implementarias en proporción a las participaciones que tuvieran en la compañía, cuando y en la forma que decida la Junta General de socios.

Las demás que señale este estatuto.

ARTÍCULO CATORCE.- Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

- Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta General de Socios, personalmente o mediante poder a un socio o extraño, ya se trate de poder notarial o de carta poder.
- A elegir y ser elegido para los organismos de administración y fiscalización.
- A percibir las utilidades o beneficios a prorrata de las participaciones pagadas, lo mismo respecto del acervo social, de producirse las liquidaciones.
- Los demás derechos previstos en la ley y estatutos.

ESTUDIO FINANCIERO

g.5 ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero determina cual será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, esto se hace en función de los recursos, humanos, materiales y físicos necesarios para poder cubrir la capacidad instalada de producción durante el ejercicio económico y la vida útil de la empresa.

El Estudio financiero contendrá las siguientes partes:

1. Inversiones del Proyecto.
2. Presupuestos.
3. Balance general y Estado de Pérdidas y Ganancias.

INVERSIONES DE PROYECTO

Constituyen los desembolsos de dinero que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto. La sistematización de esta información cuantifica la inversión de los activos que requiere el proyecto; y el monto del capital de trabajo inicial para la puesta en marcha de la unidad económica; por lo tanto se tomará en cuenta:

- ◆ Activos Fijos (tangibles).
- ◆ Activos Diferidos (intangibles).
- ◆ Activos Corrientes (circulantes) o Capital de Trabajo.

ACTIVOS FIJOS

Son aquellas inversiones que se realizan de bienes tangibles en el proceso de transformación de los insumos y que sirve de apoyo en la prestación de servicios.

Se llaman fijos porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas.

ACTIVOS DIFERIDOS

Son los que se ocasionan durante la fase de formulación e implementación del proyecto y lo constituyen: los costos de elaboración del proyecto, los costos legales de constitución, la capacitación.

ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO

Constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes para la operación del proyecto durante un periodo productivo.

RESUMEN DE INVERSIONES

Cuadro N° 109

CONCEPTO	FUENTE	VALOR
1. ACTIVOS FIJOS		
Maquinaria y Equipo	Cuadro N°91	760.00
Herramientas	Cuadro N°92	42.00
Muebles y Enseres	Cuadro N°93	1820.00
Equipos de Oficina	Cuadro N°94	410.00
Equipo de Computo	Cuadro N°95	2210.00
Adecuaciones e Instalaciones	Cuadro N°96	1370.00
Imprevistos 5%		330.6
SUBTOTAL		6942.60
2. ACTIVOS DIFERIDOS		
Elaboración del Proyecto de Inversión	Cuadro N°97	1330.00
Constitución de la empresa	Cuadro N°97	600.00
Permiso de Funcionamiento	Cuadro N°97	400.00
Capacitación	Cuadro N°97	100.00
Imprevistos 5%		121.50
SUBTOTAL		2551.50
3. CAPITAL DE TRABAJO (UN MES)		
Mano de Obra Directa	Cuadro N°107	1,654.54
Mano de Obra Indirecta	Cuadro N°107	2173.39
Materia Prima Directa	Cuadro N°98	5,490.00
Materia Prima Indirecta	Cuadro N°99	4,790.83
Gastos Administrativos	Cuadro N°101-104	934.35
Suministros de Producción	Cuadro N°105	15.00
Gas (leña)	Cuadro N°106	80.00
Imprevistos 5%		756.91
SUBTOTAL		15,895.03
TOTAL		25389.13

Elaborado Por: Las Autoras.

FINANCIAMIENTO

FINANCIAMIENTO

Una vez conocido el monto de la inversión se hace necesario buscar los fuentes de financiamiento, para ello se toma dos fuentes.

1ª Fuente Interna.- Constituida por el aporte de los socios.

2ª Fuente Externa.- Constituida normalmente por las entidades financieras, privadas y estatales.

El crédito que mantendrá el proyecto con el Banco de Loja constituirá el 59.08 % que corresponde a \$15000.00 a 5 años plazo al 12% de interés anual con el plazo trimestral.

CUADRO N°110
FINANCIAMIENTO

CONCEPTO	VALOR	%
Crédito	15000.00	59.08
Capital Social	10389.13	40.92
TOTAL	25389.13	100.00

Fuente: Cuadro N° 109.

Elaborado por: Las Autoras.

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Cuadro N° 111

CAPITAL: 15000		TIEMPO: 5 años		
INTERÉS: 12%		PAGO: Trim. 20		
SEMESTRE	CAPITAL	INTERÉS	DIVIDENDO	CAPITAL DISMINUIDO
0				15000
1	750	450	1200	14250
2	750	427.5	1177.5	13500
3	750	405	1155	12750
4	750	382.5	1132.5	12000
5	750	360	1110	11250
6	750	337.5	1087.5	10500
7	750	315	1065	9750
8	750	292.5	1042.5	9000
9	750	270	1020	8250
10	750	247.5	997.5	7500
11	750	225	975	6750
12	750	202.5	952.5	6000
13	750	180	930	5250
14	750	157.5	907.5	4500
15	750	135	885	3750
16	750	112.5	862.5	3000
17	750	90	840	2250
18	750	67.5	817.5	1500
19	750	45	795	750
20	750	22.5	772.5	0

Fuente: Institución Financiera Bco. Loja.

Elaborado por: Las Autoras.

PRESUPUESTOS

Es un instrumento del proyecto de inversión, que nos permite determinar y asignar los recursos requeridos para la consecución de los objetivos que nos hemos propuesto.

El presupuesto determina una reseña total del Plan de Operaciones de ingresos y egresos de la empresa, en nuestro caso fijamos para 5 años

que es la vida económica de la empresa, considerando una tasa de inflación del 3.35% para cada año.

COSTOS E INGRESOS

Los costos son todas las erogaciones o desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico, estos costos constituyen uno de los aspectos importantes para la determinación de la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para la correspondiente evaluación del mismo.

CUADRO N°112
PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Barro	53,900.00	55,786.50	57,739.03	59,759.89	61,851.49
Masilla Rojiza	11,980.00	12,399.30	12,833.28	13,282.44	13,747.33
TOTAL	65,880.00	68,185.80	70,572.30	73,042.33	75,598.82

Fuente: Cuadro N° 98.

Elaborado por: Las Autoras.

CUADRO N°113
PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cartones	57490	59502.15	61584.73	63740.19	65971.10
TOTAL	57,490.00	59,502.15	61,584.73	63,740.19	65,971.10

Fuente: Cuadro N° 99.

Elaborado por: Las Autoras.

CUADRO N°114
PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Obreros	26,322.22	27,243.49	28,197.02	29,183.91	30,205.35
TOTAL	26,322.22	27,243.49	28,197.02	29,183.91	30,205.35

Fuente: Cuadro N° 107.

Elaborado por: Las Autoras.

CUADRO N°115					
PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	8272.70	8562.24	8861.92	9172.09	9493.11
Secretaria-Contabilidad.	6016.51	6227.08	6445.03	6670.61	6904.08
Conserje-Guardián.	5,490.06	5,682.21	5,881.09	6,086.93	6,299.97
Jefe de Producción	6,768.57	7,005.47	7,250.66	7,504.43	7,767.09
Jefe de Ventas	6,768.57	7,005.47	7,250.66	7,504.43	7,767.09
Asesor Jurídico	300.00	310.50	321.37	332.62	344.26
TOTAL	33,616.41	34,792.98	36,010.73	37,271.11	38,575.60

Fuente: Cuadro N° 107.

