



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

**ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y  
COMERCIALIZADORA DE MANUALIDADES DE TIPO  
ARTESANAL, EN BARRO, FOMIX Y LANA; EN LA  
CIUDAD DE LOJA”**

*Tesis previa a la obtención del título  
de grado de Ingenieras Comerciales*

## **AUTORAS**

*Sonia Elizabeth Armijos Yanangómez*

*María del Cisne Ordóñez González*

## **DIRECTOR**

*Ing. Com. Ney Alfredo Gallardo*

**LOJA – ECUADOR**

**2011**

Ing. Com. Ney Alfredo Gallardo.

**PROFESOR TITULAR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**DIRECTOR DE TESIS**

**CERTIFICA:**

Haber dirigido y revisado detenidamente el contenido de este proyecto, el cual se ajusta a la Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión la misma que titula “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MANUALIDADES DE TIPO ARTESANAL, EN BARRO, FOMIX Y LANA; EN LA CIUDAD DE LOJA**” de la autoría de las egresadas: Sonia Elizabeth Armijos Yanangómez y María del Cisne Ordóñez González y habiendo cumplido con los requerimientos exigidos por las normas y reglamentos generales de la graduación, autorizo su presentación para los fines legales consiguientes.

Loja, 16 de Mayo del 2011

.....

Ing. Com. Ney Alfredo Gallardo.

**DIRECTOR DE TESIS**

## AUTORÍA

El contenido del presente proyecto, criterios, opiniones, ideas, procedimientos de investigación, resultados, conclusiones y recomendaciones son de exclusiva responsabilidad de las autoras quienes firman para su constancia.

.....

Sonia Elizabeth Armijos Yanangómez

.....

María del Cisne Ordóñez González

## **AGRADECIMIENTO**

Queremos hacer extensivo nuestro imperecedero y profundo agradecimiento a todas las Autoridades de la Universidad Nacional de Loja, personal Docente y Administrativo del Área Jurídica Social y Administrativa por habernos permitido superarnos en nuestra carrera universitaria.

Expresamos un sincero y especial reconocimiento de gratitud para el Sr. Ingeniero Comercial Ney Alfredo Gallardo. Profesor de la Carrera de Administración de Empresas y Director de la presente Tesis quien con su orientación y valioso conocimiento supo guiarnos en el desarrollo de nuestra tesis.

De igual manera agradecemos a las personas quienes nos proporcionaron su tiempo y la información requerida lo que permitió alcanzar los objetivos establecidos en el proyecto.

## **LAS AUTORAS**

## DEDICATORIA

*Al finalizar mi carrera universitaria dedico este trabajo a Dios a mis Padres, mis hijas y mi Esposo, que gracias a su apoyo moral y económico me ayudaron a alcanzar esta meta tan importante de mi vida, también quiero dedicarles a mis hermanos ya que con sus sabios concejos supieron orientarme a salir adelante.*

*Sonía Armijos Y.*

*Son muchas las personas especiales a las que me gustaría agradecer su amistad, apoyo, ánimo y compañía en las diferentes etapas de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras no. Sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.*

*A ti **DIOS** que me diste la oportunidad de vivir y regalarme una familia maravillosa. A **mis padres** que me dieron la vida y han estado conmigo en todo momento. Gracias por todo papá y mamá por darme una carrera para mi futuro y por creer en mí. A **mis hermanos y mis sobrinos** gracias por estar conmigo y apoyarme siempre, los quiero mucho.*

***A mi esposo**, Carlos Abad, quien me brindó su amor, su cariño, su estímulo y su apoyo constante, su comprensión y paciente espera para que pudiera terminar mi carrera son evidencia de su gran amor. ¡Gracias!*

***A mi adorado hijo** Matías Sebastián quien fue mi inspiración, fue mi motivo para seguir adelante y a quien prometí terminar mis estudios.*

*María Ordóñez G.*

a) TÍTULO

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN  
DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y  
COMERCIALIZADORA DE MANUALIDADES DE TIPO  
ARTESANAL, EN BARRO, FOMIX Y LANA; EN LA  
CIUDAD DE LOJA”**

# b) RESUMEN

The image features the text 'b) RESUMEN' in a bold, blue, sans-serif font. The letters are slightly slanted to the right. Below the text is a brown, 3D-style shadow that mirrors the shape of the letters, creating a sense of depth. The entire graphic is centered on a plain white background.



## **b.1. RESUMEN**

El presente trabajo ha sido desarrollado en la Ciudad de Loja con el objetivo de realizar un “*Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa Productora y Comercializadora de Manualidades de tipo Artesanal en Barro, Fomix y Lana*”. Con la finalidad de brindar un excelente servicio de calidad con precios accesibles a la ciudadanía.

El Estudio inicia con una Introducción, donde se expone con absoluta claridad la problemática de la investigación y su aplicación práctica, seguida la Revisión de Literatura, sujetando todo conocimiento actual del tema, luego se detalla los Materiales y Métodos utilizados para el desarrollo del proyecto.

A continuación presentamos los Resultados Básicos del Proyecto los mismos que fueron obtenidos gracias a la colaboración de varias personas, y que nos sirvieron para su comprobación entre los cuales tenemos:

El Estudio de Mercado que determina las condiciones de la Oferta y la Demanda y Comercialización, diseñamos también un Estudio Técnico para establecer los procesos necesarios, como el Tamaño de la Planta, la Localización, Capacidad Instalada y Utilizada, además de efectuar un Estudio Legal Administrativo en donde se define la Estructura y Funciones sobre las cuales se desarrolla, Manual de Funciones indicando las funciones para cada puesto, la naturaleza de trabajo y los requisitos que los empleados deberán cumplir para ejercer dichos cargos.

Finalmente desarrollamos el Estudio Financiero que consta de una Inversión de \$8839,92 también detallamos los Activos Fijos, Activos Diferidos y Activos Circulantes, además realizamos un Presupuesto de Operación, un Análisis de Costos e Ingresos para cada uno de los años de vida útil del proyecto, el Estado de Pérdidas y Ganancias para los cinco años y la respectiva clasificación de costos.

El Estudio Financiero cuenta con el cálculo de los Puntos de Equilibrio para el primero y quinto año de vida útil del proyecto, además del Flujo de Caja para

cada año y los diferentes indicadores financieros, como el VAN \$15875,57 el cual muestra que el proyecto es rentable ya que cubre la inversión necesaria además de mantener un rubro promedio de utilidades, la TIR63,73%, la RBC de 1,20 deduciendo que por cada dólar invertido se espera una ganancia de \$ 0.20 centavos. También tenemos el Análisis de Sensibilidad indicando el 9,90% de incremento en los costos y 8,24% de disminución en los ingresos.

Y por último exponemos las Conclusiones y Recomendaciones a las que hemos llegado después de termina nuestro Proyecto de Tesis.

## **b.2. SUMMARY**

This work has been developed in the city of Loja in order to conduct a "Feasibility Project for the Creation of a producer and marketer of Artisanal Crafts Clay type, FOMIX and Lana." In order to provide excellent quality service at affordable prices to the public.

The study begins with an introduction, which states quite clearly the problems of research and its practical application, followed by literature review, holding all knowledge of the topic, then details the materials and methods used to develop the project.

Here are the basic results of the project the same as those obtained through the collaboration of several people, and they served us for testing among which are: Market Research to determine the conditions of supply and demand and Marketing Technical Study also designed to establish the necessary processes, such as plant size, location, capacity and used, in addition to a Study in Administrative Law which defines the structure and functions on which they develop, manual functions indicating the roles for each position, nature of work and requirements that employees shall exercise the said offices.

Finally we developed the Financial Survey includes an investment of \$ 8839.92 will also detail the fixed assets, deferred assets and current assets, and perform an operating budget, an analysis of costs and revenues for each of the years of project life , State Income for five years and cost the respective classification.

The Financial Study with the calculation of the equilibrium points for the first and fifth year of life of the project, in addition to cash flow for each year and the various financial indicators, such as VAN \$15875,57 which shows that the project is profitable since it covers the necessary investment while maintaining an average category utility, IRR 63,73%, the RBC of 1.20 deduced that for every dollar invested is expected a profit of \$ 0.20 cents. We also have a

sensitivity analysis indicating the 9,90% increase in costs and 8,24% decrease in revenue.

And finally we present the conclusions and recommendations to which we reached after the end of our thesis project.

# c) INTRODUCCIÓN

The image features the text 'c) INTRODUCCIÓN' in a bold, blue, sans-serif font. The letters are slightly slanted to the right. Below the main text is a shadow of the same text in a brownish-gold color, creating a 3D effect. The shadow is positioned directly beneath the main text and is slightly offset to the right.

## c. INTRODUCCIÓN

El Ecuador es un país con muchas oportunidades de desarrollo empresarial, puesto que cuenta con los recursos naturales, turísticos, etc., capaces de hacer de él una nación próspera económicamente, y más justa socialmente, ya que como contraparte el aumento de los costos de los servicios básicos, la creación de impuestos, inestabilidad política, decrecimiento de la producción, cierre de empresas, inflación decadente, pobreza, etc. Son factores que perjudican constantemente la economía ecuatoriana.

La Provincia de Loja está situada en la Región Sur del País que, si bien se encuentra aislada de los tradicionales polos de desarrollo como Quito y Guayaquil, encierra en sí oportunidades de trabajo debido a que tienen una amplia producción agrícola, ganadera, minera y un gran potencial turístico artesanal, entre otros

De todos estos sectores económicos de nuestra Ciudad de Loja hemos escogido para la realización de nuestro trabajo investigativo el sector artesanal, enfocándonos directamente en las Manualidades Artesanales en Barro, Fomix y Lana, mediante la observación nos hemos dado cuenta que no hay suficientes lugares donde se pueda encontrar con facilidad este tipo de productos.

Debido a esto se presenta la oportunidad de crear un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MANUALIDADES DE TIPO ARTESANAL, EN BARRO, FOMIX Y LANA; EN LA CIUDAD DE LOJA”**. Que permita apoyar y fortalecer el esfuerzo que muchos artesanos realizan cada día.

Toda empresa, independientemente de su tamaño, sector o localización, debe adoptar la innovación como criterio de gestión. Introducir mejoras en los productos y lanzar productos nuevos, mejorar constantemente los procesos de producción, la organización empresarial, el marketing y la comercialización es lo que la hace más eficiente y más competitivo. Para permanecer y mejorar la implantación en el mercado, una empresa debe ir por delante de la evolución

tecnológica, económica y social. Para prosperar la empresa debe gestionar pensando y actuando constantemente en ampliar su base de clientes con productos mejores, más avanzados, adaptados a las preferencias del perfil de cliente, y con sistemas de comercialización y marketing que acerquen los productos a la demanda y lo hagan más atractivo que el de sus competidores.

El sector artesano se encuentra inmerso en un proceso inevitable de cambio, obligado por la globalización (apertura de nuevos mercados pero también de nuevos competidores con costes generalmente inferiores) y el desempeño de las nuevas tecnologías. Su exposición a este tipo de riesgos ha generado muchas dudas sobre la sostenibilidad en el futuro de este tipo de actividades, sin embargo debemos ser optimistas siempre y cuando el crecimiento futuro del sector este centrado en la innovación.

A continuación presentamos los métodos utilizados en nuestra investigación, en la cual se expone el universo que se considero para extraer la muestra de la población que son 35665 familias que fueron distribuidas en cada una de las parroquias de nuestra Ciudad.

Luego se expone los resultados y se hace la discusión de los mismos. En el Estudio de Mercado se determino una Demanda Potencial de 64,50% que corresponde a 23004 familias las que actualmente compran diversidad de artesanías, una Demanda Actual o Real de 29,84% que corresponde a 6864 familias que prefieren comprar artesanías elaboradas en Barro, Fomix y Lana, Y una Demanda Efectiva de 59,74% equivalente a 4101 familias que estarían dispuestas a adquirir el producto si se llegase a implementar la Empresa, Se determino una Oferta de 35412 productos los cuales no satisfacen al 100% la demanda existente en nuestra Ciudad y calculamos una Demanda Insatisfecha de 9697 productos.

Posteriormente y con base a los elementos ya definidos se procede a realizar el Estudio Técnico donde se profundiza los recursos básicos para el proceso de producción, consideramos que el lugar más optimo para poner en marcha la Empresa es en San Sebastián en las Calles Lourdes y Sucre, también con

datos del Estudio de Mercado, se determino la tecnología adecuada, espacio físico, recursos humanos y materiales, localización e ingeniería del proyecto.

Luego realizamos el Estudio Financiero en el que determinamos una inversión de \$8839,92, en la evaluación financiera determinamos los siguientes resultados el VAN \$15875,57, la TIR 63,73%, la RBC de 1,20 deduciendo que por cada dólar invertido se espera una ganancia de \$ 0.20 centavos. También tenemos el Análisis de Sensibilidad indicando el 9,90% de incremento en los costos y 8,24% de disminución en los ingresos.

Otro aspecto de suma importancia es el Estudio Organizacional y Legal de la Empresa, puesto que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades.

Y por último exponemos las Conclusiones y Recomendaciones. Es por esta razón que el presente estudio demuestra no solo la factibilidad sino también la rentabilidad ya que cuenta con un periodo de recuperación de capital de 1 año, 9 meses y 4 días, recomendando de esta manera la ejecución del mismo.



# d) REVISIÓN DE LITERATURA

The image features the text 'd) REVISIÓN DE LITERATURA' in a bold, blue, sans-serif font. The text is slightly slanted to the right. Below the main text, there is a shadow effect consisting of several parallel lines in a golden-brown color, creating a 3D appearance as if the text is floating above a surface.

## d. REVISIÓN DE LITERATURA

### d.1. ANTECEDENTES:

#### d.1.1. Artesanías en Barro, Fomix, Lana



##### d.1.1.1. Origen<sup>1</sup>

El origen de las artes manuales data de hace muchos siglos, no se sabe con exactitud cuánto tiempo. Lo que se sabe es que data desde cuando en la prehistoria ya que se han encontrado artefactos hechos manualmente sin la intervención previa o completa de algún tipo de instrumento.

Una de las actividades más representativas de la vida de los pueblos precolombinos fue la alfarería. En ollas, jarras y vasijas se guardaba el agua, el maíz y la sal; se fermentaba la chicha y se preparaban los alimentos.

Desde estos tiempos, las vasijas de barro han adquirido no solamente un carácter útil en la vida de las sociedades que las elaboraban sino un cierto valor mágico, ya que la cerámica era y es considerada la unión de los cuatro elementos del universo: agua, aire, barro y fuego. No cabe duda que uno de los oficios más antiguos es el manejo del barro para la fabricación de piezas, ya sea para uso práctico o meramente decorativo

---

<sup>1</sup> INTERNET, Origen de artesanías, [www.google.com](http://www.google.com)

Otro de los materiales también muy utilizados es la lana ya que se cree que hace aproximadamente 4 o 5 mil años se inventó una máquina hecha de madera para telar y que aun en día es utilizada por indígenas dedicados a la producción de tejidos el nombre de este telar de palos se llama awana y macana. Se contaba los tejidos antes de los metales preciosos y piedras las cerámicas y los alimentos. La producción de telares en esa época era una maravilla que incluso cuando los españoles llegaron y pudieron ver estos telares se quedaron atónitos por su bella manual. Hoy en día con este modo de tejer se producen ponchos se realizan paños, chales de lana, gorros, bufandas, piezas decorativas etc.

Material que también se menciona en nuestro proyecto es la goma eva. La goma eva se utiliza para manualidades y trabajos escolares. La **goma eva** (también llamada fomix o foami) es un material excelente para trabajar por sus características: es liviano, no tiene bordes afilados, es fácil de pegar, fácil de cortar, pintar, moldear, tiene baja absorción de agua, es lavable, es termo formable, no es tóxico, no es dañino al medio ambiente, se puede reciclar o incinerar y se puede pintar con cualquier tipo de pintura conocida (tizas, témperas, acrílica, acuarelas, diamantinas, brillantinas, ceras, arenas de colores, etc.), pero además, se puede aplicar sobre este material cualquier técnica conocida de pintura sobre seda, telas o lienzos, así como el pirograbado

## **d.2. PRODUCCIÓN ARTESANAL EN LA ECONOMÍA ECUATORIANA<sup>2</sup>**

Tanto la artesanía, pequeña, mediana y gran industria han conseguido insertar bienes en el mercado internacional; las dos últimas en muchos de los casos se han constituido en empresas multinacionales, exportando una variedad de bienes finales, incentivando a la industria de menor desarrollo a la reinversión y a la incorporación de tecnología de punta. Pero a causa de la política crediticia que no oferta préstamos a largo plazo no se ha podido conseguir el desarrollo de las MiPime (microempresa, pequeña y mediana industria).

---

<sup>2</sup> INTERNET, La Producción Artesanal, [www.google.com](http://www.google.com)

En el Ecuador la formación del sector secundario tiene orígenes coloniales, así se advierte que antes de la llegada de los españoles ya existía una rudimentaria forma de industria dedicadas al “hilado, tejido, confección de vestidos” además producían una variedad de herramientas, “artesanías artísticas y utilitarios de cerámica en oro y plata” , las que aún en la actualidad se mantienen como actividades complementarias de la producción agrícola en la serranía y en algunos sectores de la economía.

Pero es en la Colonia como se mencionó líneas arriba donde se forma la industria manufacturera, alimenticia y la producción de sombreros de paja toquilla; artesanías, la industria del cuero, carpinteros, fábrica de muebles y materiales para la construcción de viviendas.

Toda empresa, independientemente de su tamaño, sector o localización, debe adoptar la innovación como criterio de gestión. La innovación, todo lo que supone introducir mejoras en los productos y lanzar productos nuevos, mejorar constantemente los procesos de producción, la organización empresarial, el marketing y la comercialización es lo que la hace más eficiente y más competitiva. Para permanecer y mejorar la implantación en el mercado, una empresa debe ir por delante de la evolución tecnológica, económica y social. Para prosperar la empresa debe gestionar pensando y actuando constantemente en ampliar su base de clientes con productos mejores, más avanzados, adaptados a las preferencias del perfil de cliente, y con sistemas de comercialización y marketing que acerquen el producto a la demanda y lo hagan más atractivo que el de sus competidores.

El sector artesano se encuentra inmerso en un proceso inevitable de cambio, obligado por la globalización (apertura de nuevos mercados pero también de nuevos competidores con costes generalmente inferiores) y el desempeño de las nuevas tecnologías. Su exposición a este tipo de riesgos ha generado muchas dudas sobre la sostenibilidad en el futuro de este tipo de actividades, sin embargo debemos ser optimistas siempre y cuando el crecimiento futuro del sector este centrado en la innovación.

### **d.2.1 Exportaciones**

Los principales países como destinos de las exportaciones ecuatorianas en artesanías son; el primer lugar, lo ocupa los Estados Unidos con un porcentaje del 20% del total de las exportaciones ecuatorianas durante el período 2000-2005, seguido de Reino Unido, Italia, Alemania, Francia y España.

### **d.3. ZONAS DEL ECUADOR DONDE SE PRODUCEN ARTESANIAS<sup>3</sup>**

“La tradición artesanal de Ecuador también puede ser un buen incentivo para adentrarse en esas zonas donde se produce desde la cerámica hasta los sombreros de paja toquilla.

LAS RUTAS. En San Miguel de Porotos, provincia del Cañar, comienza este trasiego. En esta comunidad rural de donde han salido personas rumbo a Estados Unidos y Europa, sus habitantes (los pocos que quedan) siguen subsistiendo gracias a la elaboración de piezas de cerámica. La tradición se remonta a la época de los cañarís y ahora se mantiene en zonas como Olleros, Shorshan o Jatumpamba; Ludo, Pucará, las Naves, del Azuay, hasta Saraguro y Cera, en Loja. Las esculturas de los picapedreros de Rumihurco se pueden observar en la parroquia de Javier Loyola, a 10 Km. al sur de Azogues. Seguimos en la zona del Austro, para acercarnos a una de las actividades artesanales que representan un símbolo del país. Hablamos de la manufactura del sombrero de paja toquilla.

Al norte de Quito, a solo 96 km de distancia, hora y media de viaje por la carretera Panamericana, se encuentra Otavalo, rodeado de montes, lagos, cultivos de maíz, un entorno mágico lleno de colorido y belleza.

En el medio de la alegre y pintoresca ciudad de Otavalo, se ubica la Plaza de los Ponchos, donde se camina en medio de miles de tapices, ponchos, sacos gruesos de lana tejidos a mano, gorros, guantes, chalinas, blusas bordadas,

---

<sup>3</sup> INTERNET, [www.hoy.com.ec/ecuador/otavalo-y-su-mercado-indigena](http://www.hoy.com.ec/ecuador/otavalo-y-su-mercado-indigena).

etc., otras artesanías que también se encuentran y que colaboran para llenar de color son los collares de mullos, también prenda de las indígenas otavaleñas, las figuras de palo de balsa, las talladas de madera, la cerámica, joyas artesanales y pinturas.

Cotacachi, en cuya calle principal se encuentran muy buenos almacenes que exhiben una gran variedad de productos de cuero como chompas, botas, cinturones, carteras, faldas, billeteras, cuyos precios son una verdadera ganga en relación con el mercado internacional. San Antonio es donde se tallan figuras de madera con una gran habilidad, de todo tamaño y a un muy buen precio. De regreso a Quito, entre valles, lagos, trigales y hermosos paisajes, se pasa por Cayambe, que produce una increíble variedad de flores, reconocidas a escala mundial por su calidad, colorido, tamaño, belleza y su interrumpida producción.

## **d.4. ESTUDIO DE MERCADO**

### **d.4.1. MERCADO:**

“Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.

#### **d.4.1.1.SEGMENTACIÓN DEL MERCADO:**

La segmentación de mercado es el proceso que consiste en dividir el mercado de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos.

A continuación se detallan las principales variables utilizadas para la segmentación de mercado:

- **Segmentación geográfica.-** El mercado se divide en varias unidades geográficas como naciones, estados, condados, ciudades o barrios; se puede operar en una o dos áreas, o en todas.
- **Segmentación demográfica.-** Es la división en grupos basados en variables demográficas como la edad, el sexo, el tamaño de la familia, ciclo de vida, nivel de ingresos.
- **Segmentación psicográfica.-** Aquí los clientes se dividen en grupos según su clase social, estilo de vida o personalidad.
- **Segmentación por conducta.-** En esta segmentación los clientes se dividen en grupos según sus conocimientos, actitudes, costumbres o sus respuestas a un producto.

#### **d.4.2. OFERTA:**

Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de ofertantes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

#### **d.4.3. DEMANDA:**

Es la cantidad de bienes o servicios que el mercado requiera o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

#### **d.4.4. DEMANDA INSATISFECHA:**

La demanda insatisfecha, es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer completamente.

#### **d.4.5. COMPETENCIA:**

Es la capacidad objetiva de un individuo para resolver problemas, cumplir actos definidos y circunscriptos. Término empleado para indicar rivalidad entre un agente económico (productor, comerciante o comprador) contra los demás.

#### **d.4.6. PRODUCTO:**

Es cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad, es parte fundamental del marketing mix.

#### **d.4.7. PRECIO:**

Es la cantidad monetaria que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar, un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.

#### **d.4.8. PROMOCIÓN:**

La promoción es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas etc., para el logro de los objetivos organizacionales.

#### **d.4.9. PLAZA O DISTRIBUCIÓN:**

La distribución o plaza trata de cómo hacer llegar físicamente el producto (bien o servicio) al consumidor; la distribución comercial es responsable de que aumente el valor tiempo y el valor lugar a un bien. Se incluyen los canales de distribución por ser éstos los que definen y marcan las diferentes etapas que la propiedad de un producto atraviesa desde es fabricante al consumidor final.



## **d.5. ESTUDIO TÉCNICO**

### **d.5.1. LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA:**

El objetivo es destinar el sitio exacto donde se instalara la fábrica o empresa es decir un lugar geográfico más óptimo, para lo cual se considera la macrolocalización y la microlocalización.

#### **d.5.1.1. MACROLOCALIZACIÓN:**

Se refiere a la ubicación de la macrozona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto. La empresa debe estar ubicada en un lugar estratégico para que tenga rentabilidad donde los costos de la materia prima y mano de obra sean accesibles y de bajo costo, para realizar el trabajo.

#### **d.5.1.2. MICROLOCALIZACIÓN:**

Indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macrozona elegida.

Es el lugar donde funcionará la planta de producción, donde nos ubicaremos, en el sitio más adecuado cuidando el medio ambiente para de esa manera obtener mejores utilidades.

### **d.5.2. TAMAÑO DE LA PLANTA:**

La determinación del tamaño de la planta, esta dado por la capacidad instalada de producción de bienes y/o servicios de la misma, dicha capacidad de producción es expresada en términos de productos elaborados por ciclo, turno, año, según el sistema adoptado para trabajar.”<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> BACA URBINA, Gabriel “Evaluación de Proyectos”, Tercera Edición (1995), México

### **d.5.3. INGENIERIA DE LA PLANTA:**

“La ingeniería de la planta consiste en resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener la planta productiva.

### **d.5.4. CAPACIDAD INSTALADA:**

La capacidad instalada es la capacidad máxima disponible permanentemente.

### **d.5.5. CAPACIDAD UTILIZADA:**

La capacidad utilizada es la fracción de capacidad instalada que se está empleando.

### **d.5.6. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA:**

La distribución de planta es aquella donde están ordenadas todas las áreas específicas de un planta ya sea industrial o de otro giro por lo que es importante reconocer que la distribución de planta orienta al ahorro de recursos, esfuerzos y otras demandas ya que esta tiene distribuido todas sus áreas.

### **d.5.7. PROCESOS DE LA PLANTA.**

Se llama planta de proceso, al lugar en el que se desarrollan diversas operaciones industriales, entre ellas operaciones unitarias, con el fin de transformar, adecuar o tratar alguna materia prima en particular a fin de obtener productos de mayor valor agregado.

Todas las plantas de proceso requieren para operar, además de equipos sofisticados, instrumentos en general, materia prima y recurso humano; recursos energéticos, agua, e insumos.”<sup>5</sup>

## **d.6. ORGANIZACIÓN LEGAL Y ADMINISTRATIVA**

### **d.6.1. BASE LEGAL.**

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

**a) Acta constitutiva:** Es un documento certificador de la conformación legal de la empresa, en la misma se incluye los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.

**b) La razón social o denominación:**

Es el nombre con el cual la empresa operara, el mismo que debe estar de acuerdo al tipo de empresa conforme lo establece la ley.

**c) Domicilio:**

La empresa estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad del mercado, por lo tanto se debe incitar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otras personas natural o jurídica.

**d) Objeto de la sociedad:**

Al constituirse una empresa se lo hace con el objetivo determinado, ya sea; producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe de estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.

**e) Capital social**

Debe indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la empresa y la forma como está se ha conformado.

---

<sup>5</sup> MIRANDA, Juan José; “Gestión de Proyectos: evaluación financiera económica, social, ambiental”, cuarta edición-Bogotá: MM editores,2003

**f) Tiempo de la duración de la sociedad**

Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planificara y sobre el cual se evalúa posteriormente por medir los resultados obtenidos a lo esperado.

La empresa debe indicar para que tiempo o plazo operara.

**g) Administradores**

La administración debe ser encargada o delegada a un determinado número de personas o una persona que será quien responda por las acciones de la misma.

**h) Estructura empresarial**

Lo fundamental de una empresa es su estructura organizativa con que esta cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades o cada uno de los elementos que conforman lo mismo.

Esto hará posible, que los recursos, especialmente el talento humano sea manejado eficientemente.

La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas, manual de funciones, los niveles jerárquicos de autoridad.

**d.6.2. NIVELES JERÁRQUICOS DE AUTORIDAD**

Estos están conformados de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo establezca la ley de compañías en cuanto son de organización productiva, la empresa tendría los siguientes niveles.

- Nivel Legislativo-Directivo
- Nivel Ejecutivo
- Nivel Asesor
- Nivel de Apoyo
- Nivel Operativo

### **d.6.3. ORGANIZACIÓN**

Organizar es agrupar y ordenar las actividades necesarias para alcanzar los fines establecidos creando unidades administrativas, asignando en su caso funciones, autoridad, responsabilidad y jerarquía, estableciendo las relaciones que entre dichas unidades debe existir.

### **d.6.4. ORGANIGRAMAS**

Se define como la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas y debe reflejar en forma esquemática la descripción de las unidades que la integran, su respectiva relación, niveles jerárquicos y canales formales de comunicación. Los organigramas más utilizados dentro de la empresa son

- Organigrama Estructural
- Organigrama Posicional
- Organigrama Funcional

### **d.6.5. MANUALES ADMINISTRATIVOS**

#### **d.6.5.1. CONCEPTO:**

Los manuales administrativos son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación que permiten registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática la información de una organización.

#### **d.6.5.2. OBJETIVOS:**

De acuerdo con la clasificación y grado de detalle, los manuales administrativos permiten cumplir con los siguientes objetivos:

- a) Instruir al personal, acerca de aspectos tales como: objetivos, funciones, relaciones, políticas, procedimientos, normas, etc.

- b)** Precisar las funciones y relaciones de cada unidad administrativa para deslindar responsabilidades, evitar duplicidad y detectar omisiones.
- c)** Coadyuvar a la ejecución correcta de las labores asignadas al personal, y propiciar la uniformidad en el trabajo.
- d)** Servir como medio de integración y orientación al personal de nuevo ingreso, facilitando su incorporación a las distintas funciones operacionales.
- e)** Proporcionar información básica para la planeación e implementación de reformas administrativas.
- f)** Permite conocer el funcionamiento interno por lo que respecta a descripción de tareas, ubicación, requerimientos y a los puestos responsables de su ejecución.
- g)** Auxilian en la inducción del puesto y al adiestramiento y capacitación del personal ya que describen en forma detallada las actividades de cada puesto.
- h)** Sirve para el análisis o revisión de los procedimientos de un sistema.
- i)** Interviene en la consulta de todo el personal.
- j)** Que se desee emprender tareas de simplificación de trabajo como análisis de tiempos, delegación de autoridad, etc.
- k)** Para establecer un sistema de información o bien modificar el ya existente.
- l)** Para uniformar y controlar el cumplimiento de las rutinas de trabajo y evitar su alteración arbitraria.
- m)** Determina en forma más sencilla las responsabilidades por fallas o errores.
- n)** Facilita las labores de auditoría, evaluación del control interno y su evaluación.
- o)** Aumenta la eficiencia de los empleados, indicándoles lo que deben hacer y cómo deben hacerlo.
- p)** Ayuda a la coordinación de actividades y evitar duplicidades.
- q)** Construye una base para el análisis posterior del trabajo y el mejoramiento de los sistemas, procedimientos y métodos.”<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup>[elprisma.com/apuntes/administracion\\_de\\_empresas/organigramasymanualesadministrativos/](http://elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/organigramasymanualesadministrativos/)

## **d.7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO**

### **d.7.1. INVERSIÓN:**

“Es todo desembolso de recursos financieros para adquirir bienes concretos durables o instrumentos de producción, denominados bienes de equipo, y que la empresa utilizará durante varios años para cumplir su objeto social.

