



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS SOBRE: DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES ARQUITECTÓNICOS EN LA CIUDAD DE LOJA.”

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Autora:

✓ Lizette Estefanía Toledo Armijos

Director:

✓ Ing. Manuel Enrique Pasaca Mora

LOJA – ECUADOR

2016

*No todos ocupan
mejores puestos, sino
los más preparados,
aunque no sean genios.*

CERTIFICACIÓN

**ING. COM. MANUEL ENRIQUE PASACA MORA DOCENTE DE LA
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD
NACIONAL DE LOJA.**

CERTIFICA:

Haber dirigido el proceso investigativo de la señorita: LIZETTE ESTEFANÍA TOLEDO ARMIJOS, cuyo tema se intitula “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS SOBRE: DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES ARQUITECTÓNICOS EN LA CIUDAD DE LOJA.**” el mismo que luego de ser revisado y realizado las correcciones necesarias durante el periodo académico marzo – julio 2015, ha culminado de acuerdo al cronograma establecido, cumpliendo con los aspectos de fondo y de forma exigidos en el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, por tal razón autorizo su presentación para los trámites correspondientes.

Particular que certifico para los fines pertinentes.

Loja, marzo del 2016.

Atentamente,



Ing. Manuel Enrique Pasaca Mora

DIRECTOR DE TESIS

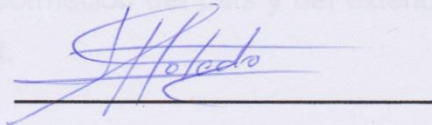
AUTORIA

Yo, Lizette Estefanía Toledo Armijos, declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio Institucional-Biblioteca virtual.

Autora: Lizette Estefanía Toledo Armijos

Firma:



Cédula: 1104650880

Fecha: Loja, marzo del 2016

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Lizette Estefanía Toledo Armijos declaro ser autora de la tesis titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS SOBRE: DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES ARQUITECTÓNICOS EN LA CIUDAD DE LOJA.”**, como requisito para obtener el grado de Ingeniera en **Administración de Empresas**; autorizó al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que confines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con los cuales tenga convenio la Universidad.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 7 días del mes de marzo del 2016, firma la autora.

Firma: _____



Autora: Lizette Estefanía Toledo Armijos

Lizette Toledo A.

Cédula: 1104650880

Dirección: Loja, Av. Pio Jaramillo y Abraham Lincoln

Correo electrónico: lirio_azul87@yahoo.es **Teléfono:** 0986693709

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Ing. Manuel Enrique Pasaca Mora

Tribunal de Grado

PRESIDENTE: Ing.Com. Bernardo Patricio Cuenca Ruiz.

VOCAL: Ing. Com. Elvia Lucia Valverde Marín.

VOCAL: Ing. Com. Santiago Javier Ludeña Yaguache.

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la vida y la sabiduría necesaria para culminar con una meta más en mi vida.

A la Universidad Nacional de Loja, y en especial a los docentes de la carrera de Administración de Empresas por haberme impartido sus valiosos conocimientos y experiencias, mismas q permitieron el desarrollo exitoso de la presente investigación.

A mi familia, en especial a mi madre por su apoyo incondicional.

Lizette Toledo A.

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado especialmente a mi madre por ser un ejemplo de lucha y entrega constante, a mis familiares y amigos por sus palabras de aliento y sus buenos deseos.

Lizette Toledo A.

a. TITULO

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLMENCIÓN DE UNA
EMPRESA DE SERVICIOS SOBRE: DISEÑO Y DECORACIÓN DE
INTERIORES ARQUITECTÓNICOS EN LA CIUDAD DE LOJA.”**

b. RESUMEN

El presente estudio se realizó con el objetivo de determinar la viabilidad y factibilidad de implementar una empresa de servicios sobre Diseño y Decoración de Interiores arquitectónicos en la ciudad de Loja.

El diseño de interiores considera los factores psicológicos humanos, los conceptos del diseño y la composición, así como la ergonomía y la antropometría, pero en la localidad las personas tienden a diseñar el interior de sus viviendas de forma empírica, generando grandes problemas tanto a nivel físico como psicológico.

Debido a estos aspectos se plantea el siguiente tema **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS SOBRE: DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES ARQUITECTÓNICOS EN LA CIUDAD DE LOJA”**. Con el mismo que se pretende obtener rentabilidad y generar nuevas fuentes de trabajo en el sector.

Para poder llegar a cabo esta investigación se planteó un objetivo general y cuatro objetivos específicos, además métodos como el deductivo que se lo utilizó para recabar información general de las viviendas en la ciudad de Loja, y el método inductivo que se lo aplicó en el análisis de las encuestas.

En el estudio de mercado, se determinó que el mercado meta está conformado por las personas con vivienda propia de la ciudad de Loja. En base a los resultados, se pudo establecer que la demanda efectiva es de 33.628

viviendas, la oferta de 16.814 viviendas y la demanda insatisfecha de 16.814 viviendas.

Mediante el estudio técnico se pudo establecer una capacidad instalada de 219 proyectos y una capacidad utilizada de 52 proyectos al año. El presente proyecto tendrá una vida útil de 5 años y su instalación será en la ciudad de Loja, en el sector de la Tebaida baja, por la facilidad de movilidad hacia distintos puntos de la ciudad, además por la facilidad de estacionamiento para nuestros clientes.

Se estableció que la inversión es de \$ 17.848,20 dólares, el costo total para el primer año de \$ 44.671,69 y los ingresos de \$52.000,00 lo que fragmentando en costos fijos y variables da como resultado el punto de equilibrio para el primer año de 81,66% de capacidad instalada, ingresos por ventas de \$42.465,49 dólares y 42 proyectos de diseño de interiores.

Aplicados los principales criterios para efectuar la evaluación financiera del proyecto se determinó que el valor actual neto es positivo con un valor de \$19.335,73; la tasa interna de retorno de 43,89% que de acuerdo a comparación es mayor que la tasa de costo de oportunidad del capital de 11%; la relación del beneficio costo indica que por cada dólar invertido se obtendrá \$0,20 centavos de rendimiento, la inversión se recuperará en 2 años, 2 meses y 24 días. En consecuencia con dichos resultados y asociados al resto del estudio queda demostrado que es factible la implementación del proyecto propuesto.

SUMMARY

The present study was conducted to determine the feasibility and practicality of implementing a service of architectural design and interior decoration in the city of Loja.

Interior design considers human psychological factors, the concepts of design and composition, as well as ergonomics and anthropometry, but in the village people tend to design the interior of their homes empirically, causing major problems both at physical and psychological.

Because of these aspects next topic "INTERIOR DESIGN AND DECORATION ARCHITECTURE IN THE CITY OF LOJA PROJECT FEASIBILITY FOR THE IMPLEMENTATION OF A COMPANY OF SERVICES". The same is to obtain profitability and generate new jobs in the sector.

To reach out this research an overall goal and four specific objectives, as well methods as deductive who used it to gather general information of homes in the city of Loja, and the inductive method as applied in the analysis raised surveys.

In the market study, it was determined that the target market is made up of people with homeownership in the city of Loja. Based on the results, it was established that the effective demand of 33,628 homes, 16,814 housing supply and unmet demand for 16,814 homes.

Through technical study could establish an installed capacity of 219 projects and capacity utilization of 52 projects per year. This project will have a useful life of 5 years and its installation will be in the city of Loja, in the field of Tebaida low, ease of mobility to different parts of the city, and the ease of parking for our customers.

It was established that the investment is \$ 17,848.20 , the total cost for the first year of \$ 44,671.69 and \$ 52,000.00 income which fragmenting into fixed and variable costs resulting breakeven for the first year of 81.66% of installed capacity, sales revenue of \$ 42,465.49 and 42 interior design projects.

He applied the main criteria for making the financial evaluation of the project was determined that the net present value is positive with a value of \$ 19,335.73; the internal rate of return of 43.89 % according to that comparison is greater than the rate of opportunity cost of capital of 11%; the cost-benefit ratio indicates that for every dollar invested will get \$ 0.20 cents of return, the investment will be recovered in 2 years, 2 months and 24 days. Consistent with these results and associated with the remainder of the study demonstrated that the implementation of the proposed project is feasible.

c. INTRODUCCIÓN

El diseño de interiores al ser un complemento de la arquitectura convencional es un área en donde la planificación y el diseño conceptual y funcional de los espacios interiores exigen suma creatividad, de acuerdo a las necesidades de los usuarios y a su función específica. Centra su eje de estudio en comprender las dimensiones del espacio, capaces de ser proyectados en una realidad específica. Además tiene como fin diseñar y crear espacios para vivir, trabajar, descansar, a partir de la creatividad, los materiales utilizados y las formas, figuras, colores y texturas utilizadas para recrear y decorar estos espacios.

Por este motivo el presente trabajo de investigación denominado “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLMETACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS SOBRE; DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES ARQUITECTÓNICOS EN LA CIUDAD DE LOJA.”, ofrece una alternativa a las familias con vivienda propia de la ciudad de Loja, redistribuyendo los espacios con los que cuenta actualmente para aprovecharlos eficientemente y por ende mejorar su calidad de vida.

En el resumen se hace una presentación de todo el trabajo investigativo destacando los elementos más relevantes que permiten tener una visión claro de todo el trabajo investigativo.

La revisión de literatura incluye los conceptos relacionados con los proyectos de inversión, estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero,

evaluación financiera y aspectos relacionados con el tema en estudio como lo es el diseño de interiores arquitectónicos.

Los materiales y métodos incluyen equipos y suministros de oficina, además de métodos como el método deductivo que permitió el desarrollo del marco teórico y determino la cantidad de encuestas aplicadas, y el método inductivo que se lo aplico en el análisis de las encuestas para conocer el nivel de acogida del servicio en la localidad.

Las técnicas aplicadas fueron la observación directa que permitió obtener información de primera mano y la encuesta para conocer los gustos y preferencias de los clientes.

En los resultados se incluyen las encuestas aplicadas a las familias con vivienda de la ciudad de Loja, con el fin de determinar la demanda potencial, demanda real y demanda efectiva que permitirá el adecuado desarrollo de la tesis.

En la discusión incluye aspectos como:

EL Estudio de Mercado para determinar la oferta y demanda del servicio entre las familias con vivienda propia de la ciudad de Loja en lo que respecta al servicio de Diseño de interiores arquitectónicos.

El estudio técnico que permite determinar los requerimientos de la Ingeniería del Proyecto, tomando en consideración el tamaño y localización de la planta así como también la naturaleza del servicio a prestarse.

El estudio financiero para determinar el monto de inversión y el financiamiento de las mismas, los costos e ingresos que genere el proyecto, identificar los estados financieros y determinar el punto de equilibrio.

La evaluación financiera del proyecto que a través de los diferentes indicadores financieros como son El VAN, LA TIR, RELACION BENEFICIO/COSTO, PERIODO DE RECUPERACION DEL CAPITAL, ANALISIS DE SENSIBILIDAD permiten establecer la factibilidad del proyecto.

Finalmente, se incluyen las conclusiones y recomendaciones del presente proyecto.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

d.1. MARCO REFERENCIAL

Para la realización del presente proyecto se tomó como referencia la siguiente investigación:

Antecedentes sobre estudios de diseño y decoración:

De acuerdo con Moncayo Zulma en el estudio realizado para el cantón Quito se tiene que:

- El Estudio de Mercado, permitió identificar una demanda insatisfecha de 1562 viviendas, departamentos, villas y negocios para el servicio de Diseño y Decoración de Interiores, lo que da la pauta para la creación de una empresa que realice diseño y ejecución de obra, abarcando inicialmente un 3.84% de esa demanda insatisfecha.
- A través del Estudio Técnico se logró determinar la capacidad de servicio de la empresa, concluyendo que en base a la demanda insatisfecha, el mercado meta será de 60 proyectos anuales, comprendidos entre actividades de diseño y decoración.
- En cuanto al Estudio Financiero, mediante la utilización de criterios de evaluación, logramos conocer que el lapso de 5 años, la empresa al no tener financiamiento (Proyecto), generará una utilidad del 22% sobre la inversión y con financiamiento (Inversionista), la utilidad sobre la inversión será del 75%, por lo cual el proyecto más rentable es el que tiene financiamiento debido al apalancamiento financiero.

Para la realización del presente proyecto se toma como referencia las siguientes empresas:

Denominación de la empresa:



Ubicación: C/ Las Eras, Nº 18, Salamanca.

37005 Salamanca.

Correo: interiorismo@grupocarman.com

Teléfono: 923 625 233 - 679 431 201

Email: info@luxurydesign.es

Son un equipo de profesionales del mundo de la vivienda, abarcan todos los ámbitos, construcción de obra nueva, reformas de interior, decoración, diseño y venta de mobiliario, etc.

Han crecido especialmente en la creación de viviendas singulares. Consideran que es necesario diseñar individualmente para ofrecer a sus clientes la posibilidad de retratar su propio perfil, de manera que su casa sea fiel reflejo de su personalidad.

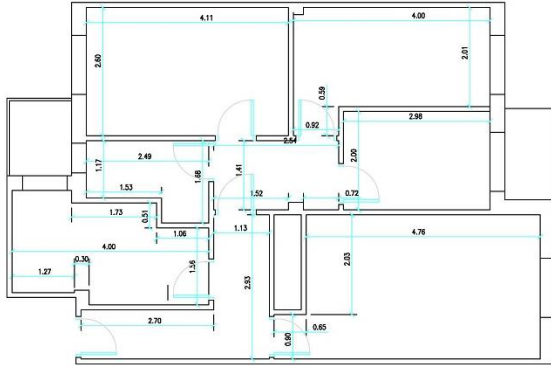
Disponen de varias secciones en la empresa para asegurar el buen fin de cada proyecto, estudio y diseño de reformas, decoración e interiorismo, representaciones en realidad virtual, medición y presupuestos, control de calidad y atención al cliente.

Servicios

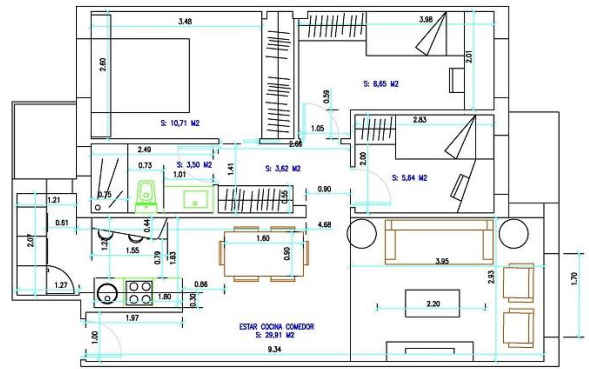
- Proyecto de decoración
- Reforma integral
- Decoración de jardines, entre otros servicios. (Design, 2016)

REFORMA 3D. FUSIÓN DE ESPACIOS

Planta del estado actual

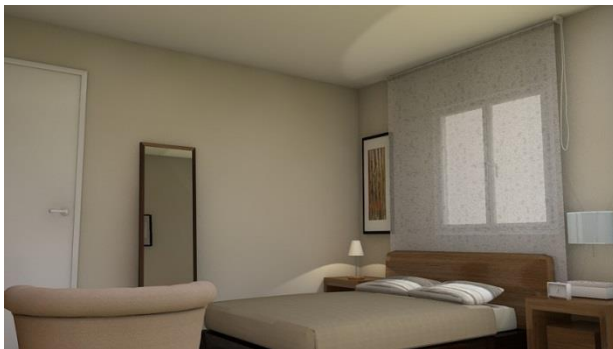


Planta del estado reformado



Proyecto 3D

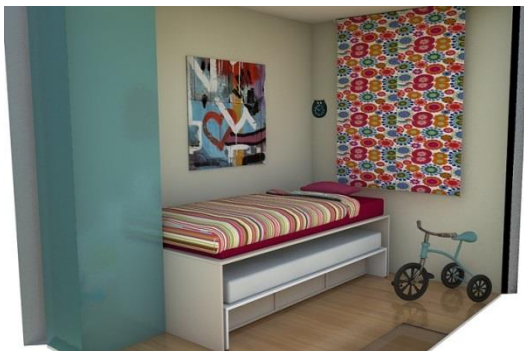
Dormitorio master



Dormitorio 1



Dormitorio 2



Sala-Comedor



Denominación de la empresa:

INTERIORISMO CARMAN

Ubicación: Avda. Mediterraneo,
291-04009 Almería

Correo:

interiorismo@grupocarman.com

Teléfono: 950 887 807



Carman Interiorismo es un Estudio de Proyectos de Diseño Interior especializado en la realización de proyectos a cualquier nivel. Especializados en Hoteles, Locales, Oficinas y Viviendas, podemos desarrollar distintos niveles de diseño, abarcando desde un brainstorming (lluvia de ideas) hasta la realización del proyecto llave en mano. Nos adaptamos a los nuevos tiempos y necesidades prestando servicios online en toda España con presencia en Almería.

Con este servicio online podemos llevar a cabo una reducción de costes y optimización de tiempos dando como resultado la máxima calidad y satisfacción del cliente.

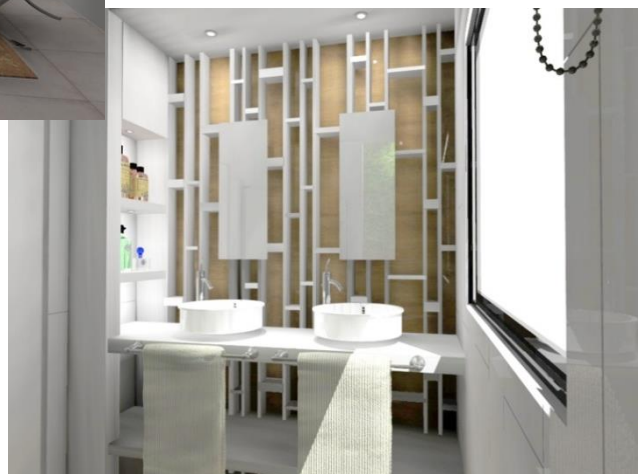
El estudio se encuentra dirigido por Marisa Cuadrado, Técnica Superior en Diseño de Proyectos y Dirección de Obras de Decoración. Más de 15 años de experiencia avalan la valía de esta decoradora, la cual ha llevado a cabo proyectos de envergadura. Es la persona encargada de llevar a cabo el diseño y revisión de cada proyecto que componen el estudio de Interiorismo. Dada su

cuálificación se encarga de asesorar a los clientes y orientarlos en la búsqueda de la opción que mejor se adapte a las necesidades reales en las acciones de diseño interior.

Servicios prestados

Diseño arquitectónico, Diseño de interiores, Decoración, Estudios de distribución, Reformas integrales, Infografía 3D, Diseño decorativo de cocinas, Apartado Low Cost para viviendas.

- **Infografía 3D:** permite ver el proyecto antes de empezarlo tanto de exteriores como interiores. Permitiendo a sus clientes tomar las decisiones más acertadas, visualizando como quedan las ideas que previamente se han establecido. (Interiorismo, 2016)



d.2. MARCO TEÓRICO

1. PROYECTOS DE INVERSIÓN

1.2. DEFINICIÓN

Es un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio útil al ser humano o a la sociedad en general. (Urbina, Evaluación de proyectos , 2001)

1.3. EL CICLO DE LOS PROYECTOS

Un proyecto se desarrolla en diferentes etapas que se suceden y se relacionan entre sí constituyendo lo que llamamos el “ciclo de proyectos”.

1.3.1. ETAPA DE PRE INVERSIÓN

Es el análisis en que se profundiza la investigación en las fuentes secundarias y primarias en el estudio de mercado, detalla la tecnología que se empleara, determinada los costos totales y la rentabilidad económica del proyecto. (CORDOBA, 2011)

1.3.1.1. IDENTIFICACIÓN DE IDEAS BÁSICAS DE PROYECTOS

Identificación de un problema, aprovechamiento de una oportunidad o satisfacción de una necesidad.

Sin “idea” no hay proyecto. Pero hay que contrastar la idea.

1.3.1.2. ESTUDIO A NIVEL DE PERFIL

Una vez que se ha generado las diferentes alternativas de proyectos, se deben evaluar cada una de ellas para poder determinar cuál es su factibilidad técnica y financiera. De esta manera es posible determinar cuál es la opción que podría ser más viable y con mayores probabilidades de éxito para presentarla como alternativa del proyecto.

1.3.1.3. ESTUDIO DE PRE FACTIBILIDAD

Una vez que se ha seleccionado la alternativa más factible y viable, se procede con la tercera etapa del pre inversión que consiste en profundizar sobre la información obtenida en los estudios iniciados a nivel de mercado, técnico, financiero, legal, etc.

- Diagnóstico racional del sector.
- Que sea técnicamente viable.
- Que sea económicamente viable.
- Identificación de problemas y obstáculos.
- Posibles fuentes de financiación.

1.3.1.4. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

En esta etapa se profundiza aún más los estudios y se trata de obtener la información de fuentes primarias. En este nivel el estudio de factibilidad se documenta en su totalidad, mejorando el procesamiento y el análisis de la información obtenida. En este estudio se concluye sobre la factibilidad técnica y financiera del proyecto constituirá el documento final que será sometido a

consideración de las entidades financieras para su aprobación. (FERNANDÉZ, 2007)

1.2.1. ETAPA DE INVERSIÓN

Es básicamente una etapa de movilización de recursos tanto humanos, como financieros y físicos, con el propósito de garantizar los medios idóneos para el cumplimiento posterior del objetivo social de la empresa. Se trata, pues, de un proceso de transformación que utiliza diversos insumos para entregar un producto final.

1.2.1.1. PROYECTOS DE INGENIERÍA

En esta fase se materializa la obra física de acuerdo con los estudios realizados en la etapa de preinversión. Para materializar un proyecto de inversión se elaboran programas arquitectónicos detallados, estudios de ingeniería y de especialidades del proyecto. Se programan las actividades específicas a realizar tomando como base los resultados de los estudios de las fases anteriores.

1.2.1.2. NEGOCIACIÓN DEL FINANCIAMIENTO

Determinados los requerimientos financieros del proyecto es conveniente conocer: las líneas de crédito a las que se puede acceder en el mercado financiero, nacional y/o internacional: información jurídica, organizativa y técnica; tasa de interés plazo de amortización, periodo de gracia, comisiones de compromiso, garantías y avales, condiciones y calendario de desembolsos, etc.

1.2.1.3. IMPLEMENTACIÓN

Consiste en llevar a la práctica lo que teóricamente se concibió en el proyecto, aquí se da paso a las actividades propias que permiten que la nueva unidad productiva este dotada de todos los recursos necesarios para su funcionamiento, se realizan pruebas o ensayos a fin de comprobar que todos los componentes trabajen ópticamente par que en la fase de operación no se produzca desfases o causen paralización a la planta. (PASACA, 2004)

1.2.2. ETAPA DE OPERACIÓN

La fase de operación comienza cuando por primera vez sale hacia el mercado el bien o servicio. Generalmente esta fase de operación y producción es la que tiene mayor duración y corresponde al periodo en el que se espera que el proyecto genere los flujos de efectivo neto que permitan recuperar el capital invertido. (SAPAG, 2011)

1.2.2.1. SEGUIMIENTO Y CONTROL

Se establece un horizonte de análisis o vida útil. Generalmente por razones de convivencia y para efectos de tener un mejor control de las variables que definen los flujos del proyecto. De lo que trata en esta fase es de determinar su esas proyecciones que mostraban esos beneficios se están cumpliendo. De ahí se hace necesario llevar a cabo evaluaciones durante la fase de operación y al final de esta fase.

1.2.2.2. EVALUACIÓN EX-POST

Es un proceso que se realiza inmediatamente después de finalizado el proyecto con el propósito de determinar la validez de las actividades que fueron desarrolladas de acuerdo con los objetivos planteados. Su objetivo es mejorar las actividades puestas en marcha y ayudar en la planificación, programación, e implementación de proyectos futuros. (PASACA, 2004)

1.2.2.3. EVALUACIÓN POST – POSTERIOR

Una vez que el proyecto haya finalizado su vida útil es necesario llevar a cabo una evaluación para determinar si se alcanzaron los objetivos planteados al inicio. Esta etapa si bien es cierto se lleva a cabo al finalizar la vida útil de proyecto, y sus resultados no tienen incidencia en el proceso teóricamente finalizado, es de suma importancia para retroalimentar proyectos que en el futuro realice la empresa o el estado en este mismo sector. (FERNÁNDEZ, 2007)

2. ESTUDIO DE MERCADO

“El estudio de mercado es el conjunto de informaciones que permiten la obtención, el registro y el análisis de los hechos relacionados con la transferencia y la venta de bienes y servicios del fabricante al usuario el éxito de la empresa depende del conocimiento del mercado” (MARTIN)

2.1. INFORMACIÓN BASE

A este lo constituye los resultados provenientes de fuentes primarias y que han sido recogidas mediante diferentes instrumentos o herramientas de

investigación (encuestas, entrevistas, guías de observación, etc) y con diferentes técnicas (muestreo, constatación física, observación, etc.)

2.2.1.1. TAMAÑO DE LA MUESTRA.

Es el número de sujetos que componen la muestra extraída de una población, necesarios para que los datos obtenidos sean representativos de la población.

Formula de proyección

$$Pf = Po(1 + r)^n$$

Nomenclatura

Pf= Población final.

Po= Población inicial.

r= Tasa de crecimiento.

n= Número de años.