Elaborado por: Las Autoras.

CUADRO N°116					
PRESUPUESTO DE ARRIENDO					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arriendo	6,000.00	6,210.00	6,427.35	6,652.31	6,885.14
TOTAL	6,000.00	6,210.00	6,427.35	6,652.31	6,885.14

Fuente: Cuadro N° 100.

Elaborado por: Las Autoras.

CUADRO N°117					
PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	1,920.00	1,987.20	2,056.75	2,128.74	2,203.24
TOTAL	1,920.00	1,987.20	2,056.75	2,128.74	2,203.24

Fuente: Cuadro N° 104.

Elaborado por: Las Autoras.

CUADRO N°118					
PRESUPUESTO DE SERVICIOS BÁSICOS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Teléfono	480	496.8	514.188	532.18458	550.81104
Luz	300	310.50	321.37	332.62	344.26
Agua	1,200.00	1,242.00	1,285.47	1,330.46	1,377.03
TOTAL	1,980.00	2,049.30	2,121.03	2,195.26	2,272.10

Fuente: Cuadro N° 101.

Elaborado por: Las Autoras.

CUADRO N°119
PRESUPUESTO DE UTILES DE OFICINA

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Papel bond	8.00	8.28	8.57	8.87	9.18
Cartuchos de tinta	24.50	25.36	26.25	27.16	28.11
Block de facturas	75.00	77.63	80.34	83.15	86.06
Esferos	3.00	3.11	3.21	3.33	3.44
Clips	1.50	1.55	1.61	1.66	1.72
Grapas	1.50	1.55	1.61	1.66	1.72
TOTAL	113.50	117.47	121.58	125.84	130.24

Fuente: Cuadro N° 102.

Elaborado por: Las Autoras.

CUADRO N°120
PRESUPUESTO DE UTILES DE ASEO

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Escobas	7.50	7.76	8.03	8.32	8.61
Recogedores de basura.	6.00	6.21	6.43	6.65	6.89
Cestos de basura	18.00	18.63	19.28	19.96	20.66
Trapeadores	16.00	16.56	17.14	17.74	18.36
Desinfectantes	11.25	11.64	12.05	12.47	12.91
TOTAL	58.75	60.81	62.93	65.14	67.42

Fuente: Cuadro N° 103.

Elaborado por: Las Autoras.

CUADRO N°121
PRESUPUESTO DE SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Delantales	90.00	93.15	96.41	99.78	103.28
Guantes	45.00	46.58	48.21	49.89	51.64
Gorros	45.00	46.58	48.21	49.89	51.64
TOTAL	180.00	186.30	192.82	199.57	206.55

Fuente: Cuadro N° 105.

Elaborado por: Las Autoras.

CUADRO N°122
PRESUPUESTO DE LEÑA

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Leña	960.00	993.60	1,028.38	1,064.37	1,101.62
TOTAL	960.00	993.60	1,028.38	1,064.37	1,101.62

Fuente: Cuadro N° 106.

Elaborado por: Las Autoras.

CUADRO N°123
PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS RESUMEN

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arriendo	6000.00	6210.00	6427.35	6652.31	6885.14
Publicidad	1920.00	1987.20	2056.75	2128.74	2203.24
Serv. Básicos	1,980.00	2,049.30	2,121.03	2,195.26	2,272.10
Útiles de Oficina	113.50	117.47	121.58	125.84	130.24
Útiles de Aseo	58.75	60.81	62.93	65.14	67.42
Sumin. De Produc.	180.00	186.30	192.82	199.57	206.55
Leña	960.00	993.60	1028.38	1064.37	1101.62
TOTAL	11,212.25	11,604.68	12,010.84	12,431.22	12,866.31

Fuente: Cuadro N° 100 al 106.

Elaborado por: Las Autoras.

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

CUADRO N°124

AÑO	Valor Act. Diferido	Valor Total
5	2551.50	510.3
TOTAL	2551.50	510.30

Fuente: Presupuesto Activos Diferidos.

Elaborado Por: Las Autoras

PRESUPUESTO DE COSTOS TOTALES

CUADRO N°125

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE PRODUCCIÓN					
Materia Prima Directa	65,880.00	68,185.80	70,572.30	73,042.33	75,598.82
Materia Prima indirecta	57,490.00	59,502.15	61,584.73	63,740.19	65,971.10
Mano de Obra Directa	26,322.22	27,243.49	28,197.02	29,183.91	30,205.35
Depreciaciones	964.72	964.72	964.72	981.91	981.91
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	150,656.93	155,896.16	161,318.76	166,948.34	172,757.17
COSTOS DE OPERACIÓN					
Gastos Administrativos	11,212.25	11,604.68	12,010.84	12,431.22	12,866.31
Mano de Obra Indirecta	33,616.41	34,792.98	36,010.73	37,271.11	38,575.60
Amortización Activos Diferidos	510.30	510.30	510.30	510.30	510.30
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	45,338.96	46,907.96	48,531.88	50,212.63	51,952.21
GASTOS FINANCIEROS					
Interés	1665	1305	945	585	225
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	1665	1305	945	585	225
TOTAL COSTOS	197,660.89	204,109.12	210,795.64	217,745.97	224,934.38

Fuente: Cuadros de Resúmenes.

Elaborado por: Las Autoras.

CÁLCULO DE COSTOS UNITARIOS

Para calcular los costos unitarios de producción, se divide el presupuesto de costos totales para la cantidad de producción para determinar los costos promedios.

Fórmula:

$$\text{Costo Unitario} = \frac{\text{Costo Total}}{\text{Número de Unidades de Producción}}$$

Primer Año

$$\text{C.U.} = \frac{197,660.89}{128326}$$

$$\text{C.U.} = 1.54$$

Segundo Año

$$\text{C.U.} = \frac{204,109.12}{145436}$$

$$\text{C.U.} = 1.40$$

Tercer Año

$$\text{C.U.} = \frac{210,795.64}{153991}$$

$$\text{C.U.} = 1.37$$

Cuarto Año

$$\text{C.U.} = \frac{217,745.97}{162546}$$

$$\text{C.U.} = 1.34$$

Quinto Año

$$C.U = \frac{224,934.38}{171101}$$

$$C.U = 1.31$$

CÁLCULO DEL PRECIO UNITARIO

Al costo unitario se le agrega el margen de utilidad bruta y se obtiene el valor.

Fórmula:

$$P.V.P = COSTO UNITARIO + MARGEN DE UTILIDAD$$

AÑO 1

Margen de Utilidad 8%

AÑO 2

Margen de Utilidad 19%

AÑO 3

Margen de Utilidad 22%

AÑO 4

Margen de Utilidad 25%

AÑO 5

Margen de Utilidad 28%

CUADRO N°126

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo	1.54	1.40	1.37	1.34	1.31
Utilidad	0.12	0.27	0.30	0.33	0.37
Precio	1.66	1.67	1.67	1.67	1.68

Elaborado por: Las Autoras

CLASIFICACIÓN ANALÍTICA DE LOS COSTOS FIJOS Y VARIABLES

A los costos totales se los clasifica en fijos y variables, debido a que algunos costos aumentan si se incrementa el nivel de producción, mientras otros permanecen sin variación para cualquier nivel de producción. Esta clasificación se realiza con la finalidad de obtener datos necesarios para el análisis del punto de equilibrio.