### **d.7.2. ACTIVOS:**

Activo es un valor que una empresa dispone y que puede ser medido, representado o convertido en dinero en efectivo.

#### **d.7.2.1. TIPOS DE ACTIVOS:**

Se clasifican en:

- Activo circulante o corrientes
- Activos fijos
- Otros activos

##### **d.7.2.1.1. ACTIVOS CIRCULANTES O CORRIENTES:**

Son aquellos activos que son efectivos o que se pueden convertir fácilmente a efectivo en un plazo no mayor a doce meses. Para efectos de ubicación, en el balance deben aparecer en orden de liquidez de la siguiente forma:

- Caja
- Bancos
- Cuentas por cobrar, e
- Inventarios

#### **d.7.2.1.2. ACTIVOS FIJOS:**

Son aquellos activos de naturaleza duradera como son: inmuebles, maquinarias y equipos, vehículo, enseres, edificios etc.

#### **d.7.2.1.3. OTROS ACTIVOS:**

Son aquellos que no se pueden clasificar, ni como circulantes ni como fijos, pero que son propiedades que la organización tiene y que utilizará para llevar a cabo sus programas, por ejemplo: gastos pagados por adelantado, alquileres, seguros, papelería, etc.

De acuerdo con esta clasificación, los activos totales de una organización son:

$$\text{Activos Totales} = \text{Activos Circulantes} + \text{Activos Fijos} + \text{Otros Activos}$$

#### **d.7.3. FINANCIAMIENTO:**

Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.

##### **d.7.3.1. INGRESOS:**

“Los ingresos, en términos económicos, hacen referencia a todas las entradas económicas que recibe una persona, una familia, una empresa, una organización, un gobierno, etc.

#### **d.7.4. PRESUPUESTO:**

El **presupuesto** es el cálculo anticipado de los ingresos y gastos de una actividad económica durante un período, por lo general en forma anual.



#### d.7.5. PUNTO DE EQUILIBRIO:

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto ( $IT = CT$ ). Un **punto de equilibrio** es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto.

#### d.7.6. INDICES DE EVALUACIÓN FINANCIERA

##### d.7.6.1. VALOR ACTUAL NETO (VAN):

“Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

Su fórmula es:

$$VAN = ValorActualizado - Inversión$$

VALOR	SIGNIFICADO	DECISIÓN A TOMAR
<b>VAN &gt; 0</b>	La inversión produciría ganancias	El proyecto puede aceptarse.
<b>VAN &lt; 0</b>	La inversión produciría pérdidas	El proyecto debería rechazarse.
<b>VAN = 0</b>	La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas	Dado que el proyecto no agrega valor monetario, la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores.

### d.7.6.2. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno (TIR) es aquella tasa que hace que el valor actual neto sea igual a cero. La regla para realizar una inversión o no utilizando la tasa interna de retorno es la siguiente:

Tasa interna de retorno > tasa de interés => realizar el proyecto

Tasa interna de retorno < tasa de interés => no realizar el proyecto

Tasa interna de retorno = tasa de interés => el inversionista es indiferente entre realizar el proyecto o no.

Su fórmula es:

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

### d.7.6.3. RELACIÓN BENEFICIO - COSTO

La relación Beneficio/costo está representada por la relación Ingresos y Egresos, consiste en dividir el valor presente de los ingresos entre el valor presente de los egresos. El análisis de la relación B/C, toma valores mayores, menores o iguales a 1, lo que implica que:

- **B/C > 1** implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.
- **B/C = 1** implica que los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente.
- **B/C < 1** implica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable.

Su fórmula es:

$$\text{Relación Beneficio - Costo} = \frac{\text{Ingreso Actualizado}}{\text{Costo Actualizado}}$$

#### d.7.6.4. PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Consiste en medir el tiempo en el que se podrá recuperar la inversión de un proyecto, en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará la inversión original de capital.

Comúnmente los periodos de recuperación de la inversión o capital, se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El periodo de recuperación consiste, en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial.

Su fórmula es:

$$PRC = \text{Año.que.sup era.la.inversión} + \left( \frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros.flujos}}{\text{Flujo.neto.del.año.que.sup era.la.inversión}} \right)$$

#### d.7.6.5. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Es el método que se aplica a los diversos modelos matemáticos para apreciar cómo afectan las desviaciones de los valores numéricos de los parámetros a las conclusiones que pueden extraerse.”<sup>7</sup>

Sus fórmulas son:

$$\mathbf{DIFERENCIA DE TIR} = TIR \text{ del Proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$\% \mathbf{DE VARIACIÓN} = \frac{\text{Diferencia entre TIR}}{TIR \text{ del proyecto}}$$

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

---

<sup>7</sup>McCONNELL, Campbell R. y BRUE, Stanley L., /Economía, McGraw-Hill, 1997

# e) MATERIALES Y MÉTODOS

The text "e) MATERIALES Y MÉTODOS" is rendered in a bold, blue, sans-serif font. The letters are slightly slanted to the right. A gold-colored shadow of the text is cast directly beneath it, creating a 3D effect. The shadow is slightly offset to the right and bottom, matching the slant of the main text.

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

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

Entre los principales materiales tenemos:

#### **e.1.1. TÉCNICOS**

- ✓ Papel Bond.
- ✓ Útiles de Escritorio.
- ✓ Computadoras.
- ✓ Impresoras.
- ✓ Cartuchos de Tinta.
- ✓ Material Bibliográfico.
- ✓ Internet.
- ✓ Libros de Proyectos.
- ✓ USB.

#### **e.1.2. HUMANOS**

- ✓ 2 aspirantes.
- ✓ Director de Tesis
- ✓ Habitantes de la Ciudad de Loja.

### **e.2. MÉTODOS:**

Para realizar el presente trabajo investigativo, se utilizó:

**e.2.1. Método Inductivo:** Se ha considerado usar este método, para realizar un proceso de recopilación de la información mediante encuestas, entrevistas y observación, para llegar a conclusiones generales sobre la factibilidad de la puesta en marcha del presente proyecto, permite igualmente afianzar los objetivos propuestos y su comprobación.

**e.2.2. Método Deductivo:** Este nos permite explicar los problemas relacionados con la producción de manualidades artesanales en Barro, Fomix y Lana, cuyos datos obtenidos mediante información bibliográfica, orientaron la identificación de los sectores productivos, procesos de producción y las relaciones de mercado, como son la oferta y la demanda a nivel local.

**e.2.3. Método Descriptivo:** Este método contribuye a organizar, analizar e interpretar la información, especialmente en lo que respecta a la producción y comercialización de manualidades artesanales en Barro, Fomix y Lana en la Ciudad de Loja.

**e.2.4. Método Estadístico:** Nos permite presentar los datos a través de los cuadros estadísticos.

### **e.3. TÉCNICAS:**

Las técnicas que utilizamos son:

**e.3.1. Observación:** Consistió en realizar visitas en calidad de clientes a los diferentes locales artesanales de nuestra Ciudad de Loja para poder constatar cómo se llevan a cabo los procesos de producción y comercialización de manualidades artesanales en Barro, Fomix y Lana.

**e.3.2. Entrevista:** Mediante una entrevista a diferentes gerentes propietarios de locales artesanales, pudimos obtener información necesaria acerca de las artesanías y de su producción, también nos permite dialogar con algunos clientes el mismo que nos sirvió para descubrir, al perfil del usuario.

**e.3.3. Encuesta:** Fueron un patrón muy importante para determinar la demanda y la oferta en base al análisis de los factores que influyen en ellas.

**e.3.4. Revisión Bibliográfica:** Permite realizar una investigación documental y bibliográfica, esta información se obtuvo de las diferentes consultas en libros, revistas, folletos, internet y otras publicaciones que tienen relación con nuestro tema de estudio.

**e.3.5. Muestreo:** Con el propósito de conocer el tamaño de la muestra de la población del mercado de la Ciudad de Loja, manejaremos la información suministrada por el Instituto Nacional Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), el margen de error a utilizarse es del 5% que se encuentra en los límites pertinentes y establecidos. Los datos obtenidos del INEC son resultados del Censo realizado en el año 2001, a estos datos los proyectaremos para 9 años con la tasa de crecimiento del 2,08% para actualizar la información acorde al año 2010.

En la realización de nuestro proyecto tomaremos la Población de la Ciudad de Loja que es de 142660 habitantes, y la segmentaremos por familias considerando un total de 35665.

#### **e.3.5.1. FÓRMULAS EMPLEADAS**

##### **e.3.5.1.1. PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN**

$$M = K(1 + i)^n$$

**M** = Población Actual/2010

**K** = Población Anterior/2001

**I** = Tasa de Crecimiento

**n** = Número de años a proyectar

#### **Procedimiento**

$$M = K(1 + i)^n$$

$$M = 118532(1 + 2,08\%)^9$$

$$M = 118532(1 + 0,0208)^9$$

$$M = 118532(1,20355503)$$

$$M = 142660 \text{ habitantes en el año 2010}$$

### e.3.5.1.2. NÚMERO DE FAMILIAS A ENCUESTAR

**Familias** = 142660 habitantes / 4 miembros que conforman una familia

**Familias** = 35665.

### e.3.5.1.3. NÚMERO DE ENCUESTAS A APLICAR

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

En donde tenemos:

**N**= Tamaño de la muestra.

**P** = Población por familias

**E** = Error de estimación.

**1** = Desviación

### Procedimiento

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

$$N = \frac{35665}{1 + 35665(0.05)^2}$$

$$N = \frac{35665}{1 + 35665(0.0025)}$$

$$N = \frac{35665}{90,1625}$$

$$N = 400 - \text{encuestas.}$$

El cálculo de la muestra, determino que el número de encuestas a aplicar es de 400 de las cuales se distribuyeron de la siguiente manera.



## POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE LOJA AÑO 2010

### CUADRO N° 1

POBLACIÓN	2001	TASA DE CRECIMIENTO	2010	PARROQUIAS	POBLACIÓN	Nº FAMILIAS	PORCENTAJE	Nº DE ENCUESTAS	Nº DE ENCUESTAS POR PARROQUIAS
Ciudad de Loja	118532	2.08%	142660	El Valle	25237	6309	18%	400	71
				Sucre	51628	12907	36%	400	145
				El Sagrario	19351	4838	14%	400	54
				San Sebastián	46444	11611	33%	400	130

**Fuente:** INEC (Población de la Ciudad de Loja 2001)

**Elaboración:** Las Autoras

Una vez calculado el tamaño de la muestra se procedió a determinar cuántas encuestas se deberían aplicar en la Ciudad de Loja para cada parroquia existente; determinando que en el Valle se aplicaran 71 encuestas, en la parroquia Sucre 145, en el Sagrario 54 y finalmente en San Sebastián 130 dándonos un total de 400 encuestas a aplicarse. (**Cuadro N° 1**).

# f) RESULTADOS

The image features the text "f) RESULTADOS" in a bold, blue, sans-serif font. The letters are slightly slanted to the right. Below the main text, there is a shadow effect consisting of two parallel lines that create a sense of depth, with the word "RESULTADOS" written in a brown, sans-serif font within this shadowed area.

## **f) EXPOSICIÓN DE RESULTADOS**

### **f.1. ESTUDIO DE MERCADO**

El presente Estudio de Mercado tiene la finalidad de realizar un análisis cuyos resultados permitirán: determinar la demanda insatisfecha con respecto a nuestro producto, como es la elaboración de manualidades de tipo artesanal en Barro, Fomix y Lana, establecer el Perfil del Consumidor, determinar la mejor Zona para la Ubicación de un Nuevo Local Artesanal, medir el nivel de aceptación que tendrán nuestras manualidades, con la finalidad de desarrollar estrategias de marketing para atraer al mercado potencial.

#### **f.1.1.OBJETIVOS**

Los objetivos planteados en el presente estudio de mercado son los siguientes:

1. Establecer el crecimiento poblacional para 5 años de duración del proyecto en la Ciudad de Loja.
2. Determinar la población familiar de la Ciudad de Loja.
3. Identificar cual es la demanda del producto en el mercado.
4. Determinar la Oferta existente en el mercado para establecer la Demanda Insatisfecha.
5. Establecer los canales más adecuados para la distribución del producto hacia el mercado.
6. Identificar las estrategias de Publicidad y Promoción que utilizan los comercializadores, lo que nos ayudará a plantear las estrategias del nuevo producto.

#### **f.1.2.CARACTERÍSTICAS DEL DEMANDANTE**

A continuación detallaremos el perfil del comprador frente a las manualidades artesanales en Barro, Fomix y Lanapara lo cual necesitamos obtener datos

primarios recurriendo a la observación directa, y el sondeo de opiniones realizadas a las familias de nuestra Ciudad de Loja, apoyándonos en el tamaño de la muestra .

Con el resultado de las encuestas aplicadas y la observación directa pudimos determinar que las personas que asisten a los diferentes locales artesanales en su mayoría son mujeres, madres de familia entre los 25 y 60 años que pertenecen a una clase social media y trabajadora, de nivel socio económico activo, también pudimos observar gran afluencia por parte de extranjeros ya que se sienten atraídos por este tipo de arte, dialogando con algunas clientes de estos locales, nos supieron manifestar que en dichos almacenes encuentran variedad de piezas que son muy útiles en sus hogares o simplemente recurren porque desean regalar algo más significativo que es hecho con cariño y dedicación, además sienten la satisfacción de contribuir con el artesano.

### **f.1.3. CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO**

El producto que se pretende ofertar, con la puesta en marcha del presente proyecto, está identificado como manualidades de tipo artesanal, cuya materia prima es el **Barro, Fomix, y Lana**, que luego de una serie de procesos, se convierte en un producto terminado y listo para ser vendido.

La presentación de las manualidades de tipo artesanal se harán en diferentes modelos y diseños, esto depende de los gustos y preferencias de los clientes, además considera el logotipo de la empresa, el nombre del producto y algunas especificaciones de calidad y cuidado.

Las manualidades de tipo artesanal tendrán las siguientes características.

- 1. Logotipo:** Constará el nombre de la empresa.
- 2. Marca:** Constituye el mismo logotipo.
- 3. Tamaño:** Pueden ser pequeños, medianos, y grandes.
- 4. Color:** Variedad de acuerdo a la ocasión.
- 5. Funcionales:** Implica que el producto cumpla las funciones que satisfacen las necesidades del consumidor.

6. **Usos:** Decoraciones, obsequios, aprendizaje, aniversarios, fiestas, entre otros.

A continuación se presentan algunas **manualidades de tipo artesanal en Barro, Fomix, y Lana**. De acuerdo a la temporada y ocasión según el pedido del cliente.

### GRÁFICO N° 1: PRODUCTOS EN BARRO



JARRONES

CANTAROS

FLOREROS

MACETEROS

### GRÁFICO N° 2: PRODUCTOS EN FOMIX



ADORNOS

CUADROS

PORTARRETRATOS

MOTIVOS  
DIFERENTES

### GRÁFICO N° 3: PRODUCTOS EN LANA



TAPETES

CARTERAS

GORROS

BUFANDAS

#### **f.1.4. ESTUDIO DE LA DEMANDA**

Para establecerla demanda de nuestro producto se tomo como base la muestra seleccionada que es de 400 encuestas las mismas que fueron aplicadas a las familias de las parroquias de la Ciudad de Loja, para luego ordenar la información y realizar el respectivo análisis e interpretación de resultados.

##### **f.1.4.1. ENCUESTAS APLICADAS A LOS DEMANDANTES**

#### **1. ¿En su familia compran manualidades artesanales?**

**CUADRO N° 2**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	258	64,50%
No	142	35,50%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaboración:** Las Autoras

#### **Análisis:**

Con esta pregunta determinamos la demanda que tienen las manualidades artesanales en la Ciudad de Loja, y luego de aplicar las encuestas se puede demostrar en una primera segmentación de mercado, que el 64,50% de familias, adquieren manualidades de tipo artesanal, mientras que el 35,50% no adquieren manualidades por diversas razones, ya sean porque prefieren otro tipo de productos o sencillamente no es de su agrado.

**2. ¿De las siguientes manualidades artesanales para su hogar cuales son de su preferencia?**

**CUADRO N° 3**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Barro	17	6,59%
Fomix	36	13,95%
Lana	24	9,30%
Otro tipo de Manualidades	147	56,98%
No Contestan	34	13,18%
<b>TOTAL</b>	<b>258</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaboración:** Las Autoras

**Análisis:**

En esta pregunta determinamos los gustos y preferencias de los demandantes con respecto a las manualidades artesanales, interpretando que en un 13,95% prefieren manualidades en Fomix, seguido por el 6,59%; que prefieren manualidades en barro, un 9,30% prefieren manualidades en lana, un 56,98% prefieren otro tipo de manualidades artesanales y un 34% prefieren no contestar, cabe recalcar que los dos últimos porcentajes no serán tomados en cuenta puesto que las personas encuestadas supieron manifestar tener gusto por artesanías elaboradas en otro tipo, pues en nuestro proyecto solo nos centraremos en las manualidades artesanales elaboradas en Barro, Fomix y Lana.

**3. ¿Cuál es el precio que Ud., paga por los productos elaborados en Barro, Fomix y Lana?**

**Análisis:**

Esta pregunta se elaboró con el fin de conocer el precio del producto en el mercado, con relación a los productos que nuestra empresa pretende lanzar, y que existen en la ciudad de Loja, obteniendo los siguientes datos: El precio de los artículos en Barro varían de entre los \$15 a \$60 dólares según el tamaño y la calidad; seguidamente nos supieron manifestar que las manualidades en

lana tienen un valor de entre los \$15 a \$70 dólares según el artículo a adquirir, también varían en la calidad y la dificultad del mismo; Y finalmente los artículos en Fomix los adquieren a un valor más económico de entre los \$5 a \$15 dólares.

**4. ¿En qué lugar adquiere Ud., manualidades de tipo artesanal en barro, fomix y lana para su hogar?**

**CUADRO N° 4**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bazares	40	18,96%
Tiendas de Manualidades Artesanales	59	27,96%
Patronato Municipal	10	4,74%
Centro Comercial	37	17,54%
Catálogos	9	4,27%
Consejo Provincial	7	3,32%
Exposiciones y ferias	34	16,11%
Otros lugares de compra	15	7,11%

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaboración:** Las Autoras

**Análisis:**

De las familias encuestadas, señalan que el lugar de mayor afluencia para la compra del producto, es de 18,96% de los demandantes adquieren manualidades en Bazares, el 27,96% en Tiendas de Manualidades Artesanales, el 4,74% adquieren en el Patronato Municipal, el 17,54% compran en el Centro Comercial, recalando que los precios son más económicos, el 4,27 adquieren a través de catálogos, el 3,32% en el Concejo Provincial, el 16,11% en exposiciones y ferias; ya que consideran que los precios son más cómodos, un 7,11% compran en otros lugares como por ejemplo en San Sebastián en la calle Lourdes ya que consideran que en estos lugares se pueden encontrar mucha variedad y diferentes modelos.



## 5. ¿Usted ha recibido algún tipo de promociones por la compra?

**CUADRO N° 5**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	156	60,47%
No	102	39,53%
<b>TOTAL</b>	<b>258</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaboración:** Las Autoras

### **Análisis:**

De las encuestas realizadas a diferentes familias de nuestra ciudad podemos acotar lo siguiente, que el 60,47% han recibido promociones por sus compras como son descuentos, regalos, etc., y el 39,53% supieron manifestar que no han recibido promociones al momento de realizar sus compras, sin embargo les gustaría recibir algún tipo de promoción ya que los incentiva, y crean una fidelidad por dicho centro de expendio.

## **PROPUESTA**

### **PRODUCTO**

6. ¿Si se implementara en la Ciudad de Loja, una Empresa de manualidades artesanales en Barro, Fomix y Lana, usted compraría el producto?

**CUADRO N° 6**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	46	59,74%
No	31	40,26%
<b>TOTAL</b>	<b>77</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaboración:** Las Autoras

### **Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos tenemos el 59,74% de los encuestados. Si adquirirían el producto en caso de implementar la Empresa de manualidades

artesanales en Barro, Fomix y Lana; mientras que el 40,26% no adquirirían puesto que desconocen de este tipo de productos, o no son de su agrado.

7. ¿De las siguientes alternativas sírvase marcar con una (x), que producto estaría Ud., dispuesto a adquirir de acuerdo a sus gustos y preferencias?

**CUADRO N° 7**

PRODUCTOS A OFRECER	Nº DE ARTÍCULOS	PORCENTAJE
<b>BARRO</b>		
Adornos	83	28.42%
Floreros	84	28.77%
Cantaros	16	5.48%
Maceteros	44	15.07%
Jarrones	65	22.26%
<b>FOMIX</b>		
Cuadros	68	30.91%
Piñatas	20	9.09%
Portarretratos	28	12.73%
Motivos diferentes	64	29.09%
Adornos	36	16.36%
Otros	4	1.82%
<b>LANA</b>		
Bufanda	124	33.97%
Gorros	67	18.36%
Tapetes	75	20.55%
Carteras	44	12.05%
Adornos	51	13.97%
Otros	4	1.10%

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaboración:** Las Autoras

### **Análisis:**

Este cuadro nos permite darnos cuenta, que clase de productos prefieren nuestros clientes y hacia donde debemos orientar nuestra producción la cual se determina en la elaboración de productos: En **Barro**, un 28,42% prefieren adornos, el 28,77% maceteros, tenemos un 15,07% floreros y con un 22,26% les gustaría adquirir jarrones, en **Fomix**, con un 12,73% portarretratos, el 30,91% nos manifestaron tener preferencias por los cuadros, el 29,09% motivos diferentes y 16,36% adquirirían adornos y en **Lana**, el 33,97% les gusta las bufandas, el 18,36% de los encuestados adquirirían gorros, el 20,55% tapetes, y finalmente el 12,05% prefieren carteras

8. ¿Cada qué tiempo y en qué cantidad compraría Ud., manualidades artesanales en Barro, Fomix y Lana?

**CUADRO Nº 8: ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS EN BARRO**

PERIODOS	ADORNOS	FLOREROS	CANTAROS	MACETEROS	JARRONES	OTROS	TOTAL DE MANUALIDADES	TIEMPO	PROMEDIO ANUAL
Quincenal	2	2	2		1		7	26 quincenas	182
Mensual	14	8		4	2		28	12 meses	336
Trimestral	7	9	4	6	5		31	4 trimestres	124
Semestral	4	14	6	8	7	3	42	2 semestres	84
	38	27	6	18	31	4	124	1 año	124
<b>TOTAL</b>							<b>232</b>		<b>850</b>

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaboración:** Las Autoras

Para determinar la adquisición anual de manualidades artesanales en Barro y en diferentes modelos, procedemos a dividir el promedio anual por el total de manualidades dándonos un resultado de:

**850 / 232= 4 artículos al año en diferentes modelos**

**CUADRO N° 8.1: ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS EN FOMIX**

PERIODOS	ADORNOS	CUADROS	PIÑATAS	PORTARRETRATOS	MOTIVOS DIFERENTES	TOTAL DE MANUALIDADES	TIEMPO	PROMEDIO ANUAL
Quincenal		4		2	1	7	26 quincenas	182
Mensual	13	7	5	3		28	12 meses	336
Trimestral	8	4		7	10	29	4 trimestres	116
Semestral	3	4		8	4	19	2 semestres	38
Anual	36	6	17	15	13	87	1 año	87
TOTAL						170		759

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaboración:** Las Autoras

Para determinar la adquisición anual de manualidades artesanales en Fomix y en diferentes modelos, procedemos a dividir el promedio anual por el total de manualidades dándonos un resultado de:

$$759 / 170 = 4 \text{ artículos al año en diferentes modelos}$$

**CUADRO Nº 8.2: ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS EN LANA**

PERIODOS	BUFANDAS	ADORNOS	GORROS	TAPETES	CARTERAS	OTROS	TOTAL DE MANUALIDADES	TIEMPO	PROMEDIO ANUAL
Quincenal		1			2		3	26 quincenas	78
Mensual	17	13			15		45	12 meses	540
Trimestral	20	4		12		3	39	4 trimestres	156
Semestral	41	3	20	43	4		111	2 semestres	222
Anual	50	29	35	22	30		166	1 año	166
<b>TOTAL</b>							<b>364</b>		<b>1162</b>

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaboración:** Las Autoras

Para determinar la adquisición anual de manualidades artesanales en Lana y en diferentes modelos, procedemos a dividir el promedio anual por el total de manualidades dándonos un resultado de:

$$1162 / 364 = 3 \text{ artículos al año en diferentes modelos}$$

**Análisis:** Una vez analizadas las encuestas pudimos determinar la adquisición anual de cada uno de los productos antes mencionados, para luego realizada la operación concluir que la adquisición anual es de **11** artículos tanto en Barro, como en Fomix y Lana, con este resultado y con la población de la Ciudad de Loja para el año 2010 se establecerá la Demanda Efectiva Actual.

## 9. ¿Por qué razones compraría Ud., este tipo de productos?

CUADRO N° 9

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por afecto Personal	12	15,58%
Decorar hogar	39	50,65%
Obsequiar	15	19,48%
Mejorar imagen	7	9,10%
No contestan	4	5,19%
<b>TOTAL</b>	<b>77</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuestas Aplicadas

Elaboración: Las Autoras

### Análisis:

Entre las razones por las que comprarían este tipo de productos tenemos que el 15,58% de las familias encuestadas lo compran por afecto personal, el 50,64% para decorar su hogar, el 19,48% para obsequiar, el 9,10% para mejorar la imagen de algún negocio y el 5,19% prefieren no contestar. Con esto nos podemos dar cuenta que en su mayoría prefieren este tipo de productos para decorar el hogar.

## PRECIO

### 10. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto Ud., a pagar por los productos elaborados en Barro, Fomix y Lana?

### Análisis:

Esta pregunta se elaboró con el fin de conocer el precio que el demandante estaría dispuesto a pagar por el producto, obteniendo los siguientes datos: En artículos en Barro estarían dispuestos a pagar valores entre \$10 a \$30 dólares

según el tamaño y la calidad y el diseño; Seguidamente nos supieron manifestar que en manualidades en lana pagarían \$15 y \$40 dólares según el artículo a adquirir, también tomarían en cuenta la calidad y la dificultad del mismo; Y finalmente los artículos en Fomix les gustaría adquirirlos a precios que varíen entre los \$5 a \$20 dólares.

## PLAZA

### 11. ¿En donde le gustaría adquirir a Ud., el producto?

CUADRO N° 10

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bazares	25	13,59%
Tiendas de Manualidades Artesanales	48	26,09%
Patronato Municipal	31	16,85%
Centro Comercial	27	14,67%
Catálogos	8	4,35%
Consejo Provincial	1	0,54%
Exposiciones y ferias	32	17,39%
Otros lugares de compra	12	6,52%

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaboración:** Las Autoras

### Análisis:

Esta interrogante fue aplicada con el fin de conocer cuales serian los lugares de mayor afluencia por parte de los usuarios, para la adquisición del producto. Como resultado tenemos que 13,59% de las familias encuestadas les gustaría adquirir el producto en Bazares, el 26,09% en tiendas de manualidades artesanales, el 16,95% en el Patronato Municipal, el 14,67% en el Centro Comercial, y finalmente con 17,39% manifestaron que les gustaría adquirir las artesanías en Exposiciones y Ferias.

## PROMOCIÓN

### 12. ¿En qué tipo de empaque le gustaría a Ud., adquirir el producto?

CUADRO N° 11

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cartón	15	19,48%
Funda plástica	13	16,88%
Funda de regalo	7	9,10%
Funda con el logotipo de la Empresa	35	45,44%
Otros	7	9,10%
<b>TOTAL</b>	<b>77</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaboración:** Las Autoras

#### **Análisis:**

Del total de familias encuestadas, el 19,48% manifiestan que el empaque que se debe utilizar para la presentación de nuestro producto es el cartón sobre todo en las manualidades en barro debido a que son artículos muy frágiles y se pueden quebrar, el 16,88% manifestaron querer el producto en funda plástica, debido a que es un poco más económica, 9,10% prefieren adquirir el producto en funda de regalo ya que les parece ser una buena opción al momento de obsequiar un regalo, el 45,44% desean que la presentación sea en funda con el logotipo de la empresa, y por último el 9,10% prefieren las artesanías en otro tipo de empaque siempre y cuando este sea cómodo y llamativo.

### 13. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría a Ud., informarse de la existencia del producto, que va a producir la Empresa?



**CUADRO Nº 12**

<b>MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>	<b>Nº DE FAMILIAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>RADIO</b>		
Hechicera	24	18.90%
Ecotel Radio	35	27.56%
Rumba	10	7.87%
Rc Plus	12	9.45%
Radio Matovelle	18	14.17%
Súper Laser	9	7.09%
Ecuasur	13	10.24%
Otras	6	4.72%
<b>TELEVISIÓN</b>		
Ecotel TV	45	58.44%
UV Televisión	32	41.56%
<b>PRENSA ESCRITA</b>		
Diario la Hora	45	49%
Crónica de la Tarde	12	13%
Centinela	11	12%
No contestan	23	25%

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaboración:** Las Autoras

### **Análisis:**

De acuerdo a los resultados de las encuestas el 27,56% del total de los encuestados han sugerido que el medio de comunicación más apto para dar a conocer nuestro producto es la radio, "Ecotel Radio", en el programa de anuncios publicitarios 11h45 am a 12am. Mientras que el 58,44% consideran como otro medio a la televisión, en el programa Mundo Visión transmitido por Ecotel Televisión en los horarios de 13hoo pm y 19hoo pm en los días de Lunes a Viernes, 41,56% prefieren escuchar los anuncios mediante la transmisión de las noticias UV Noticias en los horarios de 13hoo pm y 19hoo pm transmitido por UV Televisión en los días de Lunes a Viernes, Y finalmente, el 49% se inclino por la prensa, Diario la Hora en la sección de clasificados, los días Domingos.

## f.1.5.ANÁLISIS DE LA DEMANDA

### f.1.5.1. DEMANDA POTENCIAL

Con el análisis de la demanda se pretende conocer cuáles son los compradores potenciales, actuales y efectivos de las manualidades artesanales en Barro, Fomix y Lana que se van a producir.

Es por ello que con el presente proyecto se intenta mejorar las características de producción, comercialización y estabilidad de los productos en el mercado. Con las encuestas aplicadas en la Ciudad de Loja podemos determinar la adquisición de manualidades de tipo artesanal por familia y así conocer nuestro mercado, basándonos en los resultados de los siguientes cuadros.

**CUADRO N° 13: DEMANDA POTENCIAL DE MANUALIDADES**

AÑOS	POBLACIÓN TOTAL	TOTAL DE LA POBLACIÓN POR FAMILIAS	DEMANDA POTENCIAL DE FAMILIAS QUE COMPRAN (64,50%)
2010	142660	35665	23004

**Fuente:** Cuadros N° 1, 2

**Elaboración:** Las Autoras

Como podemos observar la demanda potencial esta expresada en N° de familias que compran manualidades artesanales en Barro, Fomix y Lana que es de 23004 que representa el 64,50% del total de la población de familias, es decir  $(35665 * 64,50\%)$ .