Formula de tamaño de la muestra

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

Siendo:

n = Tamaño de la muestra

N = Número de elementos del universo

Z²= Valor crítico (1,96)

p = Probabilidad de éxito (0,5)

q = Probabilidad de fracaso (0,5)

E^2 = Margen de error (0,05)

(**N-1**) = Factor de corrección

N= habitantes

2.2.1.2. ESTIMACIÓN DE LA PROPORCIÓN

Sirve para determinar inicialmente la capacidad de producción con que se iniciara la planta su fase de operación, se lo calcula con la siguiente formula:

$$P=Ex/M$$

2.2.1.3. COEFICIENTE DE CONFIANZA (NIVEL) Y SU VALOR Z

El nivel de confianza es la probabilidad de que el parámetro a estimar se encuentre en el intervalo de confianza.

Los niveles de confianza más usuales son: 90%; 95% y 99%.

2.2.2. PRODUCTO PRINCIPAL

Esto es referido al producto originario del proyecto que han sido recogidos mediante las diferentes técnicas de recolección de Información. En esta parte se detalla claramente el producto sobre el cual se formula el proyecto; se destacan todas sus características con los usos correspondientes y los beneficios en la satisfacción de una necesidad. (proyectos, 1997)

2.2.3. PRODUCTO SECUNDARIO

Son bienes de menor valor obtenidos secundariamente en el proceso de producción de otros productos, y que también pueden venderse.

2.2.4. PRODUCTOS SUSTITUTOS

Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad (Mora, 2004)

2.2.5. PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS

Son aquellos productos que deben utilizarse conjuntamente para satisfacer una necesidad, los productos pueden estar relacionados incluyendo los productos competitivos o sustitutos (Mora, 2004)

2.2.6. MERCADO DEMANDANTE

Se enfoca en quienes serán los consumidores o usuarios del producto, para ello es importante identificar las características comunes entre ellos mediante una adecuada segmentación del mercado en función a la edad, sexo, ingresos, etc.

2.2.7. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. (Urbina, 2001)

2.2.7.1. TIPOS DE DEMANDA

Por su cantidad, se pueden clasificar en:

- ✓ **Demanda Potencial:** Es el consumo total de servicios que pueden realizar a la empresa los clientes en un periodo de tiempo determinado, teniendo

en cuenta el impacto que la competencia puede tener sobre el segmento de mercado seleccionado. Esta cifra se determina según las proyecciones de crecimiento que manejará la empresa.

- ✓ **Demanda real:** la demanda real de un servicio a diferentes precios puede considerarse como los requerimientos de cualquier tipo de usuario.
- ✓ **Demanda Efectiva:** Conjunto de mercancías y servicios que los usuarios realmente adquieren en el mercado en un tiempo determinado y a un precio dado. La Demanda efectiva es el deseo de adquirir un servicio, más la capacidad que se tiene para hacerlo. En términos generales, la efectivamente realizada, que no tiene por qué coincidir con la planeada.
- ✓ **Demanda Insatisfecha:** 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 si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo. (Urbina, 2001)

2.2.8. ESTUDIO DE LA OFERTA

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. (Urbina, 2001)

2.2.8.1. TIPOS DE OFERTA

En relación con el número de oferentes se reconocen tres tipos:

- ✓ **Oferta competitiva o de mercado libre:** es en la que los productores se encuentran en circulación de libre competencia, sobre todo debido a que existe tal cantidad de servicios del mismo artículo, que la participación en el

mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor.

- ✓ **Oferta oligopólica (delo griego oligos, poco):** Se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por solo unos cuantos productores.
- ✓ **Oferta monopólica:** es en la que existe un solo productor del servicio, y por tal motivo, domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad. Un monopolista no es necesariamente productor único. Si el productor domina y posee más del 95% del mercado siempre impondrá precio y calidad. (Urbina, 2001)

2.2.9. BALANCE DEMANDA – OFERTA

Considerando las condiciones del mercado en cuanto a la oferta y demanda deben compararse los niveles existentes de cada uno de ellos a fin de determinar cual tiene mayor presencia en el mercado.

Si la Oferta supera a la demanda se tendrá un súper hábit de la oferta, caso contrario se presentará el déficit que será el que trate de solucionar el producto del proyecto.

2.2.10. COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un servicio al usuario con los benéficos de tiempo y lugar.” (Urbina, 2001)

Puesto que la comercialización constituye el aspecto más descuidado de la mercadotecnia se hace necesario que los proyectistas incluyan en el informe final de la investigación todo el aspecto relacionado con la comercialización del

producto de la empresa, destacando que la mejor forma es aquella en la que se coloca el servicio en el sitio correcto y en el momento adecuado para dar la satisfacción que el consumidor o usuario desea.

2.2.10.1. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Un canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, deteniéndose en varios puntos de esa trayectoria. En cada intermediario o punto en el que se detenga esa trayectoria existe un pago a transacción, además de un cambio de información. (Urbina, 2001)

Según el consumo popular tenemos los siguientes:

- **Productores-consumidores:** Este canal es la vía más corta, simple y rápida. Se utiliza cuando el consumidor acude directamente a la fábrica a compra los productos.
- **Productores-minoristas-consumidores:** Es un canal muy común, y la fuerza se adquiere al entrar en contacto con más minoristas que exhiban y vendan los productos.
- **Productores-mayoristas-minoristas-consumidores:** El mayorista entra como auxiliar al comercializar productos mas especializados; este tipo de canal se da en las ventas de medicina, ferretería, etc. (Urbina, 2001)

2.2.11. ANÁLISIS DE SITUACIÓN BASE.

Es un estudio exhaustivo de la información obtenida sobre el proyecto a ser desarrollado dentro de un tiempo determinado

2.3. ESTUDIO TÉCNICO

“El estudio tecnico busca responder a las interrogantes basicos: ¿Cuánto, donde, como y con que producira la empresa?, asi como diseñar la funcion de produccion optima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el servicio deseado.

Este estudio se concentra en unidades físicas de insumos, productos, maquinaria y equipo, procesos de producción, etc. Sin embargo estas informaciones técnicas y físicas tienen que transformarse en unidades monetarias para luego realizar el cálculo de las inversiones, es decir que este estudio está relacionado de manera directa con el cálculo de costos. (EROSSA, 2004)

2.3.1. TAMAÑO Y LOCALIZACION

2.3.1.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

“El tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento. Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se puede producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se estará formulando.” (Padilla, Segunda edición)

a. Capacidad teorica

Es la productividad total que se podría obtener sin interrupción, medida con un factor patrón, depende básicamente del componente tecnológico con el que cuenta la empresa.

b. Capacidad instalada

“Esta determinada por el rendimiento o producción máxima que pueda alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. Esta es función de la demanda a cubrir durante el periodo de vida de la empresa.

Se mide en el número de servicios que se ofrecen a una determinada unidad de tiempo.” (Mora, 2004)

c. Capacidad utilizada

“Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado. En proyectos nuevos esta normalmente es inferior a la capacidad instalada en los primeros años y generalmente luego de transcurrido medio periodo de vida de la empresa esta se estabiliza y es igual a la capacidad instalada.” (Mora, 2004)

d. Reservas

Representa la capacidad de producción que no es utilizada normalmente y que permanece en espera de que las condiciones de mercado obliguen a un incremento de producción.

e. Capacidad financiera

Es importante analizar las condiciones económico-financieras de que se dispone para ello, esto significa el determinar la capacidad para financiar la inversión, sea con capital propio o mediante crédito, para ello es de vital importancia conocer el mercado financiero.

f. Capacidad administrativa

Debe tenerse claro el panorama respecto a si para la operación de la nueva unidad productiva se cuenta o se puede conseguir fácilmente el Talento Humano que haga posible el funcionamiento eficiente de la misma ello implica el conocimiento claro de la actividad en la que se quiere emprender. (Mora, 2004)

2.3.1.2. LOCALIZACION

“Significa ubicar geográficamente el lugar en el que se implementara la nueva unidad productiva, para lo cual debe analizarse ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación; estos factores no son solamente los económicos, sino también aquellos relacionados con el entorno empresarial y de mercado.” (Mora, 2004)

a. Macro localización

“La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto. Esta tiene en cuenta aspectos sociales nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y demanda y en la infraestructura existente. Además, compara las alternativas propuestas para determinar las regiones o terrenos más apropiados para el proyecto.” (CORDOBA, 2011)

b. Micro localización

“La micro localización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida. La micro localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de

costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operara.” (CORDOBA, 2011)

c. Factores de localizacion

El proposito de las decisiones racionales relativas a la localizacion de la planta es reducir al minimo los costos importantes. No obstante, lo normal es que pensemos, no solo en funcion de los costos operativos, sino tambien en los de largo plazo. Asi es posible comprender las diferencias de costos operativos en el plazo mediante diferencias de inversion de capital.

Son muchos y diversos los factores subjetivos capaces de influir sobre las decisiones de la localizacion; por eso es comun clasificar las distintas localizaciones sobre la base de factores subjetivos como los siguientes:

- Oferta de trabajo.
- Tipo de trabajo.
- Reacción del barrio o de la localidad.
- Apariencia.
- Transporte.
- Disposicion de servicios públicos.
- Medios recreativos. (Buffa & Richard., Tercera edición)

2.3.2. INGENIERÍA DEL PROYECTO

Esta parte del estudio tiene como función el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver fundamentalmente con la construcción de la nave industrial, su equipamiento y las características del

producto de la empresa. El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: instalación y funcionamiento de planta, indicando el proceso productivo así como la máquina y equipamiento.

2.3.1.1. COMPONENTE TECNOLÓGICO

Consiste en determinar la maquinaria y equipo adecuado a los requerimientos del proceso productivo y que esté acorde con los niveles del servicio esperado de acuerdo al nivel de la demanda a satisfacer. Para su determinación es punto clave la información sobre la demanda insatisfecha y su porcentaje de cobertura.

2.3.1.2. INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Se relaciona exclusivamente con la parte física de la empresa, se determina las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa. En esta parte del estudio debe siempre contarse con el asesoramiento de profesionales de construcción: al igual que la tecnología debe guardar relación con el mercado y sus posibilidades de expansión.

2.3.1.3. DISTRIBUCIÓN EN LA PLANTA

La distribución del área física así como de la maquinaria y el equipo debe brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el trabajador.

2.3.1.4. PROCESO DE SERVICIO

Esta parte describe el proceso mediante el cual se genera el servicio, es

importante indicar cada de las fases de proceso aunque no al detalle, pues en muchos casos aquello constituye información confidencial para el manejo interno. Posteriormente debe incluirse el flujograma del proceso, es decir representar gráficamente el mismo, indicando los tiempos necesarios de cada fase; además es importante incluir lo relacionado con el diseño del producto, indicando las principales características del mismo.

2.3.1.5. DISEÑO DEL SERVICIO

El proyecto originario del proyecto debe ser diseñado de tal forma que reúna todas las características que el usuario desea para lograr una completa satisfacción de su necesidad, para un diseño efectivo del producto debe considerarse siempre los gustos y preferencias de los demandantes.

2.3.1.6. FLUJOGRAMA DE PROCESO

El flujograma constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción. Los flujogramas de proceso difieren significativamente en cuanto a su presentación ya que no existe ni puede admitirse un esquema rígido para su elaboración; lo que debe quedar claro es que el flujograma debe mostrar las actividades y su secuencia lógica. (Mora, 2004)

2.3.2. DISEÑO ORGANIZACIONAL (ORGANIZATIVA EMPRESARIAL)

2.3.2.1. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.

2.3.2.1.1. ESTRUCTURA LEGAL

Es el andamiaje jurídico que regula las relaciones de los diferentes miembros de la organización, las cuales deben estar enmarcadas en la Constitución y la

Ley. La estructura legal abarca fundamentalmente los siguientes aspectos de la organización.

a. Elección de la forma jurídica

Para la elección de la forma jurídica de la organización se deben tener en cuenta los diferentes tipos de organización contempladas en la normativa vigente, con sus requisitos, las ventajas y desventajas que ofrecen. En la mayor parte del mundo usan con mayor frecuencia dos tipos principales de formas legales para operar iniciativas empresariales: negocios de un solo propietario y sociedades.

b. Negocios de un solo propietario

El negocio de un solo propietario, también denominado empresa individual o empresa unitaria. Se caracteriza por permanecer a un solo dueño o propietario quien recibe beneficio de todas las actividades de la empresa y responde por las obligaciones contraídas.

c. Sociedad

Las sociedades son contratos de dos o más personas que se obligan a hacer un aporte en dinero, en trabajo o en otros bienes apreciables, con “el fin de repartirse entre sí las utilidades obtenidas en la empresa o actividad social. La sociedad, una vez constituida legalmente, forma una persona jurídica distinta de los socios individualmente considerados.

- **Sociedades colectivas:** Caracterizadas por ser constituida entre familias y relacionadas, donde prima la confianza entre ellos y se denomina por los nombres o apellidos de los socios y la palabra y compañía o y hermanos.

- **Sociedad en comandita:** En ella intervienen dos tipos de socios: socios gestores y socios comanditarios, de acuerdo al grado de responsabilidad que asumen dentro de la compañía. Los socios gestores tienen un compromiso solidario e ilimitado con respecto a las obligaciones sociales y el comanditario solamente responde por sus aportes efectuados. En la sociedad comandita simple los aportes de los socios comanditarios se representaran en cuotas sociales y en la comandita por acciones se refleja el aporte como acciones del capital suscrito.
- **Sociedad de responsabilidad limitada:** Este tipo de sociedad posee características de tipo societario y de personas. Su normativa subsidiaria es la establecida para las sociedades anónimas, pero el sistema de administración y representación legal posee un espíritu de sociedad colectiva. La responsabilidad social de los propietarios se circunscribe al monto de sus aportes respectivos, exceptuando obligaciones de tipo fiscal, laboral y en otros casos, previstos en el estatuto mercantil.
- **Sociedades anónimas:** Son personas que se asocian debido a la actividad económica del objeto social de dicha firma. Cualquier persona puede ser accionista de ella y la contribución inicial puede ser de industria o de capital, lo cual debe ser en dinero o en especies. El capital se divide en títulos valores corporativos o de participación de igual valor, denominados acciones, las cuales deben ser siempre nominativos. (Padilla, Segunda edición)

d. Requisitos para la constitución

- **Acta constitutiva:** Es el documento certificador de la formación legal de la empresa, en él se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.
- **La razón social o la denominación:** Es el nombre bajo el cual la empresa operara, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la ley.
- **Domicilio:** Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicara en caso de requerirlo los clientes u otra persona jurídica.
- **Objeto de la sociedad:** Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.
- **Capital social:** Debe indicarse cuál es el monto de capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la formula como este se ha conformado.
- **Tiempo de duración de la sociedad:** Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para

medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para que tiempo o plaza operara.

- **Administradores:** Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quien responda por las acciones de la misma. (Mora, 2004)

2.3.2.1.2. ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con que esta cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible, que los recursos, especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

a. Niveles Jerárquicos de autoridad

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

- **Nivel legislativo-directivo.**

Es el máximo nivel de dirección del empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajos los cuales operara, está conformado por los dueños de la

empresa, los cuales tomaran el nombre de la Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido. Es el órgano máximo de dirección de la empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos. Para su actuación está integrado por la presidencia.

- **Nivel ejecutivo**

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

- **Nivel asesor**

Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado llamando a orientar las decisiones que permanecen un tratamiento especial como es el caso por ejemplo de las situaciones de carácter laboral y de las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes. Generalmente toda empresa cuenta con un Asesor Jurídico sin que por ello se descarte la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales de otras áreas en caso de requerirlo.

- **Nivel de apoyo**

Este nivel se conforma con todos los puestos de trabajo que tiene relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

- **Nivel operativo**

Está conformado por todos los puestos de trabajo que requiere que tienen

relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo. (Mora, 2004)

b. Organigrama

“Un organigrama es el diagrama de organización de un negocio, empresa, trabajo o cualquier entidad que generalmente contiene las principales áreas dentro del organismo. Representa una herramienta fundamental en toda empresa y sirve para conocer su estructura general. Es un sistema de organización que se representa en forma intuitiva y con objetividad. También son llamados cartas o gráficos de organización.” (CORDOBA, 2011)

- **Organigrama estructural**

Los organigramas estructurales son los más frecuentemente utilizados en las organizaciones medianas y grandes. Permiten una rápida visualización de los órganos, las relaciones de autoridad que los vinculan y las distintas jerarquías. Mediante los mismos se aprecia rápidamente el ámbito de control de cada unidad, las relaciones formales y la cantidad de niveles jerárquicos que componen la estructura de la organización. Un diagrama estructural es aquel que está representado jerárquicamente ósea por el cargo que ocupan en la compañía.

- **Organigrama funcional**

“Incluyen las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad

para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general.”
(Thompson)

- **Organigrama de posición**

Tienen por objeto indicar, a más de los órganos, las personas que los ocupan.

c. Manuales administrativos

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.

Tipos de manuales administrativos

- **Manual de bienvenida**

Diseñado especialmente para los nuevos empleados, en este manual se detallan los antecedentes de la empresa, misión, visión, valores, etc.

- **Manual de funciones**

“El manual de funciones es un instrumento de orientación para cada una de las personas contratadas por la compañía. Debe ser elaborado por el departamento de personal según las necesidades de cada cargo.

En el manual de funciones se expresa el contenido de cada una de los cargos, sus deberes, responsabilidades, métodos, para realizar un trabajo. Expresa además las relaciones que existe entre el título del cargo y sus supervisores, subordinados y colegas.” (Berghe, Segunda Edición)

- **Manual de procedimientos**

“Es la expresión analítica de los procedimientos administrativos a través de los

cuales se canaliza la actividad operativa del organismo.

Este manual es una guía (como hacer las cosas) de trabajo al personal y es muy valiosa para orientar al personal de nuevo ingreso. La implementación de este manual sirve para aumentar la certeza de que el personal utiliza los sistemas y procedimientos administrativos prescritos al realizar su trabajo.” (3.)

2.4. ESTUDIO FINANCIERO

Este análisis pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta los que contendrán las funciones de producción, administración y ventas. A sí mismo se deberá evaluar la decisión de comprometer esos recursos financieros en el proyecto en comparación con otras posibilidades conocidas de colocación (Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social, 2006).

2.4.1. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

2.4.1.1. INVERSIONES

Comprende la inversión inicial constituida por todos los activos, tangibles e intangibles necesarios para operar y el capital de trabajo.

a. Inversiones en activos fijos.- Los activos tangibles están referidos al terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículo, herramientas, etc.

- **Terreno.-** Incluyendo los costos de los trabajos preparativos como estudios de suelos, nivelación del terreno, el drenaje, la excavación, etc.

- **Construcciones.-** Con indicación de los edificios de la planta, edificios para las oficinas, y servicios auxiliares como almacenes, laboratorios,

talleres. En estos costos se debe incluir los servicios profesionales, los planos y las licencias de construcción.

- **Maquinaria y Equipo.**- Rubro que comprende los bienes necesarios para la producción y los servicios de apoyo como el laboratorio, la planta de energía, unidades de transporte y oficinas o departamentos.
 - **Equipo de Oficina.**- Se incluyen en este rubro todos los valores correspondientes al equipo técnico que hará posible que las funciones administrativas se cumplan eficientemente.
 - **Vehículo.**- Correspondiente a los equipos de movilización interna y externa, tanto de pasajeros como de carga, ya sea para el transporte de insumos o de productos destinados a los consumidores.
 - **Muebles y enseres.**- Para la dotación de las oficinas e instalaciones previstas, detallando los costos con base en las cotizaciones.
- b. Inversiones en activos diferidos.**- Los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, en incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de invención, licencias, permisos, marcas, asistencia técnica, gastos pre-operativos y de instalación, puesta en marcha, estructura organizativa, etc.

Con los anteriores rubros valorados en unidades monetarias actualizadas, se elabora un cuadro que oriente su cálculo.

- c. Inversiones en capital de trabajo.**- El capital de trabajo, que contablemente se define como la diferencia entre el activo circulante y el pasivo circulante, está representado por el capital adicional necesario para

que funcione una empresa, es decir, los medios financieros necesarios para la primera producción mientras se perciben ingresos: materia prima, sueldos y salarios, cuentas por cobros, almacén de productos terminados mínimos y un efectivo mínimo necesario para sufragar los gastos diarios de la empresa. Su estimación se realiza basándose en la política de ventas de la empresa, condiciones de pago a proveedores a nivel de inventarios de materia prima, etc.

Se conoce también como las necesidades de capital de trabajo que requiere el proyecto para comenzar su operación, ubicando los costos de los materiales conociendo su rotación, transportes, desplazamientos y mano de obra, sueldos, arrendamientos, servicios públicos, mantenimiento, etc. Determinando ante todo, los elementos de costos significativos dentro del proceso de operación del proyecto. (CÓRDOBA, 2011)

$$\textit{Fondo de maniobra} = \textit{Activo circulante} - \textit{Pasivo circulante}$$

2.4.1.2. FINANCIAMIENTO

El financiamiento es el mecanismo por medio del cual una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto específico. Para lo cual se hace necesario buscar las fuentes de financiamiento:

- **Financiamiento interno**, constituida por el aporte de los socios.
- **Financiamiento externo**, constituida normalmente por las entidades financieras estatales y privadas

2.4.2. ANÁLISIS DE LOS COSTOS

a. Costos de producción.- Están dados por los valores que fue necesario incurrir para la obtención de una unidad de costo, se incorporan en el producto y quedan capitalizados en los inventarios hasta que se vendan los productos.

- **Costo primo:** Está constituida por la materia prima directa y mano de obra directa.
- **Materia prima directa.-** Es el costo de todas las materias primas que se pueden asociar directamente con una unidad de producto manufacturado.
- **Mano de obra directa.-** Es el costo de toda la mano de obra de producción que se puede asociar directamente con cada unidad de producto manufacturado.
- **Costos generales de fabricación.-** Son todos aquellos costos de fabricación asociados con las operaciones de manufactura y en los que se incurre en múltiples objetos de costo, tales como: material indirecto, mano de obra indirecta, mantenimiento, energía, depreciaciones, seguros, servicios de apoyo a la fábrica y otros. (ESPINOZA & JIMÉNEZ, 2007)
- **Materiales Indirectos.-** Son aquellos elementos que están involucrados en la elaboración de un producto, pero su costo es menor y su función no es primaria en la elaboración.
- **Mano de Obra Indirecta.-** Es aquella involucrada en la fabricación de un producto que no es primario o principal. Representa gastos menores a estos costos. (GRANADOS, LATORRE, & RAMÍREZ)

b. Costos de operación.- Comprende los gastos administrativos, financieros, de ventas y otros no especificados.

- **Gastos de administración.-** Son los gastos necesarios para desarrollar las labores administrativas de la empresa: remuneraciones, suministros de oficina, servicios básicos, depreciación de activos de oficina, seguro, alquileres, etc.
- **Gastos financieros.-** Se incluye bajo este rubro los valores correspondientes al pago de los intereses y otros rubros ocasionados por la utilización del dinero proporcionados en calidad de préstamo, comisiones bancarias, etc.
- **Gastos de Ventas.-** Bajo este rubro se incluyen los valores correspondientes al pago por concepto de actividades que se realizan para asegurar la venta del producto: propaganda, comisión a vendedores, promoción, transporte, arriendo.
- **Otros gastos.-** Es importante tomar en cuenta que en el caso de obtener un crédito que financie una inversión, el plazo para los que son otorgados los mismos son siempre inferiores al horizonte del proyecto, por lo tanto es indispensable que se prevea la forma de amortizar la deuda sin depender del flujo de caja ya que no pueden tener la certeza de obtener siempre flujos positivos durante la etapa de operación.

c. Costo total de producción.- Constituye la base para el análisis económico del proyecto, su valor incide directamente en la rentabilidad y para su cálculo se consideran ciertos elementos entre los que tenemos: el costo de fabricación, los gastos administrativos, gastos de fabricación, gastos financieros, los gastos de ventas y otros gastos, en nuestro caso tenemos:

$$\mathbf{C.T.P} = \mathbf{C.F} + \mathbf{G.ADM} + \mathbf{G.FIN} + \mathbf{G.V} + \mathbf{O.G}$$

Dónde:

C.T.P= Costo total de producción

C.F= Costos de fabricación

G.ADM= Gastos Administrativos

G.FIN= Gastos Financieros

G.V= Gastos de Ventas

O.G= Otros Gastos

d. Costo Unitario de Producción.- Es la relación entre el costo total y el número de unidades producidas durante el período, en este caso tenemos:

$$\mathbf{C. U. P} = \frac{\mathbf{CTP}}{\mathbf{NUP}}$$

CUP= Costo Unitario de Producción

CTP= Costo Total de Producción

NUP= Número de unidades producidas

2.4.3. ESTABLECIMIENTO DE INGRESOS

2.4.3.1. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA.

Para establecer el precio de venta, se debe considerar siempre como base el costo total de producción, sobre el cuál se adicionará un margen de utilidad.