☞ **COSTOS FIJOS:** Se entiende por costos fijos aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el solo hecho de existir, independientemente si existe o no producción.

☞ **COSTOS VARIABLES:** Son aquellos que están en relación directa con los niveles de producción de la empresa.

En el siguiente cuadro se detalla el desglose de cada uno de los rubros.

CUADRO N°127

RUBRO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	C. FIJO	C. VARIABLE	C. FIJO	C. VARIABLE	C. FIJO	C. VARIABLE	C. FIJO	C. VARIABLE	C. FIJO	C. VARIABLE
COSTOS DE PRODUCCIÓN										
Materia Prima Directa		65,880.00		68,185.80		70,572.30		73,042.33		75,598.82
Materia Prima Indirecta		57,490.00		59,502.15		61,584.73		63,740.19		65,971.10
Mano de Obra Directa	26,322.22		27,243.49		28,197.02		29,183.91		30,205.35	
Depreciaciones	964.72		964.72		964.72		981.91		981.91	
SUBTOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	27286.93	123370.00	28208.21	127687.95	29161.73	132157.03	30165.82	136782.52	31187.25	141569.91
COSTOS DE OPERACIÓN										
Mano de Obra Indirecta	33,616.41		34,792.98		36,010.73		37,271.11		38,575.60	
Gastos De Arriendo	6,000.00		6,210.00		6,427.35		6,652.31		6,885.14	
Servicios Básicos	1,980.00		2,049.30		2,121.03		2,195.26		2,272.10	
Gastos de Publicidad	1,920.00		1,987.20		2,056.75		2,128.74		2,203.24	
Gastos Administrativos	1,312.25		1,358.18		1,405.72		1,454.92		1,505.84	
Amortización Activos Diferidos	510.30		510.30		510.30		510.30		510.30	
SUBTOTAL COSTOS OPERACIONALES	45,338.96		46,907.96		48,531.88		50,212.63		51,952.21	
GASTOS FINANCIEROS										
Intereses	1665.00		1305.00		945.00		585.00		225.00	
SUBTOTAL GASTOS FINANCIEROS	1665.00	0.00	1305.00	0.00	945.00	0.00	585.00	0.00	225.00	
TOTALES	74290.89	123370.00	76421.17	127687.95	78638.61	132157.03	80963.45	136782.52	83364.47	141569.91
TOTAL COSTOS	197660.89		204109.12		210795.64		217745.97		224934.38	

Elaborado por: Las Autoras.

ESTIMACIÓN DE LOS INGRESOS

Los ingresos que genero el proyecto corresponde básicamente a la venta de producción.

En el siguiente cuadro se puede observar el detalle de los ingresos.

CUADRO N°128
PRESUPUESTO DE INGRESOS

AÑOS	P.V.P	VENTAS EN UNIDADES	TOTAL INGRESOS
1	1.66	128326	213473.76
2	1.67	145436	242889.85
3	1.67	153991	257170.68
4	1.67	162546	272182.47
5	1.68	171101	287916.01

Elaborado por: Las Autoras.

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio se interpreta como el nivel de ingresos o de operación, en la cual la empresa no tendrá ni utilidades ni pérdidas.

El punto de equilibrio se puede calcular mediante dos métodos: Matemáticamente en función de las ventas y en función de la capacidad instalada a través de un gráfico.

Para efectos del presente análisis se ha realizado el cálculo de los años 1, 3 y 5.

AÑO 1

EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

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

$$PE = \frac{74290.89}{213473.76 - 123370.00} \times 100$$

$$PE = 82\%$$

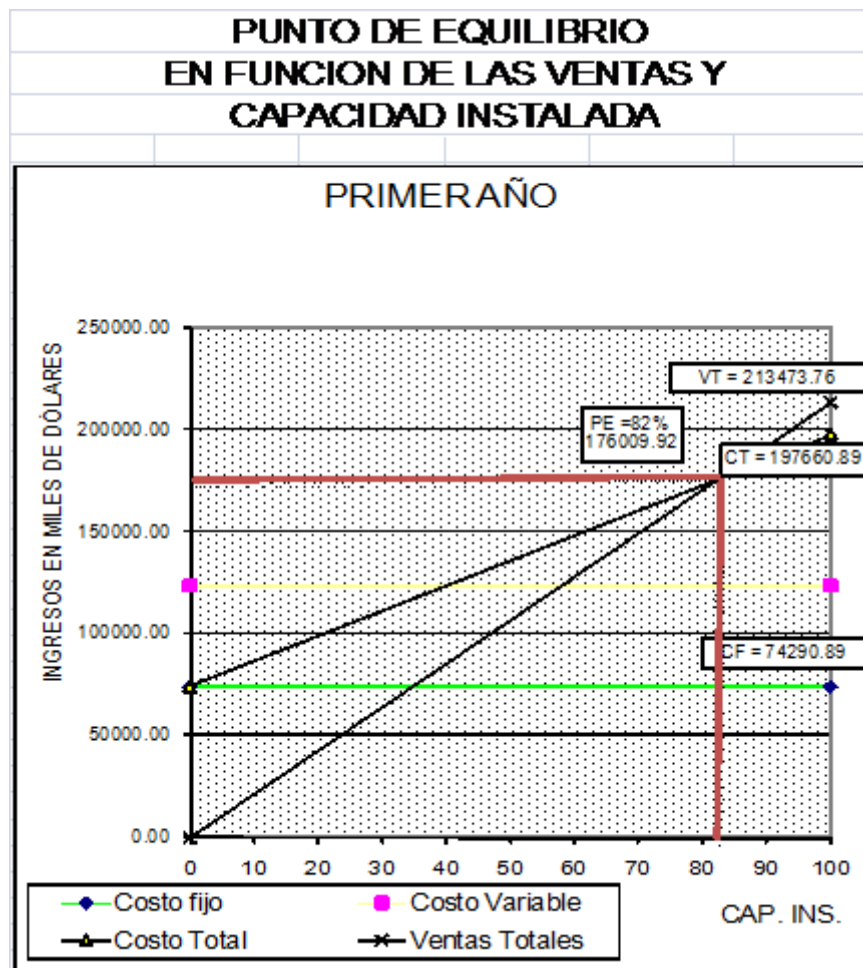
EN FUNCIÓN DEL VOLUMEN DE VENTAS O INGRESOS

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

$$PE = \frac{74290.89}{1 - \frac{123370.00}{213473.76}}$$

$$PE = 176009.92 \quad CT = CF + CV = 197660.89$$

Gráfico N°22



Elaborado por: Las Autoras.