### f.1.5.2. DEMANDA ACTUAL O REAL

Siguiendo con la segmentación del mercado para establecer la demanda actual, tomaremos como base el número de familias que actualmente compran el producto considerando los datos basados en la pregunta n° 2 (**Qué tipo de manualidades usted prefiere**), cabe recalcar que se sumaran los porcentajes de los productos elaborados en Barro, Fomix y Lana para determinar dicha

demanda dándonos un porcentaje de 29,84% obteniendo los resultados del siguiente cuadro:

#### CUADRO N° 14: DEMANDA ACTUAL O REAL DE MANUALIDADES

AÑOS	POBLACIÓN TOTAL	POBLACIÓN POR FAMILIAS	DEMANDA POTENCIAL DE FAMILIAS QUE COMPRAN (64,50%)	DEMANDA ACTUAL O REAL (29,84%)
2010	142660	35665	23004	6864

**Fuente:** Cuadros N° 1, 2, 3

**Elaboración:** Las Autoras

#### f.1.5.3. DEMANDA EFECTIVA

Para determinar la demanda total o efectiva se considera al total de N° de encuestados que están dispuestos a comprar este tipo de manualidades artesanales, que en caso de instalarse la Empresa. Dicha información fue tomada de la pregunta N° 6 de la Tabulación de Datos.

#### CUADRO N° 15: DEMANDA EFECTIVA DE FAMILIAS QUE COMPRARIAN MANUALIDADES ARTESANALES

AÑOS	POBLACIÓN TOTAL	POBLACIÓN POR FAMILIAS	DEMANDA POTENCIAL DE FAMILIAS QUE COMPRAN (64,50%)	DEMANDA ACTUAL (29,84%)	DEMANDA EFECTIVA (59,74%)
0	142660	35665	23004	6864	4101

**Fuente:** Cuadros N° 1,2, 3, 6

**Elaboración:** Las Autoras

#### f.1.5.4. CONSUMO ANUAL

Para determinar el consumo anual de nuestro producto hemos tomado en cuenta la pregunta número 8 que indica **¿Cada qué tiempo y en qué cantidad compraría Ud., manualidades artesanales?**, primeramente determinamos el consumo anual de manualidades artesanales elaboradas en Barro, luego en Fomix y finalmente en Lana, a cada uno de estos resultados los sumamos para

de esta manera determinar el consumo total de manualidades artesanales al año.

**CUADRO N° 16: CUADRO EXPLICATIVO DE LA ADQUISICIÓN  
MANUALIDADES ARTESANALES EN BARRO, FOMIX Y LANA AL AÑO**

PRODUCTOS	CANTIDAD ANUAL
En Barro	4
En Fomix	4
En Lana	3
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>

**Fuente:** Cuadros N° 8; 8.1; 8.2

**Elaboración:** Las Autoras

**CUADRO N° 17: DEMANDA EFECTIVA DE MANUALIDADES  
ARTESANALES ELABORADAS EN BARRO, FOMIX Y LANA**

AÑOS	POBLACIÓN TOTAL	TOTAL DE LA POBLACIÓN POR FAMILIAS	DEMANDA POTENCIAL DE FAMILIAS QUE COMPRAN (64,50%)	DEMANDA ACTUAL (29,84%)	DEMANDA EFECTIVA (59,74%)	CONSUMO ANUAL	DEMANDA EFECTIVA DE MANUALIDADES ARTESANALES
2010	142660	35665	23004	6864	4101	11	45109

**Fuente:** Cuadros N° 1, 2, 3, 6, 16

**Elaboración:** Las Autoras

**CUADRO N° 18: DEMANDA EFECTIVA PROYECTADA PARA 5 AÑOS**

AÑOS	POBLACIÓN TOTAL	POBLACIÓN POR FAMILIAS	DEMANDA POTENCIAL FAMILIAS COMPRAN (64,50%)	DEMANDA ACTUAL (29,84%)	DEMANDA EFECTIVA (59,74%)	CONSUMO ANUAL	DEMANDA EFECTIVA EN MANUALIDADES
2010	142660	35665	23004	6864	4101	11	45109
2011	145627	36407	23482	7007	4186	11	46047
2012	148656	37164	23971	7153	4273	11	47005
2013	151748	37937	24469	7302	4362	11	47982
2014	154905	38726	24978	7454	4453	11	48980

**Fuente:** Cuadros N° 1, 2, 3,6, 16

**Elaboración:** Las Autoras

### **f.1.6. ANÁLISIS DE LA OFERTA**

Para analizar la situación actual de la oferta del producto es necesario indicar que en la Ciudad de Loja se comercializa todo tipo de manualidades artesanales ya sean elaboradas en Barro, Fomix, Lana, etc.

Para el estudio de la oferta se realizaron 40 encuestas aplicadas a los dueños de los diferentes locales que expenden productos elaborados artesanalmente, todo se realizó con el propósito de tener referencia, a cerca del producto que se pretende lanzar al mercado y si este tendrá la acogida necesaria.

#### **f.1.6.1. ENCUESTA APLICADA A LOS OFERTANTES**

##### **1. ¿De las siguientes artesanías cuales ofrece en su local?**

**CUADRO Nº 19**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
En Barro	9	22.50%
En fomix	13	32.50%
En lana	5	12.50%
Otras Artesanías	13	32.50%
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaboración:** Las Autoras

##### **Análisis:**

De las 40 encuestas aplicadas a los propietarios de los diferentes locales de manualidades artesanales en la Ciudad de Loja, comprobamos que el 22,50% ofrecen artesanías en Barro, el 32,50% en Fomix el 12,50% ofrecen manualidades en Lana, y finalmente 32,50% expenden manualidades artesanales de otro tipo, de las cuales solo tomaremos en cuenta a los locales que ofrecen artesanías en barro, fomix y lana que son 27 locales.

##### **2. ¿Sírvese marcar con una (X) el volumen de ventas de artículos semanales de artesanías?**

**CUADRO Nº 20**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 5	1	3.70%
6 a 10	1	3.70%
11 a 15	1	3.70%
16 a 20	1	3.70%
21 a 25	1	3.70%
25 o más	22	81.50%
<b>TOTAL</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaboración:** Las Autoras

**Análisis:**

De acuerdo a la encuestas aplicadas podemos determinar que el 3,70% de ofertantes venden de 1 a 5 manualidades artesanales en la semana, el 3,70% venden de 6 a 10 artículos; el 3,70% de 11 a 15 artículos; el 3,70% de 16 a 20 artículos; el 3,70% de 21 a 25 artículos y finalmente el 81,50% vende más de 25 manualidades artesanales semanales; elevándose estos porcentajes en fechas importantes.

**3. ¿En forma aproximada, en que porcentaje se ha incremento su venta de artesanías con respecto al año anterior?**

**CUADRO Nº 21**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10%	4	14.81%
20%	2	7.41%
30%	0	0.00%
Igual	14	51.85%
Disminuido	7	25.93%
<b>TOTAL</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaboración:** Las Autoras

**Análisis:**

El 51,85% de los ofertantes encuestados opinan que sus ventas no se han incrementado con relación al año anterior; el 25,93% manifiestan que sus ventas han disminuido; el 7,71% de los encuestados manifiesta que se han

incrementado sus ventas en un 20% y finalmente el 14,81% de ofertantes nos manifestaron que sus ventas se han incrementado en un 10%.

**4. ¿A quién le compra usted la materia prima para elaborar dichos productos?**

**CUADRO Nº 22**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Directamente al productor	17	62.97%
Distribuidor autorizado	6	22.22%
Intermediarios	4	14.81%
<b>TOTAL</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaboración:** Las Autoras

**Análisis:**

Una vez aplicadas las encuestas los ofertantes nos informaron lo siguiente, el 62,97% adquirieron la materia prima directamente del productor ya que la obtienen a menor costo, y permite que el precio final del producto no sea elevado; el 22,22% compran a distribuidores autorizados, porque es más fácil y eficiente al momento de la adquisición y el 14,81% a intermediarios puesto que la entrega de la materia prima es en el lugar y momento indicado.

**5. ¿Cuál es la procedencia del producto?**

**CUADRO Nº 23**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Loja	13	48.15%
Cuenca	3	11.11%
Quito	3	11.11%
Guayaquil	0	0.00%
Otros	8	29.63%
<b>TOTAL</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaboración:** Las Autoras

**Análisis:**

De los resultados obtenidos en esta pregunta podemos determinar que la procedencia de los productos se da de la siguiente manera: Loja con un 48,15%; Cuenca con el 11,11%; Quito con el 11,11%; y el 29,63 de otros lugares. Debido que muchas de las veces no se encuentran en la ciudad.

**6. ¿A qué precio vende usted, las artesanías elaboradas en Barro, Fomix y Lana?****Análisis:**

En cuanto a esta pregunta los propietarios de los diferentes locales comerciales nos supieron manifestar, que el precio de los productos elaborados en Barro los vende entre los \$15 - \$60, en Fomix entre los \$ 5 - \$15 y en Lana entre los \$15 - \$70, dependiendo del tamaño y la dificultad al momento de realizarlos.

**7. ¿Cómo considera el precio actual de los productos?****CUADRO Nº 24**

<b>PRECIO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Bajo	0	0.00%
Normal	21	77.78%
Alto	6	22.22%
<b>TOTAL</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaboración:** Las Autoras

**Análisis:**

Con respecto al precio de las manualidades artesanales, hemos podido determinar que el 77,78% opinan que el precio es normal porque se basan en cantidad, calidad y presentación; mientras que un 22,22% manifiestan que son altos especialmente en fechas especiales.



## 8. ¿En qué medios de Comunicación hace conocer sus productos?

CUADRO Nº 25

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	0	0.00%
TV	2	7.41%
Prensa Escrita	6	22.22%
Otros	19	70.37%
<b>TOTAL</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaboración:** Las Autoras

### Análisis:

En lo que se refiere a la publicidad, el 7,41% lo hace a través de la televisión; el 22,22% en la prensa escrita ya que consideran que es el medio idóneo para hacer conocer los productos que ofrecen y el 70,37% realiza a través de otros medios como pueden ser tarjetas de presentación, hojas volantes, etc.

## 9. ¿Hace promoción constante de los productos?

CUADRO Nº 26

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	18.52%
No	16	59.26%
No contesta	6	22.22%
<b>TOTAL</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaboración:** Las Autoras

### Análisis:

El 18,52% de los encuestados manifiestan hacer promociones tales como: descuentos, regalos adicionales, todo esto con el fin de mantener sus ventas; mientras que el 59,26% no realiza ningún tipo de promoción, evitando así el reconocimiento por parte de los consumidores y el 22,22% prefieren no contestar.

## 10. ¿El stock de artesanías cubre los volúmenes de venta?

CUADRO Nº 27

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	19	70.37%
No	8	29.63%
<b>TOTAL</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas Aplicadas  
**Elaboración:** Las Autoras

### Análisis:

El 70,37% de las personas encuestas manifiestan que el stock de productos cubre satisfactoriamente el volumen de ventas, por lo que podemos decir que se satisface la necesidades del mercado consumidor, y el 29,63% no cubre el stock de sus ventas.

## 11. ¿Cuánto tiempo le toma a usted elaborar el producto?

### Análisis:

De acuerdo a las encuestas realizadas y a la información obtenida pudimos determinar que para elaborar un producto ya sea en Barro, Fomix o Lana estos se pueden demorar depende de la dificultad del producto se puede demorar horas, y si se trata de un producto más difícil y complejo se demoran entre 4 – 5 días.

## 12. ¿En donde vende usted su producto?

CUADRO Nº 28

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Exposiciones y ferias	12	52.17%
San Sebastián -C. Lourdes	11	47.83%
Patronato Municipal	8	34.78%
Centro comercial	9	39.13%
Locales comerciales de artesanías	12	52.17%
Concejo Provincial	9	39.13%
Otros	9	39.13%

**Fuente:** Encuestas Aplicadas  
**Elaboración:** Las Autoras

### **Análisis:**

De acuerdo a las encuestas aplicadas podemos determinar que el 52,17% de los encuestados venden sus productos en exposiciones y ferias, el 47,83% en San Sebastián en la calle Lourdes, el 34,78% en el Patronato Municipal, el 39,13% en el Centro Comercial, el 52,17% en locales comerciales de artesanías, el 39,13% en el Concejo Provincial y el 39,13% adquieren en otros lugares en donde se expende el producto.

### **13. ¿Cuáles son sus clientes más frecuentes?**

**CUADRO Nº 29**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Locales	12	44.44%
Nacionales	5	18.52%
Extranjeros	10	37.04%
<b>TOTAL</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaboración:** Las Autoras

### **Análisis:**

El 44,44% de los encuestados opinan que sus clientes más frecuentes son locales, el 18,52% que son nacionales y finalmente 37,04% que son extranjeros.

#### **f.1.6.2. DETERMINACIÓN DE LA OFERTA**

Para determinar la cantidad de oferta de manualidades artesanales en la Ciudad de Loja no basamos en la pregunta Nº 2, cuadro Nº 20 de las encuestas aplicadas a los ofertantes de este producto.

### f.1.6.2.1. OFERTA DE MANUALIDADES ARTESANALES EN BARRO, FOMIX Y LANA EN LA CIUDAD DE LOJA

Para establecer la oferta de manualidades artesanales, nos basamos en el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 30: OFERTA SEMANAL DE MANUALIDADES ARTESANALES**

VARIABLE	SUMATORIA DE VARIABLE DE MANUALIDADES	PROM. DE VENTA POR SEMANA	N° DE OFERTANTE	PROM. DE VENTA * N° DE OFERT.	SEMANAS	OFERTA TOTAL
1 a 5	6	3	1	3	52	156
6 a 10	16	8	1	8	52	416
11 a 15	26	13	1	13	52	676
16 a 20	36	18	1	18	52	936
21 a 25	46	23	1	23	52	1196
26 a 30	56	28	22	616	52	32032
<b>TOTAL</b>			<b>27</b>			<b>35412</b>

**Fuente:** Cuadro N° 20

**Elaboración:** Las Autoras

Una vez calculada la oferta de manualidades artesanales que existe en la Ciudad de Loja se procede al cálculo de la demanda insatisfecha.

### f.1.7. DEMANDA INSATISFECHA

Terminado el estudio de la demanda y la oferta, se procede a determinar la cantidad que se requiere para cubrir el mercado de la Ciudad de Loja, conocida como demanda insatisfecha.

Analizados los puntos anteriores, relacionados con la demanda y oferta, encontramos que en el mercado los productos elaborados en Barro, Fomix y Lana, es una potencial oportunidad para ser aprovechada.

Para realizar la capacidad instalada y utilizada tomaremos en cuenta la demanda insatisfecha.

En el siguiente cuadro hemos colocado la demanda y oferta a fin de obtener la demanda insatisfecha, para el presente estudio.

## CUADRO Nº 31: DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA PARA LOS 5 AÑOS DE VIDA UTIL DEL PROYECTO

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
2010	45109	35412	9697
2011	46047	36149	9898
2012	47005	36900	10104
2013	47982	37668	10314
2014	48980	38451	10529

**Fuente:** Cuadros N° 18, 30

**Elaboración:** Las Autoras

### f.1.8. COMERCIALIZACIÓN

#### f.1.8.1. MANUALIDADES DE TIPO ARTESANAL

Las artesanías ocupan un lugar destacado dentro de las artes visuales porque conforman en la mayoría de los casos, piezas de belleza estilística y formal. Quien regala cosas hechas a mano se ha librado de aparcamientos llenos y largas colas en los grandes almacenes en favor de algo más significativo, además se siente la satisfacción de apoyar directamente a un artista o artesano, la otra persona recibe algo único y hecho con un cariño y dedicación que se puede ver y tocar, eso es algo que no se puede encontrar en el mundo de la manufacturación a gran escala.

Por este motivo, han sido denominadas por muchos, arte popular. En general, las artesanías comprenden una serie de actividades especialmente manuales y de carácter creador que implican la fabricación de objetos de uso doméstico en los que ha quedado impreso el sello personal del autor.

La Sierra ofrece artesanías hechas con lana cruda, barro, fomix, madera, cuero, cabuya, algodón, cerámica, mazapán, crin de caballo, hojas de choclo (cutul), lata, latón, hierro forjado, cera, vidrio, pieles, paja, paños, tagua, cuernos de vacuno, bronce, mármol, oro, plata y otros metales.

➤ **Decorar con manualidades de tipo artesanal en barro, Fomix y lana.**

El mercado de artículos decorativos está pasando de ser un negocio funcional a un negocio de moda. Hoy los usuarios están cambiando sus hogares, agregando o cambiando pequeñas piezas, telas de la casa, decoración de las paredes y otros artículos decorativos, por grandes piezas y muebles.

**Ocasiones especiales:** San Valentín, Día de la madre, Cumpleaños, Felicitaciones, Estimulación temprana etc.

**Servicios:** Escuelas, Aniversario, Empresas, Eventos, etc.

**Varios:** Decoración, Ambientar un espacio, un salón, una casa, etc.

➤ **Gustos y Preferencias:**

Para ingresar al mercado con éxito, se requieren productos innovadores de alta calidad y estilo moderno, además de un excelente servicio y precio competitivo, por eso los productos a ofrecer serán originales novedosos e irán variando a través del tiempo.

➤ **Usos:**

Dentro de los parámetros podemos mencionar que en la Ciudad de Loja, en un gran porcentaje las familias de la ciudad de Loja adquieren manualidades de tipo artesanal ya sea para decoración, eventos, fechas especiales u otras razones.

### **f.1.8.2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

Es común dejar a un lado un aspecto muy importante que es el de determinar quiénes son los competidores, cómo actúan y cuáles son sus características. Es importante determinar las ventajas competitivas frente a las otras empresas que en determinado momento pueden amenazar o ayudar.

Por esto es necesario conocer los competidores y lo que están haciendo para establecer diferencias con ellos. De esta forma se debe averiguar todo lo posible de las empresas directamente competitivas para encontrar las fortalezas y debilidades de cada una de ellas. La idea de nuestra empresa es tener aspectos diferenciadores con respecto al resto: servir a pocos segmentos del mercado y tener un enfoque definido en el cual se encuentre una coherencia entre el mercado y las necesidades de los clientes para entrar en mercados en donde haya pocos competidores. Todo esto, haciendo un esfuerzo competitivo que haga distinguir a la empresa.

Los aspectos a tener en cuenta, y por los cuales se estudia la competencia son: innovación constante, originalidad, y desarrollo de proyectos nuevos cada vez que se consideren necesario.

### **f.1.8.3. PLAN DE MARKETING**

Luego de haber examinado minuciosamente las problemáticas existentes en el sector empresarial, en cuanto a los locales Artesanales de la Ciudad de Loja, hace la siguiente propuesta:

El Plan de Marketing para el nuevo Empresa Artesanal de nuestra ciudad, está conformado por un conjunto de actividades orientadas a garantizar el éxito del servicio que ofrece, para tal fin es necesario saber que el Marketing incluye 4 variables como son Producto, Precio, Plaza y Promoción.

#### **f.1.8.3.1. MISIÓN**

- Ofrecer un servicio innovador en la manufactura de manualidades artesanales, entrega oportuna y satisfacción integral, compartiendo con alegría, los mejores momentos de creatividad para cumplir con los deseos y necesidades de nuestros clientes.

#### **f.1.8.3.2. VISIÓN**

- Ser una empresa distinguida por su calidad de servicio en una constante interacción con los servicios que requiere nuestro cliente, impulsados

siempre con el espíritu de desarrollo; logrando así confiabilidad, ingresos económicos y fomentar las costumbres artesanales en la Ciudad de Loja.

#### **f.1.8.3.3. OBJETIVOS**

Los objetivos que se plantean en este plan son:

- Posicionar una nueva Empresa Artesanal con un concepto innovador, servicio eficiente, excelente presentación de artículos manuales.
- Lograr un alto grado de fidelidad por parte de los clientes.
- Adquirir día a día conocimientos, que permitan mejorar el estilo de elaboración de nuestros productos.

#### **f.1.8.3.4. PRODUCTO**



Dentro de la amplia gama de productos que se encuentran clasificados como artesanales, nuestro proyecto se limitó a las manualidades de tipo artesanal en Barro, Fomix y Lana, siendo productos elaborados principalmente a mano, ya que no se quieren productos fabricados en serie, pues estos le quitan la principal característica a las artesanías, como lo son su originalidad e innovación, será permitido el uso de algún tipo de herramientas o equipos solo si el proceso lo requiere para una parte mínima del proceso de fabricación. La decisión de escoger este tipo de productos tiene como principal fundamento además de la diversidad de productos que se elaboran en Barro, Fomix y Lana la disponibilidad de crear e innovar en los diseños, la facilidad para empacar y el bajo riesgo que tienen a excepción de las manualidades de barro de dañarse en el momento de su transporte, gracias a la flexibilidad que



manifiestan. Otra de las principales razones por la que escogimos la elaboración de estos productos es por lo que no requieren de un costoso proceso de producción. Su precio es un factor que influye mucho en el mercado pues reemplaza a otros productos más costosos ya que además de ser artículos decorativos, también son productos que pueden destinarse para un fin específico.

#### GRÁFICO N°4: LOGOTIPO DE LA EMPRESA

**ARTE BONITO CIA. LTDA**

**Prefiera lo nuestro**

LO MEJOR EN ARTESANIAS DE BARRO, FOMIX Y LANA  
*Bueno, Bonito y Barato*

**Dirección:** **Pedidos: 091961762**  
**Sugerencias: 097881972** **P.V.P.**

Elaboración: Las Autoras

- **SLOGAN:** **PREFIERA LO NUESTRO**

#### **f.1.8.3.4.1. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO:**

Cabe resaltar que dichos productos serán presentados en mostradores estanterías entre otros, además contara con una etiqueta con la marca del producto, el mismo que llevara el nombre de la empresa, y todas las normas impuestas por el estado.

#### **f.1.8.3.5. PRECIO:**

Para determinar el precio de venta se analizaron variables que intervienen en este aspecto, ya que se hace necesario antes de tomar una decisión, conocer el comportamiento del mercado y cuál es la tendencia de precios.

Así mismo se tomara como base el costo total de la producción de las manualidades, sobre el cual adicionaremos un margen de utilidad, pero sin dejar a lado la capacidad adquisitiva del consumidor.

También es necesario establecer cómo está el mercado en cuestión de costos para lograr entrar al mercado con precios competitivos y de fácil accesibilidad, y aun teniendo en cuenta que la empresa por el momento quiere darse a conocer y crear lealtad en los clientes.

Para establecer los precios de venta, se considero los precios de la competencia, en consecuencia el costo de los artículos elaborados en barro los vende entre los \$15 - \$60, en Fomix entre los \$ 5 - \$15 y en Lana entre los \$15 - \$70, dependiendo del tamaño y la dificultad al momento de realizarlos.

#### **Formas de Pago:**

- Efectivo.
- Tarjetas de Crédito (Máster Card, American Express).

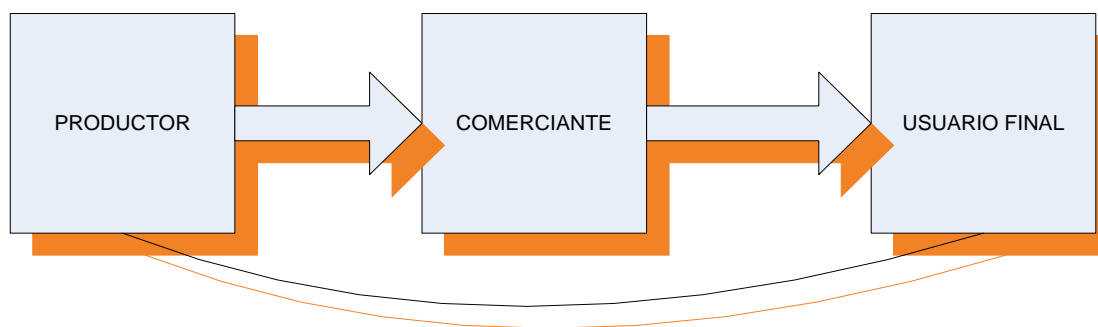
#### **f.1.8.3.6. PLAZA O DISTRIBUCIÓN:**

La plaza a la que se encuentra dirigida la producción de la empresa ARTE BONITO Cia. Ltda, será la Ciudad de Loja, la comercialización de manualidades, se llevará a cabo y a través de: servicio directo a los

consumidores, en el local ubicado, en las calles que posteriormente en el estudio técnico determinaremos.

Según las investigaciones realizadas hemos considerado que el canal de distribución del producto más conveniente es el siguiente:

### GRÁFICO N°5: CANALES DE DISTRIBUCIÓN



**Elaboración:** Las Autoras

#### f.1.8.3.7. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD:

Para que el producto tenga mayor acogida en el mercado, es necesario diseñar productos de excelente calidad diferenciándolos de los de la competencia, con el fin de que el cliente sienta placer al invertir su dinero en un producto exclusivo, además de contar con la ventaja de adquirir el producto en la propia Ciudad: para lo cual hemos decidido utilizar y realizar métodos promocionales como: ventas personales, la asistencia a ferias y eventos promocionales, el envío de muestras gratis, ofrecer catálogos de productos a los comerciantes y a los clientes . Relaciones públicas, Publicidad y Promoción, a través de medios de comunicación colectiva, especialmente en la televisión que es el medio de comunicación de mayor atención por los usuarios.

Cada uno de estos métodos cuenta con diferentes características especiales, que determinan en que situaciones dará mejores resultados así mismo

haremos visitas directas a comerciantes, donde expondremos los atributos importantes del producto como:

- Hacer publicidad boca a boca y mediante medios de comunicación.
- Diseños novedosos.
- Productos diferenciables.
- Adaptabilidad del producto a características propuestas por los clientes.
- Facilidad de adquisición y pago.
- Lugar de expendio etc.

Primeramente se mandara hacer el letrero del Restaurante para emitir una buena imagen de la Empresa y proporcionar una excelente visibilidad ante el público. Así tenemos:



**“ARTE BONITO CIA.LTDA.”**

OFRECEMOS: MANUALIDADES  
ARTESANALES EN BARRO FOMIX Y  
LANA

***VISITENOS Y CON GUSTO LO  
ATENDEREMOS***

**Elaboración:** Las Autoras

#### **f.1.8.3.7.1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Así mismo para dar a conocer nuestro servicio, haremos uso de los siguientes medios de comunicación para publicitar a la Empresa con el fin de incrementar la demanda y lograr posicionamiento en el mercado.

Los medios tienen sus propias estrategias para captar mayor sintonía y audiencia, pero estas cambian con mucha frecuencia y se tiene que buscar el medio más propicio para lanzar los mensajes publicitarios; e ahí las siguientes tácticas.

- ✓ La publicidad radial será lanzada por el medio radial de mayor sintonía, en este caso es “Ecotel Radio”, en el programa de anuncios publicitarios 11h45 am a 12am. (según las encuestas); en un inicio con frecuencias cortas de tiempo y únicamente 2 veces al mes, para luego ir incrementando paulatinamente hasta posicionar la empresa en el mercado.
- ✓ Ofrecer la publicidad por Televisión a través de canales locales, en el programa Mundo Visión transmitido por Ecotel Televisión en los horarios de 13h00 pm y 19h00 pm los días Lunes y Viernes, y mediante la señal de UV Televisión en el programa de noticias los días Lunes y Viernes en los horarios de 13h00 pm y 19h00 pm, con la finalidad de captar un gran número de posibles clientes.
- ✓ De igual manera utilizar los medios periodísticos de la localidad, especialmente el diario LA HORA, editando la publicidad dos veces por mes en la sección de clasificados, los días Lunes y Domingos. y luego ir incrementando progresivamente hasta alcanzar un nuevo posicionamiento en el mercado.

PUBLICIDAD	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD (2 VECES AL MES)	PRECIO	TOTAL
Radio	Cuñas publicitarias (ECOTEL RADIO)	36	15.00	540.00
Medios Escritos	Anuncios Clasificados (Diario La Hora)	36	5.00	180.00
Medios televisivos	Spots publicitarios (Ecotel tv - UV Televisión)	36	50.00	1,800.00
Letrero con nombre del local	Luminoso; 2 x 0,75	1	150.00	150.00
<b>TOTAL</b>				<b>2,670.00</b>

**Elaboración:** Las Autoras

#### **f.1.8.3.7.2. PROMOCIONES**

##### **IMPRESIONES**

Se imprimirá algunos temas motivos de publicidad o promoción, estos permiten crear expectativas reales de captación de nuevos mercados y lograr posicionamiento del servicio en la mente de los consumidores:

- ✓ Se harán esferográficos con ciertas especificaciones publicitarias de persuasión al cliente sobre los servicios que ofrece la Empresa.
- ✓ Calendarios que lleven el logotipo de la empresa y que indiquen los servicios que se ofrecen en la misma.

#### **f.1.8.4. POLÍTICAS DE VENTA:**

Con el fin de cumplir favorablemente con el proceso de producción y satisfacción de la demanda, se han planteado una serie de estrategias para evitar inconvenientes tanto en la negociación con los intermediarios como con los clientes es por ello que las políticas a utilizarse para la venta de las manualidades de tipo artesanal serán las siguientes.

- ❖ Las ventas estarán orientadas a la satisfacción del cliente y el cumplimiento de los pedidos, tanto en tiempos de entrega como en características y requisitos exigidos por los clientes.
- ❖ Los empleados deben cumplir con las expectativas y objetivos que la organización se ha planteado.
- ❖ Atención y trato personalizado.
- ❖ Se realizaran promociones con la venta del producto en grandes cantidades.
- ❖ Tendremos capacitación del personal continua, actualizada y permanente con el fin de obtener muy buenos resultados para la empresa.

## **f.2. ESTUDIO TÉCNICO**

### **f.2.1. OBJETIVOS**

Al haber desarrollado con éxito el estudio de mercado, presentamos una segunda etapa que la constituye el estudio técnico, cuyos objetivos principales son:

- ✓ Efectuar un estudio técnico que determine el tamaño, localización y la ingeniería del proyecto.
- ✓ Determinar la ubicación, la capacidad instalada y utilizada.
- ✓ Detallar el proceso de producción mediante diagramas de procesos.
- ✓ Recoger información para obtener una estimación de la inversión y costos.

### **f.2.2. TAMAÑO**

En lo que tiene que ver al tamaño de la empresa, es necesario establecer la capacidad de producción durante un tiempo determinado de su puesta en marcha.

El tamaño de la planta se debe planificar con una demanda efectiva de **45109** manualidades artesanales.

### **f.2.3. TAMAÑO - INVERSIÓN**

En base a la demanda efectiva obtenida en la segmentación del mercado, el capital tentativo para los inversionistas correspondiente para el presente proyecto será financiado con aportaciones de los socios.

#### **f.2.4. TAMAÑO – MATERIA PRIMA E INSUMOS**

Según la demanda efectiva, productores, distribuidores, o proveedores de la materia prima (fomix, barro, lana) e insumos, en nuestro medio si existe la disponibilidad de estos recursos por lo tanto, nuestro almacén de manualidades si podrá atender la demanda.