Para ello existen dos métodos:

a. Método Rígido.- Denominado también método del costo total ya que se basa en determinar el costo unitario total y agregar luego un margen de utilidad determinado.

$$\mathbf{P.V.P} = \mathbf{C.U.T} + \mathbf{MU}$$

b. Método flexible.- Toma en cuenta una serie de elementos determinantes del mercado, tales como: sugerencias sobre precios, condiciones de la demanda, precios de competencia, regulación de precios, etc. Lo cual permitirá realizar una mejor cobertura del mercado. (PASACA M. E., 2004)

2.4.4. CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

a. Costos Fijos.- Costo independiente del nivel de producción.

b. Costos variables.- Costo que varía con el nivel de producción. (PARKIN, 2006)

2.4.5. PRESUPUESTO PROYECTADO

Es un instrumento clave para la toma de decisiones en el cual se estima los ingresos que se obtendrá en el proyecto como también los costos en que se incurrirá, el presupuesto debe constar necesariamente de dos partes, los ingresos y los egresos. Es un instrumento calve para planear y controlar. (PASACA M. E., 2004)

2.4.6. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Mide las utilidades de la unidad de producción durante el período proyectado. Como ingresos se toman en cuenta las ventas realizadas durante el período; y como costos lo concerniente al costo de producción, gastos de administración y ventas e intereses por concepto de préstamos; igualmente se deduce las cuotas de amortización y depreciación de activos. (LUNA, MAYAGOITA, & QUINTERO, 1999)

“El estado de ganancias y pérdidas nos muestra que comprende de tres elementos:

Gastos.

Los gastos son decrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del período contable, en forma de salidas o disminuciones del valor de los activos, o bien de nacimiento y aumento de los pasivos, que dan como resultado decrementos en el patrimonio neto es decir disminuciones del capital contable por ejemplo vender bienes o prestar servicios.

Ingresos

Son las retribuciones que percibe la empresa por la venta de bienes o servicios prestados en un periodo determinado, este ingreso se debe reconocer en el momento de la venta del bien o prestación del servicio independiente de la forma de pago.

Costos

Los costos son importes de los recursos que se entregan o prometen entregar a cambio de obtener un bien o servicio. (Rodrigo & Orlando, Segunda edición)

2.4.7. DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Existe una cantidad de producción que permite establecer la igualdad entre los ingresos y los egresos, a este se le denomina EL PUNTO DE EQUILIBRIO. El punto de equilibrio se la considera como la herramienta financiera que permite relacionar las ventas, los gastos y/o costos y el margen de utilidad. Las formas de calcular el punto de equilibrio está en función de:

- **En función de la Capacidad Instalada.-** Se basa en la capacidad de producción de la planta; determina el % de capacidad al que debe trabajar

la máquina para que su producción pueda cubrir los costos. Para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

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

- **En Función de las Ventas.-** Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que genera; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

- **En función de la Producción.-** Se basa en el volumen de producción y determina la cantidad mínima a producir para que con su venta se cubran los gastos.

$$PE = \frac{CFT}{PVU - CVU}$$

Dónde:

CFT= Costos fijos totales

VT = Ventas totales

CVT= Costo Variables totales

PVU= Precio de Venta Unitario

CVU= Costos Variable Unitario

- **Representación Gráfica del punto de equilibrio.-** El punto de equilibrio se puede representar gráficamente, considerando que relaciona el nivel de producción con los gastos y costos fijos y variables y, por consiguiente, con la utilidad. (LARA, 2010)

2.4. EVALUACION DE PROYECTOS

2.5.1. EVALUACIÓN FINANCIERA

“Mide la rentabilidad con que se retorna la inversión, determinada sobre bases monetarias. Este estudio condiciona en último término la aprobación o rechazo

del proyecto” (Alberto)

- Es la última etapa de la formulación y preparación de un proyecto.
- Es la etapa donde se da la viabilidad o no de un proyecto.
- Es la etapa donde se toma la decisión de ejecutar, replantear, ajustar el alcance entre otros de un proyecto.

2.5.1.1. FLUJO DE CAJA. (James.)

Representa la diferencia entre los ingresos y los egresos, los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar sus deudas.

La estructura de un flujo de caja es la siguiente:

AÑOS	FLUJO AÑO 1
1. INGRESOS	
Ventas	
Otros ingresos	
Valor residual	
TOTAL INGRESOS	
2. EGRESOS	
Costo de producción	
Costo de operación	
TOTAL DE EGRESOS	
UTILIDAD GRAVABLE	
Amortización de diferidos	
Depreciaciones	
FLUJO DE CAJA.	

2.5.1.2. VALOR ACTUAL NETO.

“Valor actual de los flujos de ingreso de efectivo menos el valor actual de los flujos de salida de efectivo.” (James.)

El valor presente neto corresponde a la diferencia entre el valor presente de los ingresos y el valor presente de los egresos:

$$\text{VAN} = \Sigma \text{ FLUJOS NETOS} - \text{INVERSIÓN}$$

Por lo tanto podemos establecer criterios de decisión tomando como instrumento el VPN:

- a.- Si el van es positivo se acepta la inversión
- b.- Si el VAN es igual a cero la decisión de invertir es indiferente
- c.- Si el van es negativo se rechaza la inversión

2.5.1.3. TASA INTERNA DE RETORNO

“La TIR es la tasa de interés de oportunidad para la cual el proyecto será apenas aceptable, se constituye pues, en un valor crítico que representa la menor rentabilidad que el inversionista está dispuesto a aceptar.” (MIRANDA, Cuarta Edición.)

Formula:

$$TIR = Tm + Dt \frac{\text{VAN menor}}{(\text{VAN menor} - \text{VAN mayor})}$$

Nomenclatura:

Tm=Tasa menor

Dt= Diferencia de Tasa

Los criterios de decisión para la TIR son los siguientes:

- a) Si la TIR es mayor al costo de capital o al costo de oportunidad se acepta la inversión
- b) Si la TIR es igual al costo del capital o el costo de oportunidad, la decisión resulta indiferente

- c) Si la TIR es menor al costo de capital o al costo de oportunidad se rechaza la inversión.

2.5.4. RELACIÓN BENEFICIO-COSTO

“La relación Beneficio/Costo es el cociente de dividir el valor actualizado de los beneficios del proyecto (ingresos) entre el valor actualizado de los costos (egresos) a una tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable (TREMA), a menudo también conocida como tasa de actualización o tasa de evaluación.

Los criterios de decisión se expresan en los siguientes términos:

B/C > 1 Se debe ejecutar el proyecto

B/C = 1 Es indiferente ejecutar el proyecto

B/C < 1 Se debe realizar el proyecto

Formula

$$Rb/c = \frac{\text{ingresos actualizados}}{\text{costos actualizados}}$$

2.5.5. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Este indicador mide el número de años que transcurrirán desde la puesta en explotación de la inversión, para recuperar el capital invertido en el proyecto mediante las utilidades netas del mismo, considerando además la depreciación y los gastos financieros. En otros términos se dice que es el período que media

entre el inicio de la explotación hasta que se obtiene el primer saldo positivo o período de tiempo de recuperación de una inversión. (BACA URBINA , 2005)

Formula:

$$PRC = \text{Año que supera la inversion} \frac{\text{Inversion} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{Flujo que supera la inversion}}$$

2.5.6. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad es un método que nos permite visualizar de manera inmediata las ventajas y desventajas económicas de un proyecto. Este método es muy utilizado para identificar el proyecto que nos dará los mejores rendimientos

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

- Si el coeficiente es >1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es <1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es = 1 no hay efectos sobre el proyecto. (PASACA MORA, 2004)

Formulas

$$NTIR = T_m + D_t \frac{\text{VAN menor}}{(\text{VAN menor} - \text{VAN mayor})}$$

$$Dif TIR = TIR \text{ proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$\% \text{ de variacion} = \frac{\text{Dif TIR}}{\text{TIR proyecto}} \times 100$$

$$Sencibilidad = \frac{\% \text{ de variacion}}{\text{Nueva TIR}}$$

Nomenclatura:

Tm = tasa menor

Dt = Diferencia de TIR

Dif TIR = *diferencia de TIR*

% de variacion = Porcentaje de variacion

d.3. MARCO CONCEPTUAL

1. Antropometría

Ciencia que estudia en concreto las medidas del cuerpo, a fin de establecer diferencias en los individuos, grupos, etc.

2. Ergonomía

Es la disciplina que se encarga del diseño de lugares de trabajo, herramientas y tareas, de modo que coincidan con las características fisiológicas, anatómicas, psicológicas y las capacidades del trabajador.

Considerando la diversidad de actividades humanas que pueden tener efecto en el espacio interior de una vivienda, sean pequeños estudios, apartamentos de tres o cuatro dormitorios o viviendas, la antropometría y la ergonomía juegan un papel fundamental al permitir distribuir y colocar el mobiliario de forma adecuada y funcional, procurando el bienestar de sus ocupantes. (Martin, 1984)

e. MATERIALES Y MÉTODOS

1. MATERIALES

A continuación se detallan los materiales que se utilizaron en el transcurso del desarrollo del presente trabajo:

Equipos de oficina

- Computador
- Impresora
- Flash Memory
- Calculadora
- Copiadora

Suministros de oficina

- Esferos
- Papel
- Carpetas
- Cuadernos

2. MÉTODOS

Para el desarrollo de la propuesta investigativa se aplicaron los métodos y técnicas que se detallan a continuación:

- **Método deductivo**

Este método se lo utilizo para recabar información general de las viviendas de tipo casa/villa en la ciudad de Loja, con lo cual se estableció la muestra y se determinó la cantidad de encuestas aplicadas, además permitirá desarrollar el marco teórico, el mismo que consta de conceptos, definiciones, leyes o normas generales sobre proyectos de inversión, información con la cual se desarrollara de forma sistemática cada etapa del proyecto.

- **Método inductivo**

Este método se lo aplicó en el estudio de mercado con el fin de analizar y deducir los resultados obtenidos de las personas encuestadas con la finalidad de obtener datos exactos y de esta manera conocer el nivel de acogida que va a tener la empresa de servicios sobre Diseño y Decoración de Interiores Arquitectónicos en la ciudad de Loja. Además permitió establecer las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación.

2.1. TÉCNICAS

Las técnicas apropiadas para utilizar en la presente investigación son:

- **La encuesta**

Estas se aplicaron a la muestra obtenida de la fórmula que se detalla más adelante, las mismas que son una cantidad de 384 encuestas, que están dirigidas a las personas con vivienda de la ciudad de Loja, con la aplicación de las mismas se pretenderá obtener información con respecto a la demanda, oferta, gustos y preferencias, etc. **(ver anexo 1)**

- **Revisión bibliográfica**

Permitió recolectar información sobre los temas a desarrollarse en el marco teórico mediante consultas en libros, revistas, folletos y otras publicaciones relacionadas con el tema.

2.2. TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para determinar el tamaño de muestra del presente proyecto denominado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA**

EMPRESA DE SERVICIOS SOBRE; DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES ARQUITECTÓNICOS EN LA CIUDAD DE LOJA". Se tomaron en cuenta las viviendas, mismas que según el Censo de Población y Vivienda 2010-INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) existieron 71.111 viviendas en el cantón Loja, 55.396 de estas viviendas pertenecen a la ciudad de Loja, de las cuales un 69% corresponden al tipo casa/villa, dando un total de 38.223 viviendas en la ciudad de Loja; por consiguiente fue necesario actualizar la información al año en estudio, esto es al año 2015, utilizando la siguiente formula:

$$Pf = Po (1 + r)^n$$

En donde:

Pf: Población final
Po: Población inicial
r: tasa de crecimiento
n: número de años.

$$P_{2015} = 38.223 (1 + 0,033)^5$$

$$P_{2015} = 38.223 (1,033)^5$$

$$P_{2015} = 45.023$$

La muestra poblacional proyectada para el año 2015 es de 45.023 viviendas siendo este el universo a emplear.

CUADRO N°1: PROYECCIÓN DE LA VIVIENDA

PERIODO	AÑO	POBLACION
	2010	38.223
	2011	39.495
	2012	40.809
	2013	42.168
	2014	43.572
0	2015	45.023
1	2016	46.521
2	2017	48.070
3	2018	49.670
4	2019	51.323
5	2020	53.032

Fuente: INEC

Elaboración: La Autora

En el presente cuadro se describe la proyección de las viviendas de la ciudad de Loja tomando como referencia datos del INEC del año 2010. Luego se la proyecto hasta el año 2015 considerado como el año cero desde donde inicia el proyecto hasta el año 2020.

OBTENCION DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Con el fin de saber la cantidad de encuestas ha ser aplicadas en la población se determinó el tamaño de muestra así mismo, obtener la información que permita realizar un análisis de la información que se está investigando. La muestra resultara de la utilización de la siguiente fórmula:

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

Siendo:

n = Tamaño de la muestra

N = Número de elementos del universo

Z²= Valor crítico (1,96)

p = Probabilidad de éxito (0,5)

q = Probabilidad de fracaso (0,5)

E² = Margen de error (0,05)

(N-1) = Factor de corrección

N= viviendas

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

$$n = \frac{(1,96)^2(45.023)(0,5)(0,5)}{[(0,05)^2(45.023 - 1)] + [(1,96)^2(0,95)(0,05)]}$$

$$n = \frac{43.240}{112,55 + 0,1824}$$

$$n = \frac{43.240}{112,73}$$

$$n = 383,57 \text{ Encuestas}$$

Por lo tanto se aplicó 384 encuestas según la distribución de la población y muestra que se describe a continuación:

DISTRIBUCIÓN MUESTRAL DE LA POBLACIÓN

CUADRO N° 2:

PARROQUIAS	Proyección de la Población	Nº DE ENCUESTAS	%
SUCRE	18.010	154	40%
EL SAGRARIO	5.853	50	13%
EL VALLE	7.203	61	16%
SAN SEBASTIÁN	13.957	119	31%
TOTAL	45.023	384	100%

Fuente: Cuadro N.-1

Elaboración: La Autora

En el presente cuadro se puede identificar el número de viviendas de acuerdo a cada parroquia de la ciudad de Loja y el número de encuestas que fueron aplicadas en cada una de ellas, lo cual permitió identificar gustos y preferencias de los posibles clientes.

f. RESULTADOS

Tabulación e interpretación de las encuestas, aplicadas a los demandantes

1. ¿Usted conoce de que se trata el diseño de interiores arquitectónico?

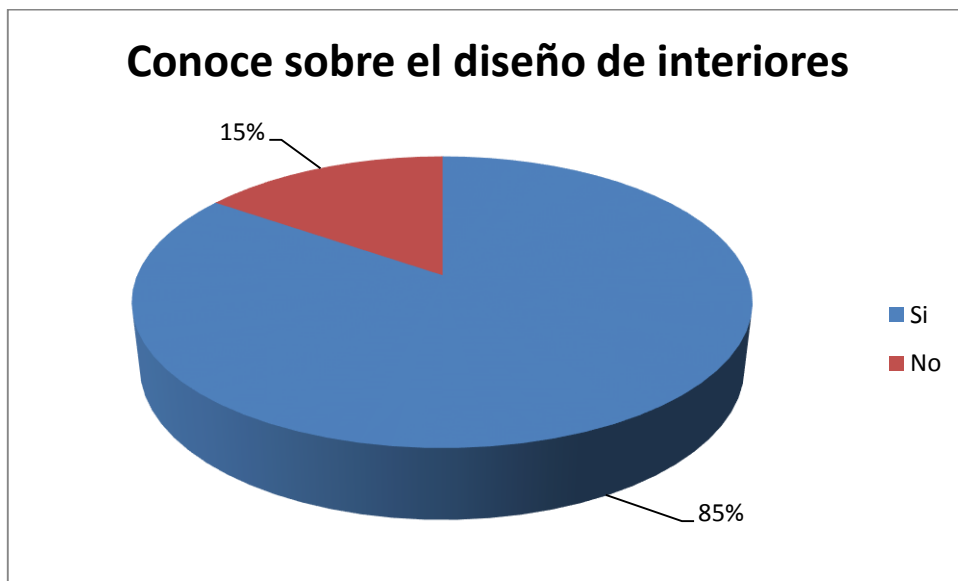
Tabla N.- 1

Alternativas	Frecuencia	%
Si	325	85%
No	59	15%
Total	384	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

Gráfico N.-1



Análisis e Interpretación.- De las encuestas realizadas el 85% opinan que si conocen o tienen una idea de que se trata el diseño de interiores, mientras el 15% no conocen de lo que trata el diseño de interiores.

De lo antes mencionado se concluye que una mayoría de personas si conocen acerca del diseño de interiores lo que resulta ser una ventaja para el desarrollo del proyecto.

2. ¿Conoce usted los beneficios de aplicar en su vivienda el diseño de interiores?

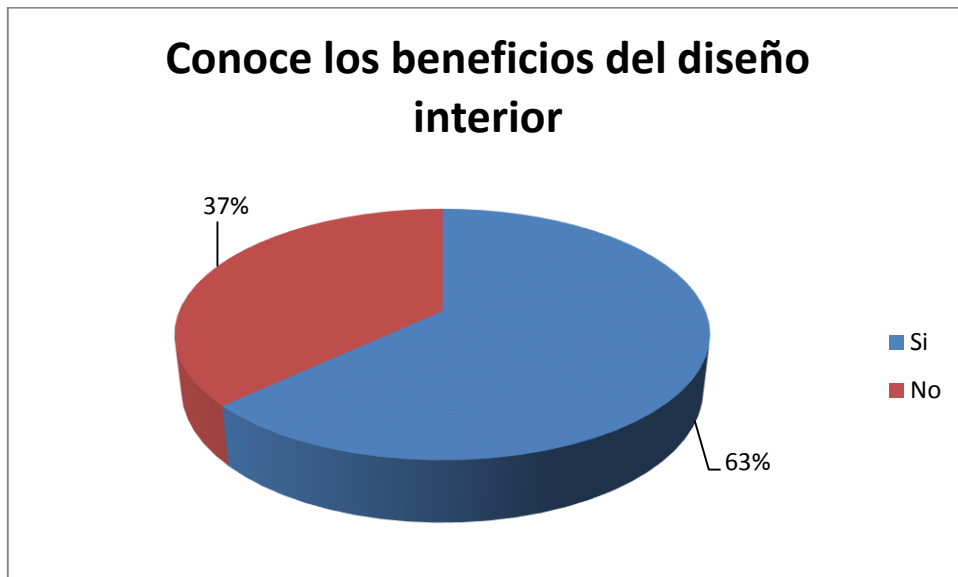
Tabla N.- 2

Alternativas	Frecuencia	%
Si	242	63%
No	142	37%
Total	384	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

Gráfico N.-2



Análisis e Interpretación.- De las encuestas realizadas el 63% opinan que si conocen los beneficios de aplicar el diseño de interiores en la vivienda, mientras un 37% consideran que desconocen los beneficios del diseño de interiores.

De lo antes mencionado se concluye que un gran porcentaje de personas si conocen acerca de los beneficios del diseño de interiores, lo que influye de forma positiva en los futuros clientes.

3. ¿Ha contratado en alguna ocasión el servicio de diseño de interiores en lo que respecta a pintado de paredes, instalación de pisos, diseño de tumbados u otros servicios?

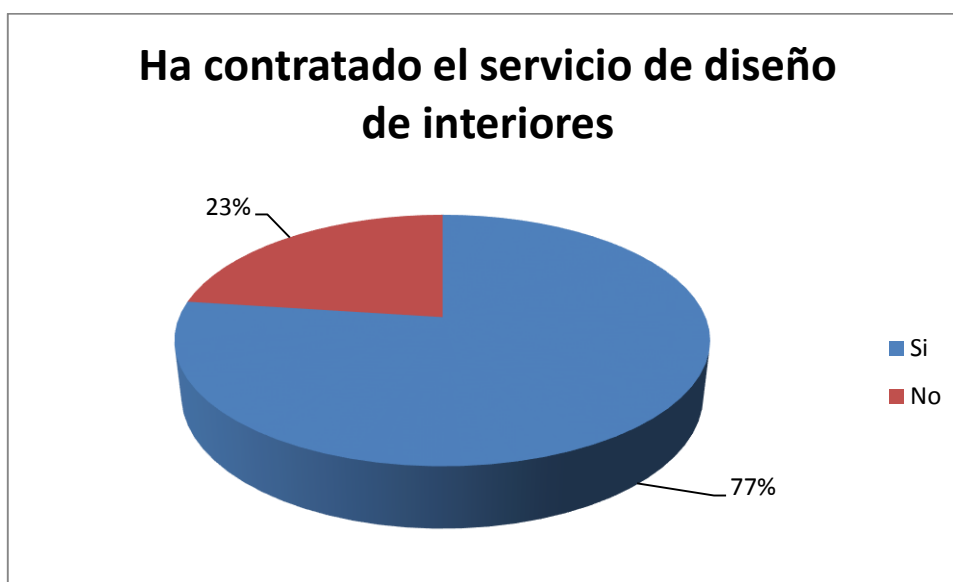
Tabla N.- 3

Alternativas	Frecuencia	%
Si	296	77%
No	88	33%
Total	384	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

Gráfico N.-3



Análisis e Interpretación.- De las encuestas realizadas el 77% consideran que si han contratado el servicio de diseño de interiores en lo que respecta a pintado de paredes, instalación de pisos, diseño de tumbados u otros servicios, mientras en un 23% opina que nunca han contratado el servicio de diseño de interiores.

De lo antes mencionado se concluye que un gran porcentaje de personas han hecho uso del servicio de diseño de interiores, pero manifiestan el desconocimiento de una empresa que brinde todos estos servicios.

4. ¿Cómo califica el servicio recibido?

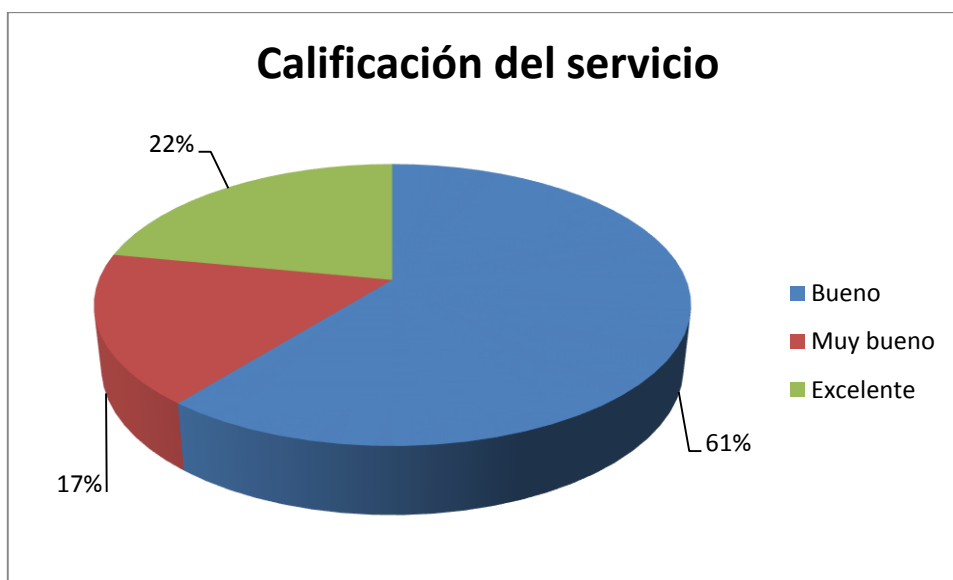
Tabla N.- 4

Alternativas	Frecuencia	%
Bueno	180	61%
Muy bueno	51	17%
Excelente	65	22%
Total	296	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

Gráfico N.-4



Análisis e Interpretación.- De las encuestas realizadas un 61% califica al servicio de diseño de interiores como bueno, un 22% como excelente y un 17% como muy bueno.

De lo antes mencionado se concluye que un porcentaje muy bajo de las personas que contrataron el servicio, lo califican como bueno, dando a entender que el servicio brindado en la actualidad tiene deficiencias que la nueva empresa tiene que mejorar.

5. ¿Está de acuerdo con el precio que pago por el servicio?

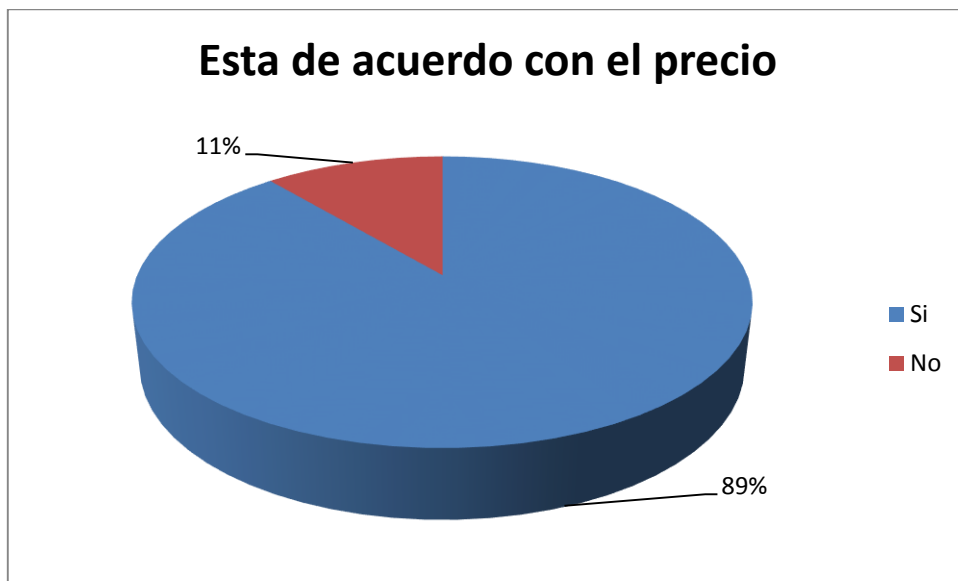
Tabla N.- 5

Alternativas	Frecuencia	%
Si	263	89%
No	33	11%
Total	296	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

Gráfico N.-5



Análisis e Interpretación.- De las encuestas realizadas un 89% de los encuestados opinan que si están de acuerdo con el precio cancelado por el servicio recibido, mientras un 11% consideran que el precio cancelado fue demasiado alto.