AÑO 3

EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

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

$$PE = \frac{78638.61}{257170.68 - 132157.03} \times 100$$

$$PE = 63\%$$

EN FUNCIÓN DEL VOLUMEN DE VENTAS O INGRESOS

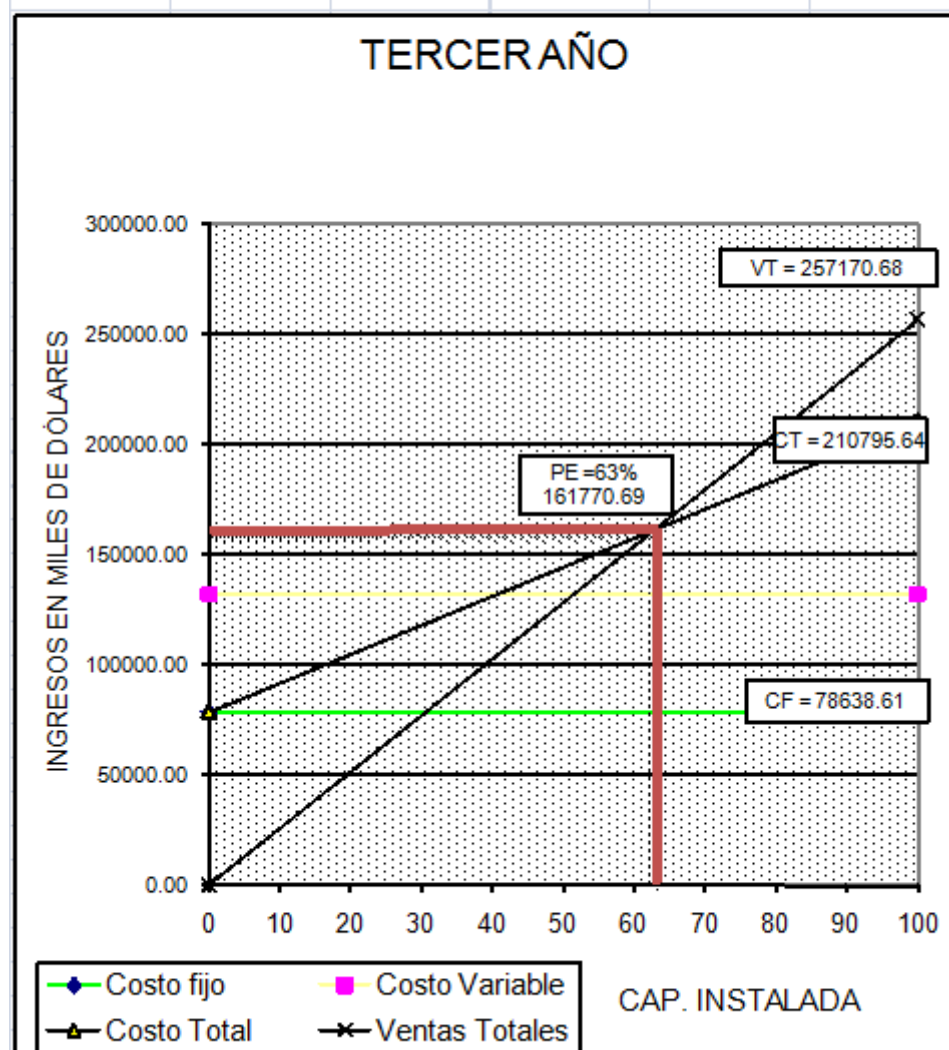
$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Coto variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{78638.61}{1 - \frac{132157.03}{257170.68}}$$

$$PE = 161770.69 \quad CT = CF + CV = 210795.64$$

Gráfico N°23

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



Elaborado por: Las Autoras.

AÑO 5

EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

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

$$PE = \frac{83364.47}{287916.01 - 141569.91} \times 100$$

$$PE = 57\%$$

EN FUNCIÓN DEL VOLUMEN DE VENTAS O INGRESOS

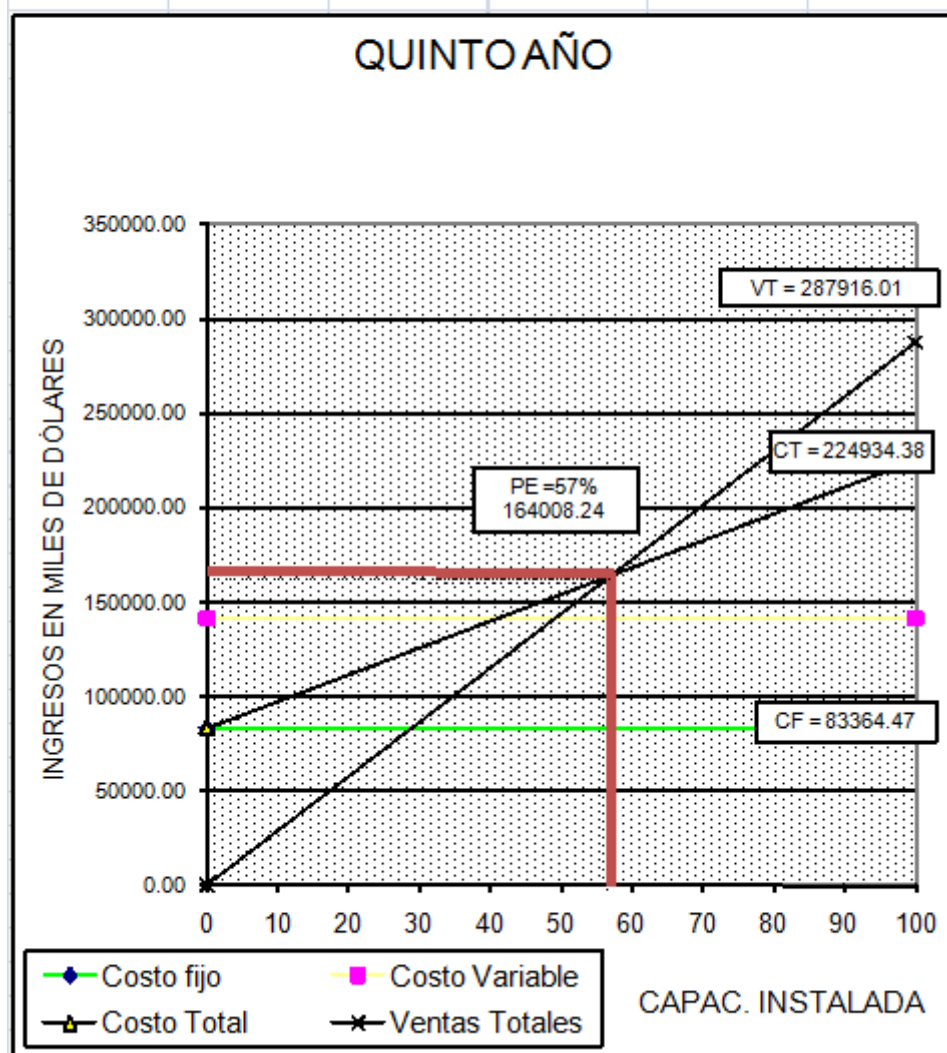
$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Coto variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{83364.47}{1 - \frac{141569.91}{287916.01}}$$

$$PE = 164008.24 \quad CT = CF + CV = 224934.38$$

Gráfico N°24

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



Elaborado por: Las Autoras.

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

El objetivo central es determinar las necesidades de recursos financieros, las fuentes y las condiciones de ellas, y la rentabilidad general.