#### **f.2.5. MANO DE OBRA**

La mano de obra con la que dispone nuestra ciudad es abundante y diversificada ya que dispone de gente con formación artesano de nivel secundario y superior, que por la falta de gestión empresarial no se generan fuentes de trabajo, por lo tanto nuestra empresa requiere de mano de obra calificada para cada una de las funciones a desempeñar, puesto que los procesos y procedimientos para obtener el producto final requieren de conocimientos creativos en manualidades artesanales

#### **f.2.6. ESPACIO – INSTALACIÓN**

En base a la capacidad instalada, la disponibilidad del espacio para todos los puestos de trabajo y sitios de constante actividad, es necesario contar con una infraestructura apta para la producción de nuestras artesanías y la ambientación de un espacio acogedor donde podamos ofrecer nuestros productos.

El área donde se ubicaran las instalaciones es de 35m<sup>2</sup> metros cuadrados, espacio que será lo suficientemente amplio para un funcionamiento adecuado de nuestra empresa.

#### **f.2.7. CAPACIDAD INSTALADA**

La capacidad instalada de la planta está determinada para que funcione con un proceso productivo continuo y un rendimiento del 100%; en el caso de nuestra



empresa, se espera trabajar dentro de los 5 años de vida útil del proyecto con una producción de 23 artículos diarios, que semanales serían 161 artesanías y en el año representarían, 8372 trabajando las 24 horas del día, de lunes a domingo, incluyendo los días feriados.

### CUADRO N° 32: CAPACIDAD INSTALADA

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA EN ARTESANIAS	CAPACIDAD INSTALADA EN N° DE ARTESANIAS 100%	% DE LA CAPACIDAD INSTALADA
2010	9697	8372	86%
2011	9898	8372	85%
2012	10104	8372	83%
2013	10314	8372	81%
2014	10529	8372	80%

**Fuente:** Cuadros N° 31

**Elaboración:** Las Autoras

#### f.2.8. CAPACIDAD UTILIZADA

Es un porcentaje de la capacidad instalada, que se lo calcula tomando en cuenta los diversos factores que se pueden presentar al momento de la producción como: la apertura del mercado, selección de intermediarios, acoplamiento del proceso productivo, capacitación del personal, etc. Tomando en cuenta estos factores, la Empresa no empezará con el 100% de su capacidad instalada.

Por lo tanto la empresa está en capacidad de producir 8372 manualidades artesanales al año, pero por razones de inicio de actividades y estar sujeto a cierto riesgo, atenderá en un 56%, el primer año, elaborando 15 unidades diarias y laborando 313 días al año se realizarán 4695 manualidades artesanales, trabajando 12 horas diarias de Lunes a Viernes de 07:00 am hasta las 19:00pm y los sábados de 08:00 am hasta las 1:00 pm, el 65% el segundo año, a partir del tercer año trabajara con el 75% de la capacidad instalada, el cuarto año con un 87% y finalmente al quinto año con el 100% que corresponde a 23 unidades es decir 8372 manualidades artesanales al año.

Cabe recalcar que de año a año se incrementará un 15,56% en la producción de nuestra empresa.

### CUADRO Nº 33: PROYECCIÓN DE LA CAPACIDAD UTILIZADA

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA EN Nº DE ARTESANIAS 100%	CAPACIDAD UTILIZADA	% DE LA CAPACIDAD UTILIZADA
2010	8372	4695	56%
2011	8372	5426	65%
2012	8372	6270	75%
2013	8372	7245	87%
2014	8372	8373	100%

Fuente: Cuadros Nº 32

Elaboración: Las Autoras

#### f.2.9. LOCALIZACIÓN

Existen algunos factores que determinan la localización de una planta, para la elaboración de un determinado producto (manualidades artesanales) y que generalmente se denominan factores localizacionales, entre los que podemos mencionar tenemos:

##### f.2.9.1. FUERZAS LOCALIZACIONALES

###### f.2.9.1.1. Servicios Básicos:

Este factor es prioritario en la selección de la ubicación de la planta, estos están disponibles para su utilización como: agua, energía eléctrica, etc., por lo tanto estos servicios deben ser óptimos.

###### f.2.9.1.2. Energía Eléctrica:

Es uno de los factores que inciden en la localización de la empresa, aún en contra de otros factores que puedan indicar una ubicación diferente, aunque la energía eléctrica pueda ser transportable a largas distancias, hay casos en que las Empresas tienen que obligatoriamente instalar planta propia; en nuestro caso al estar ubicados en el centro de la Ciudad no hay escasez de este y otros recursos.

#### **f.2.9.1.3. Agua:**

Como se puede apreciar, este es uno más de los elementos básicos en el proceso productivo, del cual no se podrá prescindir, es así que tendrá una gran influencia dentro del factor localizacional y su disponibilidad para su utilización.

#### **f.2.9.1.4. Vías de Transporte, transporte o fletes:**

Constituye la facilidad que tendría la empresa para transportar las materias primas e insumos desde el lugar donde se los compra hasta el lugar de producción, por tanto es importante planificar donde se va a situar la empresa para estimar la facilidad de acceso de vehículos y de qué manera se puede minimizar el número de viajes para así reducir los costos por flete, si logramos este objetivo podremos considerar óptima la localización de la empresa.

El Centro de la Ciudad de Loja (San Sebastián), en la Sucre entre Mercadillo y Lourdes, lugar donde se instalará el almacén artesanal, cuenta con vías de acceso en buenas condiciones, lo que facilitara la realización de las diferentes actividades propias de la empresa.

#### **f.2.9.1.5. Cercanía de Materia Prima:**

No existirá ninguna dificultad en el abastecimiento de materia prima ya que la comercialización de Fomix, Lana, Barro y demás insumos es permanente en nuestro sector.

#### **f.2.9.1.6. Cercanía al Mercado Consumidor:**

La ubicación del local artesanal constituye una ventaja por estar situada geográficamente dentro del perímetro de la ciudad de Loja donde se ofrecerán nuestros productos.

#### **f.2.9.1.7. Mano de obra:**

En este aspecto es importante manifestar que para la empresa empiece a funcionar se necesitará obligatoriamente mano de obra especializada en manualidades artesanales.

Es necesario además manifestar que no tendrán ningún tipo de problemas en cuanto a la movilización de la fuerza de trabajo, ya que donde va a estar ubicada nuestra empresa existe facilidad de transporte.

#### f.2.9.1.8. Permiso Legal:

Para la ubicación seleccionada se dispone de normatividad apropiada en cuanto a ordenanzas municipales; ya que no existe en el gobierno local de Loja ningún proyecto para la creación de empresas de manualidades artesanales, y así mismo no hay ninguna norma legal que impida ubicar nuestra empresa en otro lugar de la Ciudad.

#### f.2.10. MACRO LOCALIZACIÓN

Para que una Empresa tenga mayor rentabilidad y crecimiento, debe estar ubicada en un lugar estratégico donde los costos de la materia prima y mano de obra sean accesibles y de bajo costo.

Loja es una ciudad visitada por diversidad de turistas, considerada una de las ciudades más limpias del mundo, es por ello que nuestra empresa se ubicara en la ciudad, cantón y provincia de Loja, perteneciente a la Región Sur del país.

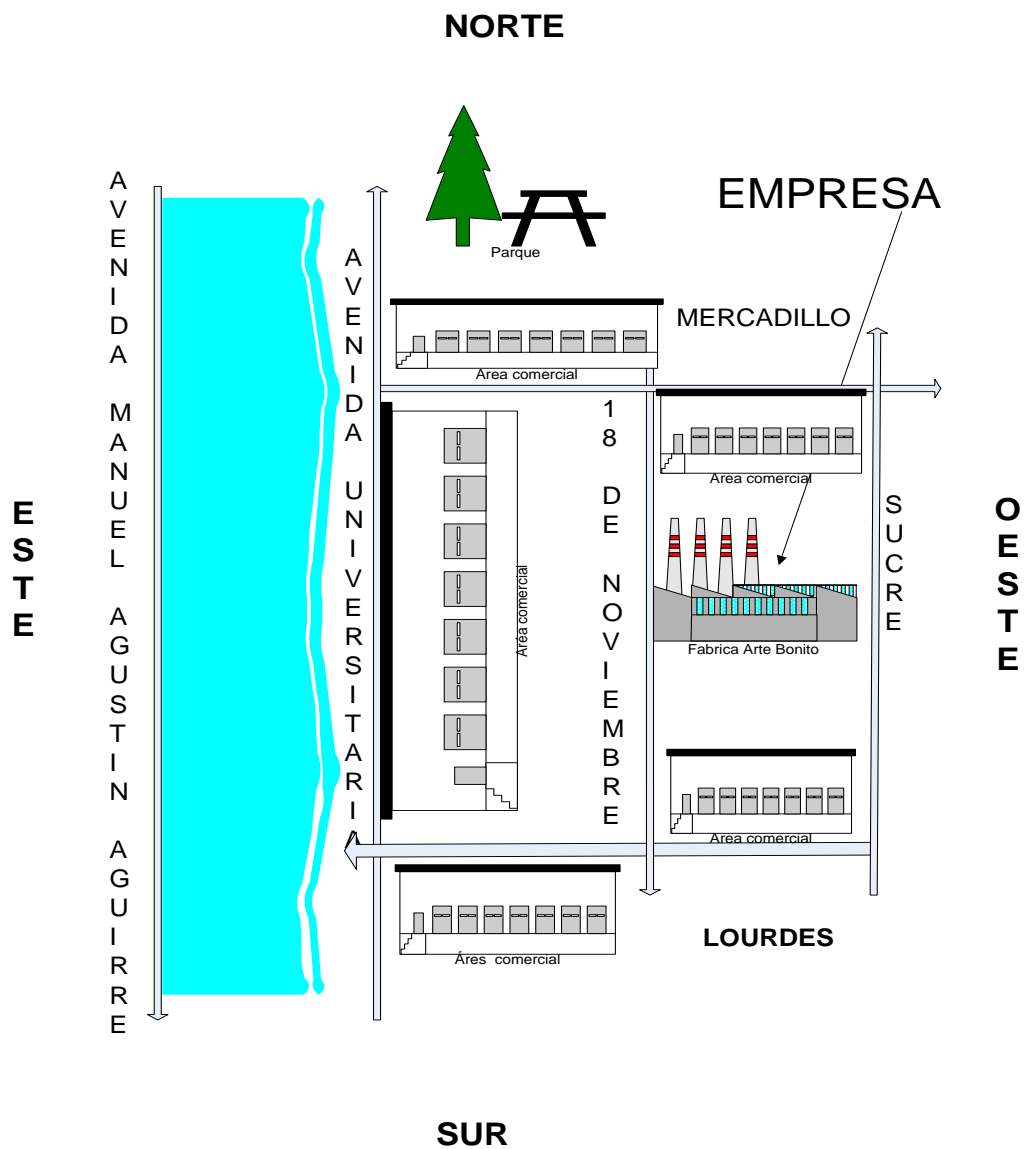
**GRÁFICO N° 6: CIUDAD DE LOJA**



### f.2.11. MICRO LOCALIZACIÓN

La empresa “ARTE BONITO” funcionará en la Ciudad de Loja, en la parroquia de San Sebastián, calles Lourdes y Sucre (zona que se encuentra determinada en el centro de la ciudad).

**GRÁFICO N° 7: PARROQUIA SAN SEBASTIÁN**



### f.2.12. INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto hace referencia a todo lo concerniente al producto, a su proceso productivo, los requerimientos de materia prima, infraestructura,

adquisición de materiales, descripción del proceso productivo y distribución adecuada de la Empresa.

#### **f.2.12.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO**

La materia prima esencial utilizada es el **Barro, Lana y Fomix**, adicional a ello para la elaboración de nuestros productos se emplearan materiales secundarios como silicón, pintura, goma, agujones, moldes, laca etc., los mismos que nos facilitaran la buena presentación del producto final.

#### **f.2.12.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO**

El proceso productivo constituye la secuencia o pasos a seguir para la elaboración de las manualidades artesanales, considerando que los elementos que intervienen en el proceso deben ser producidos eficiente y eficazmente a fin de que el resultado sea un producto que cumpla con los gustos y preferencias de los clientes.

##### **f.2.12.2.1. RECEPCIÓN DE LA MATERIA PRIMA:**

La materia prima utilizada la constituye el Barro, Fomix y Lana entre otros materiales secundarios obtenidos de las ciudades de Quito, Guayaquil, Manta, Cuenca y Loja. Con la recepción de la materia prima se inicia el proceso productivo el cual se lo detallará a continuación.

##### **f.2.12.2.2. CLASIFICACIÓN DE LA MATERIA PRIMA:**

Esto consiste en separar el Barro, Fomix y Lana cada uno por separado de acuerdo a su calidad, color, y estructura ya que cada especie requiere de diferentes manejos y formas de secado, el objeto de la inspección es con el fin de tratar los materiales de una manera correcta y adecuada para luego proceder a elaborarlos.

### **f.2.12.2.3. PREPARACIÓN DE LA MATERIA PRIMA:**

Una vez clasificada la materia prima procedemos a preparar los materiales que se utilizarán para elaborar cada uno de los productos a ofrecer, el barro necesita un tratamiento especial, antes de elaborar la artesanía se limpia el barro dentro de un tanque con agua se bate posteriormente se pasa por un colador para quitarle todas las impurezas como ramas, pasto o piedras; ahí se deja reposar para que seque y se forme la masa.

### **f.2.12.2.4. ELABORACIÓN DEL PRODUCTO**

#### **f.2.12.2.4.1. FOMIX**

- ✓ **Corte:** El corte en el uso del Fomix es muy importante pues del cuidado depende del buen acabado de su trabajo. Los instrumentos que va a usar son las tijeras y la forma de usarlos es la siguiente: ponga las tijeras derechas evitando que se inclinen para que el corte no quede rasgado y sea uniforme.
- ✓ **Uniones:** La suavidad de su material permite que tanto el pegamento como la aguja y el hilo sean los encargados de las uniones de las partes. Usted puede utilizar silicona líquida caliente o pegamento de contacto; hilo y aguja para hacer apliques y realizar costura de hilván, de cruz, de caballito y pespunte.
- ✓ **Pinturas y colores:** La belleza del material le permite trabajarlo sin ningún tipo de decoración. Superponga los colores y combínelos simplemente para lograr una buena composición. De un tiempo para acá el fomix ha tenido un valor agregado al descubrirse lo bien que acepta los colores en su superficie y el efecto que crea en cada uno de los proyectos.

- ✓ **Rotuladores de puntas gruesa y fina:** Con este tipo de instrumentos usted puede lograr bellas decoraciones en el fomix. Úselos principalmente cuando haga delineado, imitación, costura (raya-rama, raya-punto-rama, raya-palito-rama), cadenita y matizado grueso. Para lograr efectos más sorprendentes puede utilizar los rotuladores de punta fina y gruesas de una manera alternada. Si se equivoca en un trazo, puede borrar frotando con un trapo impregnado en alcohol.
  
- ✓ **Fondeado:** Recorte los patrones en papel vegetal, recórtelos y sobrepóngalos en las láminas de Fomix que vaya a utilizar.
  
- ✓ **Termo formado:** Recorte las piezas de Fomix a las cuales desea darles una apariencia de alto relieve o cóncavas, cúbralas con un trapo o un paño y páselas la plancha a temperatura media durante 30 o 40 segundos aproximadamente.
  
- ✓ **Bordado:** Las cintas de raso, los hilos de colores, las lanas de diversos calibres, las agujas y los troqueles son las herramientas indispensables para llevar a cabo esta técnica.
  
- ✓ **Relleno:** Las figuras quedan elaboradas como cualquier muñeco de felpa. Para esto debe contar con pegamento de contacto, dos piezas de fomix para que queden iguales al momento de fijarlas.

### GRÁFICO N° 8: PROCESO DEL PRODUCTO EN FOMIX





#### f.2.12.2.4.2.LANA:

✓ **Abreviaturas:** PD: punto derecho

2PDJ: 2 puntos derechos juntos.

A continuación se puntualiza en 6 pasos cómo se realiza el gorro.

✓ **Comenzar:**

1. Montar 64 puntos. Unir en círculo, cuidando que los puntos no estén torcidos, y comenzar a tejer.
2. Trabajar un borde de 6 vueltas en punto Musgo. En tejidos circulares los puntos se trabajan de diferente manera a como se trabajan en tejidos planos. Para hacer el punto Musgo se teje una vuelta en punto derecho y otra vuelta en punto revés. Se repiten esas dos hileras la cantidad de veces que indique un patrón de tejido.
3. Luego de las 6 hileras para el borde, continuar el resto del gorro en punto Jersey. En tejidos circulares para hacer el punto Jersey se tejen todas las vueltas en punto derecho.
4. Tejer hasta tener un total de 15 cm. de alto.
5. Una vez llegada a la altura indicada comienzan las disminuciones para formar la corona.

1º vuelta de disminución: \*6 PD, 2PDJ\*, repetir de \* hasta finalizar vuelta.

2º v: toda en PD

3º v: \*5 PD, 2PDJ\*, repetir de \* hasta finalizar vuelta.

4º v: toda en PD

Antes de seguir con la vuelta 5º se continúa el trabajo con agujas de doble punta, porque la circunferencia del tejido empieza a ser más pequeña que el largo de las agujas circulares. A esta altura hay un total de 48 puntos que se deben dividir entre 3 agujas de doble punta,

corresponde entonces 16 puntos para cada aguja. Se trabaja con una cuarta aguja que se utiliza para tejer los puntos.

5º v: \*4 PD, 2PDJ\*, repetir de \* hasta finalizar vuelta.

6º v: toda en PD

7º v: \*3 PD, 2PDJ\*, repetir de \* hasta finalizar vuelta.

8º v: toda en PD

9º v: \*2 PD, 2PDJ\*, repetir de \* hasta finalizar vuelta.

10º v: toda en PD

11º v: \*1 PD, 2PDJ\*, repetir de \* hasta finalizar vuelta.

12º v: \*2PDJ\*, repetir de \* hasta finalizar vuelta.

6. Al terminar las vueltas de disminuciones, retirar los puntos de las agujas, cortar el hilado y pasarlo por entre los 8 puntos restantes. Fruncir, rematar el hilo por el revés de la labor, anudar y listo.

### GRÁFICO N° 9: PROCESO DEL PRODUCTO EN LANA



#### f.2.12.2.4.3. BARRO:

- ✓ **Preparación del barro:** Una vez traído el barro desde el cerro, se mezcla con agua cuidadosamente para eliminar todas las piedras, una vez hecho este paso procedemos a colocar en el amasador para evitar bolsas de aire y distribuir las partículas del barro para conseguir una consistencia uniforme.

- ✓ **Modelado:** Existen tres categorías básicas: modelado a mano, en torno y al vaciado. La técnica que utilizaremos en nuestro proceso productivo será con torno eléctrico. Es muy común que las piezas hechas en torno sean terminadas manualmente.

Para el trabajo, se coloca una bola de barro de 21/2 libra en la rueda del torno, el cual es impulsado por la electricidad. La rueda gira velozmente mientras la arcilla es presionada de una determinada manera para que adquiera la forma deseada. El trabajo con torno requiere una gran habilidad, pero un terrissaire capacitado puede producir muchas piezas casi idénticas en poco tiempo. Actualmente el torno eléctrico requiere menos esfuerzo y se puede producir muchas piezas.

- ✓ **Golpeada y Parada:** Una vez moldeada y elaborada la pieza se deja secar por un día para luego proceder a golpear la artesanía, seguidamente se procede a la parada que consiste en pegar los diseños que el cliente haya requerido, y lo tallamos esto se deja secar de 3 o 4 días.
- ✓ **Terminación y decoración:** Pueden usarse aditivos cerámicos para darle color al barro, en nuestro caso elaboraremos una pintura artesanalmente que consiste en la mezcla de barro rojo y agua que se lo obtiene del cerro tierras coloradas, previo a su modelado. También pueden agregarse varios aditivos para darle un aspecto más rústico. Arena y otros materiales le dan al producto final variadas texturas. También pueden mezclarse partículas combustibles junto con la arcilla, o presionar la superficie, para dar diferentes texturas y finalmente afilamos los borde para dejar secaral ambiente por 10 días.
- ✓ **Hornada:** Luego es llevada al horno, en donde pierde la humedad química y adquiere una mayor resistencia y sonoridad. Para hornear primeramente se debe dejar calentar el horno por unos 15 min y el cántaro debe hornearse por un mínimo de 3 horas.

Una vez seguidos los pasos, elaboramos nuestras artesanías de acuerdo a la temporada y al gusto de los clientes.

### GRÁFICO N° 10: PROCESO DEL PRODUCTO EN BARRO



**f.2.12.2.5. ETIQUETADO:** Una vez terminado el producto procedemos a poner la identificación del mismo., que constituye en adherir la etiqueta, que compone todo lo relevante a la información de la empresa y del producto.

**f.2.12.2.6. ALMACENADO:** Cuando el producto se encuentra listo se procede a almacenarlo y a exponerlo hasta su entrega.

### f.2.12.3. BALANCE DE MATERIALES

#### f.2.12.3.1. DESCRIPCIÓN DE LA MATERIA PRIMA

**CUADRO N° 34: MATERIA PRIMA PARA ELABORAR 1500 ARTESANÍAS EN BARRO**

MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD ANUAL
Barro	saco	8
Arena fina del rio	saco	8
Barro rojo	saco	4

**Elaboración:** Las Autoras

### GRÁFICO N°11: BARRO

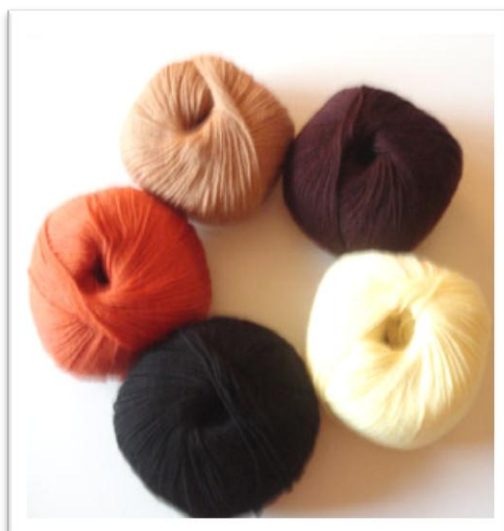


### CUADRO N° 35: MATERIALES PARA ELABORAR 695 TAPETES DECORATIVOS DE MESA EN LANA

MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD ANUAL
Lana perle	madejas de 50gr.	1390
Agujones	Juego	3
Crochet	Juego	2

**Elaboración:** Las Autoras

### GRÁFICO N°12: LANA



### CUADRO N° 36: MATERIALES PARA ELABORAR 2500 ADORNO EN FOMIX

MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD ANUAL
Fomix corrugado color azul	1 pliego	500
Fomix normal de colores rojo, fucsia, negro, tabaco, turquesa y amarillo.	1 pliego	500
Cartulina	1 pliego	500
Tijeras	Unidad	3
Pistola silicón	Unidad	3
Engrampadora	Unidad	2
Estiletes	Unidad	2

**Elaboración:** Las Autoras

### GRÁFICO N°13: FOMIX



#### f.2.12.3.2. DESCRIPCIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPOS

La maquinaria y equipos que se utilizarán para la elaboración de las manualidades no será necesario importarla puesto que se la puede obtener en el mercado nacional y local, se la encuentra de forma apropiada; ventajosamente este tipo de herramientas es de fácil manejo y se pueden obtener en el mercado local.

### CUADRO N° 37: MAQUINARIA Y EQUIPO

MAQUINARIA Y EQUIPOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
Torno Moldeador	Unidad	1
Amasador	Unidad	1
Horno	Unidad	1
Balanza	Unidad	1

**Elaboración:** Las Autoras

## GRÁFICO N°14: MAQUINARIA Y EQUIPO



**AMASADOR**



**TORNO  
MOLDEADOR**



**HORNO**



**BALANZA**

### f.2.12.3.3. DESCRIPCIÓN DE MATERIALES Y HERRAMIENTAS

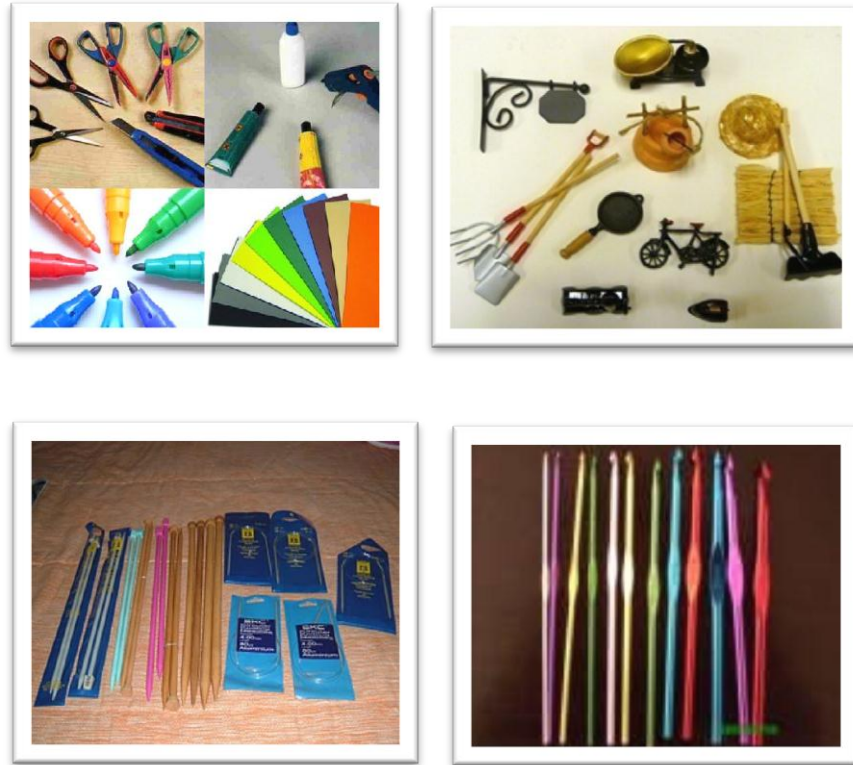
Para la elaboración de las manualidades artesanales en Barro, Fomix y Lana utilizaremos los siguientes materiales herramientas:

### CUADRO N° 38: MATERIALES Y HERRAMIENTAS

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
Tijeras	Unidad	3
Pistola de silicón	Unidad	3
Agujones	Juego	3
Croshet	Juego	2
Pinceles	Unidad	10
Engrampadora	Unidad	2
Vasijas o recipientes	Unidad	3
Estiletes	Unidad	2

**Elaboración:** Las Autoras

## GRÁFICO N°15: MATERIALES Y HERRAMIENTAS



### f.2.12.3.4. DESCRIPCIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

En las manualidades artesanales en Barro, Fomix y Lana utilizaremos los siguientes muebles y enseres:

### CUADRO N° 39: MUEBLES Y ENSERES

MUEBLES Y ENSERES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
Mesón de trabajo	Unidad	2
Sillas de trabajo	Unidad	4
Mostradores	Unidad	2
Escritorio mediano	Unidad	1
Silla de oficina	Unidad	1
Vitrina	Unidad	1
Tachos de basura grande	Unidad	2

**Elaboración:** Las Autoras



## GRÁFICO N°16: MUEBLES Y ENCERES



VITRINA



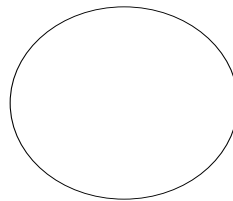
MOSTRADOR



MESA DE  
TRABAJO

### f.2.13. DIAGRAMA DEL FLUJO DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

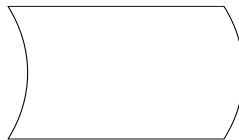
El diagrama de flujo o de proceso representa simbólicamente el proceso de la elaboración del producto. La presentación gráfica mediante un flujo grama de operaciones, es el siguiente:



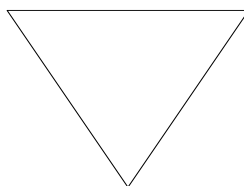
INICIO



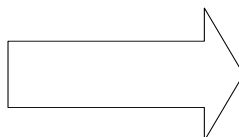
INSPECCIÓN



DEMORA

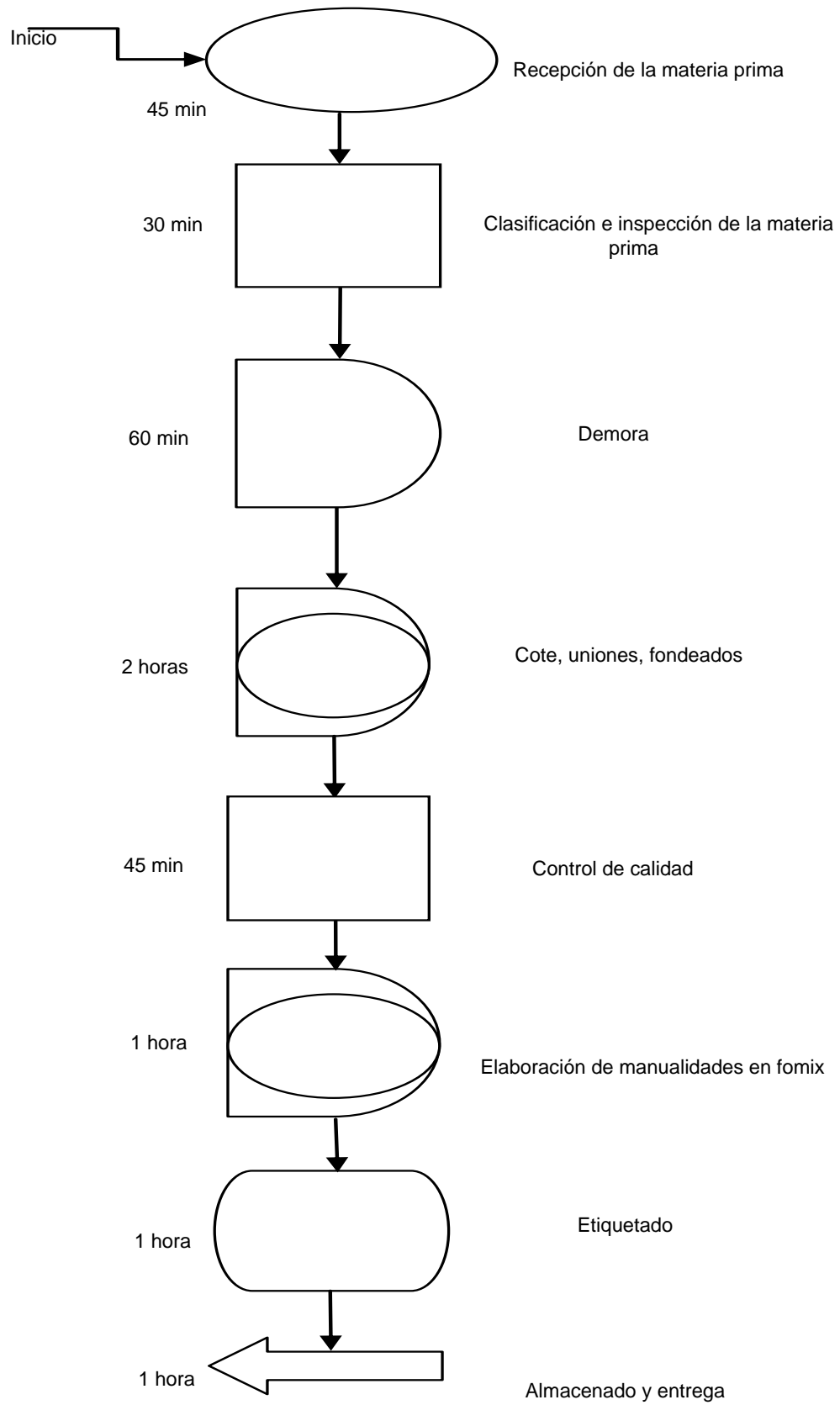


ALMACENAMIENTO

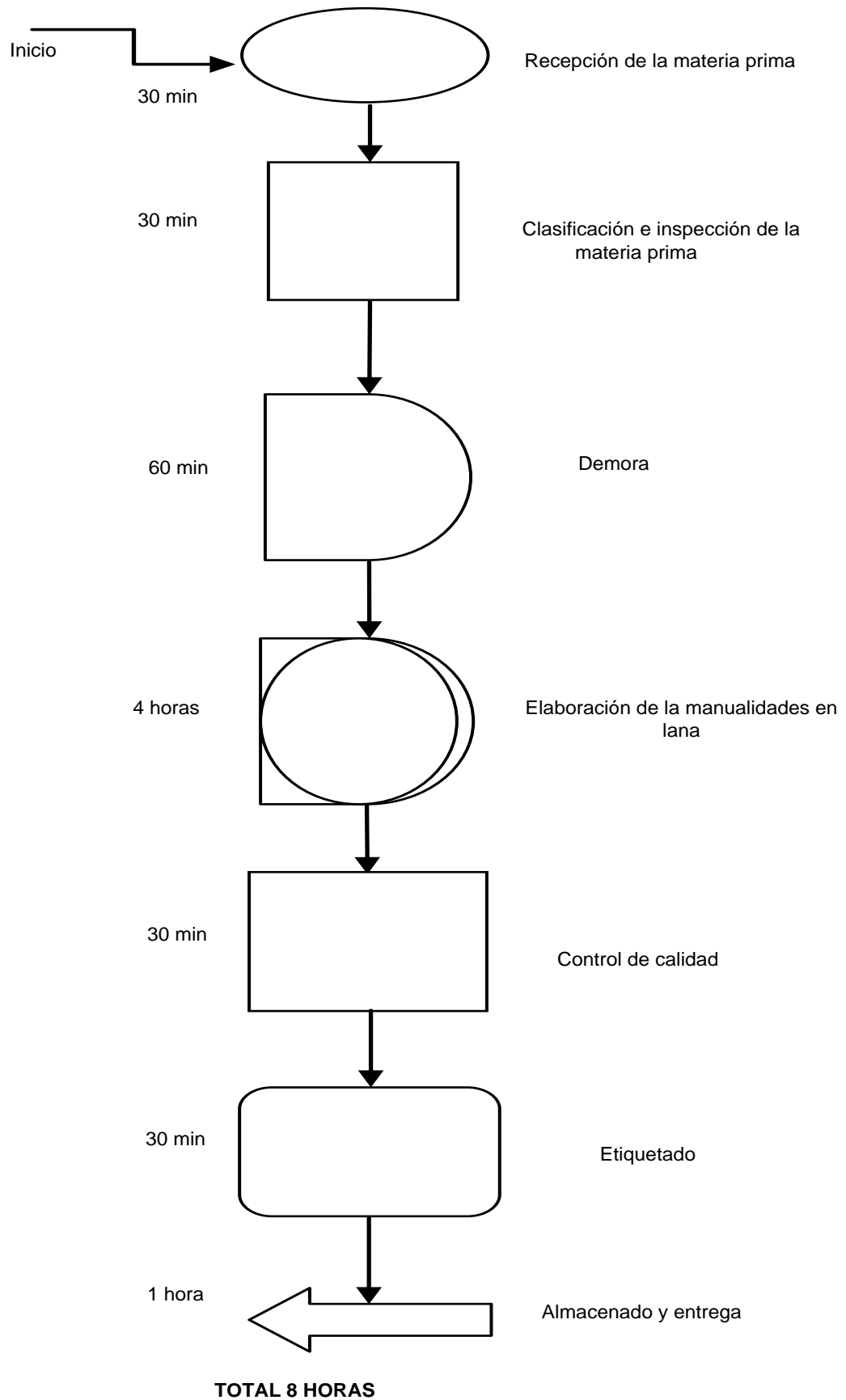


TRANSPORTE

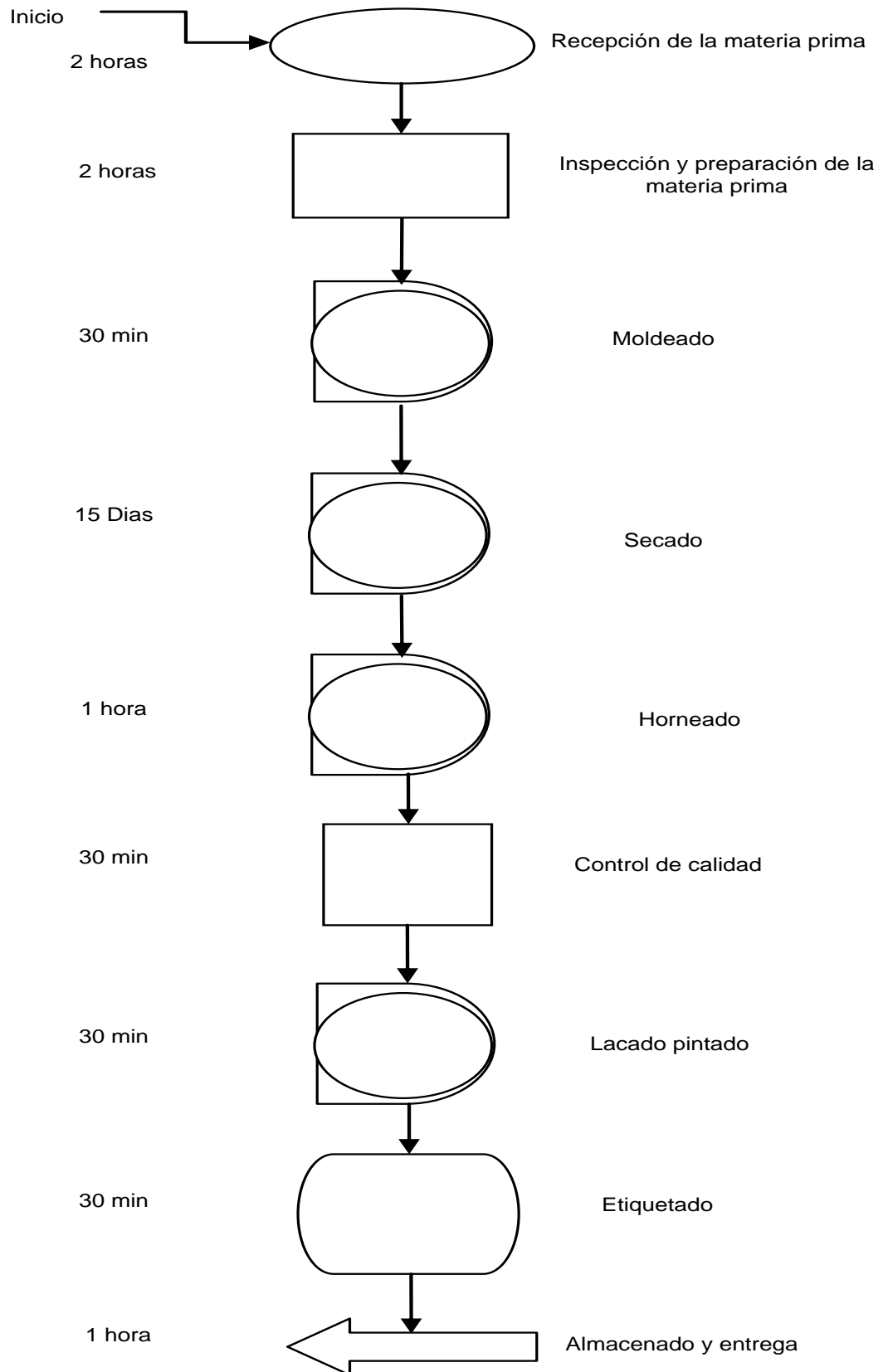
**GRÁFICO N°17: PROCESO DE PREPARACIÓN DE LAS MANUALIDADES EN FOMIX**



**GRÁFICO N° 18: PROCESO DE PREPARACIÓN DE LAS MANUALIDADES EN LANA**



**GRÁFICO N° 19: PROCESO DE PREPARACIÓN DE LAS MANUALIDADES EN BARRO**



**TOTAL 8 HORAS**

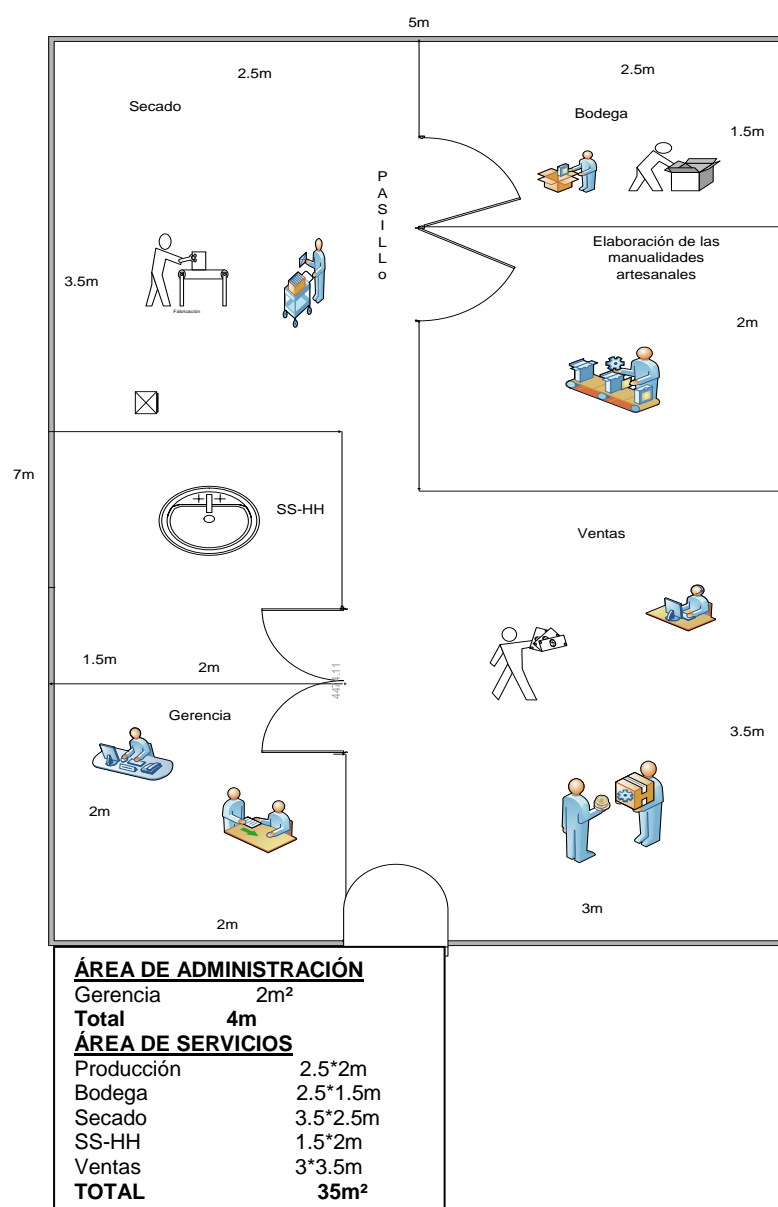
## f.2.14. INGENIERÍA DE LA PLANTA

Para la distribución de la planta debemos considerar que la misma deberá cumplir con los siguientes objetivos:

- ✓ Dar seguridad al personal y equipos.
- ✓ Permitir un tránsito normal.
- ✓ Tener un flujo eficiente de materiales.

La distribución física de la planta contará con un área de 35 m<sup>2</sup> dicha planta se la destinará para el funcionamiento y contará con una área de circulación libre; cada sección contará con una dimensión apropiada para la ejecución de las distintas actividades. La distribución está hecha de la siguiente manera:

**GRÁFICO N° 20: DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**



## **f.2.15. DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL**

Nuestra planta de producción para desarrollar eficaz y eficientemente el proceso productivo en la elaboración de manualidades artesanales, hará uso del siguiente personal considerado como mano de obra directa:

### **PERSONAL ADMINISTRATIVO**

- Administrador - Cajero —→ Control de Calidad.
- Secretaria, Contadora.
- Asesor Jurídico.

### **MANO DE OBRA DIRECTA**

- 2 Obreros

### **PERSONAL DE VENTAS**

- 1 Vendedor

En cuanto al personal administrativo, cabe recalcar que la ejecución de las funciones administrativas serán operadas por el Propietario o Administrador que a la vez también desempeña la función de cajero.

### **f.3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO - LEGAL**

“ARTE BONITO” CIA. LTDA”. Contará con el personal requerido para el proyecto, el cual será de acuerdo al crecimiento que tenga la empresa, esto dependerá de la aceptación que tenga la empresa al brindar los productos, en su inicio, se requiere para el Departamento de Producción, 2 obreros especializados en la elaboración de manualidades artesanales ya sea en Barro, Fomix y Lana; para el Departamento Administrativo se contará con un Gerente el mismo que desempeñará la función de Cajero, con una Secretaria Contadora, con un Asesor Legal y para el Departamento de Ventas un agente vendedor.

#### **➤ VISIÓN**

- Ser una empresa distinguida por su calidad de servicio en una constante interacción con los servicios que requiere nuestro cliente, impulsados siempre con el espíritu de desarrollo; logrando así confiabilidad, ingresos económicos y fomentar las costumbres artesanales en la Ciudad de Loja.

#### **➤ MISIÓN**

- Ofrecer un servicio innovador en la manufactura de manualidades artesanales, entrega oportuna y satisfacción integral, compartiendo con alegría, los mejores momentos de creatividad para cumplir con los deseos y necesidades de nuestros clientes. Para todo esto hemos reunido un grupo humano entregado a satisfacer y superar expectativas, investigando día a día las tendencias de la moda y el diseño artesanal.

#### **➤ OBJETIVOS**

- Adquirir día a día conocimientos, que permitan mejorar el estilo de elaboración de nuestros productos.
- Incrementar fuentes de trabajo, permitiendo destacar a las personas en la aplicación de sus conocimientos artesanales.
- Incrementar las ventas año tras año.

### **f.3.1. CLASIFICACIÓN DE PUESTOS**

Se establece el Sistema de Clasificación de Puestos, tomando en consideración principalmente la naturaleza del trabajo, su dificultad, complejidad y responsabilidad; así como los requisitos mínimos necesarios para su desempeño al cargo.

### **f.3.2. VALORACIÓN DE PUESTOS**

Los puestos clasificados, serán valorados sobre la base del establecimiento de un sistema técnico que garantice el principio “a igual trabajo corresponde igual remuneración”.

La valoración de puestos contendrá un método técnico, que permita dar un valor monetario a las clases de puestos, mediante a justa apreciación de las tareas, responsabilidades y de los factores que inciden en cada clase, tomando en cuenta el costo de vida, remuneraciones existentes en otros sectores y cualquier otro factor que estime necesario, guiándonos de acuerdo a las normas legislativas de trabajo.

- **Reclutamiento.-** el reclutamiento se hará después de un llamamiento para las vacantes que existan en la empresa a través del periódico de mayor circulación de la Ciudad.

El gerente se encargara de reclutar al personal que sea idóneo para ocupar un determinado puesto en la Empresa, de acuerdo al nivel de educación y preparación que requiera la vacante. Se escogerá las mejores carpetas de las personas que presentan y se les hará pruebas, entrevista y se evaluara su idoneidad para el cargo.

- **Selección del personal.-** para la selección de personal se realizará por concurso, el procedimiento por el cual se fijara patrones de selección con el objeto de examinar al candidato y determinar su grado de idoneidad.



Los concursos internos o abiertos podrán ser:

- a) **De oposición.-** Cuando el candidato tiene que presentarse a rendir pruebas escritas u orales;
- b) **De merecimientos.-** Cuando el candidato tiene que exhibir documentos que certifiquen su grado de educación, experiencia y demás requisitos que se fijen; y,
- c) **De merecimientos y oposición.-** Cuando el candidato debe sujetarse a las características de los concursos señalados en los literales anteriores.

➤ **Proceso de Selección:**

- ✓ Análisis del Puesto
- ✓ Elaboración de las bases del concurso
- ✓ Aprobación de las bases del concurso
- ✓ Elaboración y publicación de la convocatoria
- ✓ Recepción de documentos
- ✓ Evaluación curricular
- ✓ Elaboración, administración y evaluación de pruebas;
- ✓ Entrevistas;
- ✓ Computo total de puntajes: y,
- ✓ Elaboración de la nómina de candidatos en orden del puntaje alcanzado.

Los candidatos que obtuvieron una calificación final mínima de 70/100 puntos se consideran como idóneos o elegibles para ocupar el puesto.

- **Inducción.-** El gerente procederá al trámite de celebración del contrato o expedición del nombramiento, según el caso, a favor de quienes hubieren cumplido con el reglamento establecido por la empresa.

Después de legalizado o inscripción del contrato o nombramiento, así como de posición del cargo, el empleado tendrá derecho a ser incluido en el rol de pagos.

- **Capacitación.-** Se la hará de manera constante a todos los empleados de la empresa, para que se preparen de una mejor manera y poder ofrecer a los clientes mejores productos y servicios, para satisfacer de excelente manera.
  
- **Evaluación del desempeño.-** Se establecerá el sistema de evaluación de desempeño de los empleados de la empresa, mediante la implantación de un proceso de calificaciones periódicas, con el fin de obtener el mayor grado de eficiencia en el desempeño del puesto. Las calificaciones servirán de base para las siguientes acciones:
  - Ascensos
  - Estímulos
  - Capacitación
  - Separaciones

### **f.3.3. ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS FINANCIEROS**

#### ➤ **DISEÑO DEL SISTEMA CONTABLE**

Considerando que el proyecto de la empresa es pequeño tan solo se contará con una persona que se encargue de la contabilidad llevada por medio de uno de los programas conocidos como, MÓNICA u otros, para lo cual se requerirá adquirir los permisos y licencias correspondientes para utilizar legalmente los programas.

### **f.3.4. GESTIÓN FINANCIERA**

Todo lo que tenga que ver con la situación y decisiones financieras, serán autorizadas por el gerente, obteniendo en primer lugar el visto bueno de los socios accionistas y el contador, con la finalidad de que las decisiones se enfoquen en beneficio de toda la empresa.

#### **f.4. ORGANIZACIÓN LEGAL**

La empresa se constituirá legalmente cumpliendo con todas las normas legales establecidas en el país, cumpliendo con los permisos de funcionamiento emitidos por la Institución correspondiente.

De acuerdo a la legislación ecuatoriana, se tiene algunos tipos de empresas como la Compañía en Nombre Colectivo, en Comandita Simple, Dividida por Acciones, Responsabilidad Limitada, Anónima y Económica Mixta. Luego de analizados estos tipos de organización empresarial se ha decidido dar a la Empresa la organización que corresponde a una COMPAÑÍA LIMITADA.

La Compañía Limitada se constituye con un número de 3 socios, la misma que tendrá un capital suscrito como mínima. Es una sociedad cuyo capital dividido en aportaciones. El órgano supremo de la Compañía es la Junta General de Socios, la cual resuelve todos los asuntos relativos a los negocios sociales y para tomar decisiones.

La formación y funcionamiento de la empresa “**ARTE BONITO**” CIA. LTDA”, estará bajo las disposiciones de la Ley de Compañías concretamente a lo que tiene relación a la compañía limitada.

La compañía tendrá las siguientes características:

Estará situada en:

**Provincia:** LOJA

**Cantón:** LOJA

**Parroquia:** SAN SEBASTIÁN

**Dirección:** Calle Lourdes y Sucre

**Número de Socios:** 02 socios

El objetivo social de la empresa “**ARTE BONITO**” CIA. LTDA” es la Elaboración de Manualidades Artesanales en Barro, Fomix y Lana.

La empresa se constituirá mediante Escritura Pública que previo mandato de la Superintendencia de Compañías será inscrita en el Registro Mercantil de Loja, luego de que se haya pagado una cuarta parte por lo menos del capital social en una entidad bancaria.

#### **f.4.1. ACTA DE CONSTITUCIÓN**

A los cuatro días del mes de abril del año 2010, se reúnen los socios para celebrar en mutuo acuerdo la presente minuta de Constitución Legal de la Empresa **“ARTE BONITO” CIA. LTDA**”. Misma que se registrará por las siguientes cláusulas estipuladas:

**PRIMERA: CONSTITUCIÓN.-** Las señoras: Sonia Elizabeth Armijos Yanangómez y María del Cisne Ordóñez González, mayores de edad, domiciliadas en la Ciudad de Loja; tiene bien a constituir la empresa **“ARTE BONITO” CIA. LTDA**”. La misma que se registrará por las Leyes Ecuatorianas y muy particularmente por la Ley de Compañías y por las disposiciones del estatuto que consta más adelante.

#### **SEGUNDA: ESTATUTOS SOCIALES DE LA EMPRESA**

**Art.1.-** La empresa **“ARTE BONITO” CIA. LTDA**”. Tiene como objetivo y finalidad., dedicar sus actividades a la Elaboración de manualidades artesanales en barro, fomix y Lana.

**Art.2.-** Para el cumplimiento de su objetivo y finalidad, la empresa podrá intervenir por si sola o por intermedio de otras personas naturales o jurídicas, siempre y cuando convengan a los intereses de la misma. Así mismo dicha empresa queda expresamente facultada para operar dentro del territorio Nacional del Ecuador.

**Art.3.-** Con la finalidad de cumplir con los objetivos planeados por los ejecutivos, la empresa podrá adquirir préstamos internos de bancos o instituciones financieras.

**Art.4.-** El lapso de duración de la empresa será de cinco años; los mismos que serán contados a partir de la fecha e inscripción en el Registro Mercantil de la Ciudad de Loja.

Por otro lado cabe señalar que la empresa podrá liquidarse por resolución expresa de la Junta General de Socios, los mismos que se reunirán en forma extraordinaria en dos sesiones para resolver exclusivamente sobre el particular.

**Art.5.-** Es necesario indicar que el capital social de la empresa será de **\$8839,92** dólares americanos.

**Art.6.-** El capital podrá ser incrementado por resolución de la Junta General de Socios y en la celebración del aumento del Capital intervendrá el Gerente, admitiendo a nombre de la empresa el aumento de capital.

**Art.7.-** La empresa será administrada por un Gerente, el mismo que será nombrado por la Junta General de Socios, en la cual dicho dignatario queda facultado para administrar, obrar y realizar todos los actos y gestiones de la empresa.

A usted señor Notario le presentamos esta Acta de Constitución, en la cual se dignará adicional las demás cláusulas que estime necesarias para su plena validez. Para constancia de lo actuado, nos suscribimos:

Sonia Elizabeth Armijos Yanangómez f.....

María del Cisne Ordóñez González f.....

## **f.5. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA**

Cada proyecto de inversión presenta características específicas, que obligan a definir una estructura organizativa acorde con los requerimientos propios que exija su ejecución. Una vez definido esto, es necesario establecer las diferentes actividades que debe realizar la empresa, los niveles jerárquicos necesarios y los perfiles idóneos para ocupar los diferentes puestos. Por otra parte es necesario contar con un sistema de información que fluya a través de la estructura de tal forma que permita la evaluación constante de las diferentes actividades. Para ello resulta imprescindible utilizar los recursos disponibles de manera óptima, para así alcanzar de la mejor forma los objetivos planteados.

### **f.5.1. NIVELES JERÁRQUICOS**

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

#### **f.5.1.1. NIVEL LEGISLATIVO**

En nuestra empresa representa el primer nivel jerárquico y lo constituye la junta general de socios cuya función básica es la de legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar reglamento, ordenanzas, resoluciones etc. Y decidir aspectos de mayor importancia.

#### **f.5.1.2. NIVEL EJECUTIVO**

Lo constituye el gerente, este nivel toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas, ejerciendo la autoridad para garantizar su fiel cumplimiento.

#### **f.5.1.3. NIVEL ASESOR**

Lo conforma el asesor jurídico cuya función es la de aconsejar e informar materia jurídica de forma ocasional.

#### **f.5.1.4. NIVEL AUXILIAR**

Lo integra la Secretaria, este nivel ayuda a otros niveles administrativos a la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia.

Es un nivel de apoyo a las labores ejecutivas, asesoras y operacionales.

Su grado de autoridad es mínimo, se limita a cumplir órdenes de los niveles ejecutivo y operacional y el ejecutar actividades administrativas de rutina.

#### **f.5.1.5. NIVEL OPERATIVO**

Está conformado por: los jefes departamentales y sus respectivos dependientes.

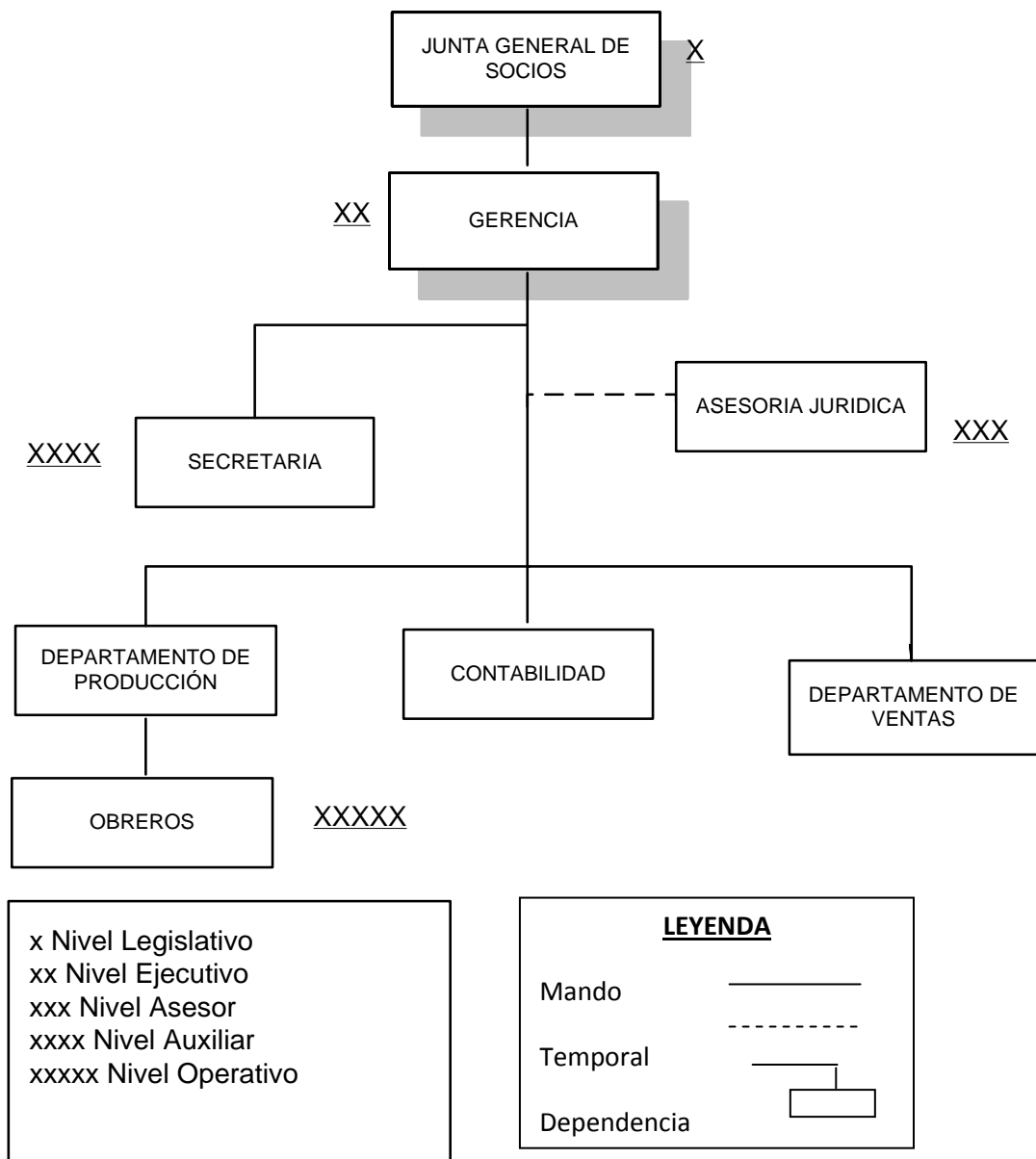
Este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la empresa. Es el ejecutor material de las órdenes emanadas del órgano directivo.

## f.5.2. ORGANIGRAMAS

Son la representación gráfica de la estructura de una empresa, con sus servicios, órganos, puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad.

### GRÁFICO N° 21: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

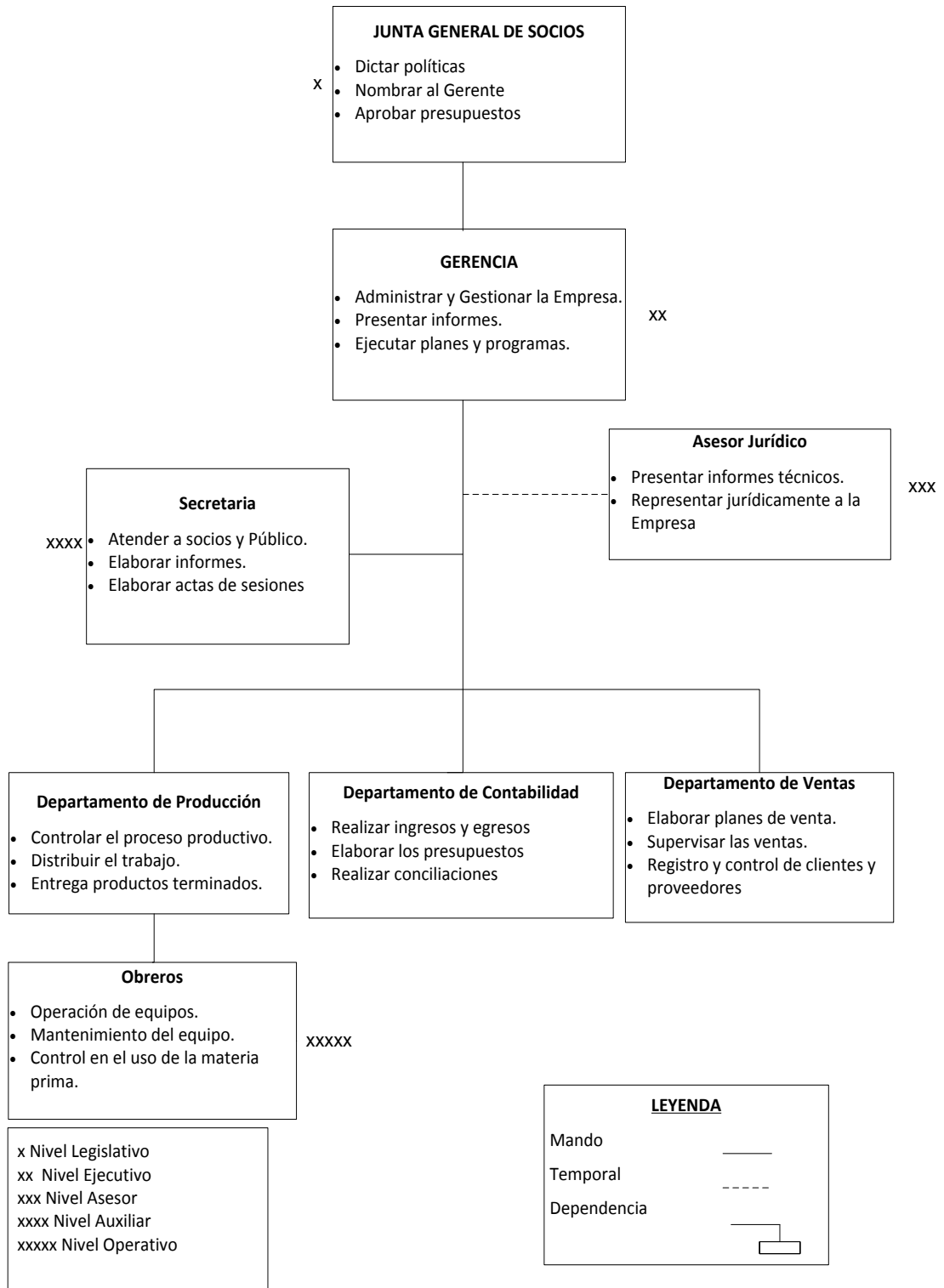
#### “ARTE BONITO” CIA. LTDA



**ELABORACIÓN:** Las Autoras

## GRÁFICO N° 22: ORGANIGRAMA FUNCIONAL

### “ARTE BONITO” CIA. LTDA



**ELABORACIÓN:** Las Autoras



### f.5.3. MANUAL DE FUNCIONES

Determina las funciones y responsabilidades que les corresponde realizar a cada uno de los ejecutivos y trabajadores de la Empresa. Define también la línea de autoridad que ejecuta cada sección.