De lo antes mencionado se concluye que el precio a cancelar por el servicio de diseño de interiores es aceptable por la sociedad y se adapta a los ingresos de los consumidores.

6. ¿Hace cuánto tiempo contrató los servicios de diseño?

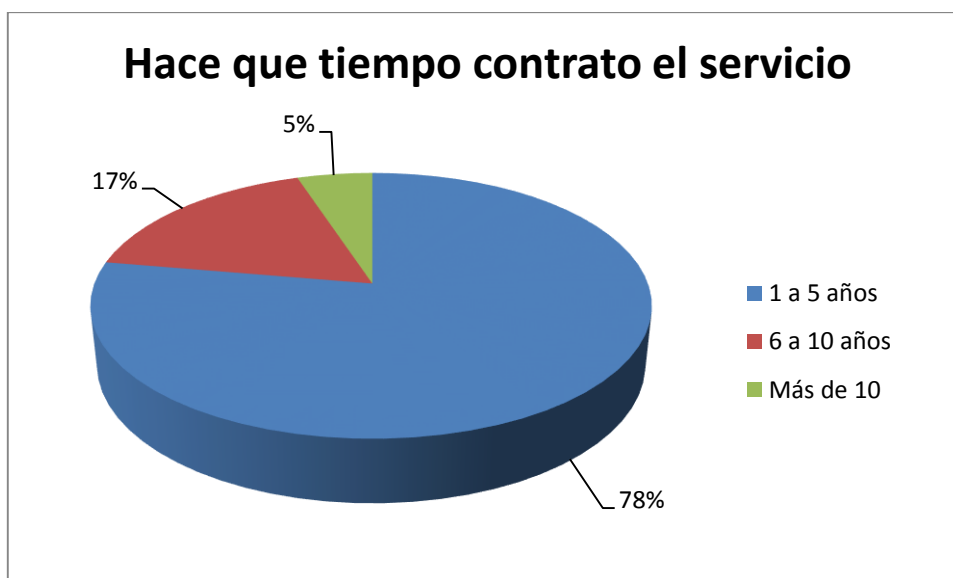
Tabla N.- 6

Alternativas	Frecuencia	%
1 a 5 años	230	78%
6 a 10 años	51	17%
Más de 10	15	5%
Total	296	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

Gráfico N.-6



Análisis e Interpretación.- De las encuestas realizadas el 78% contrata el servicio de diseño de interiores de entre 1 a 5 años, un 17% de entre 6 a 10 años y tan solo un 5% de los encuestados opina que contrata el servicio con una frecuencia de cada 10 años.

De lo antes mencionado se concluye que un gran porcentaje contrata el servicio de diseño de interiores con un intervalo de entre 1 a 5 años, sin embargo considerando que es un servicio de alta duración, el tiempo de uso es aceptable.

7. ¿En caso que se implementaría una nueva empresa de diseño usted estaría dispuesto hacer uso del servicio?

Tabla N.- 7

Alternativas	Frecuencia	%
Si	372	97%
No	12	3%
Total	384	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

Gráfico N.-7



Análisis e Interpretación.- De las encuestas realizadas un 97% opinan que si contratarían el servicio de diseño de interiores, mientras una minoría del 3% considera que no están interesados en contratar el servicio.

De lo antes mencionado se concluye que una mayoría de encuestados están interesados en contratar el servicio de diseño de interiores, permitiendo obtener datos muy importantes que facilitarían el desarrollo del proyecto, en lo que respecta al precio, calidad y servicio.

8. ¿Qué ambiente de su vivienda está interesado en diseñar?

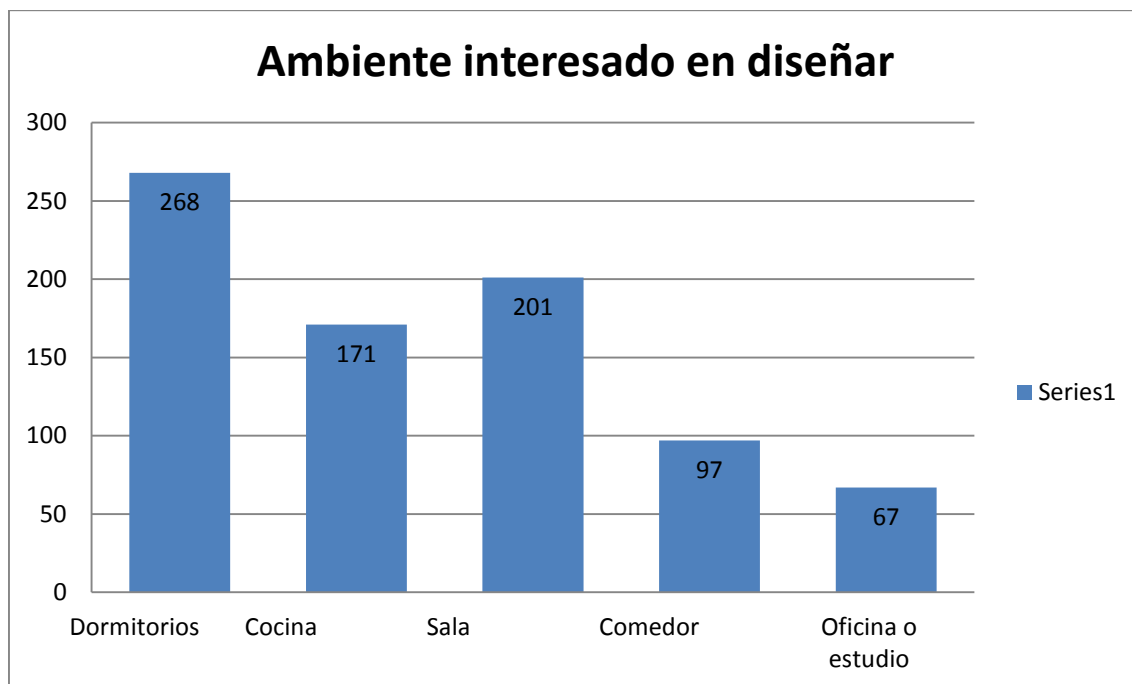
Tabla N.- 8

Alternativas	Frecuencia	%
Dormitorios	268	72%
Cocina	171	46%
Sala	201	54%
Comedor	97	26%
Oficina o estudio	67	18%
Total		100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

Gráfico N.-8



Análisis e Interpretación.- De las encuestas realizadas un alto porcentaje señalo que los ambientes que están más interesados en diseñar son los dormitorios y la sala, seguido de la cocina, el comedor por último la oficina y el estudio.

De lo antes mencionado se concluye que las personas están más interesadas en invertir en el diseño de ambientes destinados a la relajación y descanso.

9. ¿Cuál sería su presupuesto para contratar el servicio de diseño para su bien inmueble?

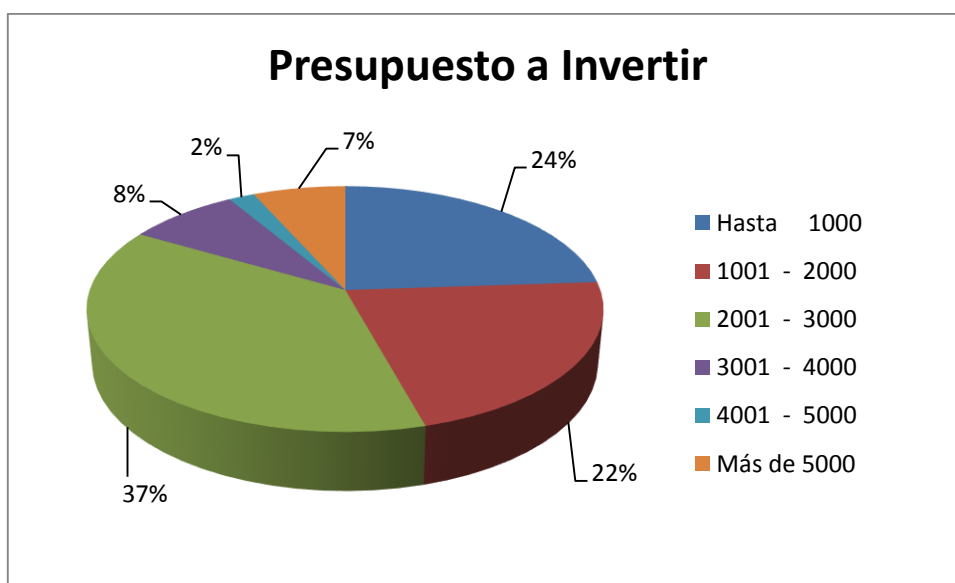
Tabla N.- 9

Alternativas	Frecuencia	%
Hasta 1000	89	24%
1001 - 2000	81	22%
2001 - 3000	140	38%
3001 - 4000	30	8%
4001 - 5000	7	2%
Más de 5000	25	7%
Total	372	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

Gráfico N.-9



Análisis e Interpretación.- De las encuestas realizadas un 38% opinan que estarían dispuestos a invertir entre 2.001 – 3.000 dólares, un 24% hasta 1.000 dólares y una minoría del 2% entre 4.001 – 5.000 dólares.

De lo antes mencionado se concluye que el presupuesto a invertir por la mayoría de encuestados es de 3.000 dólares, pero supieron manifestar que la inversión a realizar dependerá de los requerimientos y el tipo de servicio a contratar.

10. Su preferencia de pagos para el servicio de diseño y decoración es:

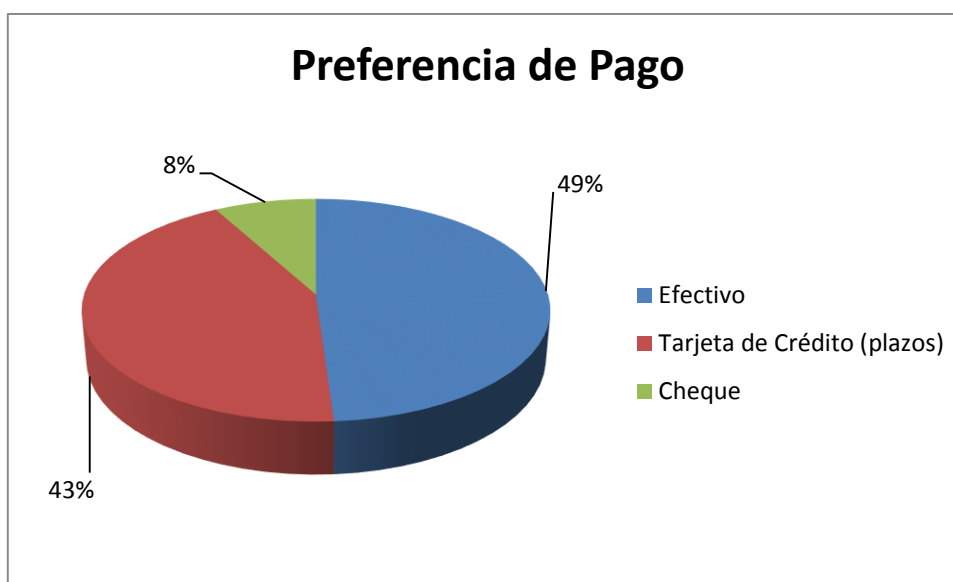
Tabla N.- 10

Alternativas	Frecuencia	%
Efectivo	182	49%
Tarjeta de Crédito (plazos)	160	43%
Cheque	30	8%
Total	372	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

Gráfico N.-10



Análisis e Interpretación.- De las encuestas realizadas un 49% consideran que cancelarían el servicio de diseño de interiores con dinero en efectivo, un 43% con tarjeta de crédito y un 8% que se les facilita el pago con cheque.

De lo antes mencionado se concluye que la mayoría de clientes estarían dispuestos a cancelar el servicio con dinero en efectivo o con tarjeta de crédito.

11. ¿Qué características le motivan a hacer uso del servicio?

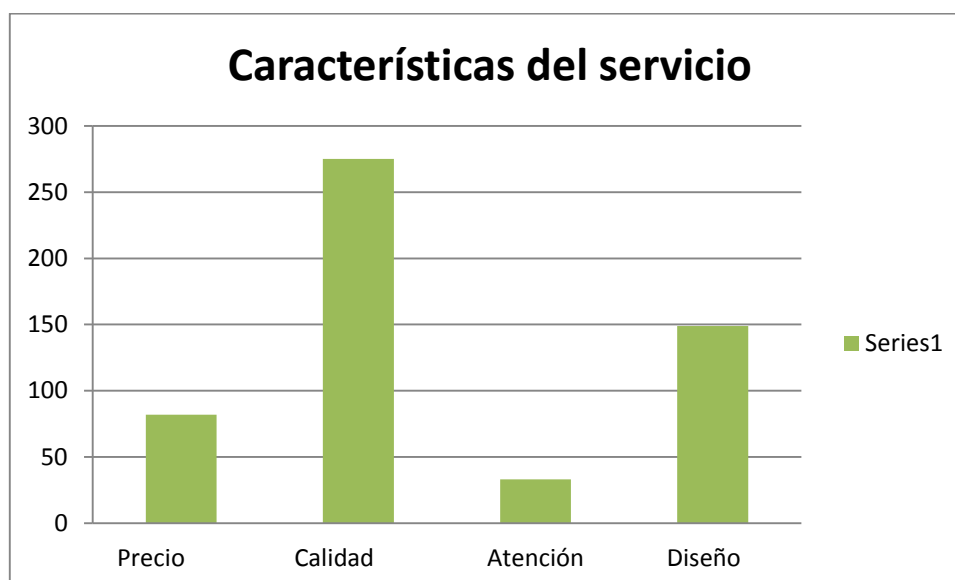
Tabla N.- 11

Alternativas	Frecuencia	%
Precio	82	22%
Calidad	275	74%
Atención	33	9%
Diseño	149	40%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

Gráfico N.-11



Análisis e Interpretación.- De las encuestas realizadas un 74% opinan que la característica que más les motiva hacer uso del servicio es la calidad, un 40% el diseño, un 22% el precio y una minoría del 9% la atención.

De lo antes mencionado se concluye que la característica que más les motiva hacer uso del servicio es la calidad y el diseño, aspectos que tienen que prevalecer en la empresa para tener acogida en el mercado actual.

12. ¿Cuántas veces usted contrataría el servicio anualmente?

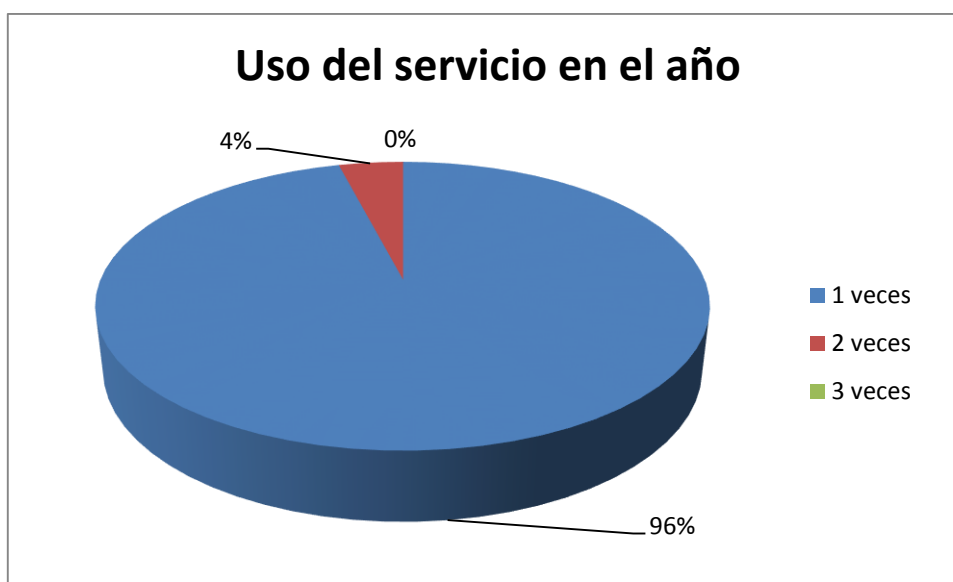
Tabla N.- 12

Alternativas	Frecuencia	%
1 veces	357	96%
2 veces	15	4%
3 veces	0	0%
Total	372	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

Gráfico N.-12



Análisis e Interpretación.- de las encuestas realizadas un 96% de las personas opinan que contratarían el servicio una vez al año, mientras un 4% que harían uso del servicio 2 veces en el año y un 0% más de 3 veces en el año.

De lo antes mencionado se concluye que la mayoría de personas contrataran el servicio una sola vez al año, permitiendo establecer la demanda del servicio y tener una perspectiva amplia del funcionamiento del negocio.

13. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría que se dé a conocer la empresa?

Tabla N.- 13

Alternativas	Frecuencia	%
Radio	89	24%
Tv	179	48%
Redes sociales	216	58%
Prensa escrita	52	14%
Hojas votantes	104	28%
Pantallas publicitarias	67	18%
Otros	15	4%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

Grafico N.-13



Análisis e Interpretación.- De las encuestas realizadas un 58% opinan que la empresa debería darse a conocer mediante el uso de las nuevas tecnologías como son las redes sociales, el 48% por la televisión, un 28% con hojas volantes, un 24% por la radio, un 18% pantallas publicitarias y una minoría del 14% por la prensa escrita.

De lo antes mencionado se concluye que los medios de comunicación que más acogida tendrían en el mercado para dar a conocer la empresa serían las redes sociales, la televisión, las hojas volantes y la radio.

g. DISCUSIÓN

1. ESTUDIO DE MERCADO

1.1. Producto principal

La empresa ofrecerá el servicio en diseño y decoración de interiores arquitectónicos en viviendas de manera sencilla, eligiendo el mejor estilo de muebles, textura, color, pintura, etc., creando ambientes y distribuciones acogedoras que les faciliten el día a día para hacer de su vivienda un lugar donde disfrutar de su descanso, su familia y de su vida en general.

1.2. Producto secundario o subproductos

Por la naturaleza del proyecto este no cuenta con ningún servicio secundario.

1.3. Producto Sustituto

En el mercado local existen otras empresas que brindan servicios similares, dando la alternativa a la ciudadanía de optar por alguno de ellos, aunque la mayoría no ofrecen un servicio específico; por ejemplo GRAIMAN, se encarga de producir y comercializar revestimientos cerámicos para pisos y paredes y como servicio adicional se encarga del instalado de la misma, ello no constituye diseño y decoración de interiores.

1.4. Producto complementario

Por la naturaleza del proyecto el mismo no cuenta con un producto complementario.

1.5. Mercado demandante

El mercado demanda del proyecto son las personas con vivienda propia del tipo casa/villa dentro de la ciudad de Loja, que gustan de habitar en ambientes relajados y funcionales donde se pueda vivir, trabajar y comunicar.

Tabla N.- 14
Viviendas de la ciudad de Loja

Tipo	Año 2010	Año 2015	Porcentaje
Casa/villa	38.223	45.023	69%
Otras	17.173	20.228	31%
Total	55.396	65.251	100%

Fuente: INEC

Elaboración: La Autora

1.6. Análisis de la demanda

Permite conocer cuál es la situación de la demanda del servicio, es decir, nos da a conocer los clientes, y analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la prestación del servicio de Diseño de Interiores.

La demanda del servicio está sujeta a las características y precio del mismo, ingresos, gustos y preferencias del usuario, así como también a la competencia de servicios similares.

La demanda actual nos da una pauta de la cantidad de usuarios que se tendrá en años futuros.

1.6.1. Demandantes potenciales

Para la determinación de los posibles demandantes se consideró el total de viviendas, mismas que según el Censo de Población y Vivienda 2010-INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) existieron 71.111 viviendas en el cantón Loja, 55.396 de estas viviendas pertenecen a la ciudad de Loja, de las

cuales un 69% corresponden al tipo casa/villa, dando un total de 38.223 viviendas en la ciudad de Loja.

Además fue necesario e indispensable establecer el consumo del servicio, tomando la pregunta N.12 de la encuesta aplicada a los demandantes, que hace referencia al número de servicios que adquiriría anualmente.

Consumo del servicio

¿Cuántas veces usted contrataría el servicio anualmente?

Tabla N.- 15

Alternativas	Frecuencia	%
1 veces	357	96%
2 veces	15	4%
3 veces	0	0%
Total	372	100%

Fuente: tabla N.13

Elaboración: La autora

Los resultados obtenidos permiten determinar que las personas con vivienda propia contratan el servicio de diseño de interiores como mínimo una vez al año.

Tabla N.- 16

Año	Demandantes Potenciales	Consumo Per cápita	Demanda Potencial (servicios)
0	45.023	1	45.023
1	46.521	1	46.521
2	48.070	1	48.070
3	49.670	1	49.670
4	51.323	1	51.323
5	53.032	1	53.032

Fuente: Cuadro 1 (proyección de la vivienda)

Elaboración: Autora

Se determina una demanda potencial para el año 2015 de 45.023 viviendas.

1.6.2. Demanda real

Para el presente proyecto según las encuestas realizadas se considera que el 77% de los demandantes potenciales contratarían el servicio de diseño de interiores arquitectónicos. Así se obtiene la siguiente tabla:

Tabla N.- 17

Año	Demandantes Potenciales	Demandantes Reales 77%	Consumo Per cápita	Demanda Real (servicios)
0	45.023	34.668	1	34.668
1	46.521	35.821	1	35.821
2	48.070	37.014	1	37.014
3	49.670	38.246	1	38.246
4	51.323	39.519	1	39.519
5	53.032	40.835	1	40.835

Fuente: Cuadro 3

Elaboración: Autora

1.6.3. Demanda efectiva

Para determinar la demanda efectiva fue necesario identificar el número de personas interesadas en contratar el servicio de diseño de interiores, donde un total del 97% de los encuestados. Así se obtiene la siguiente tabla:

Tabla N.- 18

Año	Demandantes Potenciales	Demandantes Reales 77%	Demanda Efectiva 97%	Consumo Per cápita	Demanda Efectiva (servicios)
0	45.023	34.668	33.628	1	33.628
1	46.521	35.821	34.746	1	34.746
2	48.070	37.014	35.904	1	35.904
3	49.670	38.246	37.099	1	37.099
4	51.323	39.519	38.333	1	38.333
5	53.032	40.835	39.610	1	39.610

Fuente: Cuadro 3

Elaboración: Autora

1.7. Estudio de la Oferta

Para el análisis de la oferta del servicio se indagó si en la localidad existen negocios dedicados a ofrecer el servicio de diseño de interiores, de lo cual se obtuvo que la mayoría de egresados y graduados de la carrera de Diseño de Interiores para ejercer su profesión se han asociado con profesionales como arquitectos e ingenieros civiles y una minoría han conformado negocios múltiples que entre uno de los servicios es el Diseño de interiores. Llegando a la conclusión que no existen empresas en la localidad que brinden el tipo de servicio planteado en este proyecto.

1.8. Balance Oferta – Demanda

Para continuar con la investigación es importante realizar un avance entre la oferta y la demanda con el fin de obtener la demanda insatisfecha y de esta manera conocer si el negocio tendrá aceptación en el mercado. Razón por la cual para el presente estudio se tomó como oferta el 50% de la demanda efectiva debido a que no existen personas o empresas establecidas que brinden el servicio diseño de interiores para espacios arquitectónicos.

Tabla N.- 19

Año	Oferta 50%	Demanda	Demanda Insatisfecha
0	16.814	33.628	16.814
1	17.373	34.746	17.373
2	17.952	35.904	17.952
3	18.550	37.099	18.550
4	19.167	38.333	19.167
5	19.805	39.610	19.805

Fuente: Cuadro 18

Elaboración: Autora

1.9. Estrategias de mercado

1.9.1. Servicio

Para cualquier negocio, el producto o servicio es la base fundamental de su existencia.

Es a través de la contratación de sus servicios como una empresa adquiere los ingresos suficientes para hacer frente con sus obligaciones y ganar rentabilidad durante el tiempo de vida del proyecto, pero los más beneficiados son sus clientes al adquirir un servicio con altos estándares de calidad.

En base a estos conceptos el servicio que ofrecerá DHARMA, Diseño y Decoración es el de adecuar la vivienda según las necesidades del cliente, con el fin de mejorar su calidad de vida, siendo necesario para esto realizar un estudio previo del espacio en una dimensión de 100m² y los medios tanto económicos como materiales. Seguidamente se procederá a realizar la zonificación de los ambientes, los bocetos a mano alzada, el esquema del ambiente reformado, el presupuesto y finalmente los bocetos del diseño en 3D mismo que posteriormente se entregan al cliente.

Ambientes que cubre el servicio

- Sala
- Comedor
- Cocina
- Dormitorio master
- 2 Dormitorios
- Baño

1.9.2. Precio

El precio es quizá el elemento más importante del proyecto, ya que constituye un aspecto esencial en el proceso de producción y comercialización de bienes y servicios.

Por tanto es necesario destacar que el precio es lo principal para el cliente, ya que este es muy representativo e influye en el usuario para definir la calidad, sobretodo en caso de un servicio nuevo que está recién posesionándose del mercado. En la determinar del precio del servicio a ofrecer es indispensable tomar en cuenta los costos y gastos totales, añadiéndoles un margen de utilidad.

Es por ello que luego de haber analizado todos los aspectos anteriores y de acuerdo a los resultados que arrojan los costos, el P.V.P para el primer año del servicio de Diseño y Decoración de interiores será de \$1000.00 dólares, valor que cubre un total de 100m² de la vivienda.