Para cumplir con lo expuesto, organizamos la información recopilada hasta ahora en los siguientes instrumentos:

- a. Estado de pérdidas y ganancias.
- b. Flujo de caja

ESTADO DE PÉRDIDAS YGANANCIAS

Es un documento que representa los resultados financieros de la actividad de la empresa en un periodo determinado. La finalidad que tiene este documento en el proyecto es determinar si al final de cada periodo de vida útil se obtendrá una utilidad o pérdida neta.

Básicamente compara los ingresos que se van a producir en costos y gastos y así mismo que se van a producir en el proceso de operación de la empresa.

CUADRO N°129

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR VENTAS	213473.76	242889.85	257170.68	272182.47	287916.01
(-) Costo De Producción	150,656.93	155,896.16	161,318.76	166,948.34	172,757.17
(=) Utilidad Bruta	62816.83	86993.69	95851.92	105234.13	115158.84
(-) Costo De Operación + Gasto Financ.	47,003.96	48,212.96	49,476.88	50,797.63	52,177.21
(=) Utilidad en Operación	15812.87	38780.73	46375.04	54436.49	62981.63
(-) 15% Reparto de Utilidad de Trabajo	2371.93	5817.11	6956.26	8165.47	9447.24
(=) Utilidad Antes de Impuesto	13440.94	32963.62	39418.78	46271.02	53534.38
(-) 25% de Impuesto a la Renta	3360.24	8240.91	9854.70	11567.75	13383.60
(=)Utilidad Antes de Reserva	10080.71	24722.72	29564.09	34703.26	40150.79
(-) 10% de Capitalización para Reserva	1008.07	2472.27	2956.41	3470.33	4015.08
(=) UTILIDAD LÍQUIDA DEL EJERCICIO	9072.63	22250.45	26607.68	31232.94	36135.71

Elaborado Por: Las Autoras.

FLUJO DE CAJA

Nos permite presentar la diferencia entre los ingresos efectivamente recibidos y los egresos realmente pagados. Los ingresos totales están representados por las ventas de la producción del producto y el valor residual o valor de desecho. Los egresos totales en cambio son los costos totales menos las depreciaciones y la amortización del activo diferido.

CUADRO N°130

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. INGRESOS						
Ventas		213473.76	242889.85	257170.68	272182.47	287916.01
Crédito	15000.00					
Capital Propio	10389.13					
Valor Residual				736.59		1934.80
TOTAL INGRESOS	25389.13	213473.76	242889.85	257907.27	272182.47	289850.81
2. EGRESOS						
Activo Fijo	6942.60					
Activo Diferido	2551.50					
Activo Circulante	15,895.03					
Costos De Producción		150,656.93	155,896.16	161,318.76	166,948.34	172,757.17
Costo de Operación + Gastos Finan.		47,003.96	48,212.96	49,476.88	50,797.63	52,177.21
Reinversión					2287.35	
TOTAL EGRESOS	25389.13	197660.89	204109.12	210795.64	220033.32	224934.38
(=) Utilidad Bruta		15812.87	38780.73	47111.63	52149.14	64916.43
(-) 15% Reparto a Trabajadores		2371.93	5817.11	6956.26	8165.47	9447.24
(=) Utilidad Antes del Impuesto		13440.94	32963.62	40155.38	43983.67	55469.18
(-) 25% Impuesto a la Renta		3360.24	8240.91	9854.70	11567.75	13383.60
(=) Utilidad Líquida		10080.71	24722.72	30300.68	32415.91	42085.59
(+) Depreciación y Amortización Act. Dif.		1475.02	1475.02	1475.02	1492.21	1492.21
(=) FLUJO NETO		11555.72	26197.73	31775.70	33908.12	43577.79

Elaborado por: las Autoras.

MEDIDAS PARA EVALUAR EL PROYECTO

La evaluación del proyecto tiene como objetivo central determinar los principales indicadores de factibilidad, hacer un análisis sobre los efectos que en esos indicadores tienen los cambios en los variables del proyecto, identificar variables y sus supuestos para la factibilidad del mismo, en otras palabras consiste en decir si el proyecto es factible o no, cambiando operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación.

Para nuestro proyecto consideraremos las siguientes medidas::

1. Valor Actual Neto (VAN).
2. Tasa Interna de Retorno (TIR).
3. Análisis de Sensibilidad.
4. Relación Beneficio - Costo.

5. Periodo de Recuperación de Capital.

VALOR ACTUAL NETO

Determina el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Los criterios para evaluar son:

- Si el VAN es positivo se puede aceptar el proyecto, lo que indica que la inversión de la empresa incrementará.
- Si el VAN es negativo se rechaza el proyecto, lo que significa que la inversión perderá su valor en el tiempo.
- Si el Van es igual a cero, se es indiferente frente al proyecto y por lo tanto queda a criterio del inversionista.

CUADRO N° 131
VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT. 12.00%	VALOR ACTUALIZADO
0	25,389.13		
1	11,555.72	0.892857	10,317.61
2	26,197.73	0.797194	20,884.67
3	31,775.70	0.711780	22,617.31
4	33,908.12	0.635518	21,549.22
5	43,577.79	0.567427	24,727.21
			100,096.03
			25,389.130
			74,706.90

ELABORACIÓN: Las Autoras

V.A.N.
= Sumatoria Flujo Neto - Inversión

V.A.N.
= 100,096.03 -25,389.13

V.A.N.
= **74,706.90** Es factible
realizar el
proyecto.

TASA INTERNA DE RETORNO

Constituye la tasa de interés, a la cual debemos descontar los flujos de efectivo generados por el proyecto, a través de su vida económica para que estos se iguales con la inversión. Utilizando la tasa interna de retorno (TIR), como criterio para tomar las decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente

- Si la TIR es mayor que el costo de oportunidad o capital se acepta el proyecto
- Si la TIR es igual que el costo de oportunidad la inversión queda a criterio del inversionista.
- Si la TIR es menor que el costo de oportunidad de capital, se rechaza el proyecto.

CUADRO N°132

TASA INTERNA DE RETORNO					
AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		80.00%		80.50%	
0	-25,389.13		-25,389.13		-25,389.13
1	11,555.72	0.555556	6,419.84	0.554017	6,402.06
2	26,197.73	0.308642	8,085.72	0.306934	8,040.99
3	31,775.70	0.171468	5,448.51	0.170047	5,403.35
4	33,908.12	0.095260	3,230.08	0.094209	3,194.44
5	43,577.79	0.052922	2,306.23	0.052193	2,274.46
			101.26		-73.82

Fuente: Las Autoras.

$TIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$		
		101.26
TIR =	80+0,5 (-----)
	101.26	-73.82
TIR =	80.29%	

Se acepta el proyecto.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad, no es sino el grado de elasticidad de la rentabilidad de un proyecto ante determinadas variaciones de los parámetros críticos del mismo.

El análisis de sensibilidad busca medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto frente al cambio imprevisto de una variable (ingresos, costos), asumiendo que el resto de variables permanecen constantes.

Si el criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es el siguiente:

Si el coeficiente es $>$ que 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad.

Si el coeficiente es $<$ que 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.

Si el coeficiente es $=$ que 1 no hay efecto sobre el proyecto, el proyecto es indiferente a los cambios.