De esta manera y en base a la investigación realizada se sugiere los siguientes departamentos y puestos requeridos para el normal y eficaz desenvolvimiento administrativo de una Empresa de manualidades artesanales en la ciudad de Loja.

<b><u>“ARTE BONITO” CIA. LTDA</u></b>		1
<b>CODIGO</b>	001	
<b>TÍTULO DEL PUESTO</b>	<b>JUNTA GENERAL DE SOCIOS</b>	
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Legislar y normar las políticas de administración y producción de la Empresa.	
<b>FUNCIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Realizar asambleas extraordinarias cuando sea necesario.</li><li>• Designar y remover al gerente de la Empresa.</li><li>• Aprobar las cuentas y los balances que presente el contador.</li><li>• Decidir sobre el aumento o disminución del capital de la Empresa.</li><li>• Aprobar el presupuesto operativo de la Empresa.</li><li>• Normar los procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas y resoluciones.</li><li>• Aprobar acerca de la disolución anticipada de la compañía.</li></ul>		
<b>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Legislar las políticas que seguirá la organización.</li></ul>		
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Ser socio de la Empresa</li></ul>		

<b><u>“ARTE BONITO” CIA. LTDA</u></b>		2
<b>CODIGO</b>	002	
<b>TÍTULO DEL PUESTO</b>	<b>GERENCIA</b>	
<b>DEPENDE</b>	<b>JUNTA GENERAL DE SOCIOS</b>	
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Planifica, organiza, dirige y controla las actividades que se realiza en la empresa	
<b>FUNCIONES:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplir las disposiciones dadas por la junta general de socios e informar sobre la marcha de las mismas.</li> <li>• Representar judicial y extra judicial a la empresa.</li> <li>• Cumplir y hacer cumplir la ley, estatutos y reglamentos de la empresa.</li> <li>• Administrar la empresa con solvencia y dinamismo</li> <li>• Convocar a reuniones para coordinar actividades de la empresa.</li> </ul>		
<b>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisar, controlar y coordinar las actividades del personal de la empresa.</li> <li>• Actuar con dependencia profesional usando su criterio para la solución de problemas inherentes a su cargo.</li> </ul>		
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título de Ingeniero/a Comercial</li> <li>- Experiencia mínima un año en cargos similares</li> <li>- Curso de relaciones humanas</li> <li>- Cursos de Mercadotecnia</li> <li>- Cursos de Computación</li> </ul>		

<b>CÓDIGO</b>	<b>003</b>
<b>TÍTULO DEL PUESTO</b>	<b>ASESORÍA JURÍDICA</b>
<b>DEPENDE</b>	<b>GERENCIA</b>
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Interviene en los asuntos legales de manera ocasional o cuando la Empresa lo amerite.

**FUNCIONES:**

- Aconseja a los directivos sobre asuntos legales relacionados con la empresa.
- Ejerce la representación judicial y extrajudicial dentro de la empresa junto con el gerente.
- Elaborar y mantener un archivo de contratos, convenios y reglamentos.
- Presentar proyectos de reformas legales de la empresa.
- Participar en sesiones de la Junta General de Socios.

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:**

- Se caracteriza por mantener autoridad funcional mas no de mando, y su participación es eventual.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- Abogado o Dr. En jurisprudencia.
- Dos años de experiencias en funciones similares

<b>CÓDIGO</b>	<b>004</b>
<b>TÍTULO DEL PUESTO</b>	<b>SECRETARÍA – CONTABILIDAD</b>
<b>DEPENDE</b>	<b>GERENCIA</b>
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Responsabilidad, eficiencia, discreción en las labores, e implementar sistemas de contabilidad en la empresa.

**FUNCIONES DE SECRETARÍA:**

- Ejecutar labores de mecanografiado de las comunicaciones y datos de la empresa.
- Atender al personal de la empresa y al consumidor tanto personal y telefónicamente y mantener archivos de comunicaciones enviadas o recibidas.
- Convocar a sesiones a petición del gerente y conceder entrevistas con el mismo.
- Llevar al día la agenda del gerente.
- Asistir a sesiones de la junta general de socios.

**FUNCIONES DE CONTABILIDAD:**

- Ayudar y dirigir a la secretaria para que lleve los registros contables de la empresa.
- Llevar y controlar la contabilidad de la empresa.
- Revisar y firmar los egresos de la compañía.
- Elaborar y presentar en fechas determinadas los balances financieros correspondientes.
- Llevar los registro de sueldos y salarios de los empleados de la empresa

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:**

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

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- Título en Contabilidad de nivel superior.
- Dos años de experiencia en funciones similares.
- Cursos en Computación y Contabilidad.
- Cursos en Relaciones Humanas.
- Cursos en Atención al Cliente.

<b><u>“ARTE BONITO” CIA. LTDA</u></b>		5
<b>CÓDIGO</b>	<b>005</b>	
<b>TÍTULO DEL PUESTO</b>	<b>JEFE DE PRODUCCIÓN</b>	
<b>DEPENDE</b>	<b>GERENCIA</b>	
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Organizar labores de producción y abastecimiento de materia prima, para el personal obrero del departamento a su cargo.	
<b>FUNCIONES:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar programas de producción.</li> <li>• Supervisar y controlar el proceso de producción de las manualidades artesanales.</li> <li>• Mantener los niveles de producción correctamente para evitar el desabastecimiento del producto.</li> <li>• Controlar las actividades diarias de los trabajadores.</li> <li>• Coordinar al departamento de ventas la producción y comercialización e informar diariamente a sus superiores las actividades realizadas.</li> <li>• Realizar un control de calidad del producto.</li> <li>• Entregar el producto terminado al departamento de ventas.</li> </ul>		
<b>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilidad técnica y económica en el manejo de los trámites administrativos y operaciones contables.</li> </ul>		
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia mínima un año.</li> <li>• Experto en el proceso de elaboración de manualidades artesanales.</li> <li>• Conocimientos en la elaboración de manualidades artesanales.</li> <li>• Habilidad y creatividad para hacer manualidades artesanales.</li> </ul>		

<b>CÓDIGO</b>	<b>006</b>
<b>TÍTULO DEL PUESTO</b>	<b>OBRERO</b>
<b>DEPENDENDE</b>	<b>JEFE DE PRODUCCIÓN</b>
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Efectuar labores correspondientes al proceso de producción.

**FUNCIONES:**

- Realizar las manualidades artesanales de acuerdo a las disposiciones emanadas por los superiores.
- Calcular la cantidad exacta de materia prima a procesar.
- Seleccionar la materia prima más adecuada.
- Evitar el desperdicio tanto de materiales como de materia prima.

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:**

- Responsabilidad económica y técnica de sus labores.
- Habilidad y destreza en la elaboración de manualidades artesanales.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- Experiencia en funciones similares.
- Título de bachiller.
- Cursos relacionados al trabajo.

**“ARTE BONITO” CIA. LTDA**

7

**CÓDIGO**

**007**

**TÍTULO DEL PUESTO**

**JEFE DE VENTAS**

**DEPENDE**

**GERENCIA**

**NATURALEZA DEL TRABAJO**

Planificar estrategias, de distribución y comercialización del producto.

**FUNCIONES:**

- Responsable de las ventas en el mercado local y provincial.
- Entrega de productos terminados en forma oportuna.
- Planificar programas, políticas y estrategias de comercialización.
- Responsabilizarse de la mercadería que se le asigne.
- Hacer conocer los pedidos al departamento de producción.

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:**

- Requiere de conocimientos de comercialización del producto.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- Haber recibido cursos en el área de Mercadotecnia.
- Experiencia mínima de un año.
- Cursos de relaciones humanas.

## **f.6. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO**

Con el estudio financiero se pretende determinar en qué se va a gastar el dinero y de donde se va a obtener el mismo, es decir se determinará cuál será el costo total de la operación de la planta.

### **f.6.1. INVERSIONES**

Las inversiones dentro del proyecto, constituyen el tipo de recursos financieros que se requieren para la instalación y puesta en marcha del proyecto. Las inversiones del proyecto se las estimo a través de presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado y las diferentes casas comerciales.

**f.6.1.1. ACTIVOS:** Son todos los bienes y derechos de propiedad de la empresa. El presente proyecto origina tres clases de activos como son: Activo Fijo, Activo Diferido y Activo Circulante o Capital de Trabajo.

#### **f.6.1.1.1 ACTIVO FIJO**

Comprende las inversiones fijas sujetas a depreciaciones, son bienes permanentes y/o derechos exclusivos que la empresa utilizará sin restricciones en el desarrollo de sus actividades productivas. Entre estos activos tenemos:

- a) Maquinaria y Equipo.-** El costo de la maquinaria y equipo es de \$720,00 dólares, precios de acuerdo a cotizaciones proporcionadas por almacenes comerciales de nuestra Ciudad.
  
- b) Equipo de Oficina.-** Se refiere a los equipos de oficina que se requieren para desarrollar las actividades, su monto es de \$345,00 dólares.
  
- c) Equipo de Computo.-** El equipo de Cómputo que utilizaremos servirá básicamente para el área administrativa y así registrar todos los movimientos financieros de la misma, su monto es de \$850,00dólares.



Cabe recalcar que el año de vida útil de las computadoras es de 3 años y nuestra proyección es para 5 años y para calcular su reinversión se considera el 33,33% de depreciación tomando en cuenta el índice de inflación del 3,21%, generando un valor de \$964,51 como reinversión.

- d) **Muebles y Enceres.-** El valor de los muebles y encerres que adquirirá la Empresa en estudio es de \$754,00 dólares.
- e) **Herramientas.-** El valor de herramientas que se adquirirá para el funcionamiento de la Empresa es de \$90 dólares.
- f) **Imprevistos.-** Los imprevistos que se pueden ocasionar han sido calculados en un 3% debido a que la empresa no amerita mayores riesgos, por tanto el porcentaje de imprevistos de las inversiones fijas es de \$82,77 dólares.

#### f.6.1.1.1.1 RESUMEN DE LAS INVERSIONES FIJAS

El resumen de las inversiones se muestra en el cuadro expuesto a continuación:

**CUADRO N° 40: INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS**

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
Valor de maquinaria y equipo	720,00
Valor de equipo de oficina	345,00
Valor equipo de computo	850,00
Valor de muebles y encerres	754,00
Valor de herramientas	90,00
Imprevistos 3%	82,77
<b>TOTAL</b>	<b>2.841,77</b>

**Fuente:** Anexos 2, 3, 4, 5, 6

**Elaboración:** Las Autoras

#### **f.6.1.1.2. ACTIVO DIFERIDO**

Son las inversiones en activos que se amortizan en el transcurso de la vida útil del proyecto, son egresos anticipados que se realizan con el propósito de garantizar la normal estabilidad de la empresa y así obtener resultados positivos en el futuro.

- a) **Gastos de Constitución.-** Son los gastos legales que la empresa debe realizar para establecerse. Para ello emplearemos un monto de \$765,00 dólares.
  
- b) **Estudios del Proyecto.-** Son los gastos a los que se incurre para la elaboración del mismo. Cuyo gasto es de \$1.400,00 dólares.
  
- c) **Marcas y Patentes.-** Son los elementos que distinguen un producto de otro y/o un servicio. Por ello este rubro es de \$ 250,00 dólares.
  
- d) **Línea Telefónica.-** Representa los gastos que la empresa realiza para mantener y facilitar la comunicación tanto interna como externa, es decir nos permite comunicarnos con nuestros proveedores, consumidores etc. Su monto es de \$ 200,00 dólares.
  
- e) **Adecuación de Local.-** Representa todas las modificaciones que debemos realizar para el mejor funcionamiento de la planta, por tanto su monto es de \$ 180,00.
  
- f) **Imprevistos.-** Los imprevistos que se pueden ocasionar han sido calculados en un 3% debido a que la empresa no amerita mayores riesgos, por tanto el porcentaje de imprevistos de las inversiones diferidas es de \$77,85dólares.

#### **f.6.1.1.2.1. RESUMEN DE LAS INVERSIONES DIFERIDAS**

El resumen de las inversiones se muestra en el cuadro expuesto a continuación:

### CUADRO N° 41: INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
Gastos de Constitución	765,00
Estudio del proyecto	1.400,00
Marcas y patentes	250,00
Línea telefónica	200,00
Adecuación del local	180,00
Imprevistos 3%	77,85
<b>TOTAL</b>	<b>2.672,85</b>

Fuente: Anexo 8

Elaboración: Las Autoras

### CUADRO N° 42: AMORTIZACIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO

AÑOS	PRÉSTAMO	TASA INTERÉS 11%	AMORTIZACIÓN	CUOTA ANUAL	SALDO
1	2672,85	294,01	890,95	1184,96	1781,90
2	1781,90	196,01	890,95	1086,96	890,95
3	890,95	98,00	890,95	988,95	0,00

Fuente: Cuadro N° 41

Elaboración: Las Autoras

#### f.6.1.1.3. ACTIVOS CIRCULANTES

Son el tipo de activos que gozan de gran liquidez y pueden convertirse en efectivo, dinamizando así las actividades de producción.

#### COSTO DE PRODUCCIÓN

- a) **Materia Prima Directa.**- Son aquellos elementos principales del producto que se puede medir en forma unitaria de producción. El total de materia prima que emplearemos para el primer año de producción es de \$2718 dólares.

**b) Mano de Obra Directa.-** Es el trabajo desarrollado por las personas que están más cerca de la producción o elaboración del producto. El costo de mano de obra directa es de \$8425,82 dólares.

## **GASTOS DE FABRICACIÓN**

**a) Materia Prima Indirecta.-** Son aquellos elementos que se unen con el principal para formar el producto elaborado. Para el primer año de producción el gasto será de \$255,60 dólares.

**b) Carga Fabril.-** Son gastos generados por agua y energía eléctrica. Este gasto es de \$1020,00 dólares.

**c) Gastos Administrativos.-** Constituyen desembolsos en los que incurre la microempresa, pero no se ven reflejados en actividades específicas, como fabricación o venta. El monto de este concepto es de \$19232,55 dólares.

**d) Gastos de Ventas.-** Comprenden todas las derogaciones o desembolsos relacionados directamente con la venta del producto. El monto por este concepto es de \$7089,40 dólares anual.

**e) Imprevistos.-** Los imprevistos que se pueden ocasionar han sido calculados en un 3% debido a que la empresa no amerita mayores riesgos, por tanto el porcentaje de imprevistos de las inversiones circulantes es de \$1162,24 dólares.

### **f.6.1.1.3.1. RESUMEN DE LAS INVERSIONES CIRCULANTES**

El resumen de las inversiones se muestra en el cuadro expuesto a continuación:

### CUADRO N° 43: INVERSIONES EN ACTIVOS CIRCULANTES

ESPECIFICACIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL
Materia Prima Directa	226,50	2.718,00
Mano de Obra Directa	702,15	8.425,82
Materia Prima Indirecta	21,30	255,60
Carga Fabril	85,00	1.020,00
Gastos de Administración	1.602,71	19.232,55
Gastos de Ventas	590,78	7.089,40
Imprevistos 3%	96,85	1.162,24
<b>TOTAL</b>	<b>3.325,30</b>	<b>39.903,62</b>

Fuente: Anexos 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19

Elaboración: Las Autoras

#### f.6.2. RESUMEN DE LA INVERSIÓN TOTAL PREVISTA

A continuación se hace una recopilación de los activos fijos, diferidos, circulantes para determinar los valores con los cuales va a trabajar la microempresa, cuyo monto es de \$8839,92 dólares. (Ver cuadro N° 43).

### CUADRO N° 44: INVERSIONES TOTAL

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
Activo Fijo	2.841,77
Activo Diferido	2.672,85
Activo Circulante	3.325,30
<b>TOTAL</b>	<b>8.839,92</b>

Fuente: Cuadro N° 40, 41, 42

Elaboración: Las Autoras

#### f.6.3. FINACIAMIENTO

El proyecto hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

##### a) FUENTE INTERNA

El 66,06% del total de la inversión que corresponde a \$5839,65 dólares será financiado con el aporte de los socios.

## b) FUENTE EXTERNA

Después de buscar la alternativa más conveniente, se decidió solicitar un préstamo al Banco Nacional de Fomento ya que es una entidad que otorga créditos a largo plazo y con intereses más bajos a través de sus líneas de crédito.

El crédito que mantendrá el proyecto con el banco nacional de fomento, constituirá el 33,94% que corresponde a \$3000.27 dólares, a 3 años plazo, con un 11% de interés anual; con lo que se espera financiar parte de las adecuaciones de la empresa, los rubros del financiamiento se presentan en el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 45: FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN**

FUENTES	VALOR	PORCENTAJE
Fuente Interna	5.839,65	66,06%
Fuente Externa	3.000,27	33,94%
<b>TOTAL</b>	<b>8.839,92</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Las Autoras

**CUADRO N° 46: AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO**

AÑOS	PRÉSTAMO	TASA INTERES 11%	AMORTIZACIÓN	PAGO ANUAL	SALDO
1	3000,27	330,03	1.000,09	1330,12	2000,18
2	2000,18	220,02	1.000,09	1220,11	1000,09
3	1000,09	110,01	1.000,09	1110,10	0,00

**Fuente:** Cuadro N° 45

**Elaboración:** Las Autoras

### f.6.4. PRESUPUESTO PARA LOS 5 AÑOS DE VIDA ÚTIL

Son todos los 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 el correspondiente análisis o evaluación del mismo, proyectando la situación económica.

La proyección de los costos para la vida útil del proyecto se basa en un incremento del 3,21% que corresponde al índice de inflación, de acuerdo a los datos obtenidos del INEC.

Las depreciaciones se las determino en base al método de línea recta, que consiste en el valor total de las inversiones y de este restar un valor que se espera obtener al final de la vida útil; de acuerdo a lo estipulado en el numeral 6 del artículo 21 del Reglamento de la Ley de Régimen Tributario Interno. Luego el saldo se divide proporcionalmente para el periodo de vida del activo.

A continuación detallamos los presupuestos de costos generados para los cinco de años del proyecto:

**CUADRO N° 47: PRESUPUESTOS PARA LOS 5 AÑOS DE VIDA ÚTIL**

<b>COSTO PRIMO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Materia Prima Directa	2718,00	3241,74	3746,16	4329,06	5002,66
Materia Prima Indirecta	255,60	263,80	272,27	281,01	290,03
Mano de Obra Directa	8425,82	8696,29	8975,44	9263,56	9560,92
<b>Total Costo Primo</b>	<b>11399,42</b>	<b>12201,84</b>	<b>12993,88</b>	<b>13873,63</b>	<b>14853,61</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO</b>					
Depreciación de Maquinaria y Equipo	64,80	64,80	64,80	64,80	64,80
Reparación y Mantenimiento	26,69	26,69	26,69	26,69	26,69
Arriendos	3000,00	3096,30	3195,69	3298,27	3404,15
Depreciación de herramientas	8,10	8,10	8,10	8,10	8,10
Energía Eléctrica	720,00	743,11	766,97	791,59	817,00
Agua Potable	300,00	309,63	319,57	329,83	340,41
Gastos Generales por servicio	102,70	106,00	109,40	112,91	116,54
Amortización de activos diferidos	890,95	890,95	890,95	0,00	-
3% de Imprevistos	153,40	157,37	161,46	138,97	143,33
<b>Total Costo de Producción del Servicio</b>	<b>5266,64</b>	<b>5402,95</b>	<b>5543,63</b>	<b>4771,15</b>	<b>4921,01</b>
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>16666,06</b>	<b>17604,79</b>	<b>18537,51</b>	<b>18644,78</b>	<b>19774,63</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN ADMINISTRATIVOS</b>					
Sueldos Administrativos	15151,68	15638,05	16140,03	16658,13	17192,85
Depreciación de muebles y encerres	67,86	67,86	67,86	67,86	67,86
Depreciación del equipo de oficina	31,05	31,05	31,05	31,05	31,05
Depreciación del equipo de computo	188,90	188,90	188,90	188,90	188,90
Reinversión del equipo de computo	0,00	0,00	0,00	214,35	0,00
Suministros de oficina	118,00	121,79	125,70	129,73	133,90
Consumo telefónico	300,00	309,63	319,57	329,83	340,41
3% de Imprevistos	475,72	490,72	506,19	528,60	538,65
<b>Total Costos Administrativos</b>	<b>16333,21</b>	<b>16847,99</b>	<b>17379,30</b>	<b>18148,43</b>	<b>18493,62</b>
<b>VENTAS</b>					
Sueldos del vendedor	4212,91	4348,15	4487,72	4631,78	4780,46
Publicidad y Propaganda	2670,00	2755,71	2755,71	2904,39	2997,62
3% de Imprevistos	206,49	213,12	217,30	226,08	233,34
<b>Total Costos de Ventas</b>	<b>7089,40</b>	<b>7316,97</b>	<b>7460,73</b>	<b>7762,25</b>	<b>8011,42</b>
<b>FINANCIEROS</b>					
Intereses por préstamo	330,03	220,02	98,00	0,00	0,00
<b>Total Costos Financieros</b>	<b>330,03</b>	<b>220,02</b>	<b>98,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>TOTAL COSTO DE OPERACIÓN</b>	<b>23752,64</b>	<b>24384,98</b>	<b>24938,03</b>	<b>25910,68</b>	<b>26505,04</b>
<b>TOTAL COSTO</b>	<b>40418,70</b>	<b>41989,77</b>	<b>43475,54</b>	<b>44555,47</b>	<b>46279,66</b>

Elaboración: Las Autoras



## **f.6.5. PRESUPUESTOS DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES**

**Costos Fijos.-** Son aquellos que se mantienen constantes durante el período completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

**Costos Variables.-** Son aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.

A continuación detallamos los presupuestos de costos fijos y variables generados para los cinco años del proyecto.

### CUADRO N° 48: COSTOS FIJOS Y VARIABLES

DENOMINACIÓN	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
<b>COSTO PRIMO</b>										
Materia Prima Directa		2718,00		3241,74		3746,16		4329,06		5002,66
Materia Prima Indirecta		255,60		263,80		272,27		281,01		290,03
Mano de Obra Directa		8425,82		8696,29		8975,44		9263,56		9560,92
<b>Total Costo Primo</b>		<b>11399,42</b>		<b>12201,84</b>		<b>12993,88</b>		<b>13873,63</b>		<b>14853,61</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO</b>										
Depreciación de Maquinaria y Equipo	64,80		64,80		64,80		64,80		64,80	
Reparación y Mantenimiento	26,69		26,69		26,69		26,69		26,69	
Arrendos	3000,00		3096,30		3195,69		3298,27		3404,15	
Depreciación de herramientas	8,10		8,10		8,10		8,10		8,10	
Energía Eléctrica		720,00		743,11		766,97		791,59		817,00
Agua Potable		300,00		309,63		319,57		329,83		340,41
Gastos Generales por servicio		102,70		106,00		109,40		112,91		116,54
Amortización de activos diferidos	890,95		890,95		890,95		0,00		0,00	
3% de Imprevistos		153,40		157,37		161,46		138,97		143,33
<b>Total Costo de Producción del Servicio</b>	<b>3990,54</b>	<b>1276,10</b>	<b>4086,84</b>	<b>1316,11</b>	<b>4186,23</b>	<b>1357,40</b>	<b>3397,86</b>	<b>1373,29</b>	<b>3503,74</b>	<b>1417,28</b>
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>3990,54</b>	<b>12675,52</b>	<b>4086,84</b>	<b>13517,95</b>	<b>4186,23</b>	<b>14351,28</b>	<b>3397,86</b>	<b>1373,29</b>	<b>3503,74</b>	<b>1417,28</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>										
<b>ADMINISTRATIVOS</b>										
Sueldos Administrativos	15151,68		15638,05		16140,03		16658,13		17192,85	
Depreciación de muebles y encerados	67,86		67,86		67,86		67,86		67,86	
Depreciación del equipo de oficina	31,05		31,05		31,05		31,05		31,05	
Depreciación del equipo de computo	188,90		188,90		188,90		188,90		188,90	
Reinversión del equipo de computo							214,35			
Suministros de oficina	118,00		121,79		125,70		129,73		133,90	
Consumo telefónico		300,00		309,63		319,57		329,83		340,41
3% de Imprevistos		475,72		490,72		506,19		528,60		538,65
<b>Total Costos Administrativos</b>	<b>15557,49</b>	<b>775,72</b>	<b>16047,65</b>	<b>800,35</b>	<b>16553,54</b>	<b>825,76</b>	<b>17290,01</b>	<b>858,42</b>	<b>17614,56</b>	<b>879,06</b>
<b>VENTAS</b>										
Sueldos del vendedor	4212,91		4348,15		4487,72		4631,78		4780,46	
Publicidad y Propaganda		2670,00		2755,71		2755,71		2904,39		2997,62
3% de Imprevistos		206,49		213,12		217,30		226,08		233,34
<b>Total Costos de Ventas</b>	<b>4212,91</b>	<b>2876,49</b>	<b>4348,15</b>	<b>2968,82</b>	<b>4487,72</b>	<b>2973,01</b>	<b>4631,78</b>	<b>3130,47</b>	<b>4780,46</b>	<b>3230,96</b>
<b>FINANCIEROS</b>										
Intereses por préstamo	330,03		220,02		98,00					
<b>Total Costos Financieros</b>	<b>330,03</b>		<b>220,02</b>		<b>98,00</b>					
<b>TOTAL COSTO DE OPERACIÓN</b>	<b>24090,97</b>	<b>16327,73</b>	<b>24702,65</b>	<b>17287,12</b>	<b>25325,49</b>	<b>18150,04791</b>	<b>25319,65</b>	<b>19235,81</b>	<b>25898,75</b>	<b>20380,91</b>
<b>TOTAL COSTO</b>		<b>40418,70</b>		<b>41989,77</b>		<b>43475,54</b>		<b>44555,47</b>		<b>46279,66</b>

Elaboración: Las Autoras

## f.6.6. ESTRUCTURA DE COSTOS Y ESTABLECIMIENTOS DE INGRESOS DEL PROYECTO

En los presentes cuadros detallamos los costos unitarios de producción, relacionando el presupuesto total de costos y los niveles de producción programados para cada uno de los años de vida útil del proyecto.

**CUADRO N° 49**

<b>AÑO 1 BASE DE PRODUCCIÓN</b>				
<b>PRODUCTO</b>			<b>PRODUCCIÓN ANUAL</b>	
ARTESANIAS EN BARRO, EN FOMIX, EN LANA			4695	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>				
Costo primo			11399,42	
Costos de Producción			5266,64	
<b>TOTAL</b>			<b>16666,06</b>	
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>				
Gastos Administrativos			16333,21	
Gastos de Venta			7089,40	
Gastos Financieros			330,03	
<b>TOTAL</b>			<b>23752,64</b>	
<b>COSTO TOTAL</b>			<b>40418,70</b>	
En el primer año se establece el precio de venta del producto contemplando un margen de utilidad del 20% del costo del producto artesanal				
<b>INGRESO POR VENTAS</b>				
<b>PRODUCCIÓN</b>	<b>COSTO</b>		<b>P.V.P</b>	<b>TOTAL</b>
4695	8,61		10,33	48502,44

**Elaboración:** Las Autoras

### CUADRO N° 50

<b>AÑO 2 BASE DE PRODUCCIÓN</b>			
<b>PRODUCTO</b>		<b>PRODUCCIÓN ANUAL</b>	
ARTESANIAS EN BARRO, EN FOMIX, EN LANA		5426	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			
Costo primo		12201,84	
Costos de Producción		5402,95	
<b>TOTAL</b>		<b>17604,79</b>	
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>			
Gastos Administrativos		16847,99	
Gastos de Venta		7316,97	
Gastos Financieros		220,02	
<b>TOTAL</b>		<b>24384,98</b>	
<b>COSTO TOTAL</b>		<b>41989,77</b>	
En el segundo año se establece el precio de venta del producto contemplando un margen de utilidad del 20% del costo del producto artesanal			
<b>INGRESO POR VENTAS</b>			
PRODUCCIÓN	COSTO	P.V.P	TOTAL
5426	7,74	9,29	50387,72

**Elaboración:** Las Autoras

### CUADRO N° 51

<b>AÑO 3 BASE DE PRODUCCIÓN</b>			
<b>PRODUCTO</b>		<b>PRODUCCIÓN ANUAL</b>	
ARTESANIAS EN BARRO, EN FOMIX, EN LANA		6270	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			
Costo primo		12993,88	
Costos de Producción		5543,63	
<b>TOTAL</b>		<b>18537,51</b>	
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>			
Gastos Administrativos		17379,30	
Gastos de Venta		7460,73	
Gastos Financieros		98,00	
<b>TOTAL</b>		<b>24938,03</b>	
<b>COSTO TOTAL</b>		<b>43475,54</b>	
En el tercer año se establece el precio de venta del producto contemplando un margen de utilidad del 20% del costo del producto artesanal			
<b>INGRESO POR VENTAS</b>			
PRODUCCIÓN	COSTO	P.V.P	TOTAL
6270	6,93	8,32	52170,65

**Elaboración:** Las Autoras

**CUADRO N° 52**

<b>AÑO 4 BASE DE PRODUCCION</b>			
<b>PRODUCTO</b>		<b>PRODUCCIÓN ANUAL</b>	
ARTESANIAS EN BARRO, EN FOMIX, EN LANA		7245	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			
Costo primo		13873,63	
Costos de Producción		4771,15	
<b>TOTAL</b>		<b>18644,78</b>	
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>			
Gastos Administrativos		18148,43	
Gastos de Venta		7762,25	
Gastos Financieros		0,00	
<b>TOTAL</b>		<b>25910,68</b>	
<b>COSTO TOTAL</b>		<b>44555,47</b>	
En el cuarto año se establece el precio de venta del producto contemplando un margen de utilidad del 20% del costo del producto artesanal			
<b>INGRESO POR VENTAS</b>			
<b>PRODUCCIÓN</b>	<b>COSTO</b>	<b>P.V.P</b>	<b>TOTAL</b>
7245	6,15	7,38	53466,56

**Elaboración:** Las Autoras

**CUADRO N° 53**

<b>AÑO 5 BASE DE PRODUCCIÓN</b>			
<b>PRODUCTO</b>		<b>PRODUCCIÓN ANUAL</b>	
ARTESANIAS EN BARRO, EN FOMIX, EN LANA		8373	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			
Costo primo		14853,61	
Costos de Producción		4921,01	
<b>TOTAL</b>		<b>19774,63</b>	
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>			
Gastos Administrativos		18493,62	
Gastos de Venta		8011,42	
Gastos Financieros		0,00	
<b>TOTAL</b>		<b>26505,04</b>	
<b>COSTO TOTAL</b>		<b>46279,66</b>	
En el quinto año se establece el precio de venta del producto contemplando un margen de utilidad del 20% del costo del producto artesanal			
<b>INGRESO POR VENTAS</b>			
<b>PRODUCCIÓN</b>	<b>COSTO</b>	<b>P.V.P</b>	<b>TOTAL</b>
8373	5,53	6,63	55535,60

**Elaboración:** Las Autoras

### CUADRO N° 54: INGRESO POR VENTAS

AÑOS	COSTOS TOTALES	PRODUCCIÓN	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD	P.V.P	INGRESO TOTAL
1	40418.70	4695	8.61	20.00%	10.33	48502.44
2	41989.77	5426	7.74	20.00%	9.29	50387.72
3	43475.54	6270	6.93	20.00%	8.32	52170.65
4	44555.47	7245	6.15	20.00%	7.38	53466.56
5	46279.66	8373	5.53	20.00%	6.63	55535.60

**Elaboración:** Las Autoras

#### f.6.7. PUNTO DE EQUILIBRIO

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades.