La forma de pago como política de la empresa será mediante un anticipo del 50% al contratar el servicio, y el otro 50% restante deberá ser cancelado al final del proyecto.

1.9.3. Plaza o distribución

La plaza es aquella que incluye los canales de distribución por ser éstos los que definen y marcan las diferentes etapas que la propiedad de un producto o servicio atraviesa desde el fabricante al consumidor final.

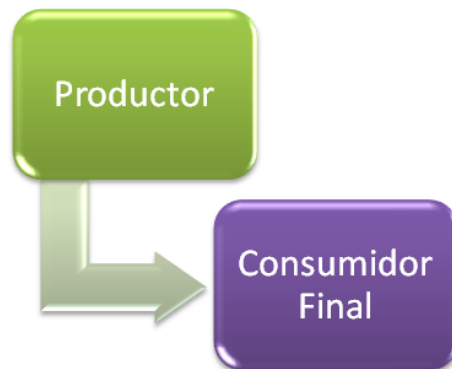
- **Ubicación.**

La empresa prestadora del servicio de diseño y decoración de interiores arquitectónicos estará dirigida a todas las personas con vivienda propia de la ciudad de Loja, bajo la denominación de “DHARMA, Diseño y Decoración CIA. LTDA”, la misma que se ubicara en las calles Av. Manuel Agustín Aguirre entre Cuba y Malvinas.

- **Canales de distribución**

Es un proceso de vital importancia al ser el medio a través del cual la empresa pondrá a disposición de los usuarios el servicio para que lo contraten.

Considerando las características del servicio se pudo apreciar que es más conveniente aplicar un canal de distribución directo, beneficiando a los clientes ya que los costos de producción tendrán a bajar, y a la empresa al gastar menos recursos ya que el servicio llegara directamente al usuario.



- **Publicidad y Promoción**

Publicidad

Consiste en la utilización de los medios pagados por un vendedor para informar, conversar y recordar a los usuarios un servicio, buscando estimular la demanda del servicio sobre todo cuando este se encuentra en una etapa introductoria del ciclo de vida.

Con la finalidad de lograr ventajas competitivas sobre la competencia y atraer clientes, se realizara comunicación comercial a través de las redes sociales y la publicidad radial. Con esta estrategia se pretende entrar en el mercado y cubrir la demanda del servicio de diseño de interiores.

Estrategia N.1

Tarjetas de presentación: las tarjetas de presentación se deberán entregar de manera permanente en las instalaciones de la empresa a todas las personas interesadas en el servicio.

Diseño de las tarjetas de presentación



Estrategia N.2

Hojas volantes: las hojas volantes se entregaran de manera permanente en las instalaciones de la empresa y en lugares estratégicos de la ciudad, dando a conocer de manera detallada el servicio que brinda la empresa.

Estrategia N.3

Spot Publicitario: el objetivo principal será el de posicionar a la empresa de diseño de interiores en la localidad, además de dar a conocer sus servicios, siendo conveniente realizarlas con un intervalo de 3 meses en una de las radios más conocidas y a horarios específicos.

Estrategia N.4

Utilización de las redes sociales: esta estrategia se basa en las encuestas realizadas a los demandantes, donde un alto porcentaje indicaron que les gustaría que se utiliza este medio para que se dé a conocer la empresa. Entre las ventajas de utilizar este medio tenemos las siguientes:

- Publicar fotos de la empresa y sus servicios
- El costo es de cero, solo se requiere de un poco de tiempo.
- Representan una forma directa de llegar a los clientes.
- Facebook propicia el dialogo directo entre empresa y cliente, lo que se traduce en autenticidad y credibilidad.
- Los usuarios del Facebook contribuyen a difundir las promociones de la empresa.



Promoción

La promoción sirve para informar, persuadir y recordar al mercado sobre la organización y/o servicios; básicamente constituye un intento de influir al usuario a adquirir lo q dichas organizaciones poseen como servicios.

En la presente empresa de diseño de interiores al dedicarse a entregar sus propuestas en digital para que el cliente decida cómo aplicarlas, existe la posibilidad que sea el mismo cliente el que opte por contratar a la empresa para que lleve a ejecutar la obra, y es en este caso que se torna conveniente disminuir como parte de una promoción el costo del servicio de planificación, valor que posteriormente será recuperado al cobrar un porcentaje por la obra ejecutada.

2. ESTUDIO TÉCNICO

En este estudio se analiza todos los aspectos técnicos y operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles, con el fin de ofrecer un servicio de calidad y en el menor tiempo posible.

2.3. Tamaño y Localización

En este caso se establece claramente la capacidad productiva y ubicación geográfica del proyecto.

2.3.1. Tamaño de la empresa

Este aspecto tiene que ver con la capacidad productiva durante la vida útil del proyecto; se considera la capacidad productiva en función de unidades de servicios en relación al tiempo.

a. Capacidad Instalada

Para determinar la producción en función de la capacidad instalada se considera una producción ininterrumpida las 24 horas al día, durante los 365 días al año. Considerando que el tiempo requerido en cada proceso del servicio de decoración de interiores arquitectónico es de 40 horas se procede a realizar los siguientes cálculos.

1 día = **24 horas**

365 días x 24 horas= **8.760 horas**

1 proyecto 40 horas

X 8.760 horas

X= 219 proyectos al año

b. Capacidad Utilizada

La capacidad utilizada constituye el rendimiento o nivel de producción del servicio con el que se hace trabajar los recursos de la empresa. En el presente proyecto esta capacidad está determinada por el tiempo requerido en cada proceso del servicio de diseño y decoración de interiores, siendo necesario considerar el nivel de producción que corresponde a las jornadas legales vigentes de trabajo establecidas durante el año calendario. Este es de 8 horas diarias por 260 días laborales al año.

1 día = 8 horas

8 horas x 260 días= 2.080 horas

1 proyecto 40 horas

X 2.080 horas

X= 52 proyectos al año

2.3.2. Localización

Es el lugar donde se implementara la empresa, tomando en cuenta la rentabilidad sobre el capital que genera, a la vez que permita el normal funcionamiento de la empresa ya sea por poseer la facilidad para brindar el servicio en la ciudad de Loja, por el espacio físico u otros puntos favorables.

- **Factores de Localización**

Los factores que comúnmente influyen en la decisión de localización del proyecto son:

- **Condicionantes legales y económicas:** tomando en cuenta que las disposiciones legales o fiscales vigentes en las posibles localizaciones,

orientan la selección a favor de algunas empresas, por lo tanto, dichas disposiciones deben ser tomadas en cuenta antes de determinar la localización final de la planta, se considera que la ciudadanía lojana cuenta con estas condiciones tanto legal como económica, necesarias para respaldar la instalación de la empresa.

- **Medios y costos de transporte:** las facilidades de transporte constituyen un factor de alta importancia en la localización de plantas, por eso la empresa estará ubicada en una avenida principal, misma que es utilizada como ruta de transporte urbano permitiendo a nuestros clientes y personal movilizarse con facilidad.

- **Disponibilidad y costo de mano de obra:** es preciso tener en cuenta el clima laboral y la disponibilidad de cierta calificación en la mano de obra así como niveles salariales, en este sentido el proceso que realizará la empresa se ubica en el campo de la decoración siendo necesario mano de obra calificada, existiendo en la ciudad de Loja la disponibilidad de este recurso.

- **Abastecimiento de equipos:** los equipos necesarios para ofrecer el servicio de diseño y decoración de interiores serán: computadoras, infocus, cámara fotográfica, los cuales serán adquiridos dentro de la ciudad de Loja.

- **Cercanía al mercado:** analizando la localización de los potenciales consumidores del servicio, constituido por todas las personas con vivienda propia de la ciudad de Loja, la empresa se encontrará en un lugar estratégico, el mismo que nos permitirá abastecer fácilmente a la demanda existente.

- **Servicios:** el lugar elegido que ocupará la empresa cuenta con los servicios básicos como: agua potable, luz eléctrica, internet, etc., lo que garantiza la implementación de esta empresa.

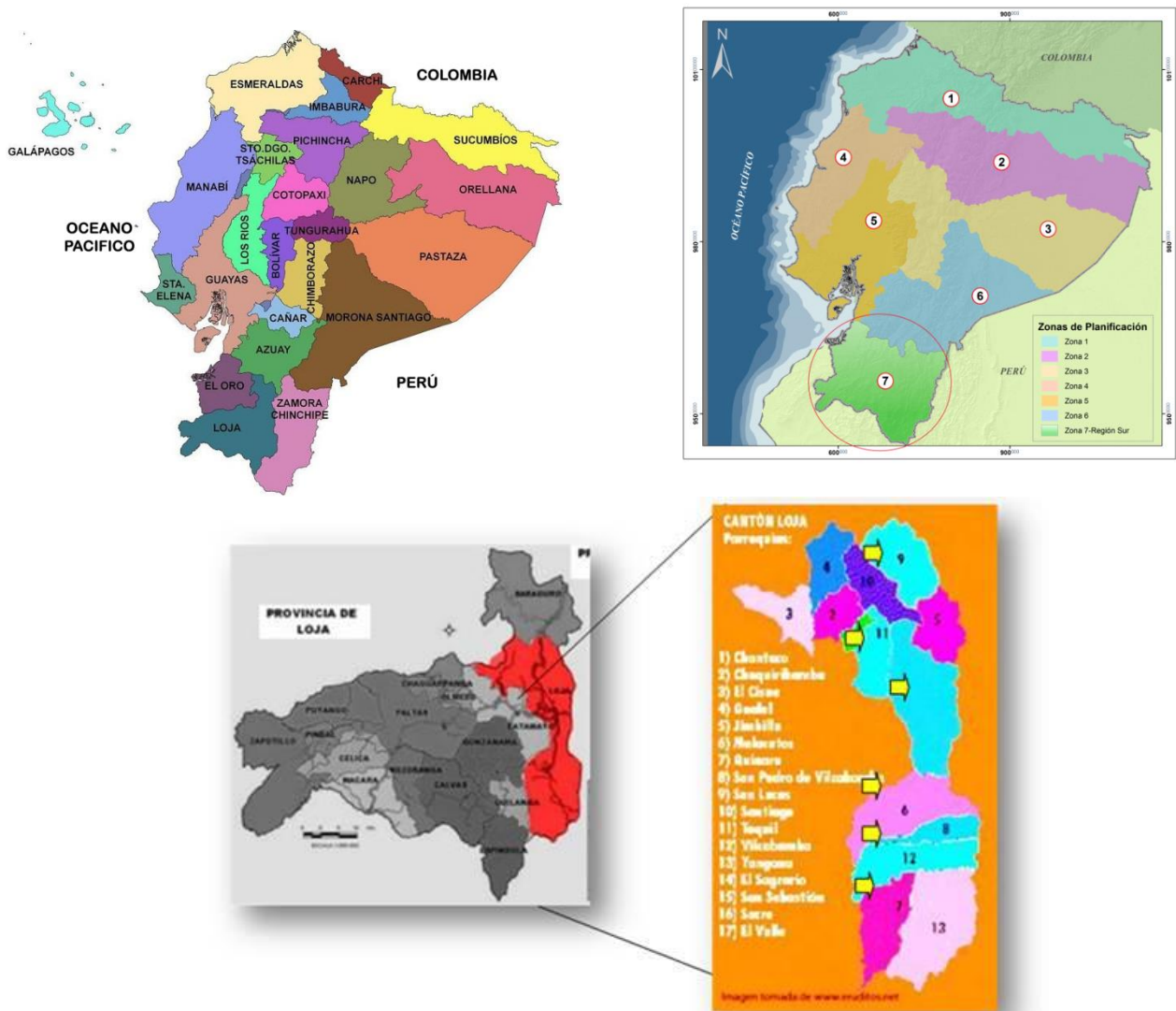
a. Macrolocalización

La macro localización es la localización general del proyecto, es decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, la localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia.

Por ello se deben ver las facilidades y costos de la mano de obra e insumos; materias primas, energía eléctrica, actitud de la comunidad, zonas francas, condiciones sociales y culturales.

Analizando los factores de localización descritos anteriormente podemos determinar que la localización óptima de la empresa denominada “**DHARMA, Diseño y Decoración Cia. Ltda.**” prestadora del servicio de diseño de interiores arquitectónicos estará ubicado en el país Ecuador, provincia de Loja, ciudad de Loja.

Macrolocalización de la empresa



b. Microlocalización

Micro localización es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para elaborar el proyecto, en el cual se va elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio, este dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.

En la micro localización deben tomarse varios aspectos importantes como la localización urbana, suburbana o rural para el transporte del personal,

disponibilidad de servicios, condicionar las vías urbanas y de las carreteras, la recolección de basuras y residuos, restricciones locales Impuestos, tamaño del sitio, forma del sitio, características topográficas del sitio, así como condiciones del suelo en el sitio, entre otras cuestiones.

Mediante un análisis de los diferentes factores que influyen en la micro localización se concluyó que el lugar óptimo para el funcionamiento de la empresa es la parroquia San Sebastián en la Av. Manuel Agustín Aguirre entre Cuba y Malvinas.



2.4. Ingeniería del proyecto

El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: instalaciones y funcionamiento de la empresa, indicando el proceso productivo así como los equipos y programas necesarios para el desarrollo óptimo de cada uno de los diseños.

2.4.1. Componente tecnológico

Consiste en determinar el equipo adecuado a los requerimientos del proceso de producción y que esté acorde con los niveles de producción esperados y al nivel de demanda a satisfacer.

Par brindar un servicio eficiente la empresa requerirá equipos y programas que le faciliten la entrega oportuna de cada diseño, así tenemos:

➤ **Equipo**

- Computadora
- Laptop
- Proyector
- Mesas de dibujo
- Cámara fotográfica
- Copiadora

➤ **Programas**

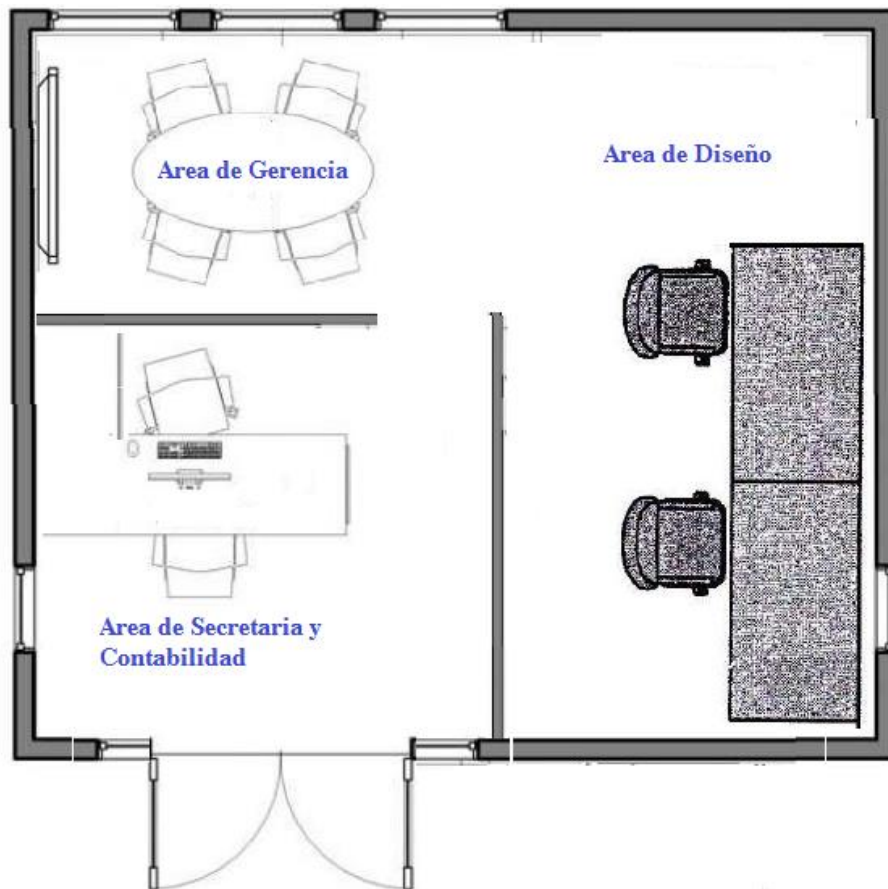
- Microsoft Visio
- AutoCAD
- Sweet Home 3D
- Autodesk Design Review
- Adobe Illustrator CS3
- Adobe Photoshop CS3
- Adobe InDesign CS3

2.4.2. Infraestructura Física

Se relaciona exclusivamente con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase de apertura. Por tal motivo para la prestación del servicio se requiere una dimensión de 36m², la misma que se distribuirá de la siguiente manera:

- Área de gerencia
- Área de contabilidad y secretaria
- Área de diseño
- Área de proyección

2.4.3. Distribución de la planta



2.4.4. Descripción de las fases del servicio

Considerando que el objetivo del decorador es adecuar el espacio a las necesidades del cliente, con el fin de mejorar su calidad de vida. Por lo cual es necesario realizar un estudio previo que contemple los siguientes aspectos:

- a. Estudio de las necesidades del cliente:** se debe averiguar su personalidad, sus gustos y necesidades.

- b. Estudio del espacio y los medios:** se debe estudiar el espacio y los medios tanto económicos como materiales.

2.4.4.1. Pasos para realizar un proyecto de decoración

Una vez obtenida toda la información necesaria se empieza a proyectar.

La idea original del diseño se plasmará probablemente en varios croquis o dibujos a mano alzada, que posteriormente darán origen a los planos del proyecto, los cuales serán trabajados a escala, permitiendo comprobar su funcionalidad y viabilidad.

Cada uno de estos planos deberá ilustrar un paso del diseño:

a. Primero: planta del estado actual

Se debe realizar una planta del estado actual que muestre cómo está el espacio en el momento inicial. Tanto si se ha ido a medir a casa del cliente como si éste proporcionó un boceto acotado, habrá que pasarlo a limpio y realizar un dibujo en planta y a escala.

b. Segundo: esquema de las distintas zonas o planta de zonificación

Cada zona debe contar con un espacio mínimo recomendable según el uso que tenga. Hay que tener una imagen esquemática de la vivienda donde se sitúen las diferentes zonas (recibidor, cocina, aseo, baño, vestidor, dormitorio, salón y comedor). A esto se le denomina "planta de zonificación".

c. Tercero: planta del estado reformado

Una vez que se tienen la planta del estado actual y el esquema de las distintas zonas, es el momento de hacer la distribución del espacio.

Se debe elegir para cada elemento el sitio más adecuado tanto por su situación como por las medidas necesarias para su uso. Para decidir dónde van los tabiques, las puertas y huecos, es necesario definir el espacio que requiere cada habitación.

Cuando se realiza esta distribución, hay que tener en cuenta los materiales que se utilizarán en cada caso y cuál será la disposición del mobiliario.

Por último, es importante hablar con los distintos técnicos para saber lo que hay que tener en cuenta y los problemas que pueden surgir.

Todo ello quedará reflejado en la planta del estado reformado. Este plano mostrará la tabiquería y la carpintería que existirán tras la reforma.

d. Cuarto: elección de acabados

Una vez que se ha hecho la distribución del espacio, se eligen los materiales. Para ello hay que contar con los gustos del cliente y el efecto que se quiere

conseguir. Los materiales deben ser adecuados a las distintas zonas y cumplir las necesidades del cliente.

Además, es bueno conseguir muestras que luego se puedan enseñar al cliente. El plano que refleja los materiales que se van a emplear en la reforma se le denomina "planta de acabados".

e. Quinto: elección y distribución del mobiliario

A continuación se debe escoger la distribución exacta del mobiliario y los distintos elementos. Cuando se defina la solución más adecuada, se dibujará en limpio. A esto se le llama "planta de distribución".

f. Sexto: elaboración del presupuesto

Una vez pasada a limpio la planta de distribución, definidos el espacio y los materiales, se prepara el presupuesto.

Para ello hay que solicitar el presupuesto a los distintos profesionales y proveedores.

Cuanto más definido esté el proyecto, más cerrado se encontrará el presupuesto, lo que evitará sorpresas que puedan generar malestar en el cliente.

Con todos estos datos se deberá realizar un presupuesto conjunto que distinga las diferentes partidas para presentarlo al cliente.

g. Séptimo: alzados y perspectivas

Además de las plantas que se acaban de mencionar, dentro del proyecto de interiores se suelen incluir los alzados y las perspectivas que representen el proyecto de un modo más intuitivo y próximo al que se percibirá físicamente.

Estos dibujos ayudan a obtener la mejor comprensión del proyecto por parte del cliente y de los profesionales.

Al esmerarse en la presentación de estos dibujos se conseguirá que el cliente visualice el espacio.

h. Octavo: reunión de presentación del proyecto y modificaciones posteriores

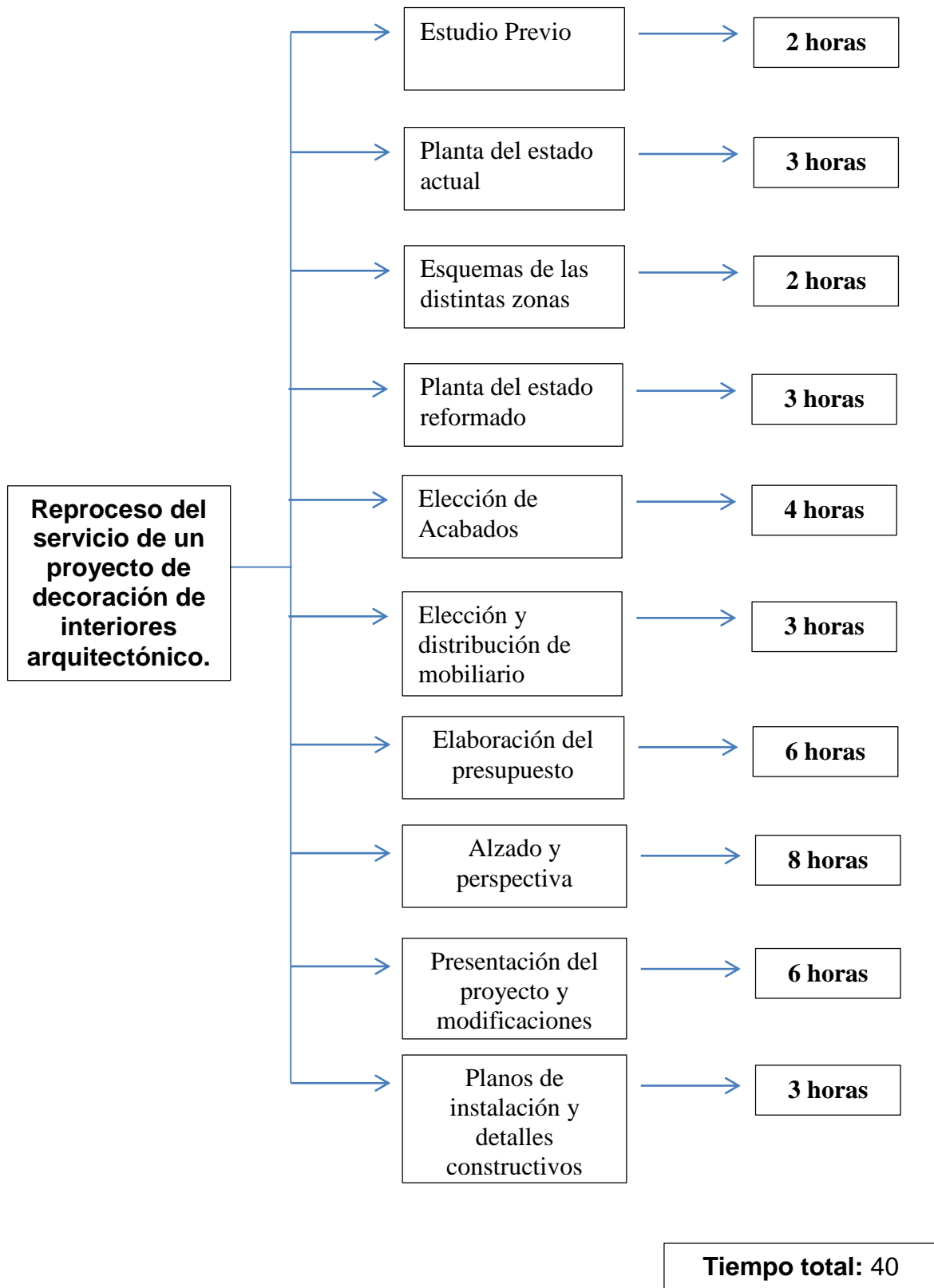
Es importante la forma en la que se presentan el proyecto y el presupuesto una vez acabados. Posiblemente haya que hacer alguna rectificación antes de conseguir el visto bueno del cliente, pero es muy importante definir adecuadamente el proyecto.

El trabajo y el tiempo que se dedican a la hora de hacer el proyecto no deben escatimarse ya que se logra más rapidez y menor coste en la obra.

i. Noveno: planos de instalaciones y detalles constructivos

Cuando ya esté todo definido y se tenga el visto bueno del cliente, es el momento de realizar los distintos planos de instalaciones y dibujar los detalles constructivos que sean necesarios. De este modo, una vez definidos los espacios, los materiales y el mobiliario y realizados los distintos dibujos y presupuestos, el trabajo del proyecto de decoración ha finalizado.