CUADRO N°133

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 10.74% EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		10.74%			44.50%		50.00%	
						-25,389.13		-25,389.13
1	197,660.89	218,889.67	213,473.76	-5,415.91	0.69204	-3,748.03	0.66667	-3,610.61
2	204,109.12	226,030.44	242,889.85	16,859.41	0.47892	8,074.33	0.44444	7,493.07
3	210,795.64	233,435.09	257,170.68	23,735.59	0.33143	7,866.77	0.29630	7,032.77
4	217,745.97	241,131.89	272,182.47	31,050.58	0.22937	7,121.94	0.19753	6,133.45
5	224,934.38	249,092.33	287,916.01	38,823.67	0.15873	6,162.51	0.13169	5,112.58
						88.39		-3,227.87

INVERSIÓN= 25389.13

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

$$NTIR = 44 - 5 + 0.5 \left(\frac{88.39}{88.39 + 3227.87} \right)$$

NTIR = 44.65%

TIR DEL PROYECTO = 80.29%

1) DIFERENCIA DE TIR
Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir
Dif.Tir.= **35.64%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN
% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100
% Var. = **44.39%**

3) SENSIBILIDAD
Sensib. = % Var./ Nueva Tir
Sensibilidad = **0.9943276**

CUADRO N°134

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 9.15% EN LOS INGRESOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			9.15%		44.50%		55.00%	
						-25,389.13		-25,389.13
1	197,660.89	213,473.76	193,940.91	-3,719.98	0.692042	-2,574.38	0.645161	-2,399.99
2	204,109.12	242,889.85	220,665.43	16,556.31	0.478921	7,929.17	0.416233	6,891.28
3	210,795.64	257,170.68	233,639.56	22,843.92	0.331434	7,571.24	0.268537	6,134.45
4	217,745.97	272,182.47	247,277.77	29,531.80	0.229366	6,773.58	0.173250	5,116.38
5	224,934.38	287,916.01	261,571.69	36,637.31	0.158731	5,815.46	0.111774	4,095.11
						125.95		-5,551.89

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

$$NTIR = 44.5 + 0.5 \left(\frac{125.95}{125.95 + 5,551.89} \right)$$

NTIR = 44.73%

TIR DEL PROYECTO = 80.29%

1) DIFERENCIA DE TIR
Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir
Dif.Tir.= **35.56%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN
% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100
% Var. = **44.29%**

3) SENSIBILIDAD
Sensib. = % Var./ Nueva Tir
Sensibilidad = **0.9900047**

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Permite medir el rendimiento que se obtienen por cada cantidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no en base al siguiente criterio.

- ☞ Si la relación Ingreso/ Egreso es = 1 el proyecto es indiferente.
- ☞ Si la relación es mayor a 1 el proyecto es rentable.
- ☞ Si la relación es menor a 1 el proyecto no es rentable.

CUADRO N°135
RELACION BENEFICIO/COSTO

AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIG.	FACTOR ACT.	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT.	INGRESO ACTUALIZADO
		12.00%			12.00%	
1	197,660.89	0.892857	176,482.94	213,473.76	0.892857	190,601.57
2	204,109.12	0.797194	162,714.54	242,889.85	0.797194	193,630.30
3	210,795.64	0.711780	150,040.17	257,170.68	0.711780	183,049.01
4	220,033.32	0.635518	139,835.16	272,182.47	0.635518	172,976.88
5	224,934.38	0.567427	127,633.81	287,916.01	0.567427	163,371.27
			756,706.61			903,629.03
ELABORACION: Las Autoras						
		INGRESO ACTUALIZADO		903,629.03		
RELACION BENEFICIO COSTO =			-----	=	-----	= 1.19
		COSTO ACTUALIZADO		756,706.61		

El proyecto es rentable es decir que por cada dólar invertido se obtiene 0.19 ctvs. de ganancia.

PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL

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

CUADRO N°136

PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL				
AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT. 12.00%	VALOR ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
0	25,389.13			
1	11,555.72	0.892857	10,317.61	10,317.61
2	26,197.73	0.797194	20,884.67	31,202.28
3	31,775.70	0.711780	22,617.31	53,819.59
4	33,908.12	0.635518	21,549.22	75,368.82
5	43,577.79	0.567427	24,727.21	100,096.03
ELABORACIÓN: Los Autores				
Inversión - Σ Primeros Flujos				
P.R.C. = Año que supera la inversión + -----				
Flujo del año que supera la inversión				
	25,389.13	-31,202.28		
P.R.C. = 2 + -----				
	20,884.67			
P.R.C. = 2+(-0.278345) años				
P.R.C. = 1.72				
1 año		8 meses	19 días	
0.72*12 = 8,64		0.64*30 = 19,2		
El inversión se recuperará en 1 año 8 meses y 19 días				

CONCLUSIONES

h. CONCLUSIONES

Luego de haber realizado los respectivos estudios para el presente proyecto se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- ◆ El cantón Loja cuenta con procesadoras y comercializadora de este tipo de producto pero no realizan publicidad lo que les impide su crecimiento en el mercado dándonos de esta manera una ventaja competitiva.
- ◆ El estudio de mercado realizado en el cantón Loja, nos ha permitido determinar, que el proyecto puede ser ejecutado, por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda y la oferta.
- ◆ Para la implementación del presente proyecto se requiere un capital de \$25389.13 el mismo que se financiara de fuentes internas y de fuente externa.
- ◆ El costo de producción es \$1.54 para los diferentes tipos de vasijas con una utilidad del 8% para el primer año ya que en los años consecutivos variara siendo su precio de venta al público de \$1.66, siendo este precio competitivo en el mercado.
- ◆ La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: De acuerdo al VAN del presente proyecto nos da un valor positivo de \$ 74,706.90 lo que nos indica que es factible realizar el proyecto.
- ◆ Para el presente proyecto la TIR es de 80.29%, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto
- ◆ Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores que 1, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos.

- ◆ En cuanto a la relación Beneficio/Costo es de \$1.19 es decir que por cada dólar invertido obtendremos 0.19 centavos de ganancia.
- ◆ El tiempo que se requiere para recuperar la inversión original sería de 1 años, y 8 meses y 19 días.

RECOMENDACIONES

i. RECOMENDACIONES

Al finalizar el siguiente proyecto hemos creído conveniente sugerir las siguientes recomendaciones con la finalidad de mejorar el desarrollo de la sociedad:

- ◆ Primeramente se recomienda que antes de implementar una empresa se realice su respectivo estudio para conocer la factibilidad del mismo.
- ◆ Para que el producto tenga una buena acogida en el mercado se recomienda que se utilicen estrategias de marketing.
- ◆ La factibilidad de este proyecto es recomendable, ya que así lo han demostrado sus respectivos estudios.
- ◆ Se recomienda que los recursos a utilizar provenga del país permitiendo de esta manera el desarrollo del mismo valorando lo nuestro.
- ◆ Para el lanzamiento del producto se tiene que planificar adecuadamente como se realizará la introducción del mismo.

BIBLIOGRAFÍA

j. BIBLIOGRAFÍA

LIBROS:

- BACA, Gabriel, “Evaluación de Proyectos”, 2001.
- Ecuador y su realidad de la fundación José Peralta edición 2009.
- Marcial Córdova Padilla, Formulación y evaluación de proyectos.
- Módulo 10 de la carrera Administración de empresas del año 2010.