Para realizar este cálculo, es necesario clasificar los costos en fijos y variables, los mismos que detallamos en los cuadros de "COSTOS FIJOS Y VARIABLES" para los años 1 y 5 de vida útil del proyecto.

En el presente trabajo se calculará el punto de equilibrio, utilizando el método matemático en función de la capacidad instalada y de las ventas, manejando además la forma gráfica para su representación.

## AÑO 1

### a) PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE_{CI} = \left( \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \right) * 100$$

$$PE_{CI} = \left( \frac{24090,97}{48502,44 - 16327,73} \right) * 100$$

$$PE_{CI} = \left( \frac{24090,97}{32174,71} \right) * 100$$

$$PE_{CI} = (0,748755) * 100$$

$$PE_{CI} = 74,88\%$$

### b) PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

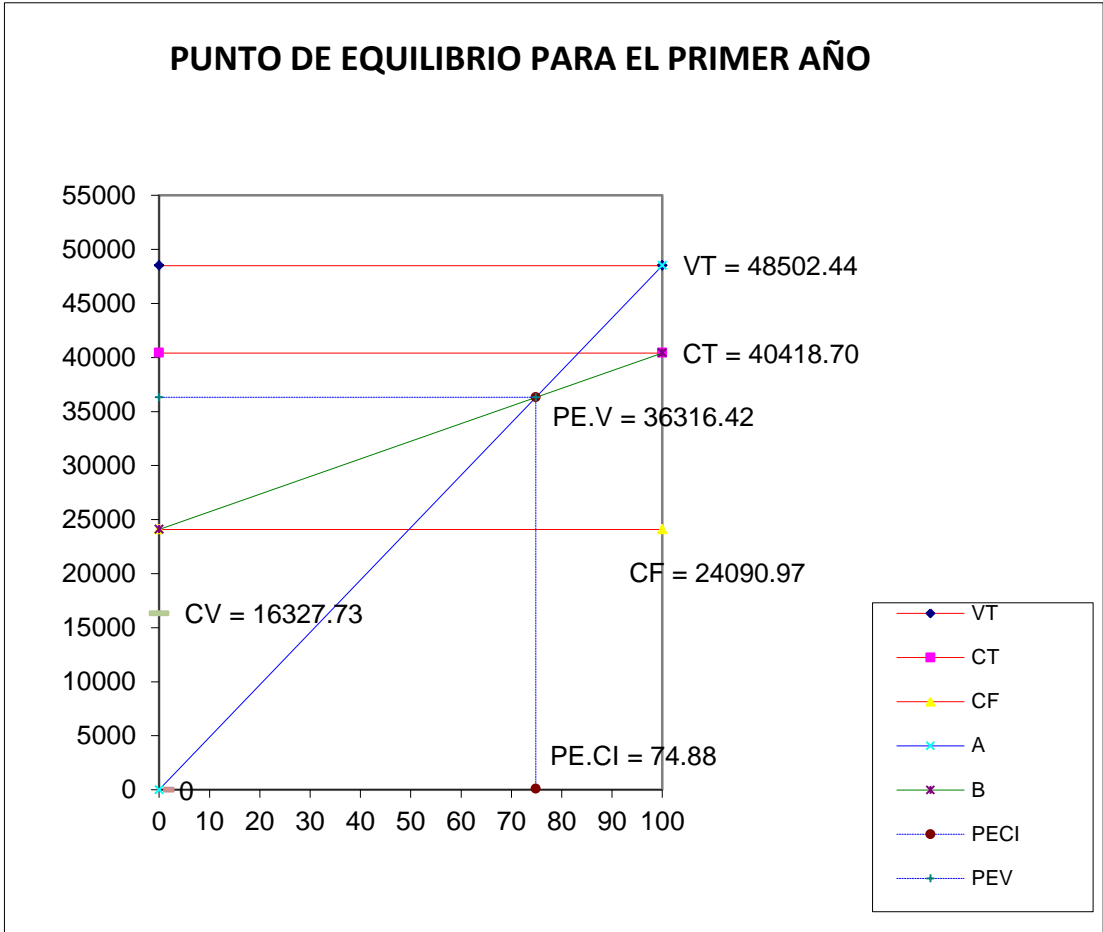
$$PE_v = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE_v = \frac{24090,97}{1 - \frac{16327,73}{48502,44}}$$

$$PE_v = \frac{24090,97}{0,663363}$$

$$PE_v = 36316,42$$

**GRÁFICO N° 23: PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y LA CAPACIDAD INSTALADA**



**Elaboración:** Las Autoras

De acuerdo a la presente gráfica, se indica que el punto de equilibrio con relación a las ventas para el primer año es de \$ 36316,42 y con relación a la capacidad instalada tenemos un 74,88% datos que han sido calculados para el año 2010.



## AÑO 5

### c) PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE_{CI} = \left( \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \right) * 100$$

$$PE_{CI} = \left( \frac{25898,75}{55535,60 - 20380,91} \right) * 100$$

$$PE_{CI} = \left( \frac{25898,75}{35154,69} \right) * 100$$

$$PE_{CI} = (0,736708) * 100$$

$$PE_{CI} = 73,67\%$$

### d) PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

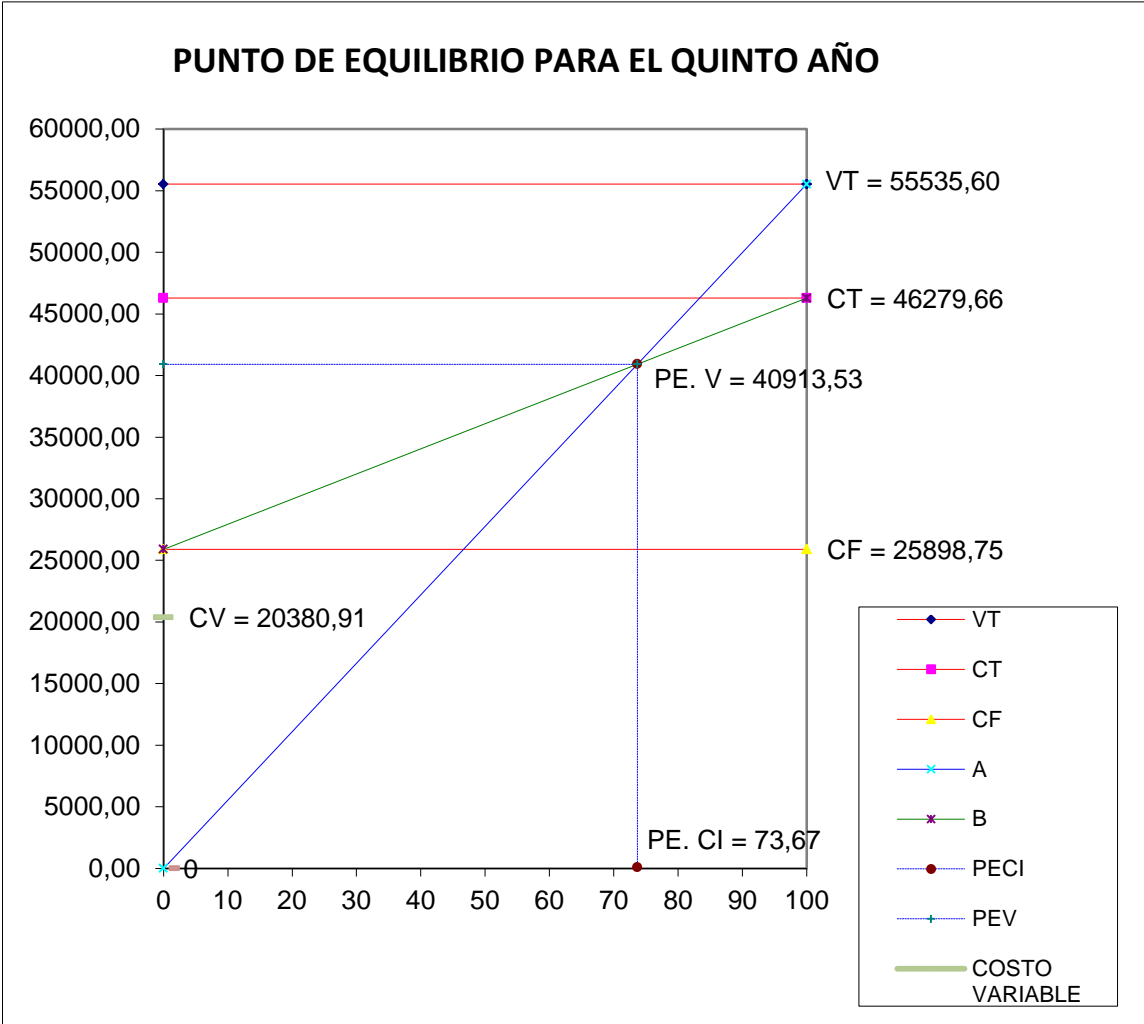
$$PE_v = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE_v = \frac{25898,75}{1 - \frac{20380,91}{55535,60}}$$

$$PE_v = \frac{25898,75}{0,633012}$$

$$PE_v = 40913,52$$

**GRÁFICO N° 24: PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y LA CAPACIDAD INSTALADA**



**Elaboración:** Las Autoras

De acuerdo a la presente gráfica, se indica que el punto de equilibrio con relación a las ventas para el quinto año es de \$ 40913,53 y con relación a la capacidad instalada tenemos un 73,67% datos que han sido calculados para el año 2014.

## f.6.8.EVALUACIÓN FINANCIERA

Es el análisis que permite decidir si el proyecto es o no factible, combinando operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación basados en valores actuales de ingresos y gastos para proyectarlos. Los criterios más utilizados son: Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), la Relación Beneficio Costo (RBC), Periodo de Recuperación de Capital (PRC).

### f.6.8.1. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Nos demuestra cual es la utilidad o pérdida que se ha obtenido durante un periodo económico y como se ha producido, cuyos resultados sirven para obtener mediante un análisis, conclusiones que permitan conocer como se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

#### f.6.8.1.1. INGRESOS

Están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos, en el presente caso tendremos un 20% de utilidad en cada manualidad artesanal.

#### f.6.8.1.2. EGRESOS

Se forma por la sumatoria del Costo Primo, Gastos de Proceso de Producción, Gastos de Operación y Gastos Financieros.

**CUADRO N° 55: ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS**

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingreso por ventas</b>	<b>48.502,44</b>	<b>50.387,72</b>	<b>52.170,65</b>	<b>53.466,56</b>	<b>55.535,60</b>
Costos de Producción	16.666,06	17.604,79	18.537,51	18.644,78	19.774,63
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>31.836,38</b>	<b>32.782,94</b>	<b>33.633,14</b>	<b>34.821,78</b>	<b>35.760,97</b>
Costos de Operación	23.752,64	24.384,98	24.938,03	25.910,68	26.505,04
<b>Utilidad Neta</b>	<b>8.083,74</b>	<b>8.397,95</b>	<b>8.695,11</b>	<b>8.911,09</b>	<b>9.255,93</b>
15% utilidad a trabajadores	1.212,56	1.259,69	1.304,27	1.336,66	1.388,39
<b>Utilidad antes de Imp. a la renta</b>	<b>6.871,18</b>	<b>7.138,26</b>	<b>7.390,84</b>	<b>7.574,43</b>	<b>7.867,54</b>
25% Impuesto a la renta	1.717,79	1.784,57	1.847,71	1.893,61	1.966,89
<b>Utilidad antes de la Reserva Legal</b>	<b>5.153,38</b>	<b>5.353,70</b>	<b>5.543,13</b>	<b>5.680,82</b>	<b>5.900,66</b>
Reserva Legal 10%	515,34	535,37	554,31	568,08	590,07
<b>Utilidad líquida del ejercicio</b>	<b>4.638,05</b>	<b>4.818,33</b>	<b>4.988,82</b>	<b>5.112,74</b>	<b>5.310,59</b>

Elaboración: Las Autoras

### f.6.8.2. FLUJO DE CAJA

Permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto, cubriendo así todos los requerimientos del mismo, posibilitando además que el inversionista cuente con los suficientes recursos económicos para cubrir dichas necesidades.

**CUADRO N° 56: FLUJO DE CAJA**

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>						
Ventas		48.502,44	50.387,72	52.170,65	53.466,56	55.535,60
Crédito Banco de Loja	3.000,27					
Capital propio	5.839,65					
Valor de residual				321,47		2.057,97
<b>Total de ingresos</b>	<b>8.839,92</b>	<b>48.502,44</b>	<b>50.387,72</b>	<b>52.492,12</b>	<b>53.466,56</b>	<b>57.593,57</b>
<b>EGRESOS</b>						
Activo Fijo	2.841,77					
Activo Diferido	2.672,85					
Activo Circulante	3.325,30					
Presupuesto de operación		40.418,70	41.989,77	43.475,54	44.555,47	46.279,66
Depreciación y Amortización		1.466,01	1.466,01	1.466,01	1.466,01	1.466,01
15% Utilidad a los trabajadores		1.212,56	1.259,69	1.304,27	1.336,66	1.388,39
25% Impuesto a la Renta		1.717,79	1.784,57	1.847,71	1.893,61	1.966,89
Amortización de Capital		1.000,09	1.000,09	1.000,09	0,00	0,00
<b>Total de egresos</b>	<b>8.839,92</b>	<b>42.883,14</b>	<b>44.568,11</b>	<b>46.161,60</b>	<b>46.319,73</b>	<b>48.168,93</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>0,00</b>	<b>5.619,30</b>	<b>5.819,62</b>	<b>6.330,52</b>	<b>7.146,83</b>	<b>9.424,64</b>

Elaboración: Las Autoras

### f.6.8.3. VALOR ACTUAL NETO

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos, generados a través de la vida útil

Para la actualización de los valores correspondientes al flujo de costos e ingresos; se hace uso de las equivalencias financieras, mediante la siguiente fórmula:

$$f.a = \frac{1}{(1+i)^n}$$

En donde: **f.a** = factor de actualización

**i** = tasa de descuento

**n** = número de años referido al año base de actualización

### CUADRO N° 57: VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJOS NETOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 11%	VALOR ACTUALIZADO
<b>Inversión</b>	<b>8.839,92</b>		
1	5.619,30	0,900900901	5.062,44
2	5.819,62	0,811622433	4.723,33
3	6.330,52	0,731191381	4.628,82
4	7.146,83	0,658730974	4.707,84
5	9.424,64	0,593451328	5.593,06
<b>TOTAL</b>			<b>24.715,49</b>
			8.839,92
			<b>15.875,57</b>

**Fuente:** Cuadro N° 57

**Elaboración:** Las Autoras

$$f.a = \frac{1}{(1+i)^n}$$

$$f.a = \frac{1}{(1+11)^1} = 0,900900901$$

$$f.a = \frac{1}{(1+11)^2} = 0,811622433$$

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

$$V.A.N. = 24.715,49 - 8839,92$$

$$V.A.N. = 15.875,57$$

#### f.6.8.4. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión inicial, es una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará la inversión original de capital.

En el siguiente cuadro se demuestra el tiempo requerido, para que nuestra empresa recupere la inversión inicial.

**CUADRO N° 58: PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL**

AÑOS	FLUJOS NETOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 11%	FLUJO ACTUALIZADO
<b>Inversión</b>	<b>8839,92</b>		
1	5619,30	0,900900901	5062,44
2	5819,62	0,811622433	4723,33
3	6330,52	0,731191381	4628,82
4	7146,83	0,658730974	4707,84
5	9424,64	0,593451328	5593,06
			<b>24715,49</b>

**Fuente:** Cuadro N° 58

**Elaboración:** Las Autoras

$$PRC = \text{Año.que.sup era.la.inversión} + \left( \frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros.flujos}}{\text{Flujo.neto.del.año.que.sup era.la.inversión}} \right)$$

$$P.R.C. = 2 + \frac{8839,92 - (9785,77)}{4723,33}$$

$$P.R.C. = 1.80 \text{ años}$$

$$0.80 \times 12 = 9,60 \text{ meses}$$

$$0.60 \times 7 = 4 \text{ días}$$

La inversión se recuperará en 1 año, 9 meses y 4 días.

### f.6.8.5. TASA INTERNA DE RETORNO

La TIR, es utilizada como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto, se interpretará como la tasa más alta de interés, que se podría pagar por un préstamo que financiará la inversión.

Para el presente proyecto la TIR es de 63,73%, este valor es satisfactorio para su realización.

**CUADRO N° 59: TASA INTERNA DE RETORNO**

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACTOR ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
		63,72%	8839,92	63,75%	8839,92
1	5619,30	0,610798925	3432,27	0,610687023	3431,64
2	5819,62	0,373075327	2171,16	0,37293864	2170,36
3	6330,52	0,227874009	1442,56	0,227748788	1441,77
4	7146,83	0,139185199	994,73	0,139083229	994,00
5	9424,64	0,08501417	801,23	0,084936323	800,49
			2,02		-1,66

**Fuente:** Cuadro N° 58

**Elaboración:** Las Autoras

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

$$TIR = 63,72 + 0,03 \left( \frac{1,07}{1,07 - (-1,66)} \right)$$

$$TIR = 63,72 + 0,02( 0,39194 )$$

$$TIR = 63,73$$

### f.6.8.6. RELACIÓN BENEFICIO COSTO

En el presente proyecto, la relación beneficio – costo es mayor que uno (1,20), el indicador que sustente la realización del proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido, se recibirá (0,20) centavos de utilidad.

Los cálculos de la relación beneficio costo, están representados en el cuadro siguiente:

### CUADRO N° 60: RELACIÓN BENEFICIO COSTO

AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIGINAL	FACTOR ACTUALIZACIÓN	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACTUALIZACIÓN	INGRESO ACTUALIZADO
		<b>11,00%</b>			<b>11,00%</b>	
1	40.418,70	1,110000	44.864,76	48.502,44	1,110000	53.837,71
2	41.989,77	1,232100	51.735,60	50.387,72	1,232100	62.082,72
3	43.475,54	1,367631	59.458,50	52.170,65	1,367631	71.350,20
4	44.555,47	1,518070	67.638,34	53.466,56	1,518070	81.166,00
5	46.279,66	1,685058	77.983,93	55.535,60	1,685058	93.580,71
			<b>301.681,12</b>			<b>362.017,34</b>

**Fuente:** Cuadro N° 58

**Elaboración:** Las Autoras

$$\text{Relación Beneficio – Costo} = \frac{\text{Ingreso Actualizado}}{\text{Costo Actualizado}}$$

$$\text{Relación Beneficio – Costo} = \frac{301681,12}{362017,34}$$

$$\text{Relación Beneficio – Costo} = 1,20$$

#### f.6.8.7. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 9,90% en los costos y una disminución del 8,24% en los ingresos.



**CUADRO N° 61: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 9,90% EN LOS COSTOS**

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 9,90%	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL
					39,20%	8839,92	39,25%	8839,92
1	40418,70	44420,15	48502,44	4082,29	0,718390805	2932,68	0,718132855	2931,63
2	41989,77	46146,76	50387,72	4240,97	0,516085348	2188,70	0,515714797	2187,13
3	43475,54	47779,62	52170,65	4391,03	0,370750968	1627,98	0,370351739	1626,23
4	44555,47	48966,46	53466,56	4500,10	0,266344087	1198,58	0,265961752	1196,86
5	46279,66	50861,35	55535,60	4674,25	0,191339143	894,37	0,190995872	892,76
						2,38		-5,32

**Fuente:** Cuadro N° 60

**Elaboración:** Las Autoras

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

$$N.TIR = 39,20 + 0,05(0,309)$$

NTIR = 39.22%

TIR DEL PROYECTO = 63.73%

**1) DIFERENCIA DE TIR**

Dif. Tir. = Tirproy. - Nueva Tir

Dif. Tir. = 24,51%

**2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN**

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

% Var. = 38,46%

**3) SENSIBILIDAD**

Sensib. = % Var. / Nueva Tir

Sensib. = 0,980622131

**CUADRO N° 62: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DE 8,24% EN LOS INGRESOS**

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL
					8,24%	39,27%	8839,92	39,30%
1	40418,70	48502,44	44505,84	4087,14	0,718029726	2934,69	0,71787509	2934,06
2	41989,77	50387,72	46235,78	4246,01	0,515566688	2189,10	0,515344644	2188,16
3	43475,54	52170,65	47871,79	4396,25	0,370192208	1627,46	0,369953083	1626,41
4	44555,47	53466,56	49060,92	4505,45	0,26580901	1197,59	0,265580103	1196,56
5	46279,66	55535,60	50959,46	4679,80	0,190858771	893,18	0,19065334	892,22
						2,09		-2,53

**Fuente:** Cuadro N° 61

**Elaboración:** Las Autoras

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

$$N.TIR = 39,27 + 0,03(0,452)$$

NTIR = 39,28%

TIR DEL PROYECTO = 63.73%

**1) DIFERENCIA DE TIR**

Dif.Tir. = Tirproy. - Nueva Tir

Dif.Tir.= 24,45%

**2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN**

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

% Var. = 38,36%

**3) SENSIBILIDAD**

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensib. = 0,976578411

# g) DISCUSIÓN

En el presente trabajo investigativo tiene como finalidad realizar el **“Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa Productora y Comercializadora de Manualidades de tipo Artesanal, en Barro, Fomix y Lana; en la Ciudad de Loja”** para cubrir las necesidades de los clientes y la sociedad en general.

Hace referencia a las habilidades que poseemos, y sobre todo a las ganas de hacer realidad o factible este proyecto, y se proyecta a rescatar la cultura artesanal en la Ciudad de Loja, como también a satisfacer las necesidades de la población, la cual incide directamente en el desarrollo de la producción y la economía local.

Las facilidades para emprender en este trabajo investigativo fueron muy importantes ya que obtuvimos el apoyo de los diferentes locales comerciales de la Ciudad de Loja y de la ciudadanía, quienes nos proporcionaron toda la información correspondiente de acuerdo a nuestro trabajo. Las fases del desarrollo se siguieron de acuerdo al curriculum académico en vigencia de la Universidad Nacional de Loja.

El motivo de la realización de este proyecto, también va relacionado particularmente a la falta de desarrollo de inversión en la producción de bienes y servicios, así como la falta de estudios técnicos.

En este proyecto, se define todas las políticas y técnicas, análisis financiero, estructura organizacional y conformación legal de la empresa, para asegurar que la misma tenga éxito y rentabilidad bajo todos los parámetros e índices de cuantificación.

El desarrollo del presente trabajo, reviste una enorme importancia, debido a que es una actividad manual, la cual no requiere de mucha inversión y sobre todo más que nada ayudará a solventar las actividades económicas de todas las personas que quieran incursionar en esta labor, como también generar una rentabilidad dirigida a satisfacer una de las necesidades más apremiantes de la sociedad actual como son las labores manuales.

Este trabajo se convierte en una herramienta complementaria, que permite a los estudiantes, empresarios y público en general, tener un conocimiento esencial de las alternativas innovadoras que permitirán mejorar la eficiencia de una institución.

# h) CONCLUSIONES

The image features the text "h) CONCLUSIONES" in a bold, blue, sans-serif font. The text is slightly slanted to the right. Below the main text, there is a shadow effect consisting of several parallel, slightly offset lines in a brownish-gold color, creating a 3D appearance as if the text is floating above a surface.

## **h.1. CONCLUSIONES**

En base al desarrollo del presente proyecto se llegó a determinar varias conclusiones, entre las cuales señalamos las siguientes:

- ✓ Después de haber realizado el estudio de mercado, hemos demostrado que existe una demanda que no es atendida en la Ciudad de Loja.
- ✓ El estudio de mercado realizado en la Ciudad de Loja, nos ha demostrado que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda, la oferta y niveles de comercialización de este producto.
- ✓ Determinamos que la mencionada empresa logrará obtener un buen rendimiento, mediante la utilización del 56% de la capacidad instalada el primer año, en el segundo año se utilizará el 65%, el tercer año el 75%, el cuarto año 87% y a partir del quinto año trabajará con el 100% de la misma, tratando de minimizar costos y contratando únicamente la mano de obra necesaria, ya sea directa o indirecta.
- ✓ La implementación de la Empresa estará localizada en el centro de la urbe de la Ciudad, con un área a utilizarse de 35m<sup>2</sup>. El local estará dotado de los servicios indispensables para el normal funcionamiento de la Empresa.
- ✓ En la evaluación financiera hemos determinado los siguientes resultados: el VAN con un valor positivo de 15875,57dólares, la TIR es de 63,73%, el tiempo que se requiere para la recuperación del capital original será de 1 año, 9 meses y 4 días.
- ✓ En el presente proyecto los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto no afecta al proyecto el incremento de los costos en un 9,90% y la disminución en los ingresos en un 8,24%, es decir, el proyecto no es sensible a estos cambios.

- ✓ Por último podemos concluir que cada uno de los objetivos planteados fueron desarrollados durante la realización del proyecto.



# i) RECOMENDACIONES

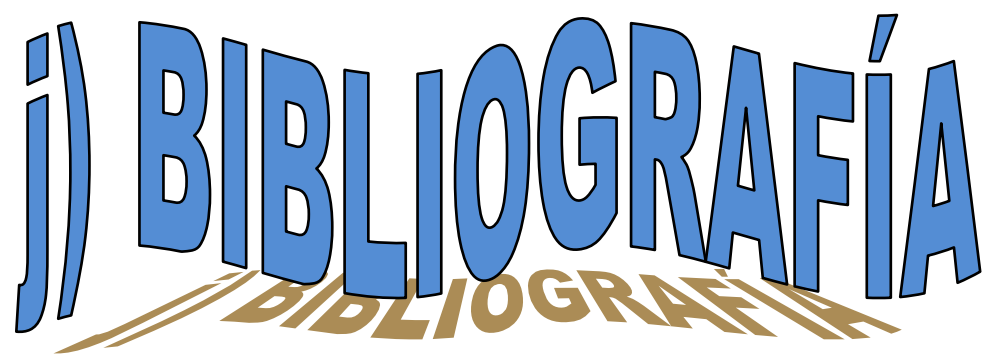
The image features the text "i) RECOMENDACIONES" in a bold, blue, sans-serif font. The text is slightly slanted to the right. Below the main text, there is a shadow effect consisting of the same text "RECOMENDACIONES" in a brown color, rendered in a slightly smaller and more compressed font, creating a 3D effect. The shadow is positioned directly beneath the main text and is slightly offset to the right.

## **i.1. RECOMENDACIONES**

Al término de nuestro proyecto, creemos prudente realizar las siguientes recomendaciones:

- ✓ Es necesario que se implemente una campaña permanente utilizando los medios de comunicación existente en la Ciudad de Loja con la finalidad de dar a conocer las características de nuestro producto a nivel provincial.
- ✓ Que al momento de crearse la empresa, será de suma importancia tomar en cuenta el estudio técnico que se ha realizado, ya que determina que para obtener una buena rentabilidad, hay que minimizar los costos, utilizar el 56% de la capacidad instalada para el primer año y ubicarse geográficamente en un lugar estratégico.
- ✓ Desde el punto de vista financiero, la implementación de este proyecto puede y debe ejecutarse, ya que los resultados obtenidos son positivos.
- ✓ Finalmente el proyecto se ha realizado con datos del 100% reales y actualizados, favoreciéndole de esta manera a la persona que lo realice, así mismo contribuir con el desarrollo del sector empresarial de nuestra Ciudad.
- ✓ Que las personas interesadas en realizar este proyecto, se basen en el estudio de mercado, técnico, financiero y la organización legal administrativa, para que brinde la posibilidad de conocer cuál es la situación actual, en cuanto a sus puntos fuertes y débiles que se presenten en el entorno, para de esta manera poder tomar decisiones acertadas, ya que se ha determinado que el proyecto es conveniente y su rentabilidad es buena.

# j) BIBLIOGRAFÍA

The image shows the title 'j) BIBLIOGRAFÍA' in a bold, blue, sans-serif font. The text is slightly slanted to the right. Below the main text, there is a shadow effect consisting of two parallel lines that create a 3D appearance, with the word 'BIBLIOGRAFÍA' written in a smaller, brown font within the shadow.