2.4.5. Proceso de servicio



2.4.6. Diseño del producto

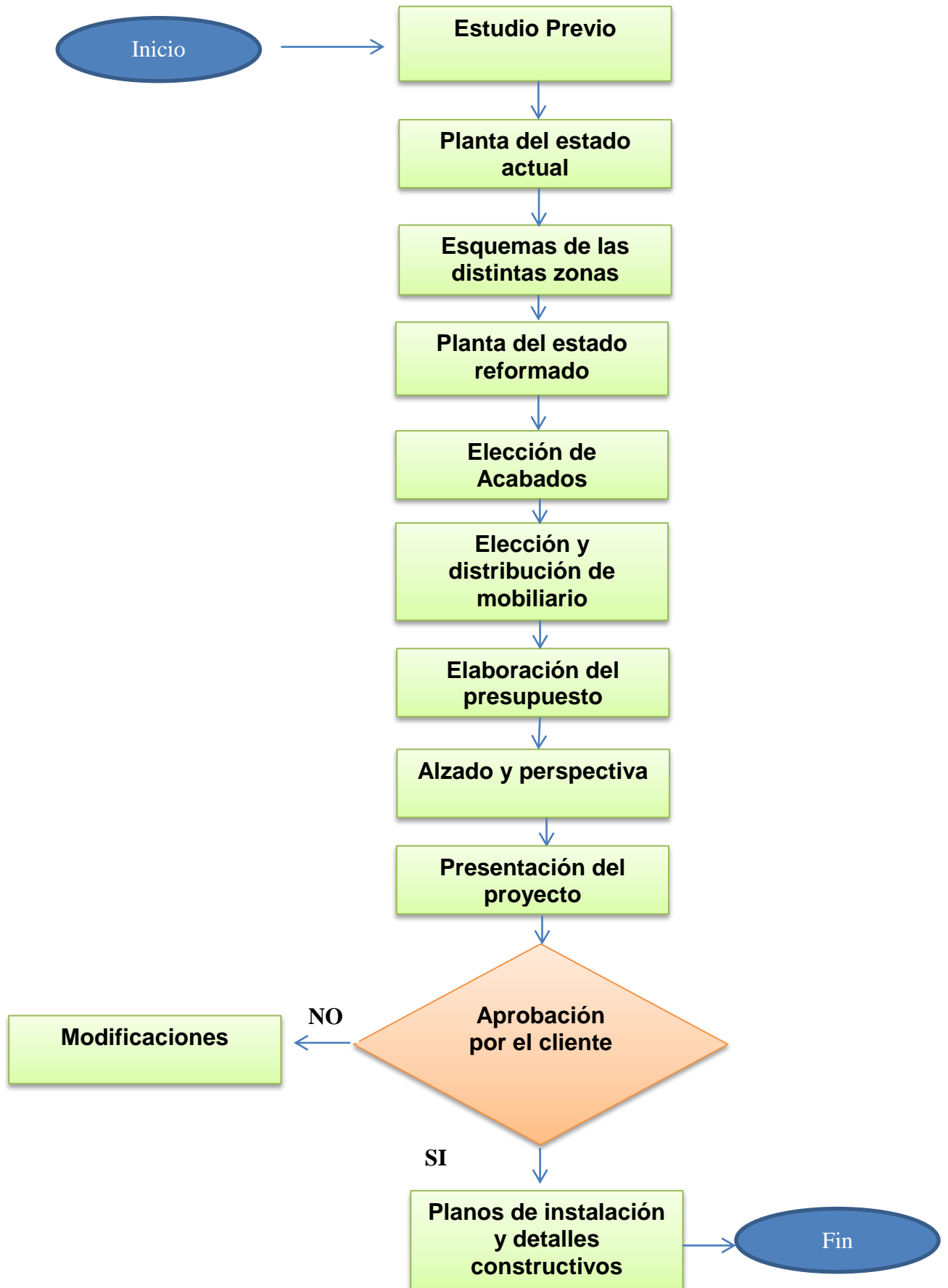
La empresa ofrece el servicio de diseño de Interiores en lo que respecta a la reforma integral de la vivienda, distribuyendo de la manera más idónea habitaciones, cocinas, salones, etc., o de las distintas partes de la vivienda de acuerdo a los requerimientos del cliente, redistribuyendo los espacios con los que cuenta actualmente para aprovecharlos eficientemente.

En si DHARMA, Diseño y Decoración realiza el estudio de la planta de distribución y lo acompaña de bocetos 3D del ambiente diseñado, mismo que posteriormente se entregan al cliente. En caso que el propietario decida que la misma empresa se encargue de llevar a cabo el proyecto esta contratara personal calificado, organizara y dará seguimiento de la obra.

Es importante mencionar que dependiendo de las características del diseño y los requerimientos del cliente el tiempo de vida útil del proyecto varia de 2 a 5 años.



2.4.7. Flujo de procesos



2.5. DISEÑO ORGANIZACIONAL

2.5.1. Estructura Organizativa

2.5.1.1. Base Legal

En este aspecto definiremos todos los aspectos legales con los que nuestro proyecto deberá contar para operar en el mercado.

Tipo de empresa.- el tipo de empresa de nuestro proyecto será compañía de responsabilidad limitada la misma q será conformada por 3 socios al momento de iniciar sus operaciones.

Razón social.- la empresa estará inscrita bajo la denominación de la “DHARMA, Diseño y Decoración CIA. LTDA “

Domicilio.- el domicilio de la empresa se ubicara en la provincia de Loja, cantón Loja, ciudad de Loja en la parroquia San Sebastián en la Av. Manuel Agustín Aguirre entre Cuba y Malvinas.

Capital social.- el capital social de la empresa ascenderá a \$17.848,20 Los mismos que serán constituidos en un 16% por los aportes de los socios y en un 84% mediante la adquisidor de un crédito en una entidad financiera.

Duración.- la empresa tendrá un tiempo de vida de 5 años de acuerdo a las nuevas disposiciones vigentes al cabo de las cuales se procederá a su liquidación o a la ampliación de su fase operativa.

2.5.1.2. Estructura Empresarial

a. Niveles Jerárquicos de autoridad

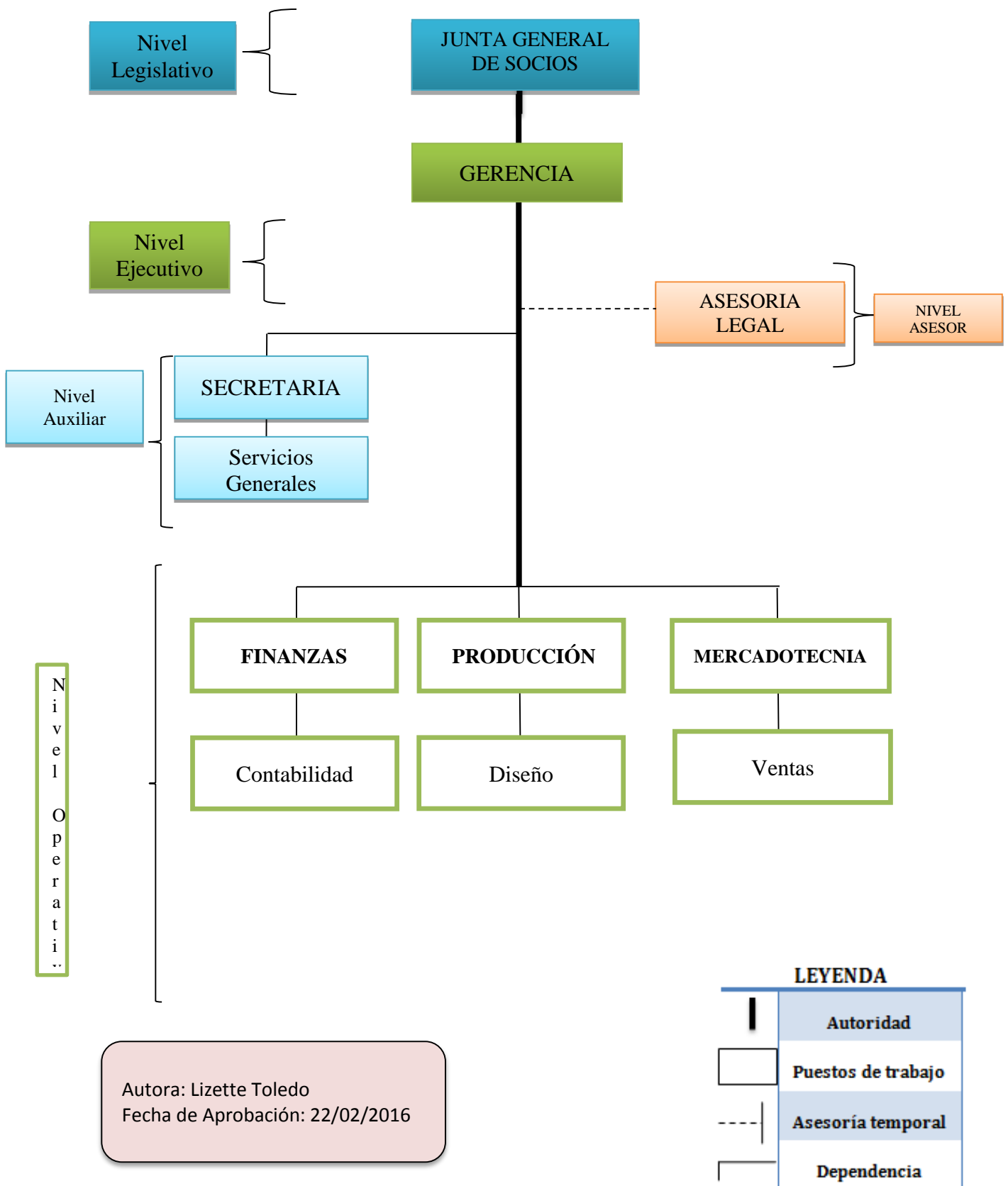
Las empresas constituyen sistemas integrados en los que la organización administrativa permite su ordenamiento mediante niveles jerárquicos, que determinan las funciones y responsabilidades asignadas al personal que trabaja en ella, con el fin de lograr metas objetivos.

Por tal motivo la empresa contara con los siguientes niveles jerárquicos

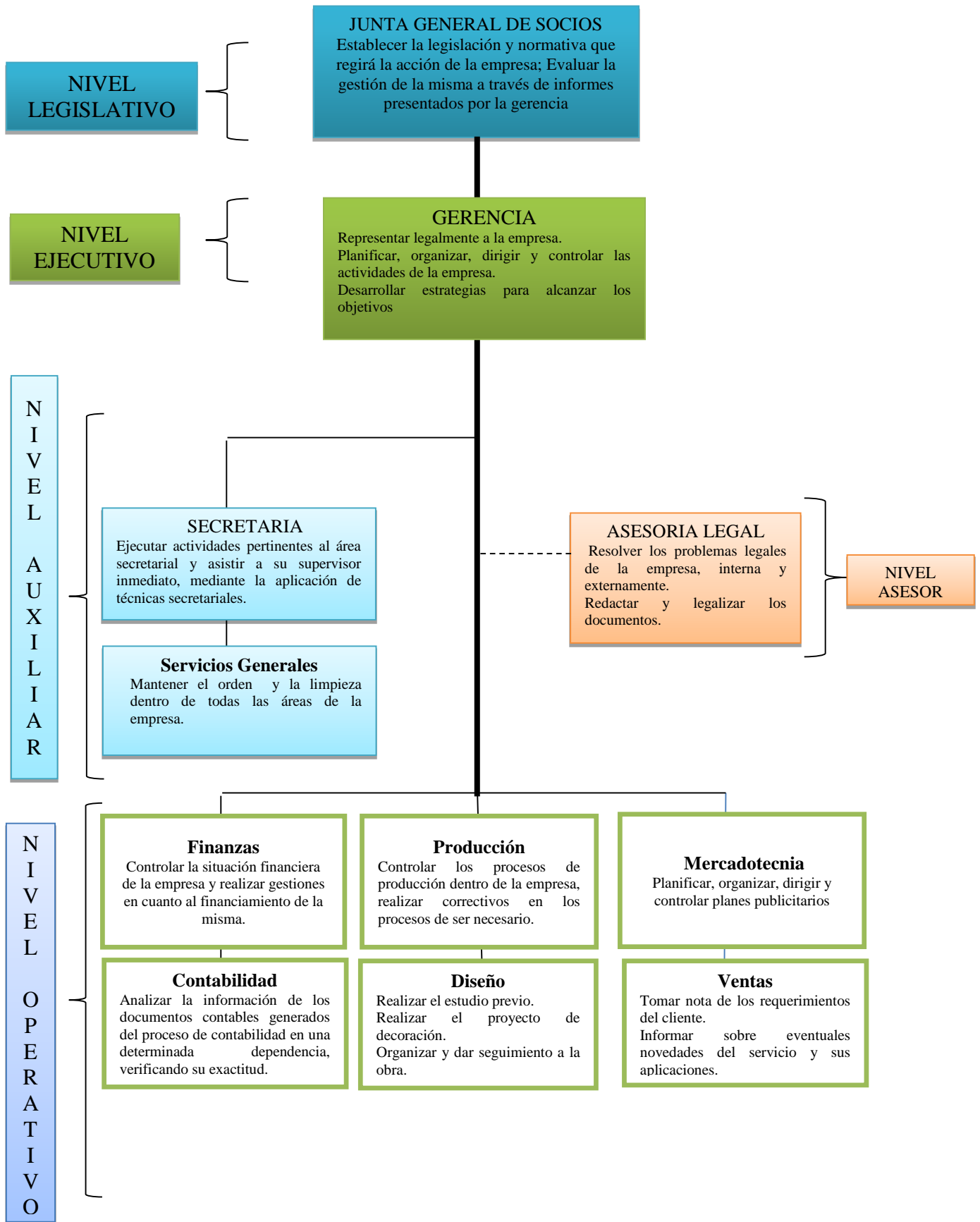
- **Nivel legislativo:** estará compuesto por la junta general de socios y se encargara de dictar políticas y reglamentos en los que se fundamenta la empresa.
- **Nivel directivo:** es encabezado por el presidente el mismo que se encarga de transmitir los deseos de los socios hacia la empresa. Planea, orienta y dirige la administración de la empresa, e interpreta planes, programas y más directivas técnicas y administrativas de alto nivel y transmite a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución.
- **Nivel ejecutivo:** dirigida por el gerente el cual será el encargado de realizar gestiones de la empresa, el éxito o el fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.
- **Nivel auxiliar:** se encargara de realizar funciones que ayudaran al desarrollo de las actividades de la empresa.
- **Nivel operativo:** serán los responsables directos de ejecutar las actividades de la empresa.
- **Nivel asesor:** será el encargado de brindar apoyo a los niveles superiores en temas especializados en este caso jurídicos.

b. Organigramas

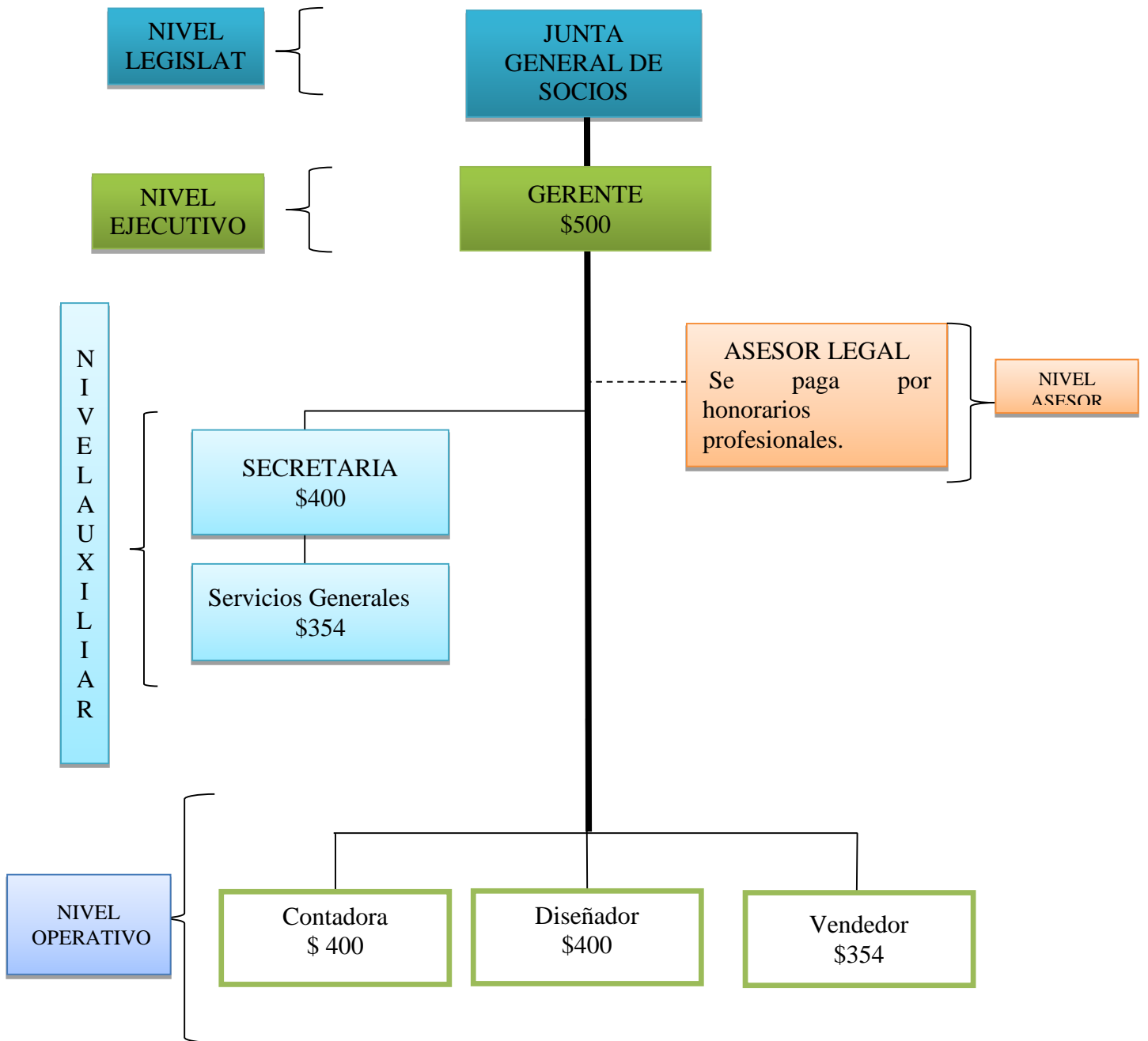
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



ORGANIGRAMA FUNCIONAL




ORGANIGRAMA DE POSICIÓN



c. Manuales

MANUALES DE FUNCIONES

	MANUAL DE FUNCIONES	
	“DHARMA, Diseño y Decoración”	
I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO		
Nombre del Puesto	Gerente General	
Nivel Jerárquico	Nivel Ejecutivo	
Jefe Inmediato Superior	Junta General de Socios	
Subalternos	Secretaria, contadora, diseñador , dibujante	
II. NATURALEZA DEL PUESTO		
<p>Su labor se centra en la toma de decisiones y en la planeación empresarial, es el puesto en el cual se centra el mayor poder dentro de la organización; se encarga de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades administrativas y operacionales de la organización.</p>		
III. FUNCIONES PRINCIPALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Planificar, organizar, coordinar y controlar los trabajos de organización. • Representar a la empresa judicial y extrajudicialmente. • Evaluar los servicios y la gestión de la empresa. • Mantener reuniones periódicas o emergentes con las áreas operativas, para el análisis y solución de problemas. • Atender requerimientos y necesidades del personal administrativo y operativo • Cumplir y hacer cumplir los reglamentos de la empresa • Conocer y aprobar el balance general, el estado de pérdidas y ganancias. • Otras actividades competentes. 		
IV. FUNCIONES SECUNDARIAS		
<ul style="list-style-type: none"> • Delegar las funciones que considere necesarias de conformidad con las normas vigentes sobre la materia. • Celebrar los contratos con los trabajadores oficiales. • Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente al equipo de trabajo. 		
V. REQUISITOS INTELECTUALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Instrucción básica: Título de Ing. Administración de Empresas 		
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia: En funciones similares mínimo 3 años 		
VI. REQUISITOS FISICOS		
<ul style="list-style-type: none"> • Esfuerzo físico necesario: Mínimo 		



MANUAL DE FUNCIONES

“DHARMA, Diseño y Decoración”

I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

Nombre del Puesto	Asesor Jurídico
Nivel Jerárquico	Nivel Asesor
Jefe Inmediato Superior	Gerente General
Subalterno	No aplica

II. NATURALEZA DEL PUESTO

Ayuda a resolver los conflictos legales que puedan ir surgiendo, no sólo con sus trabajadores sino también con los clientes, proveedores o Administraciones Públicas.

III. FUNCIONES PRINCIPALES

- Asesorar en asuntos de orden jurídico a la empresa.
- Asesorar sobre la elaboración de contratos, reglamentos, aplicaciones de leyes y otros documentos normativos que se relacionen con la empresa.
- Redactar y legalizar los documentos y la contratación del personal
- Elaborar, revisar y suscribir los documentos que por su naturaleza requieran firma de abogado.
- Patrocinar a la empresa de los procesos de carácter laboral, penal, asuntos civiles y mercantiles que tengan que afrontar.
- Colaborar con otras áreas de la empresa, en actividades afines a su función.

IV. FUNCIONES SECUNDARIAS

- Participar en las sesiones ordinarias y extraordinarias de la junta general de socios cuando sea requerido.
- Estar pendiente sobre modificaciones y reestructuración de leyes y políticas que involucren a la empresa.

V. REQUISITOS INTELECTUALES

- **Instrucción básica:** Doctor en jurisprudencia
- **Experiencia:** En funciones similares mínimo 3 años

VI. REQUISITOS FISICOS

- **Esfuerzo físico necesario:** Mínimo



MANUAL DE FUNCIONES

“DHARMA, Diseño y Decoración”

I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

Nombre del Puesto	Secretaria -Contadora
Nivel Jerárquico	Nivel de apoyo administrativo.
Jefe inmediato Superior	Gerente
Subalterno	Servicios generales

II. NATURALEZA DEL PUESTO

Ejecutar actividades pertinentes al área y asistir a su supervisor inmediato, aplicando técnicas secretariales, a fin de lograr un eficaz y eficiente desempeño acorde con los objetivos de la empresa.

Mantener el sistema integrado de contabilidad de la empresa.

III. FUNCIONES PRINCIPALES

- Organizar la agenda de actividades del gerente.
- Recibir y despachar la correspondencia de la gerencia.
- Coordinar las actividades de secretaria, trámites administrativos y archivo con dependencia de la compañía.
- Redactar y digitar todo tipo de correspondencia, como oficios, memorando, circulares de la empresa.
- Atender al personal de la compañía y público en general
- Participar en las sesiones ordinarias y extraordinarias de la Junta General de Accionistas cuando sea requerido.
- Dar información personal o telefónica de los trámites administrativos y concretar citas de gerencia.
- Recopilar información, proporcionar documentos cuando se lo requiera.
- Colaborar con otras áreas de la empresa, en actividades afines a su función.
- Llevar y controlar la contabilidad general de la empresa.
- Mantener un correcto manejo de los libros contables.
- Preparar los estados financieros correspondientes.
- Presentar informes y análisis de tipo contable, económico y financiero de las labores que realiza al gerente de la empresa.
- Las demás que le asigne el Jefe de Unidad o Gerente de área, dentro del ámbito de su actividad.

IV. FUNCIONES SECUNDARIAS

- Brindar apoyo a su jefe inmediato en la elaboración de documentos varios.

V. REQUISITOS INTELECTUALES

- **Instrucción básica:** Título de tercer nivel de Contabilidad y Auditoría
- **Experiencia:** En funciones similares mínimo 2 años.

VI. REQUISITOS FISICOS

- **Esfuerzo físico necesario:** Mínimo



MANUAL DE FUNCIONES

“DHARMA, Diseño y Decoración”

I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

Nombre del Puesto	Auxiliar de servicios
Nivel Jerárquico	Nivel auxiliar
Jefe Inmediato Superior	Secretaria
Subalterno	No aplica

II. NATURALEZA DEL PUESTO

Le corresponde atender el mantenimiento y aseo de la planta física, equipos e instrumentos de trabajo.

III. FUNCIONES PRINCIPALES

- Responder por el aseo y el cuidado de las zonas o áreas que le sean asignadas, éste debe quedar bien hecho para recibir cada jornada.
- Responder por los elementos utilizados para la ejecución de sus tareas.
- Informar sobre cualquier novedad ocurrida en la zona bajo su cuidado.
- Informar a su inmediato superior sobre las anomalías e irregularidades que se presenten.
- Cumplir la jornada laboral legalmente establecida, importante entrar y salir a las horas acordadas según el reglamento de trabajo. La llegada tarde o la salida antes de tiempo sin ninguna justificación será motivo para iniciar el correspondiente seguimiento disciplinario a que dé lugar; la reincidencia será causal de mala conducta.
- Dedicar todo el tiempo de la jornada laboral en su zona o área asignada.
- Debe dar buen trato a todo el personal de la empresa, e igualmente exigirlo.
- Periódicamente deben lavarse los pisos de las instalaciones cada 15 días.

IV. FUNCIONES SECUNDARIAS

- Preparar el café, cuando las circunstancias lo ameriten.
- Cumplir las demás funciones que le sean asignadas de acuerdo con la naturaleza del cargo.

V. REQUISITOS INTELECTUALES

- **Instrucción básica:** Bachiller o estudiante de tercer nivel
- **Experiencia:** En funciones similares mínimo 1 años.