TESIS:

- Estudio de Factibilidad para la Creación de una empresa productora y comercializadora de sal en la provincia de Loja. Carmen Esperanza León Torres, Marianela Picoita Ochoa.- loja-Ecuador.
- Estudio de Factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de queso en sachet en la ciudad de Loja. Eduardo Augusto Gonzales Leiva.- Loja-Ecuador 2010.
- Proyecto de Factibilidad para la producción y comercialización de aceite a base de la corteza de limón en la Ciudad de Loja. Viviana Ivanova Calle Orellana, Ximena del Cisne Guanuchi, Johanna Patricia Piedra.- Loja-Ecuador.

PÁGINAS WEB

- www.monografias.com/trabajos3/presupuestos/presupuestos.shtml
- <http://www.gestiopolis.com>

- <http://www.evaluiacióndeproyectos.com../>
- <http://www.eumed.net../>
- <http://www.google.com/url?url=http://www.mailxmail.com> > ... >
Proyectos de inversión.html
- <http://www.estudiotecnico.com>
- <http://www.econlink.com.ar.html>
- www.blog-del-como.blogspot.com/.../como-hacer-vasijas-de-barro.html
- Microsoft ® Encarta ® 2009. © 1993-2008 Microsoft Corporation.
Reservados todos los derechos.
- <http://www.ecohabitar.org../>

ANEXOS

k. ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTAS APLICADAS A LOS DEMANDANTES



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

Como estudiante de la Universidad Nacional de Loja de la Carrera Administración de Empresas, enmarcada en mi tema de estudio le pido muy comedidamente se digne llenar la presente encuesta, la misma que servirá de aporte para la realización de un proyecto de investigación.

1. CONOCE UD. LAS VASIJAS DE BARRO?

SI ()

NO ()

2. ¿HA COMPRADO UD. VASIJAS DE BARRO?

SI ()

NO ()

3. ¿QUÉ CANTIDAD DE VASIJAS DE BARRO COMPRA UD ANUALMENTE?

Cuadro N° 137

VASIJA		CANTIDAD
Cántaros		
Ollas		
Jarrones		
Cazuelas		
Maseteros		
Floreros		

Elaborado por: Las Autoras.

4. ¿POR QUÉ ADQUIERE ESTE TIPO DE PRODUCTO?

- Calidad ()
- Economía ()
- Salud ()
- Lujo ()
- Otros.....

5. ¿EN QUE LUGAR ADQUIERE LAS VASIJAS DE BARRO?

- Tiendas ()
- Mercados ()
- Ferias ()
- Otros.....

6. EN CASO DE QUE SE IMPLEMENTARA UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE VASIJAS DE BARRO ESTARÍA DISPUESTO A COMPRAR NUESTRO PRODUCTO?

- SI ()
- NO ()

7. ¿QUÉ TIPO DE VASIJAS DE BARRO LE GUSTARIA COMPRAR EN CASO DE QUE SE IMPLEMENTARA LA EMPRESA Y QUÉ CANTIDAD COMPRARÍA ANUALMENTE?

Cuadro N° 138

VASIJA		CANTIDAD
Cántaros		
Ollas		
Jarrones		
Cazuelas		
Maseteros		
Floreros		

Elaborado por: Las Autoras.

8. ¿CÓMO LE GUSTARIA QUE SEA LA PRESENTACIÓN DE LAS VASIJAS DE BARRO?

- Sencillas o llanas ()
- Con adornos ()
- Otros.....

9. ¿CON QUÉ FINALIDAD COMPRARÍA LAS VASIJAS DE BARRO?

- Uso doméstico ()
- Ornamentales ()
- Comercializar ()
- Otros

**10. ¿POR QUÉ MEDIOS DE PUBLICIDAD DESEARÍA ENTERARSE DE LA
EXISTENCIA DE DICHO PRODUCTO?**

- TV ()
- PRENSA ()
- RADIO ()
- INTERNET ()
- OTROS

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO 2:

ENTREVISTA APLICADA A LOS OFERTANTES



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

Como egresada de la Universidad Nacional de Loja de la Carrera Administración de Empresas, enmarcadas en nuestro tema de estudio le pedimos muy comedidamente se digne llenar la presente encuesta, la misma que nos servirá de aporte para la realización de un proyecto de investigación.

1. ¿COMERCIALIZA UD VASIJAS DE BARRO?

.....

2. ¿QUÉ CANTIDAD DE VASIJAS DE BARRO VENDE SEMANALMENTE?

.....

3. ¿EXISTEN FECHAS ESPECIALES DONDE SE VENDE EN MAYOR CANTIDAD LAS VASIJAS DE BARRO?

.....

4. ¿A QUE PRECIOS VENDEN LOS PRODUCTOS?

.....

5. ¿REALIZA UD ALGUNA PUBLICIDAD PARA SU PRODUCTO?

SI ()

NO ()

6. EN CASO DE SER POSITIVA LA PREGUNTA ANTERIOR ¿POR QUÉ MEDIOS REALIZA LA PUBLICIDAD?

TV ()

PRENSA ()

RADIO ()

INTERNET ()

OTROS

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO 3:**NÚMERO DE ENCUESTAS A APLICAR EN CADA PARROQUIA DEL CANTÓN LOJA****CUADRO N°139**

PARROQUIAS	NÚMERO DE HABIT.	%	NÚMERO DE ENCUESTAS
URBANAS			
EL VALLE	6128	12	46
SUCRE	12536	24.55	94
EL SAGRARIO	4699	9.16	35
SAN SEBASTIÁN	11278	22.04	84
RURALES			
PERIFERIE	6938	13.56	51
CHANTACO	384	0.75	3
CHUQUIRIBAMBA	773	1.51	6
EL CISNE	448	0.87	3
GUALEL	665	1.3	5
JIMBILLA	373	0.72	3
MALACATOS	1839	3.59	14
SAN LUCAS	1256	2.45	9
SAN P. DE VILCAB.	371	0.72	3
SANTIAGO	462	0.90	3
TAQUIL	971	1.89	7
VILCABAMBA	1217	2.37	9
YANGANA	441	0.86	3
QUINARA	389	0.76	3
TOTAL		100%	381

Elaborado por: Las Autoras.

ANEXO 4

ROL DE PAGOS

Cuadro N° 140

ROL DE PAGOS DE MANO DE OBRA INDIRECTA										
N°	CARGO	SALARIO BÁS. UNIFICADO	APORTE P. 12.15%	TOTAL MENSUAL	SUBTOTAL ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FON.DE RESER. 8.33%	TOTAL ANUAL
1	Gerente	550.00	66.83	616.83	7,401.90	45.83	45.83	22.92	45.82	8,272.70
2	Secretaria-Contadora	400.00	48.60	448.60	5,383.20	33.33	33.33	16.67	33.32	6,016.51
3	Conserje-Guardian	365.00	44.35	409.35	4,912.17	30.42	30.42	15.21	30.40	5,490.06
4	Jefe de Producción	450.00	54.68	504.68	6,056.10	37.50	37.50	18.75	37.49	6,768.57
5	Jefe de Ventas	450.00	54.68	504.68	6,056.10	37.50	37.50	18.75	37.49	6,768.57
6	Asesor Jurídico	Gana 300 dólares al año (25 dólares al mes)								300
TOTAL										33,616.41