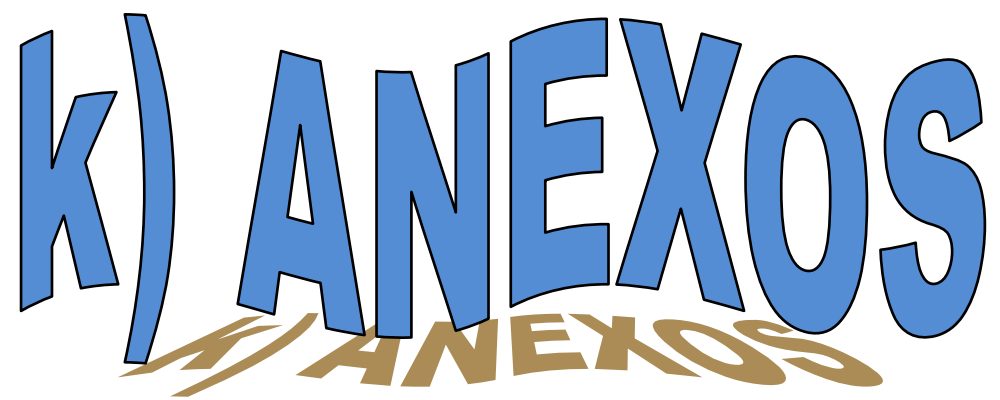
## j.1. Bibliografía

- **BACA URBINA**, Gabriel “Evaluación de Proyectos”, Tercera Edición (1995), México
- **MIRANDA**, Juan José; “Gestión de Proyectos: evaluación financiera económica, social, ambiental”, cuarta edición-Bogotá: MM editores,2003
- **McCONNELL**, Campbell R. y **BRUE**, Stanley L, “Economía”, McGraw-Hill, 1997
- **ANZIL, Federico** 2004. “Criterios de Decisión”,*Econlink.com.ar Textos de Análisis Económico*, 2004
- **SAPAG CHAIN**Nassir y Reinaldo, Preparación y Evaluación de Proyectos,3ra. Edición, McGRAW-HILLSAPAG
- **ACOSTA**, Alberto; Curso Básico de Administración de Empresas, Mercadeo; Edit. Norma S.A. ; 1991.
- **ACHIG**, Lucas; Metodología de la investigación Social ; Edit. Idis; Universidad de Cuenca. Enero 1996.
- **ROSENBERG** J.M; Diccionario de Administración y Finanzas; Edit. Océano; Barcelona –España (1995).
- **PASACA**, Mora Manuel, Manual para la elaboración de proyectos de graduación a Nivel Superior; editorial Offset Imagen, 2009.
- **RONALD M.**Weiers, Investigación de Mercados, México, 1 986.
- **ARMIJOS**, Eduardo y **ARMIJOS** Alex (2009). Guía para la elaboración y Evaluación de Proyectos de Investigación, primera edición, Loja - Ecuador
- **PRIETO**, Jorge. (2004).Los Proyectos, segunda edición, Bogotá
- **FONAPRE BID** (1981). Preparación de proyectos, Quito-Ecuador

## BIBLIOGRAFÍA EN INTERNET

- [elprisma.com/apuntes/administracion\\_de\\_empresas/organigramasymanualesadministrativos/](http://elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/organigramasymanualesadministrativos/).
- [mitecnologico.com/Main/LaProducciónArtesanal](http://mitecnologico.com/Main/LaProducciónArtesanal)
- [es.wikipedia.org/wiki/Barro/Lana/Fomix](http://es.wikipedia.org/wiki/Barro/Lana/Fomix)

**K) ANEXOS**

The image features the text "K) ANEXOS" in a bold, blue, sans-serif font. The letters are slightly slanted to the right. Below the text is a shadow in a brownish-gold color, which is also slanted to the right, creating a 3D effect. The shadow is positioned directly beneath the text, following its curve.

# ANEXO 1: ENCUESTAS

## ANEXO 1.1: A LOS DEMANDANTES

Estimada amiga (o) el objeto de la presente encuesta es con la finalidad de llevar a cabo una investigación de mercado, mismo que nos ayudara a detectar una oportunidad de producir y comercializar artesanías en nuestra ciudad de Loja, para lo cual requerimos de su valiosa colaboración veraz y efectiva.

### 1. ¿En su familia compran manualidades artesanales?

Si.....

No.....

Si su respuesta fue negativa continúe por la pregunta 5

### 2. ¿De las siguientes manualidades artesanales para su hogar cuales son de su preferencia?

Barro ( ) Fomix ( ) Lana ( ) Guadua ( ) Madera ( ) Tagua ( ) Vidrio ( ) Tela ( )

Otros.....

### 3. ¿Cuál es el precio que Ud. paga por los siguientes productos de su preferencia?

BARRO		FOMIX		LANA	
Adornos	\$	Cuadros	\$	Bufanda	\$
Floreros	\$	Piñatas	\$	Gorros	\$
Cantaros	\$	Portarretratos	\$	Tapetes	\$
Maceteros	\$	Motivos dif.	\$	Carteras	\$
Jarrones	\$	Adornos	\$	Adornos	\$
Otros	\$	Otros	\$	Otros	\$

### 4. ¿En qué lugar adquiere Ud., manualidades de tipo artesanal en Barro, Fomix y Lana para su hogar?

a) Bazares ( )

b) Tiendas de manualidades artesanales ( )

c) Patronato Municipal ( )

d) Centro comerciales ( )

e) Catálogos ( )

f) Concejo Provincial ( )

g) Exposiciones y ferias ( )

Otros cuales.....

5. ¿Usted ha recibido algún tipo de promociones por la compra?

Si.....

No.....

6. ¿Si se implementara en la ciudad de Loja, una Empresa de manualidades artesanales en Barro, Fomix y Lana, Usted compraría el producto?

Si.....

No.....

7. ¿De las siguientes alternativas sírvase marcar con una (x), que producto estaría Ud., dispuesto a adquirir de acuerdo a sus gustos y preferencias?

BARRO		FOMIX		LANA	
Adornos		Cuadros		Bufanda	
Floreros		Piñatas		Gorros	
Cantaros		Portarretratos		Tapetes	
Maceteros		Motivos dif.		Carteras	
Jarrones		Adornos		Adornos	
Otros		Otros		Otros	

8. ¿Cada qué tiempo y en qué cantidad compraría Ud., manualidades artesanales en Barro, Fomix y Lana?

BARRO					
CANTIDAD	TIEMPO				
	Quincenal	Mensual	Trimestral	Semestral	Anual
Adornos					
Floreros					
Cantaros					
Maceteros					
Jarrones					
Otros					
FOMIX					
CANTIDAD	TIEMPO				
	Quincenal	Mensual	Trimestral	Semestral	Anual
Adornos					
Cuadros					
Piñatas					
Portarretratos					
Motivos diferentes					
Otros					

LANA					
CANTIDAD	TIEMPO				
	Quincenal	Mensual	Trimestral	Semestral	Anual
Bufanda					
Adornos					
Gorros					
Tapetes					
Carteras					
Otros					

**9. ¿Por qué razones compraría Ud., este tipo de productos?**

- Por afecto personal ( )                      Para obsequiar ( )
- Para decorar su hogar ( )                      Para mejorar imagen de algún local ( )

**10. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto Ud., a pagar por los productos elaborados en Barro, Fomix y Lana?**

BARRO		FOMIX		LANA	
Adornos	\$	Cuadros	\$	Bufanda	\$
Floreros	\$	Piñatas	\$	Gorros	\$
Cantaros	\$	Portarretratos	\$	Tapetes	\$
Maceteros	\$	Motivos dif.	\$	Carteras	\$
Jarrones	\$	Adornos	\$	Adornos	\$
Otros	\$	Otros	\$	Otros	\$

**11. ¿En donde le gustaría adquirir a Ud., el producto?**

- b) Bazares ( )                                      b) Tiendas de manualidades artesanales ( )
- c) Patronato Municipal ( )                      d) Centro comerciales ( )
- e) Catálogos ( )                                      f) Concejo Provincial ( )
- g) Exposiciones y ferias ( )
- Otros cuales.....

**12. ¿En qué tipo de empaque le gustaría a Ud. adquirir su producto?**

- Cartón ( )



Fundas de regalo ( )

Funda plástica ( )

Otros cuales.....

**13. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría a Ud. informarse de la existencia del producto, que va a producir la Empresa?**

<b>RADIO</b>	<b>HORA</b>	<b>PROGRAMA</b>	<b>DIAS</b>
Hechicera			
Ecotel Radio			
Rumba			
Rc Plus			
Radio Matovelle			
Súper Laser			
Ecuasur			
Otras			
<b>TELEVISIÓN</b>	<b>HORA</b>	<b>PROGRAMA</b>	<b>DIAS</b>
Ecotel TV			
UV Televisión			
<b>PRENSA ESCRITA</b>	<b>HORA</b>	<b>PROGRAMA</b>	<b>DIAS</b>
Diario la Hora			
Crónica de la Tarde			
Centinela			

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## ANEXO 1.2: A LOS PRODUCTORES U OFERENTES

Estimado amigo (o) el objeto de la presente encuesta es con la finalidad de llevar a cabo una investigación de mercado, mismo que nos ayudara a detectar una oportunidad de producir y comercializar artesanías en nuestra ciudad de Loja, para lo cual requerimos de su valiosa colaboración veraz y efectiva.

### 1. ¿De las siguientes artesanías cuales ofrece en su local?

- Artesanías en barro.....
- En Fomix.....
- En lana.....
- En madera.....
- En tagua.....
- En guadua.....
- Otras, cuales.....

### 2. ¿Sírvese marcar con una (x) el volumen de ventas semanal, de artesanías?

- |           |              |
|-----------|--------------|
| 1-5 ( )   | 16-20 ( )    |
| 6-10 ( )  | 21-25 ( )    |
| 11-15 ( ) | 25 o más ( ) |

### 3. ¿En forma aproximada, en que porcentaje se han incrementado sus ventas de artesanías con respecto al año anterior?

- 10% ----      20% -----      30% -----

### 4. ¿A quién le compra Ud. los materiales para hacer dichos productos?

Directamente al productor      -----      Distribuidor aut      --  
Intermediarios -----

Otros.....

### 5. ¿Cuál es la procedencia del producto?

Loja----      Cuenca -----      Quito -----      Guayaquil-----  
Otro lugar, Cuales -----

### 6. ¿A qué precio vende Ud. Las artesanías?

En barro (.....) (.....) (.....)      En madera (.....) (.....) (.....)  
En Fomix (.....) (.....) (.....)      En tagua (.....) (.....) (.....)  
En lana (.....) (.....) (.....)      En guadua (.....) (.....) (.....)  
Otros.....

**7. ¿Cómo considera el precio actual de sus productos?**

Bajo ----- Normal ----- Alto -----

**8. ¿En qué medios de comunicación hace conocer sus productos?**

**Radio:** Laser.....Boquerón..... WG Milenio.... Ecotel Radio..... Otros....

**Televisión:** UV Televisión..... Ecotel..... TV Sur.....

**Prensa escrita:** Diario la Hora..... Crónica de la Tarde.... Centinela....

Otros.....

**9. ¿Hace promoción constante de los productos?**

SI ----- NO -----

¿En qué consiste?.....

**10.- ¿El stok de artesanías cubre los volúmenes de venta?**

SI ----- NO -----

Porqué.....

**11. ¿Cuánto tiempo le toma a usted elaborar el producto?**

Horas cuantas ( )

1-2 días ( ) 3-4 días ( ) 5-6 días ( )

Más.....

**12. ¿En donde vende usted su producto?**

c) Exposiciones y ferias ( ) b) San Sebastián-Calle Lourdes ( )

c) Patronato Municipal ( ) d) Centro comercial ( )

e) Locales comerciales de artesanías( ) f) Concejo Provincial ( )

f) Otros lugares.....

**13. ¿Cuáles son sus clientes más frecuente?**

Locales ( ) Nacionales ( ) Extranjeros ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## ANEXO 2: PRESUPUESTO PARA MAQUINARIA Y EQUIPO

MAQUINARIA Y EQUIPOS	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Torno Moldeador	Eléctrico	Unidad	1	120.00	120.00
Amasador	Eléctrico	Unidad	1	100.00	100.00
Horno	En barro y ladrillo	Unidad	1	500.00	500.00
<b>TOTAL</b>					<b>720.00</b>

**Fuente:** Almacenes de nuestra Ciudad de Loja.

**Elaboración:** Las Autoras

## ANEXO 3: PRESUPUESTO PARA MUEBLES Y ENCERES

MUEBLES Y ENCERES	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mesón de trabajo	En cerámica	Unidad	2	150.00	300.00
Sillas de trabajo	Plásticas Pika	Unidad	4	6.00	24.00
Mostradores	En madera	Unidad	2	80.00	160.00
Escritorio mediano	De madera	Unidad	1	80.00	80.00
Silla de oficina	Giratoria	Unidad	1	40.00	40.00
Vitrina	De vidrio	Unidad	1	120.00	120.00
Tachos de basura grande	Plásticos	Unidad	2	15.00	30.00
<b>TOTAL</b>					<b>754.00</b>

**Fuente:** Almacenes de nuestra Ciudad de Loja.

**Elaboración:** Las Autoras.

## ANEXO Nº 4: PRESUPUESTO PARA EQUIPO DE OFICINA

EQUIPO DE OFICINA	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Caja registradora	Electrónica, desglose automático IVA, modelo autorizado por el SRI	Unidad	1	320	320.00
Teléfono	Sencillo, digital	Unidad	1	25	25.00
<b>TOTAL</b>					<b>345.00</b>

**Fuente:** Almacenes de nuestra Ciudad de Loja.

**Elaboración:** Las Autoras

## ANEXO N°5: PRESUPUESTO PARA EQUIPO DE CÓMPUTO

EQUIPO DE COMPUTO	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	V.UNITARIO	V.TOTAL
Computador	Fabricante: Sony Electronics, Vaio Computer, Intel Core i3 2,13Ghz	Unidad	1.00	800.00	800.00
Impresora	Canon Bj C24a Impresora Tinta	Unidad	1.00	50.00	50.00
<b>TOTAL</b>					<b>850.00</b>
Reinversión				<b>4° año</b>	<b>964.51</b>

**Fuente:** MASTER. PC.

**Elaboración:** Las Autoras

## ANEXO 6: PRESUPUESTO PARA HERRAMIENTAS

HERRAMIENTAS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Tijeras	Unidad	3	4.00	12.00
Pistola silicón	Unidad	3	5.00	15.00
Agujones	Juego	3	1.50	4.50
Croshet	Juego	2	0.75	1.50
Pinceles	Unidad	10	0.50	5.00
Engrampadora	Unidad	2	2.50	5.00
Vasijas o recipientes	Unidad	3	10.00	30.00
Estiletes	Unidad	2	1.00	2.00
Balanza	Unidad	1	15.00	15.00
<b>TOTAL</b>				<b>90.00</b>

**Fuente:** Almacenes de nuestra Ciudad de Loja.

**Elaboración:** Las Autoras.

## ANEXO 7: DEPRECIACIONES DE LOS ACTIVOS FIJOS

DENOMINACIÓN	COSTO HISTORICO	VIDA UTIL	% DE DEPREC.	VALOR RESCATE	DEPREC. ANUAL	VALOR RESIDUAL PARA EL 5to. AÑO
Valor de Maquinaria y Equipo	720.00	10	10%	72.00	64.80	396.00
Valor de Equipo de Oficina	345.00	10	10%	34.50	31.05	189.75
Valor del Equipo de Computo	850.00	3	33.33%	283.31	188.90	472.20
Reinversión Equipo de Computo	964.51	3	33.33%	321.47	214.35	535.82
Valor de Muebles y Enceres	754.00	10	10%	75.40	67.86	414.70
Valor de Herramientas	90.00	10	10%	9.00	8.10	49.50
<b>TOTAL</b>					<b>575.05</b>	<b>2057.97</b>

**Fuente:** Anexos 2, 3, 4, 5, 6.

**Elaboración:** Las Autoras.

## ANEXO 8: PRESUPUESTO DE LOS ACTIVOS DIFERIDOS

ESPECIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN	TIEMPO DE DURACIÓN	VALOR TOTAL
<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>	<b>ETAPAS</b>		
	1. Contratación de Abogado (Escritura Pública de Constitución de Compañías)	1 Día	250,00
	2. Apertura de Cuenta (Capital en un Banco)	2 Días	200,00
	3. Valuación de Bienes Muebles e inmuebles que se aportaran como capital	4 Días	50,00
	4. Publicación de la constitución de empresa en un diario la Hora	3 Días	80,00
	5. Afiliación a la Cámara de Comercio de Loja	1 Día	75,00
	6. Inscripción de Escritura de constitución en el Registro Mercantil	8 Días	15,00
	7. Inscripción de nombramientos en el Registro Mercantil	8 Días	10,00
	8. Inscripción al RUC	1 Día	-
	9. Pago al Cuerpo de Bomberos	1 Día	25,00

	10. Permiso Sanitario de y certificado sanitario de los empleados del local	3 Días	60,00
<b>ESTUDIO DEL PROYECTO</b>	Proyecto para la creación de la empresa de manualidades artesanales en la Ciudad de Loja	3 Meses	1.400,00
<b>MARCAS Y PATENTES</b>	Ley de Régimen Municipal Registro de Patente	5 Días	250,00
<b>LINEA TELEFÓNICA</b>	Facilita la comunicación con los clientes especialmente para el servicio a domicilio	1 Mes	200,00
<b>ADECUACIÓN DEL LOCAL</b>	Pintado de paredes del local y Adecuaciones generales	15 Días	180,00
Sub - Total			2.595,00
Imprevistos 3%			77,85
<b>TOTAL</b>			<b>2.672,85</b>

**Elaboración:** Las Autoras.

## **ANEXO 9: PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA**

### **ANEXO 9.1: MATERIA PRIMA PARA PRODUCTOS ELABORADOS EN BARRO**

<b>Materia prima para elaborar 1500 productos en BARRO</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD ANUAL</b>	<b>TOTAL</b>
Barro	saco	10.00	8	80.00
Arena fina del rio	saco	8.00	8	64.00
Barro rojo	saco	5.00	4	20.00
<b>TOTAL</b>				<b>164.00</b>

**Fuente:** Centro Artesanal del Barrio Cera

**Elaboración:** Las Autoras

**ANEXO 9.2: MATERIA PRIMA PARA PRODUCTOS ELABORADOS EN FOMIX**

<b>Materia Prima para elaborar 2500 productos en FOMIX</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD ANUAL</b>	<b>TOTAL</b>
Fomix corrugado color azul	1 pliego	0.70	500	350.00
Fomix normal de colores rojo, fucsia, negro, tabaco, turquesa y amarillo.	1 pliego	1.00	500	500.00
Cartulina	1 pliego	0.35	500	175.00
<b>TOTAL</b>				<b>1025.00</b>

**Fuente:** Graficas Santiago

**Elaboración:** Las Autoras

**ANEXO 9.3: MATERIA PRIMA PARA PRODUCTOS ELABORADOS EN LANA**

<b>Materia Prima para elaborar 660 productos en LANA</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD ANUAL</b>	<b>TOTAL</b>
Lana perle	madejas de 50gr.	1.10	1390	1529.00
<b>TOTAL</b>				<b>1529.00</b>

**Fuente:** Almacenes de manualidades y artesanías de nuestra Ciudad.

**Elaboración:** Las Autoras

La empresa está en capacidad de producir 8736 manualidades artesanales al año , pero por razones de inicio de actividades y estar sujeto a cierto riesgo, atenderá en un 42%, el primer año, elaborando 15 unidades diarias y laborando 313 días al año se realizaran 4695 manualidades artesanales, trabajando 12 horas diarias de Lunes a Viernes de 07:00 am hasta las 19:00pm y los sábados de 10:00 am hasta las 16:00 pm, el 63% el segundo año, a partir del tercer año trabajara con el 73% de la capacidad instalada, el cuarto año con un 86% y finalmente al quinto año con el 100% que corresponde a 24 unidades es decir 8736 manualidades artesanales al año.

Cabe recalcar que de año a año se incrementará un 16,80% en la producción de nuestra empresa.



## ANEXO 9.4: PROYECCIÓN DE MATERIA PRIMA DIRECTA

AÑOS	UNIDADES A PRODUCIR	VALOR ANUAL	V/ANUAL CAP DE INFLACIÓN (3,21%)
1	4695	2718,00	2718,00
2	5426	3140,92	3241,74
3	6270	3629,65	3746,16
4	7245	4194,42	4329,06
5	8373	4847,07	5002,66

**Fuente:** Sumatoria de los Anexos 9.1; 9.2; 9.3.

**Elaboración:** Las Autoras

## ANEXO 10: PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA

MATERIA PRIMA INDIRECTA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Marcadores de fomix	Unidades	12	0,85	10,20
Barra de silicón	kilos de 88 unidades	5	5,10	25,50
Lápiz	Unidades	24	0,25	6,00
Cinta Scosht	Unidades	24	0,35	8,40
Pintura de Agua	Unidades de 1/8	12	1,80	21,60
Laca	Litros	7	5,30	37,10
Cinta de Embalaje	Unidades	8	0,85	6,80
Fundas para la venta	Fundas de 100 unidades	10	1,50	15,00
Leña	Lote	25	5,00	125,00
<b>TOTAL</b>				255,60

**Fuente:** Almacenes de nuestra Ciudad

**Elaboración:** Las Autoras

## ANEXO 10.1: PROYECCIÓN DE MATERIA PRIMA INDIRECTA

AÑOS	UNIDADES A PRODUCIR	VALOR ANUAL	V/ANUAL CAP DE INFLACIÓN (3,21%)
1	4695	255,60	255,60
2	5426	295,37	263,80
3	6270	341,33	272,27
4	7245	394,44	281,01
5	8373	455,78	290,03

**Fuente:** Anexo 10

**Elaboración:** Las Autoras

## ANEXO 11: PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

DENOMINACIÓN	VALORES
Remuneración Unificada	264,00
Décimo 3	22,00
Décimo 4	22,00
Vacaciones	11,00
Aporte Patronal 11.15% R.U.C.	29,44
Aporte al IECE 0.5%	1,32
Aporte al SECAP 0.5%	1,32
<b>Total</b>	<b>351,08</b>
Número de obreros	2
Total Mensual	702,15
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>8.425,82</b>

**Fuente:** La tablita 2010.

**Elaboración:** Las Autoras

## ANEXO 11.1: PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA DIRECTA

AÑOS	VALOR ANUAL 3.21%
1	8.425,82
2	8.696,29
3	8.975,44
4	9.263,56
5	9.560,92

**Fuente:** Anexo 11

**Elaboración:** Las Autoras

## ANEXO 12: PRESUPUESTO DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS

DENOMINACIÓN	GERENTE/ CAJERO	SECRETARIA/CON TADORA	ASESOR JURIDICO
Remuneración Unificada	400,00	290,00	270,00
Decimo Tercero	33,33	24,17	22,50
Decimo Cuarto	22,00	22,00	22,00
Vacaciones	16,67	12,08	11,25
Aporte Patronal 11.15% R.U.C	44,60	32,34	30,11
Aporte al IECE 0.5%	2,00	1,45	1,35
Aporte al SECAP 0.5%	2,00	1,45	1,35
Total:	520,60	383,49	358,56
Número de Personas	1	1	1
Total Mensual	520,60	383,49	358,56
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>6247,20</b>	<b>4601,82</b>	<b>4302,66</b>

**Fuente:** La Tablita 2010.

**Elaboración:** Las Autoras

### ANEXO 13: PRESUPUESTO DE SUMINISTROS DE OFICINA

ESPECIFICACIONES	UNIDADES	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Kit de escritorio	Kit	10,00	2	20,00
Carpetas Archivo	Unidades	2,00	6	12,00
Esferográficos	docena	3,00	2	6,00
Tinta Impresora	cartuchos	20,00	4	80,00
<b>TOTAL</b>				<b>118,00</b>

**Fuente:** Librerías de la ciudad.

**Elaboración:** Las Autoras

### ANEXO 14: PRESUPUESTO DE CONSUMO TELEFÓNICO

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Consumo Telefónico	minu/seg.	25,00	300,00
<b>TOTAL</b>			<b>300,00</b>

**Fuente:** CNT.

**Elaboración:** Las Autoras

### ANEXO 15: PRESUPUESTO DE GASTOS GENERALES POR SERVICIO

GASTOS GENERALES	UNIDAD	PRECIO. UNIT.	CANT. ANUAL	TOTAL
Delantales de plástico grueso	unidad	3.25	2	6.50
Caja de mascarillas	unidad	15.00	1	15.00
Detergente	Fundas. 500gr	3.00	12	36.00
Escobas	unidades	1.50	4	6.00
Fundas de Basura	Docena	1.00	12	12.00
Franelas	unidad	0.50	6	3.00
Rociadores	unidad	1.00	5	5.00
Trapeador	unidad	2.00	3	6.00
Caja de Guantes	unidad	1.20	1	1.20
Balde para limpieza	unidad	4.00	3	12.00
<b>TOTAL</b>				<b>102.70</b>

**Fuente:** Almacén Loja limpia

**Elaboración:** Las Autoras

### ANEXO 16: PRESUPUESTO DE ARRIENDO

ESPECIFICACIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo del local para la producción y venta	250,00	3000,00
<b>TOTAL</b>		<b>3000,00</b>

**Fuente:** Locales de la Ciudad

**Elaboración:** Las Autoras

## ANEXO 16.1: PROYECCIÓN DE LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS

AÑOS	SUELDOS 3,21%	SUMINISTROS 3,21%	TELÉFONO 3,21%	GASTOS GENERALES 3,21%	ARRIENDOS 3,21%	IMPREVISTOS 3%	TOTAL
1	15151.68	118.00	300.00	102.70	3000.00	560.17	19232.55
2	15638.05	121.79	309.63	106.00	3096.30	578.15	19849.92
3	16140.03	125.70	319.57	109.40	3195.69	596.71	20487.10
4	16658.13	129.73	329.83	112.91	3298.27	615.87	21144.73
5	17192.85	133.90	340.41	116.54	3404.15	635.64	21823.48

**Fuente:** Anexo 11, 12, 13, 14, 15

**Elaboración:** Las Autoras

## ANEXO 17: PRESUPUESTO DE CARGA FABRIL

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
Agua	m3	0.05	500	25.00	300.00
Energía Eléctrica	kw/h	0.10	600	60.00	720.00
<b>TOTAL</b>					1,020.00

**Fuente:** Municipio, EERSSA

**Elaboración:** Las Autoras

## ANEXO 17.1: PROYECCIÓN DE LA CARGA FABRIL

ESPECIFICACIÓN	AÑO 1 3,21%	AÑO 2 3,21%	AÑO 3 3,21%	AÑO 4 3,21%	AÑO 5 3,21%
Agua	300.00	309.63	319.57	329.83	340.41
Energía Eléctrica	720.00	743.11	766.97	791.59	817.00

**Fuente:** Anexo 16

**Elaboración:** Las Autoras

## ANEXO 18: PRESUPUESTO DEL SUELDO DEL VENDEDOR

DENOMINACIÓN	SUELDO DEL VENDEDOR
Remuneración Unificada	264.00
Décimo Tercero	22.00
Décimo Cuarto	22.00
Vacaciones	11.00
Aporte Patronal 11.15% R.U.C.	29.44
Aporte al IECE 0.5%	1.32
Aporte al SECAP 0.5%	1.32
<b>Total</b>	<b>351.08</b>
Número de personas	1
Total Mensual	351.08
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>4212.91</b>

**Fuente:** La tablita

**Elaboración:** Las Autoras

## ANEXO 19: PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD

PUBLICIDAD	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD (2 VECES AL MES)	PRECIO	TOTAL
Radio	Cuñas publicitarias (Radio Sociedad)	36	15.00	540.00
Medios Escritos	Anuncios Clasificados (Diario La Hora)	36	5.00	180.00
Medios televisivos	Spots publicitarios (Ecotel tv - UV Televisión)	36	50.00	1,800.00
Letrero con nombre del local	Luminoso; 2 x 0,75	1	150.00	150.00
<b>TOTAL</b>				<b>2,670.00</b>

**Fuente:** Medios de comunicación

**Elaboración:** Las Autoras

### ANEXO 19.1: PROYECCIÓN DE LOS GASTOS DE VENTA

AÑOS	SUELDOS	PUBLICIDAD 3,21%	IMPREVISTOS 3%	TOTAL
1	4,212.91	2,670.00	206.49	7,089.40
2	4,348.15	2,755.71	213.12	7,089.40
3	4,487.72	2,755.71	217.30	7,089.40
4	4,631.78	2,904.39	226.08	7,089.40
5	4,780.46	2,997.62	233.34	7,089.40

**Fuente:** Anexo 18, 19

**Elaboración:** Las Autoras

## ANEXO 20: PRESUPUESTO PARA REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO DE LOS ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS FIJOS	VALOR	ALÍCUOTA	VALOR ANUAL
Maquinaria y Equipo	720,00	1%	7,20
Muebles y Enceres	754,00	1%	7,54
Equipo de Computo	850,00	1%	8,50
Equipo de Oficina	345,00	1%	3,45
Herramientas	90,00	1%	0,90
<b>TOTAL</b>			<b>26,69</b>

**Fuente:**Anexo 2, 3, 4, 5, 6

**Elaboración:** Las Autoras

# 1) ÍNDICE

The image features the text "1) ÍNDICE" in a bold, blue, sans-serif font. The text is slightly slanted to the right. Below the text is a brown shadow that mirrors the shape of the letters, creating a 3D effect. The background is plain white.

## i. INDICE

### CONTENIDOS

#### PAGINAS

Certificación.....	i
Autoría.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Dedicatoria.....	iv
TÍTULO.....	2
RESUMEN EN ESPAÑOL.....	4
RESUMEN EN INGLÉS.....	6
INTRODUCCIÓN.....	9
REVISIÓN DE LITERATURA.....	13
MATERIALES Y MÉTODOS.....	32
RESULTADOS.....	37
Estudio de Mercado.....	38
Objetivos.....	38
Características del Demandante.....	38
Características del producto.....	39
Estudio de la demanda.....	41
Demanda Potencial.....	53
Demanda Actual o Real.....	53



Demanda Efectiva.....	54
Análisis de la Oferta.....	56
Demanda Insatisfecha.....	63
Comercialización.....	64
Análisis de la Competencia.....	65
Plan de Marketing.....	66
Políticas de Venta.....	73
Estudio Técnico.....	74
Capacidad Instalada.....	75
Capacidad Utilizada.....	76
Localización del proyecto.....	77
Ingeniería del Proyecto.....	80
Diagrama de Flujo de Proceso de Producción.....	92
Ingeniería de la Planta.....	96
Estudio Legal y Administrativo.....	98
Organización Administrativa.....	104
Organigramas.....	106
Manual de Funciones.....	108
Estudio Económico Financiero.....	115
Inversiones.....	115
Resumen de la Inversión Total Prevista.....	120
Financiamiento de la Inversión.....	120

Presupuesto de operación para 5 años.....	123
Costos Fijos y Variables.....	125
Estructura de Costos y Establecimiento de ingresos del Proyecto.....	126
Punto de Equilibrio.....	129
Evaluación Financiera.....	134
Estado de Pérdidas y Ganancias.....	134
Flujo de Caja.....	135
Valor Actual Neto.....	135
Periodo de Recuperación del Capital.....	137
Tasa Interno de Retorno.....	138
Relación Beneficio Costo.....	138
Análisis de Sensibilidad.....	139
DISCUSIÓN.....	143
CONCLUSIONES.....	146
RECOMENDACIONES.....	149
BIBLIOGRAFÍA.....	151
ANEXOS.....	153
ÍNDICE.....	176