VI. REQUISITOS FISICOS

- **Esfuerzo físico necesario:** Mínimo



MANUAL DE FUNCIONES

“DHARMA, Diseño y Decoración”

I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

Nombre del Puesto	Diseñador
Nivel Jerárquico	Nivel operativo
Jefe inmediato Superior	Gerente
Subalterno	Dibujante

II. NATURALEZA DEL PUESTO

Crear espacios atractivos, confortables y mejor equipados para habitar, recrearse, trabajar y todo tipo de funciones necesarias de llevar a cabo por el hombre.

III. FUNCIONES PRINCIPALES

- Establecer las necesidades de cada cliente en función de su edad, actividad, gustos y presupuesto.
- Presentar los proyectos decorativos a los clientes, en sus distintas fases, de forma fiel y sugerente, empleando las técnicas más actuales.
- Distribuir el espacio disponible de forma racional y flexible, buscando el equilibrio entre funcionalidad y estética.
- Decidir las características técnicas de los revestimientos de suelos y paredes y utilizar los colores y texturas adecuados a la actividad que se vaya a desarrollar, considerando su estética y durabilidad.
- Aprovechar al máximo el espacio de un comercio, utilizando las técnicas de la decoración para dotar de mayor atractivo a los productos expuestos.
- Hacemos un análisis y estudio del proyecto a realizar.
- Coordinar y colaborar con los profesionales aliados al diseño incluyendo a quienes proporcionan los servicios adicionales para el proyecto de diseño.

IV. FUNCIONES SECUNDARIAS

- Dar a conocer el proyecto al cliente mediante proyecciones.
- Programar y supervisar la obra

V. REQUISITOS INTELECTUALES

- **Instrucción básica:** Arquitecto en Decoración de interiores.
- **Experiencia:** 3 años

VI. REQUISITOS FISICOS

- **Esfuerzo físico necesario:** Mínimo



MANUAL DE FUNCIONES

“DHARMA, Diseño y Decoración”

I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

Nombre del Puesto	Vendedor
Nivel Jerárquico	Nivel operativo
Jefe inmediato Superior	Gerente
Subalterno	No aplica

II. NATURALEZA DEL PUESTO

Realizar llamadas telefónicas, y mailing para la venta de nuestros servicios y atender los requerimiento de clientes, asesorar a clientes en uso del servicio, actualización de base de datos

III. FUNCIONES PRINCIPALES

- Explorar permanentemente la zona asignada para detectar clientes potenciales.
- Evaluar nuevos usos o necesidades de consumo de los clientes activos.
- Realizar un seguimiento de consumos por cada cliente de su zona.
- Visitar a todos los clientes (activos y/o potenciales) de acuerdo a la zona o cartera establecida.
- Mantener a los clientes informados sobre novedades, posibles demoras de entrega y cualquier otro tipo de cambio significativo.
- Asesorar técnica, comercial y promocionalmente a sus clientes.
- Asesorar al cliente sobre la mejor forma de comprar y utilizar el servicio.
- Comunicar al cliente las novedades sobre precios y condiciones.
- Programar semanalmente las actividades de visitas a realizar.
- Colaborar con la administración de la Empresa gestionando la documentación del cliente, necesaria para concretar el vínculo comercial.

IV. FUNCIONES SECUNDARIAS

- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- Dominio de técnicas de venta.
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

V. REQUISITOS INTELECTUALES

- **Instrucción básica:** Título de Ing. Administración de Empresas o Marketing

- **Experiencia:** 2 años

VI. REQUISITOS FISICOS

- **Esfuerzo físico necesario:** Mínimo

2. ESTUDIO FINANCIERO

El presente estudio financiero se encarga de determinar los recursos monetarios que son necesarios para la implementación y desarrollo del proyecto. Para lo cual se debe analizar lo siguiente:

3.1. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

3.1.1. Inversiones

El objetivo de las inversiones es definir la cantidad de bienes tangibles e intangibles, es decir, los requerimientos de activos de la empresa y estos se clasifican en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

a. Inversiones en activo fijo

Son aquellos que constituyen los bienes necesarios para el desarrollo de las actividades de la empresa. Para implementar el proyecto se necesita de los siguientes activos.

Equipo de Oficina: son indispensables para el cumplimiento eficiente de actividades de la empresa. A continuación se describen los equipos de oficina necesarios:

Tabla N.-20
Equipo de Oficina

Descripción	unidad de medida	cantidad	costo unitario	costo total
Perforadora	U	2	7,00	14,00
Fax	U	1	45,00	45,00
Teléfonos	U	2	32,00	64,00
Portapapeles	U	3	15,00	45,00
Grapadora	U	2	5,00	10,00
Total				178,00

Fuente: Librerías de la localidad

Elaboración: La autora

Equipo de cómputo: el equipo de cómputo es indispensable para el cumplimiento de las actividades de carácter productivo y administrativo de la empresa.

**Tabla N.-21
Equipo de cómputo para producción**

Descripción	unidad de medida	cantidad	costo unitario	costo total
Infocus	U	1,00	750,00	750,00
Pantalla de proyección	U	1,00	48,50	48,50
Portátil	U	2,00	1.300,00	2.600,00
Cámara fotográfica	u	1,00	185,00	185,00
Total				3.583,50

Fuente: MASTER PC

Elaboración: La autora

**Tabla N.-22
Equipo de cómputo para operación**

Descripción	unidad de medida	cantidad	costo unitario	costo total
Tóner negro	U	1,00	75,00	75,00
Tóner color	U	1,00	60,00	60,00
Computadora de escritorio	U	1,00	600,00	600,00
Copiadora/impresora	U	1,00	1.600,00	1.600,00
Total				2.335,00

Fuente: MASTER PC

Elaboración: La autora

Muebles y enseres: Son todos los bienes necesarios para la adecuación de la empresa para el normal desarrollo de sus actividades tanto administrativas como operativas para lo cual se requiere lo siguiente.

**Tabla N.-23
Presupuesto Muebles y Enseres**

Descripción	unidad de medida	cantidad	costo unitario	costo total
Escritorios	U	2,00	260,00	520,00
Sillas giratorias ejecutiva	U	1,00	160,00	160,00
Archivadores	U	2,00	165,00	330,00
Mesas de dibujo	U	1,00	120,00	120,00
Sillas fijas de atención al cliente	U	1,00	135,00	135,00
Escritorio	U	2,00	130,00	260,00
Sillas giratorias	U	3,00	120,00	360,00
Sillas para dibujo	U	2,00	78,00	156,00
Archivadores aéreos	U	2,00	165,00	330,00
Mesa de centro	U	1,00	45,00	45,00
Sillas	U	5,00	55,00	275,00
Total				2.691,00

Fuente: Centros comerciales de la localidad

Elaboración: La autora

Resumen de activos.

En la presente tabla se realiza un resumen general de los activos necesarios para el funcionamiento de la empresa así como sus valores totales.

**Tabla N.-24
Resumen de Activos Fijos**

Descripción	valor total
Equipos de oficina	178,00
Equipos de cómputo para producción	3.583,50
Equipos de cómputo para operación	2.335,00
Muebles y enseres	2.691,00
Total	8.787,50

Fuente: Cuadros 20-21-22-23

Elaboración: La autora

b. Inversiones en activo diferido

Una vez que hemos definido todos los activos fijos necesarios en la empresa. Entramos en la etapa de formulación donde estableceremos todos los aspectos necesarios para que nuestra empresa pueda iniciar sus operaciones dentro del marco legal vigente de acuerdo a la ley, los mismos que se detallan a continuación:

Tabla N.-25
Presupuesto de activos diferidos

Activo diferido	Costo total
Estudio preliminar	3.000
Gastos organizacionales	1.500
Marcas	200
Adecuaciones	1.000
Patente	100
Permiso de Bomberos	50
Ministerio de salud	30
Total	5.880

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

c. Inversiones en capital de trabajo

Aquí contemplamos los rubros que utilizara la empresa antes de percibir ingresos es decir consideraremos todos los gastos que la empresa deberá cubrir mientras aún no perciba ningún tipo de ingresos, para calcular el capital de trabajo debemos recordar que el mismo debe cubrir dos clases de costos: el costo de producción y costo de operación.

Costo de producción

Estos constituyen los valores invertidos en los diferentes rubros que tienen que ver con las actividades propias de la prestación de servicio.

COSTO PRIMO

- **Mano de obra:** Constituyen el elemento más importante de la empresa, ya que es el esfuerzo humano que será necesario y utilizado en la prestación del servicio.

Tabla N.-26

Presupuesto Mano de obra

Personal	sueldos	Aporte	Aporte	Aporte	Decimo	Décimo Cuarto	Vacaciones	Sueldo total
		IECE	SECAP	Patronal	Tercero			
Diseñador	400	2	2	44,6	33,33	33,33	16,67	531,93
Vendedor	354	1,77	1,77	39,471	29,50	29,50	14,75	470,76
Total sueldo mensual								1.002,69
Total sueldo anual								12.032,33

Fuente: investigación directa

Elaboración: La autora

Resumen de costo producción.

Tabla N° 27

Resumen de costos de producción.

Descripción	Valor total
Mano de obra directa	12.032,33
Total	12.032,33

Fuente: tabla n.-26

Elaboración: La autora

COSTO DE OPERACIÓN

Gastos administrativos

- **Remuneraciones:** Constituye el pago a los empleados de acuerdo a todos los beneficios de ley por servicios prestados de cada uno de los empleados de una empresa, los mismos que se detallan a continuación.

Tabla N° 28
Remuneraciones

Personal	sueldos	Aporte IECE	Aporte SECAP	Aporte Patronal	Decimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Sueldo total	Total mensual
Gerente	500	2,5	2,5	55,75	41,67	41,67	20,83	664,92	664,92
Secretaria-Contadora	400	2	2	44,6	33,33	33,33	16,67	531,93	531,93
Servicios generales	354	1,77	1,77	39,471	29,50	29,50	14,75	470,76	235,38
Asesor legal								50,00	50,00
Total sueldo mensual									1.482,23
Total sueldo anual									17.786,76

Fuente: Ministerio de relaciones laborales.

Elaboración: La autora

Nota: debido a la naturaleza del proyecto es conveniente contratar por medio tiempo una persona que ocupe el puesto de servicios generales, tomando como referencia el valor establecido por ley de 354 dólares. Además cabe recalcar que el asesor jurídico solo cobra por servicios profesionales.

- **Arriendo del Local:** Es el lugar necesario para implementar la empresa, el mismo que se ubicara en la Av. Manuel Agustín Aguirre entre Cuba y Malvinas.

Tabla N° 29
Presupuesto arriendos.

Descripción	unidad de medida	cantidad	costo unitario	costo total
Arriendo del local	Unidad	1	400	400,00
Total mensual				400,00
Total anual				4.800,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

➤ **Presupuesto energía eléctrica.**

Para la prestación del servicio de nuestro proyecto es necesaria la utilización de energía eléctrica para el funcionamiento de equipos electrónicos necesarios:

Tabla N° 30
Presupuesto energía eléctrica.

Descripción	unidad de medida	cantidad	costo unitario	costo total
Luz eléctrica	Kw/h	38	0,88	33,44
Total mensual				33,44
Total anual				401,28

Fuente: ERSSA

Elaboración: La autora

- **Agua Potable:** La misma es indispensable para el consumo e higiene personal por parte del personal así como de los que perciben el servicio los costos de este servicio se detallan a continuación.

Tabla N° 31
Presupuesto de Agua Potable.

Descripción	unidad de medida	cantidad	costo unitario	costo total
Agua potable	m ³	4	1,90	7,60
Total mensual				7,60
Total anual				91,20

Fuente: UMAPAL

Elaboración: La autora

- **Telefonía fija:** es el pago que se realiza la empresa por el consumo de este servicio, el mismo que se detalla a continuación.

Tabla N° 32
Presupuesto de Telefonía fija.

Descripción	unidad de medida	cantidad	costo unitario	costo total
Línea telefónica fija	Servicio	1	15,20	15,20
Total mensual				15,20
Total anual				182,40

Fuente: CNT

Elaboración: La autora

- **Internet:** El mismo servirá para mantener una innovación contante en los procedimientos y conocimientos manteniendo la competitividad en el mercado, también será un auxiliar en dar a conocer a la empresa a través de las redes sociales. Los valores del mismo se detallan a continuación.

Tabla N° 33
Presupuesto de internet

Descripción	unidad de medida	cantidad	costo unitario	costo total
Internet fijo ilimitado	Servicio	1	20,05	20,05
Total mensual				20,05
Total anual				240,60

Fuente: NETT-PLUS

Elaboración: La autora

- **Suministros de Oficina:** Materiales necesarios para desarrollar las actividades administrativas, los mismos que se detallan a continuación:

Tabla N° 34

Presupuesto suministros de oficina

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Resma de papel	U	4	4,80	19,20
Hojas membretadas	ciento	3	20,00	60,00
Esferos	caja	2	6,00	12,00
cd	ciento	1	26,17	26,17
Hojas en A3	paquete	3	7,60	22,80
Carpetas	u	25	0,27	6,75
Bloques de facturas	u	3	6,00	18,00
Total cuatrimestral				164,92
Total anual				494,76
Total mensual				41,23

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

- **Material de aseo:** Son indispensables para mantenimiento y limpieza de las instalaciones de la empresa y por ende brindar una buena atención, estos materiales son detallados a continuación:

Tabla N° 35

Presupuesto material de aseo

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Escoba	u	1	3,50	3,50
Recogedor	u	1	1,50	1,50
Trapeador	u	1	5,00	5,00
Basureros	u	2	3,00	6,00
Toallas	u	2	3,00	6,00
Total semestral				22,00
Total anual				44,00
Total mensual				3,67

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

- **Útiles de Aseo:** Son indispensables para mantenimiento y limpieza de las instalaciones de la empresa y por ende brindar una buena imagen, estos materiales son detallados a continuación:

Tabla N° 36
Presupuesto Útiles de aseo

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Desinfectante	litro	1	1,80	1,80
Papel higiénico industrial	paquete	1	6,46	6,46
Fundas de basura	rollo	1	1,30	1,30
Detergente	500g	1	3,00	3,00
Jabón liquido	litro	1	2,30	2,30
Guantes	u	1	1,40	1,40
Total mensual				16,26
Total anual				195,12

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Resumen de gastos administrativos

Tabla N° 37.

Resumen de gastos administrativos

Descripción	Total mensual	Total anual
Remuneraciones	1.482,23	17.786,76
Arriendo	400,00	4.800,00
Energía eléctrica	33,44	401,28
Agua potable	7,60	91,20
Telefonía fija	15,20	182,40
Internet	20,05	240,60
Suministros de oficina	41,23	494,76
Material de aseo	3,67	44,00
Útiles de aseo	16,26	195,12
Total		24.236,13

Fuente: Cuadros 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35,36

Elaboración: La autora

Gastos de ventas

- **Publicidad:** La publicidad se realizara con la finalidad de hacer conocer a la población el servicio que ofrece la empresa, pero lo cual se utilizara los medios de comunicación locales como radio, hoja volantes y tarjetas de presentación los valores de los cuales se detallan a continuación.

Tabla N° 38.
Presupuesto publicidad.

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Cuña publicitaria	Unidad	8	200	1.600,00
Hojas volantes	mil	2000	0,08	160,00
Tarjetas de presentación	mil	2000	0,07	140,00
Total anual				1.900,00
Total mensual				158,33

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Resumen de gastos de ventas

Tabla N° 39.
Resumen de gastos de ventas

Descripción	Total mensual	Total anual
Publicidad	158,33	1.900,00
Total		1.900,00

Fuente: Tabla 37

Elaboración: La autora

Tabla N° 40
Resumen de la inversión

Activo fijo		Valor total
Equipos de oficina	178,00	
Equipos de cómputo para producción	3.583,50	
Equipo de cómputo para operación	2.335,00	
Muebles y enseres	2.691,00	
Total activos fijos		8.787,50
Activo diferido		
Estudio preliminar	3.000,00	
Gastos organizacionales	1.500,00	
Marcas	200,00	
Adecuaciones	1.500,00	
Patente	100,00	
Permiso de Bomberos	50,00	
Ministerio de salud	30,00	
Total Activos diferidos		5.880,00
Capital de trabajo		
Mano de obra	1.002,69	
Remuneraciones	1.482,23	
Arriendo	400,00	
Energía Eléctrica	33,44	
Agua Potable	7,60	
Telefonía Fija	15,20	
Internet	20,05	
Suministros de oficina	41,23	
Material de Aseo	3,67	
Útiles de aseo	16,26	
Publicidad	158,33	
Total capital de trabajo		3.180,70
Total de la Inversión		17.848,20

Fuente: tabla 24,25, 27, 37, 39

Elaboración: La autora

3.1.2. Financiamiento

Para financiar una inversión existen dos fuentes a las que se puede recurrir para financiar el proyecto, la fuente interna que la constituye el aporte de los socios o inversionistas del proyecto y la fuente externa la cual se la conoce

como fondos de terceros que proviene de instituciones financieras siempre que se considere ventajosa su consecución.

➤ **Fuentes internas**

El 16% del total de la inversión y que corresponde a \$2.848,20 dólares será financiado con aportaciones de los socios.

➤ **Fuentes externas**

Después de buscar la alternativa más conveniente, se decidió solicitar un préstamo al Banco de Fomento, al interés más bajos a través de sus líneas de crédito.

El crédito que mantendrá el proyecto con el Banco de Fomento constituirá el 84% que corresponde \$15.000,00 dólares a 5 años plazo al 11% de interés anual. En consecuencia los rubros de financiamiento se presentan así:

Tabla N° 41
Financiamiento

Capital	Porcentaje %	Monto de la inversión
Propio	16%	2.848,20
Externo	84%	15.000,00
Total	100%	17.848,20

Fuente: Tabla 39

Elaboración: La autora

MONTO: 15.000,00

TASA DE INTERÉS: 11%

PAGOS: Cada 6 meses (semestral)

TIEMPO: 5 años

AMORTIZACIÓN

Amortización del crédito: Para poder cancelar el crédito mensualmente es necesario determinar, el dividendo que se cancelara, por ello se ha realizado la siguiente tabla de amortización del crédito.

Tabla N° 42
Amortización del Crédito

Año	Meses	Saldo anterior	Amortización	Intereses	Dividendo	Saldo final
0	0	15.000,00				15000,00
1	1	15000,00	1500,00	825,00	4567,50	13500,00
	2	13500,00	1500,00	742,50		12000,00
2	3	12000,00	1500,00	660,00	4237,50	10500,00
	4	10500,00	1500,00	577,50		9000,00
3	5	9000,00	1500,00	495,00	3907,50	7500,00
	6	7500,00	1500,00	412,50		6000,00
4	7	6000,00	1500,00	330,00	3577,50	4500,00
	8	4500,00	1500,00	247,50		3000,00
5	9	3000,00	1500,00	165,00	3247,50	1500,00
	10	1500,00	1500,00	82,50		0,00

Fuente: Tabla 40

Elaboración: La autora

Tabla N° 43

Amortización de Activos Diferidos

Activo diferido	Unidad de medida	cantidad	Costo total	Años	Amortización
Estudio preliminar	Unidad	1	3.000	5	600
Gastos organizacionales	Unidad	1	1.500	5	300
Marcas	Unidad	1	200	5	40
Adecuaciones	Unidad	1	1.000	5	200
Patente	Unidad	1	100	5	20
Permiso de Bomberos	Unidad	1	50	5	10
Ministerio de salud	Unidad	1	30	5	6
Total			5.880		1.176

Fuente: Tabla 25

Elaboración: La autora

DEPRECIACIONES

Constituye la pérdida de valor de los activos por su utilización, esto hace que deba preverse el reemplazo de los mismos una vez que su tiempo de vida útil deje de ser económicamente conveniente para los intereses de la empresa.

Tabla N° 48

Depreciación de activos fijos

ACTIVO	VALOR DEL ACTIVO	VIDA UTIL AÑOS	% DEPRECIACION	DEPRECUACION ANUAL	VALOR RESIDUAL
Producción					5 AÑO
Equipo de computación	3.583,50	3	33,33%	1.194,50	
Operación					
Muebles y enseres	2.691,00	10	10%	269,10	1.345,50
Equipo de computación	2.335,00	3	33,33%	778,33	
Equipo de oficina	178,00	10	10%	17,80	89,00
TOTAL				2.259,73	1434,50

Fuente: Anexo 2

Elaboración: La autora

Reinversiones

A continuación se presenta la reinversión correspondiente a los a los equipos de cómputo tanto para producción como operación.

Tabla N° 49

Reinversión de activos de computación

ACTIVO	COSTO DEL ACTIVO	VIDA UTIL	% DEPRECIACION	DEPRECUACION ANUAL	VALOR RESIDUAL
Equipo de computación para producción	4.121,03	3	33,33%	1.373,54	1373,95
Equipo de computación para operación	2.685,25	3	33,33%	894,99	895,26
TOTAL					2.269,21

Fuente: Tabla 48

Elaboración: La autora

3.2. ANÁLISIS DE COSTOS

En la realización de cualquier actividad sea productiva o de prestación de servicios es indispensable determinar los costos de producción para determinar la factibilidad del negocio o en caso contrario realizar ajuste que permitan ajustar los costos:

3.2.1. COSTO DE PRODUCCIÓN.

COSTO PRIMO

- **Mano de obra directa:** Este rubro asciende a \$ **12.032,33** dólares anuales.

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

- **Depreciación equipo de cómputo:** Este rubro asciende a \$ **1.194,50** dólares anuales.

Total del costo de producción **\$13.226,83** dólares anuales.

3.2.2. COSTO DE OPERACIÓN

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN.

- **Remuneraciones:** El sueldo que se cancela por la prestación de servicios profesionales en este caso es de \$ **17.786,76** dólares al año.
- **Arriendo de local:** Es rubro asciende a \$ **4.800,00** dólares anuales.
- **Energía eléctrica:** Este rubro asciende a \$ **401,28** dólares anualmente.
- **Agua potable:** El pago de este servicio asciende a \$ **91,20** dólares anuales.
- **Telefonía fija:** Este rubro ascenderá a \$ **182,40** dólares anuales.
- **Internet:** El monto de este servicio ascenderá a \$ **240,60** dólares anuales.
- **Suministros de oficina:** Este rubro ascenderá a \$ **494,76** dólares anuales.
- **Material de aseo:** Este rubro ascenderá a \$ **44,00** dólares anuales.

- **Útiles de aseo:** El valor de este rubro ascenderá **\$195,12** dólares anuales.
- **Depreciación equipo de oficina:** Este rubro asciende a **\$17,80** dólares anuales.
- **Depreciación equipo de cómputo:** Este rubro asciende a **\$778,33** dólares anuales.
- **Depreciación equipo de muebles y enseres:** Este rubro asciende a **\$269,10** dólares anuales.

Total de gastos administrativos \$ 25.301,36 dólares anuales.

GASTOS DE VENTAS

En este caso en particular considerando la naturaleza del proyecto solo se considera como gasto de ventas el rubro publicidad.

- **Publicidad:** Este rubro asciende a **\$ 1.900,00** dólares anuales.

Total de gastos de ventas \$ 1.900,00 dólares.

GASTOS FINANCIEROS.

Como gasto financiero se consideran los intereses generados por la adquisición del préstamo los mismos que ascienden a \$ 1.567,50 dólares anuales.

Total gastos financieros \$ 1.567,50 dólares al año.

OTROS GASTOS.

Amortización de activos diferidos: El monto de este rubro asciende a \$ 1.176 dólares anuales.

Amortización del crédito: este rubro tiene un valor de \$ 1500,00 anualmente

Total otros gastos \$ 2.676,00 dólares al año

3.2.3. Costo total de producción

Aquí se consideran los rubros con valores anuales que fueron considerados dentro de las operaciones de la empresa.

Tabla N° 50
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN

Rubros	Valor	Valor total
Costo de producción		
Costo primo		
Mano de obra directa	12.032,33	
Gasto indirectos de fabricación		
Depreciación equipo de computo	1.194,50	
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN		13.226,83
Costo de operación		
Gasto administrativo		
Remuneraciones	17.786,77	
Arriendos	4.800,00	
Agua potable	91,20	
Energía eléctrica	401,28	
Teléfono	182,40	
Internet	240,60	
Suministros de oficina	494,76	
Material de limpieza	44,00	
Útiles de aseo	195,12	
Depreciación de muebles y enseres	269,10	
Depreciación equipos de oficina	17,80	
Depreciación equipos de computó	778,33	
Total gastos de administración		25.301,36
Gastos de ventas		
Publicidad	1.900,00	
Total gastos de ventas		1.900,00
Gastos financieros		
Intereses sobre el crédito	1.567,50	
Total gastos financieros		1.567,50
otros gastos		
Amortización de activo diferido	1.176,00	
Amortización de crédito	1.500,00	
Total otros gastos		2.676,00
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN		31.444,86
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN		44.671,69

Fuente: cuadros de inversión

Elaboración: Autora

3.2.4. Costo unitario de producción

Es el valor que tendrá el servicio, se lo obtiene dividiendo los costos totales de producción para el número de servicios prestados, los mismos que se obtuvieron de la capacidad utilizada sustentada en el estudio técnico.

Tabla N° 51
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

Año	Costo Total de Producción	Número de servicios	Costo unitario de producción
1	44.671,69	52	859,07
2	46.580,11	52	895,77
3	48.583,96	52	934,31
4	50.983,69	52	980,46
5	53.192,93	52	1.022,94

Fuente: Tabla 54

Elaboración: La autora

3.3. ESTABLECIMIENTO DE INGRESOS

a. Determinación del precio de venta

Es aquí donde se determina la tarifa exacta que se cobrara por cada unidad de servicio.