Elaborado por: Las Autoras

Cuadro N° 141

ROL DE PAGOS DE MANO DE OBRA DIRECTA										
N°	CARGO	SALARIO BÁS. UNIFICADO	APORTE P. 12.15%	TOTAL MENSUAL	SUBTOTAL ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FON.DE RESER. 8.33%	TOTAL ANUAL
1	Obrero 1	350.00	42.53	392.53	4,710.30	29.17	29.17	14.58	29.16	5,264.44
2	Obrero 2	350.00	42.53	392.53	4,710.30	29.17	29.17	14.58	29.16	5,264.44
3	Obrero 3	350.00	42.53	392.53	4,710.30	29.17	29.17	14.58	29.16	5,264.44
4	Obrero 4	350.00	42.53	392.53	4,710.30	29.17	29.17	14.58	29.16	5,264.44
5	Obrero 5	350.00	42.53	392.53	4,710.30	29.17	29.17	14.58	29.16	5,264.44
TOTAL										26,322.22

Elaborado por: Las Autoras

ANEXO 5:

DEPRECIACIONES

DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO

Valor del Activo 760.00
Vida Útil 10 años
Depreciación 10%

$$DA = \frac{\text{Costo del Activo} - \text{Valor Residual}}{\text{Años de Vida Útil}}$$

Valor Residual = 76

$$DA = \frac{760.00 - 76}{10}$$

DA= 68.4

CUADRO N°142

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	760.00	76		684.00
1	684.00		68.4	615.60
2	615.60		68.4	547.20
3	547.20		68.4	478.80
4	478.80		68.4	410.40
5	410.40		68.4	342.00
6	342.00		68.4	273.60
7	273.60		68.4	205.20
8	205.20		68.4	136.80
9	136.80		68.4	68.40
10	68.40		68.4	0.00

Elaborado por: Las Autoras.

DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTAS

Valor del Activo 42.00
 Vida Útil 10 Años
 Depreciación 10%

$$DA = \frac{\text{Costo del Activo} - \text{Valor Residual}}{\text{Años de Vida Útil}}$$

Valor Residual = 4.2

$$DA = \frac{42.00 - 4.2}{10}$$

DA= 3.78

CUADRO N°143

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	42.00	4.2		37.80
1	37.80		3.78	34.02
2	34.02		3.78	30.24
3	30.24		3.78	26.46
4	26.46		3.78	22.68
5	22.68		3.78	18.90
6	18.90		3.78	15.12
7	15.12		3.78	11.34
8	11.34		3.78	7.56
9	7.56		3.78	3.78
10	3.78		3.78	0.00

Elaborado por: Las Autoras.

DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

Valor del Activo 1820.00
Vida Útil 5 Años
Depreciación 10%

$$DA = \frac{\text{Costo del Activo} - \text{Valor Residual}}{\text{Años de Vida Útil}}$$

Valor Residual = 182

$$DA = \frac{1820.00 - 182}{5}$$

DA= 327.6

CUADRO N°144

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	1820.00	182		1638.00
1	1638.00		327.6	1310.40
2	1310.40		327.6	982.80
3	982.80		327.6	655.20
4	655.20		327.6	327.60
5	327.60		327.6	0.00

Elaborado por: Las Autoras

DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE OFICINA

Valor del Activo 410.00
Vida Útil 5 Años
Depreciación 10%

$$DA = \frac{\text{Costo del Activo} - \text{Valor Residual}}{\text{Años de Vida Útil}}$$

Valor Residual = 41

$$DA = \frac{410.00 - 41}{5}$$

DA= 73.8

CUADRO N°145

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	410.00	41		369.00
1	369.00		73.8	295.20
2	295.20		73.8	221.40
3	221.40		73.8	147.60
4	147.60		73.8	73.80
5	73.80		73.8	0.00

Elaborado por: Las Autoras.

DEPRECIACIÓN DEL PRIMER EQUIPO DE COMPUTO

Valor del Activo 2210.00
Vida Útil 3 Años
Depreciación 33.33%

$$DA = \frac{\text{Costo del Activo} - \text{Valor Residual}}{\text{Años de Vida Util}}$$

Valor Residual = 736.59

$$DA = \frac{2210.00 - 736.59}{3}$$

CUADRO N°146

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	2210.00	736.59		1473.41
1	1473.41		491.14	982.27
2	982.27		491.14	491.14
3	491.14		491.14	0.00

Elaborado por: Las Autoras.

DEPRECIACIÓN DEL SEGUNDO EQUIPO DE COMPUTO

Valor del Activo 2287.35
Vida Útil 3
Depreciación 33.33%

$$DA = \frac{\text{Costo del Activo} - \text{Valor Residual}}{\text{Años de Vida Util}}$$

Valor Residual = 762.37

$$DA = \frac{2287.35 - 762.37}{3}$$

DA= 508.33

CUADRO N°147

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	2287.35	762.37		1524.98
1	1524.98		508.33	1016.65
2	1016.65		508.33	508.33
3	508.33		508.33	0.00

Elaborado por: Las Autoras.

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN.....	II
AUTORÍA.....	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
AUTORÍA.....	V
a. TEMA	1
b. RESUMEN.....	2
b.1. RESUMEN EN CASTELLANO	2
b.2 SUMMARY / ABSTRACT	5
c. INTRODUCCIÓN.....	8
d. REVISIÓN DE LITERATURA	11
d.1 ANTECEDENTES GENERALES	11
d.2. ESTUDIO DE MERCADO.....	14
d.3 ESTUDIO TECNICO	21
d.4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	31
d.5 ESTUDIO FINANCIERO	38
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	45
f. RESULTADOS	50
f.1 ESCUESTA APLICADA A LA DEMANDA.....	50
f.2 ENTREVISTA APLICADA A LOS OFERTANTES DE VASIJAS DE BARRO DEL CANTON LOJA.....	61
g. DISCUSIÓN.....	64
g.1 ESTUDIO DE MERCADO	64
g.1.2 ESTUDIO DE LA DEMANDA	65
g.1.3 USO PROMEDIO	72
g.1.4 Proyección de la Demanda Efectiva	75
g.1.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA	79
g.1.6 DEMANDA INSATISFECHA.....	86
g.2 PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.....	89
g.2.1 PRODUCTO.....	89

g.2.2	PRECIO	92
g.2.3.	PLAZA	93
g.2.4	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	94
g.3	ESTUDIO TECNICO	98
g.3.2	PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	104
g.3.3	FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN	106
g.3.4	INGENIERIA DEL PROYECTO	107
g.4.5	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	118
g.4	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	122
g.4.1	ESTRUCTURA LEGAL	122
g.4.2	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVA	125
g.4.4	MINUTA PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA	149
g.5	ESTUDIO FINANCIERO	154
	FINANCIAMIENTO	157
	PRESUPUESTOS	158
	CÁLCULO DE COSTOS UNITARIOS.....	164
	ESTIMACIÓN DE LOS INGRESOS.....	167
	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	168
	EVALUACIÓN DEL PROYECTO	174
	MEDIDAS PARA EVALUAR EL PROYECTO	176
h.	CONCLUSIONES.....	184
i.	RECOMENDACIONES.....	186
j.	BIBLIOGRAFÍA.....	187
k.	ANEXOS.....	189