Tabla N° 52
Precio de venta al público (P.V.P)

año	Costo Total de Producción	Margen de Utilidad	P.V.P
1	859,07	16,4%	1000
2	895,77	11,6%	1000
3	934,31	28,4%	1200
4	980,46	22,4%	1200
5	1022,94	22,2%	1250

Fuente: Tabla 51

Elaboración: La autora

b. Establecimiento de ingresos

Es el valor detallado de cuanto serán los ingresos que se obtendrán cada año por la venta del producto.

Tabla N° 53
Ingresos por ventas

año	P.V.P	Número de servicios	Ingresos por ventas
1	1000	52	52.000,00
2	1000	52	52.000,00
3	1200	52	62.400,00
4	1200	52	62.400,00
5	1250	52	65.000,00

Fuente: tabla 52

Elaboración: La autora

3.4. PRESUPUESTO PROYECTADO

Para llevarlo a efecto se procede a sumar las erogaciones o desembolsos realizados durante un año. En este caso se calcula los presupuestos para cinco años que es el tiempo de vida útil del proyecto y los elementos indispensables para el correspondiente análisis. Además se toma en consideración la tasa de inflación vigente en el país que en la actualidad es de 4,55%; al cual se lo redondeo al 5% de incremento en el presupuesto debido a la inestabilidad económica del país.

Tabla N° 54
Presupuesto Proformado

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTO DE PRODUCCIÓN					
Costo primo					
Mano de obra directa	12.032,33	12.633,95	13.265,65	13.928,93	14.625,37
Gasto indirectos de fabricación					
Deprec. Equipos de computo	1.194,50	1.194,50	1.194,50	1.373,54	1.373,54
Total de costo de producción	13.226,83	13.828,45	14.460,15	15.302,47	15.998,91
COSTO DE OPERACIÓN					
Gasto administrativo					
Remuneraciones	17.786,77	18.676,10	19.609,91	20.590,40	21.619,93
Arriendos	4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
Agua potable	91,20	95,76	100,55	105,58	110,85
Energía eléctrica	401,28	421,34	442,41	464,53	487,76
Teléfono	182,40	191,52	201,10	211,15	221,71
Internet	240,60	252,63	265,26	278,52	292,45
Suministros de oficina	494,76	519,50	545,47	572,75	601,38
Material de limpieza	44,00	46,20	48,51	50,94	53,48
Útiles de aseo	195,12	204,88	215,12	225,88	237,17
Deprec. de muebles y enseres	269,10	269,10	269,10	269,10	269,10
Deprec. equipos de oficina	17,80	17,80	17,80	17,80	17,80
Deprec. equipos de computo	778,33	778,33	778,33	894,99	894,99
Total gastos de administración	25.301,36	26.513,17	27.785,56	29.238,24	30.641,06
Gastos de ventas					
Publicidad	1.900,00	1.995,00	2.094,75	2.199,49	2.309,46
Total gastos de ventas	1.900,00	1.995,00	2.094,75	2.199,49	2.309,46
Gastos financieros					
Intereses sobre el crédito	1.567,50	1.567,50	1.567,50	1.567,50	1.567,50
Total gastos financieros	1.567,50	1.567,50	1.567,50	1.567,50	1.567,50
Otros gastos					
Amortización de activo diferido	1.176,00	1.176,00	1.176,00	1.176,00	1.176,00
Amortización de crédito	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Total otros gastos	2.676,00	2.676,00	2.676,00	2.676,00	2.676,00
Total costo de operación	31.444,86	32.751,67	34.123,81	35.681,23	37.194,02
Costo total de producción	44.671,69	46.580,11	48.583,96	50.983,69	53.192,93

Fuente: Cuadros de inversión

Elaboración: La Autora

Clasificación de Costos

Estos se encuentran en todo proceso productivo que se vaya a realizar, los costos que ocurren no son de la misma magnitud de la capacidad de producción, es por ello que es necesario a continuación:

- **Costos Fijos**

Son aquellos cuyo monto total no se modifica de acuerdo con la actividad de producción. En otras palabras, se puede decir que los costos fijos varían con el tiempo más que con la actividad; es decir, se presentarán durante un periodo de tiempo aun cuando no haya alguna actividad de producción.

- **Costos Variables**

El costo variable hace referencia a los costos de producción que varían dependiendo del volumen de producción.

Tabla N° 55
Clasificación de costos

Descripción	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	C. fijo	C. Variable	C. fijo	C. variable	C. fijo	C. variable	C. fijo	C. variable	C. fijo	C. variable
Costo primo										
Mano de obra directa		12.032,33		12.633,95		13.265,65		13.928,93		14.625,37
Gasto indirectos de fabricación										
Deprec. Equipos de computo	1.194,50		1.194,50		1.194,50		1.373,54		1.373,54	
Gasto administrativo										
Remuneraciones	17.786,77		18.676,10		19.609,91		20.590,40		21.619,93	
Arriendos	4.800,00		5.040,00		5.292,00		5.556,60		5.834,43	
agua potable	91,20		95,76		100,55		105,58		110,85	
Energía eléctrica	401,28		421,34		442,41		464,53		487,76	
Teléfono	182,40		191,52		201,10		211,15		221,71	
Internet	240,60		252,63		265,26		278,52		292,45	
Suministros de oficina	494,76		519,50		545,47		572,75		601,38	
material de limpieza	44,00		46,20		48,51		50,94		53,48	
Útiles de aseo	195,12		204,88		215,12		225,88		237,17	
Deprec. De muebles y enseres	269,10		269,10		269,10		269,10		269,10	
Deprec. Equipos de oficina	17,80		17,80		17,80		17,80		17,80	
Deprec. Equipos de computo	778,33		778,33		778,33		894,99		894,99	
Gastos de ventas										
Publicidad	1.900,00		1.995,00		2.094,75		2.199,49		2.309,46	
Gastos financieros										
Intereses sobre el crédito	1.567,50		1.567,50		1.567,50		1.567,50		1.567,50	
Otros gastos										
Amortización de activo diferido	1.176,00		1.176,00		1.176,00		1.176,00		1.176,00	
Amortización de crédito	1.500,00		1.500,00		1.500,00		1.500,00		1.500,00	
Total de costos	32.639,36	12.032,33	33.946,17	12.633,95	35.318,31	13.265,65	37.054,76	13.928,93	38.567,56	14.625,37
Costo total de producción	44.671,69		46.580,11		48.583,96		50.983,69		53.192,93	

Fuente: Tabla 54

Elaboración: La autora

3.5. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas es aquel que nos permite conocer los ingresos y gastos que tiene una empresa y de esta forma poder determinar si esta percibe una utilidad o una pérdida al final de un ejercicio contable al final de un periodo.

Tabla N° 56

Estado de Pérdidas y Ganancias

Estado de Pérdidas y Ganancias					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1. INGRESOS					
Ventas	52.000	52.000	62.400	62.400	65.000,00
Valor residual			-		3.703,71
Otros ingresos					
Total de Ingresos	52.000,00	52.000,00	62.400,00	62.400,00	68.703,71
2. EGRESOS					
Costo de producción	13.226,83	13.828,45	14.460,15	15.302,47	15.998,91
Costo de operación	31.444,86	32.751,67	34.123,81	35.681,23	37.194,02
Total de egresos	44.671,69	46.580,11	48.583,96	50.983,69	53.192,93
3. Valor Gravable	7.328,31	5.419,89	13.816,04	11.416,31	15.510,78
Utilidad a trabajadores (15%)	1.099,25	812,98	2.072,41	1.712,45	2.326,62
Utilidad antes impuestos	6.229,06	4.606,90	11.743,64	9.703,86	13.184,16
Impuesto a la renta (25%)	1.557,27	1.151,73	2.935,91	2.425,97	3.296,04
Utilidad antes reserva	4.671,80	3.455,18	8.807,73	7.277,90	9.888,12
Reserva Legal (10%)	467,18	345,52	880,77	727,79	988,81
Utilidad Liquida	4.204,62	3.109,66	7.926,95	6.550,11	8.899,31

Fuente: Tabla 53-54

Elaboración: La Autora

3.6. DETERMINACIÓN DE PUNTO DE EQUILIBRIO

Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender un determinado producto.

Al punto de equilibrio se lo puede calcular por medio de tres métodos:

a. En función de las ventas e ingresos

Se basa en el volumen de las ventas y los ingresos monetarios que él genera, para su cálculo se aplica la siguiente formula:

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

PE=Punto de Equilibrio CFT= Costo fijo total 1= Constante Matemática CVT= Costo Variable Total VT= Ventas Totales

b. En función de la capacidad de producción

Se basa en la capacidad de producción de la planta, determina el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la maquinaria para que su producción pueda generar ventas que permitan cubrir los costos, para su cálculo se aplica la siguiente formula:

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

PE=Punto de Equilibrio CFT= Costo fijo total 100= Constante Matemática CVT= Costo Variable Total VT= Ventas Totales

c. En función de las unidades producidas

Se basa en el volumen de producción y determina la cantidad mínima a producir para que con su venta se cubran los gastos, para su cálculo se aplica la siguiente formula:

$$PE = \frac{CFT}{PV u - CVu}$$

PE=Punto de Equilibrio CFT= Costo fijo total PV u= Precio de Venta unitario CVu= Costo Variable Unitario

Punto de Equilibrio en forma Matemática y gráfica

Punto de equilibrio Año 1.

- Forma matemática

En función de ventas

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

$$PE = \frac{32.639,36}{1 - (12.032,33/52.000)}$$

$$PE = 42.465,49 \text{ dólares.}$$

En función de capacidad instalada

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

$$PE = \frac{32.639,36}{52.000,00 - 12.032,33} * 100$$

$$PE = 81,66\%$$

En función de producción

$$CVu = Cv/Up$$

$$CVu = 12.032,33/52$$

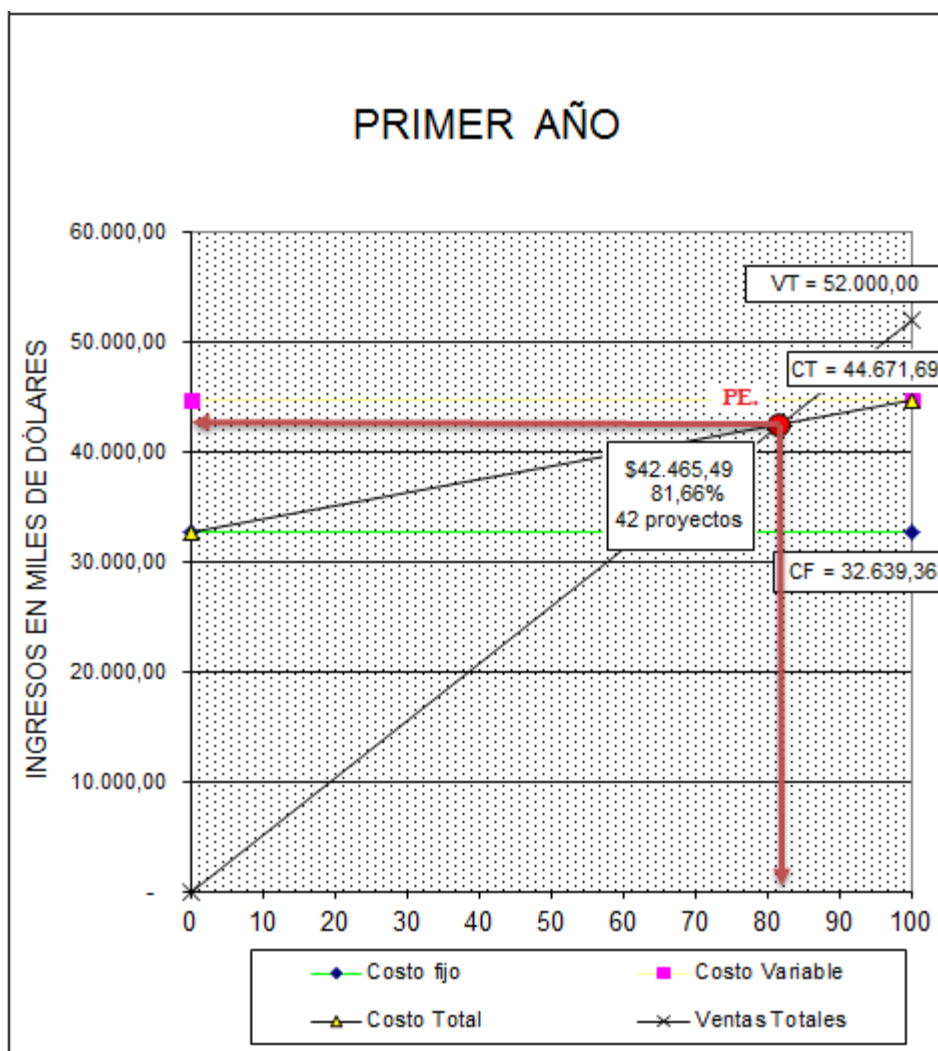
$$CVu = 231,39$$

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

$$PE = \frac{32.639,36}{1.000 - 231,39}$$

$$PE = 42,47 \cong 42 \text{ proyectos}$$

**REPRESENTACIÓN GRAFICA
PE. AÑO 1.**



Fuente: Tabla 53-55

Elaboración: La autora

ANALISIS.-

La empresa trabajando con el 81,66% de su capacidad debe realizar 42 proyectos y generar ingresos por \$42.465,49 dólares con lo cual la empresa podrá cubrir todas sus obligaciones sin percibir utilidades ni tampoco incurrir en pérdidas.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 3

En función de ventas

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

$$PE = \frac{35.318,31}{1 - (13.265,65/62.400,00)}$$

$$PE = 44.853,80$$

En función de capacidad instalada

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

$$PE = \frac{35.318,31}{62.400,00 - 13.265,65} * 100$$

$$PE = 71,88\%$$

En función de producción

$$CVu = Cv/Up$$

$$CVu = 13.265,65/52$$

$$CVu = 255,11$$

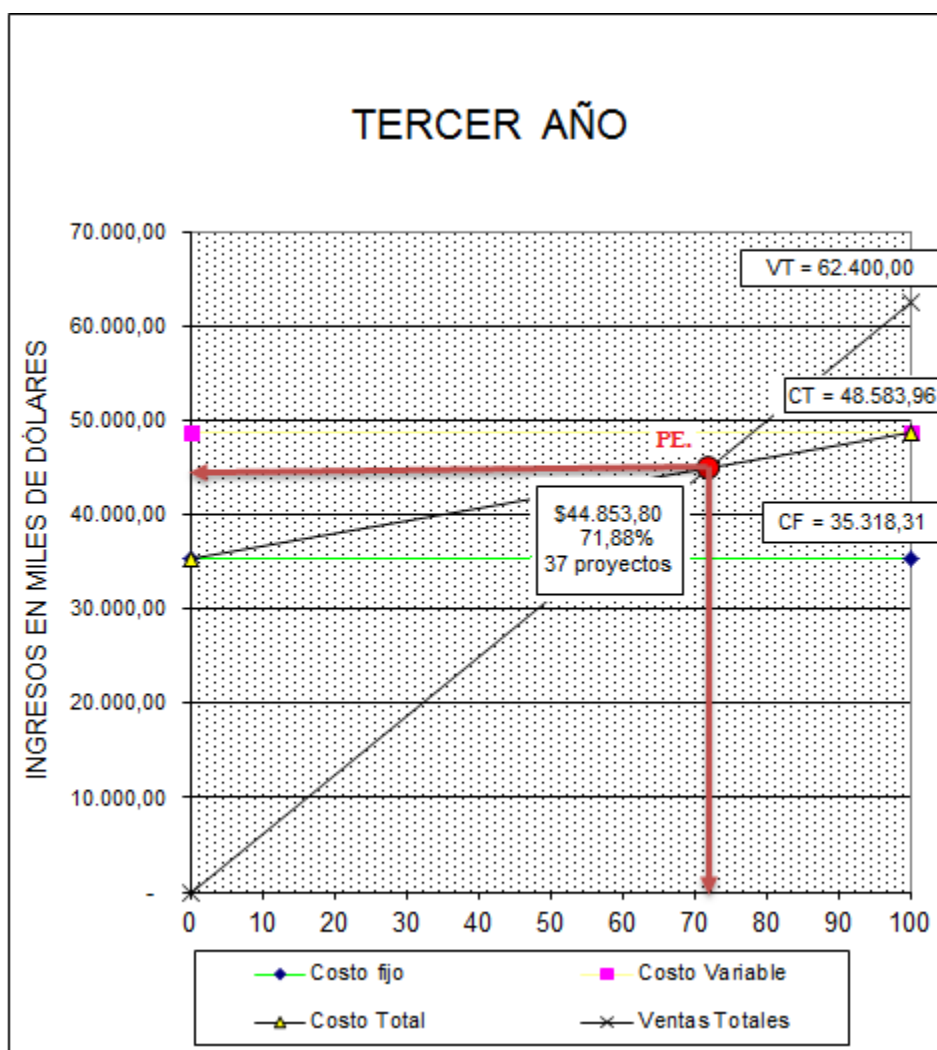
$$PE = \frac{CFT}{PVu - CVu}$$

$$PE = \frac{35.318,31}{1.200 - 255,11}$$

$$PE = 37,38 \cong 37 \text{ proyectos}$$

REPRESENTACION GRAFICA

PE. AÑO 3



Fuente: Tabla 53-55

Elaboración: La Autora

ANALISIS.-

La empresa trabajando al 71,88% de su capacidad debe producir 37 proyectos unidades generando ingresos \$44.853,80 dólares, con lo que la empresa estará en condiciones de cubrir sus obligaciones sin percibir utilidades y tampoco incurrir en pérdidas.

PUNTO EQUILIBRIO AÑO 5

En función de ventas

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

$$PE = \frac{38.567,56}{1 - (14.625,37/65.000,00)}$$

$$PE = 49.764,96$$

En función de capacidad instalada

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

$$PE = \frac{38.567,56}{65.000 - 14.625,37} * 100$$

$$PE = 76,56\%$$

En función de producción

$$CVu = Cv/Up$$

$$CVu = 14.625,37/52$$

$$CVu = 281,26$$

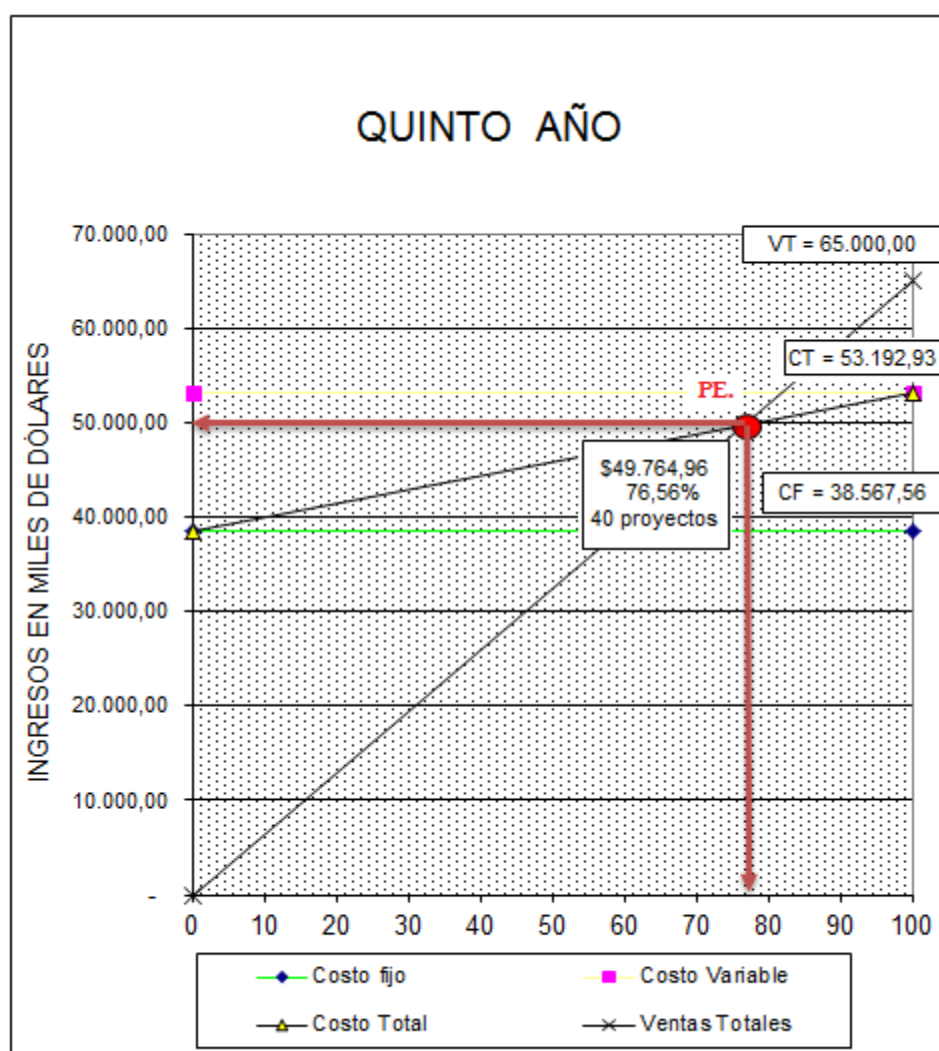
$$PE = \frac{CFT}{PVu - CVu}$$

$$PE = \frac{38.567,56}{1.250 - 281,26}$$

$$PE = 39,81 \cong 40 \text{ proyectos}$$

REPRESANTACION GRAFICA

PE. AÑO 5



Fuente: Tabla 53-55

Elaboración: La autora

ANALISIS.-

La empresa trabajando al 76,56% de su capacidad debe realizar 40 proyectos generando ingresos \$49.764,96 dólares, con lo que la empresa estará en condiciones de cubrir sus obligaciones sin percibir utilidades y tampoco incurrir en pérdidas.

4. EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera permite analizar el retorno financiero o rentabilidad que puede generar para cada uno de los inversionistas del proyecto.

4.1. Flujo de caja

Representa la diferencia entre los ingresos, los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activos.

Tabla N° 57

Flujo de Caja						
Denominación	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ventas		52.000	52.000	62.400	62.400	65.000
Crédito corporativo	15.000,00					
Capital propio	2.848,20					
(+) Valor residual						3.704
(+) otros ingresos						
Total de ingresos	17.848,20	52.000	52.000	62.400	62.400	68.704
EGRESOS						
Activos fijos	8.787,50					
Activos diferidos	5880,00					
Costo de producción	1.002,69	13.226,83	13.828,45	14.460,15	15.302,47	15.998,91
Costo de operación	2.178,01	31.444,86	32.751,67	34.123,81	35.681,23	37.194,02
Total de egresos	17.848,20	44.671,69	46.580,11	48.583,96	50.983,69	53.192,93
UTILIDAD ANTES PARTICIPACION TRABAJADORES		7.328,31	5.419,89	13.816,04	11.416,31	15.510,78
(-) 15% Utilidad para trabajadores		1.099,25	812,98	2.072,41	1.712,45	2.326,62
(=) UTILIDAD ANTES IMPUESTO A LA RENTA		6.229,06	4.606,90	11.743,64	9.703,86	13.184,16
(-) 25% Impuesto a la renta		1.557,27	1.151,73	2.935,91	2.425,97	3.296,04
(=) Utilidad gravable		4.671,80	3.455,18	8.807,73	7.277,90	9.888,12
(+) Amortización de activo diferido		1.176,00	1.176,00	1.176,00	1.176,00	1.176,00
(+) Depreciación		2.259,73	2.259,73	2.259,73	2.555,43	2.555,43
Flujo de Caja		8.107,53	6.890,91	12.243,46	1.009,33	13.619,55

Fuente: tabla 40-53-54

Elaboración: La Autora

4.2. Valor Actual Neto

El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno liquido actualizado generado por el proyecto.

Tabla N° 58

Años	Flujo Neto	Fact. Actual	Flujo descontado
	17.848,20		
1	8.107,53	0,900901	7.304,08
2	6.890,91	0,811622	5.592,82
3	12.243,46	0,731191	8.952,31
4	11.009,33	0,658731	7.252,18
5	13.619,55	0,593451	8.082,54
		Total	37.183,94
		Inversión	17.848,20
		VAN	19.335,73

Fuente: Tabla 57

Elaboración: La autora

Intereses del préstamo Bancario 11%

Factor de actualización

$$FA = (1 + i)^{-n}$$

$$FA = (1 + 0.11)^{-1} = 0,900901$$

$$FA = (1 + 0.11)^{-2} = 0,811622$$

$$FA = (1 + 0.11)^{-3} = 0,731191$$

$$FA = (1 + 0.11)^{-4} = 0,658731$$

$$FA = (1 + 0.11)^{-5} = 0,593451$$

$$VAN = \Sigma \text{ FLUJOS NETOS} - \text{INVERSIÓN}$$

$$VAN = 37.183,94 - 17.848,20$$

$$VAN = 19.335,73$$

Análisis: por tanto el **VAN** obtenido es positivo (mayor a 1) y se acepta el proyecto.

4.3. Relación beneficio Costo

Es una herramienta financiera que permite medir el rendimiento que se obtiene por cada unidad monetaria invertida.

Tabla N° 59

Año	Ingresos Original	Costos Originales	Factor Actualización	Ingresos Actualizados	Costos Actualizados
1	52.000	44.671,69	0,900901	46.846,85	40.244,77
2	52.000	46.580,11	0,811622	42.204,37	37.805,47
3	62.400	48.583,96	0,731191	45.626,34	35.524,17
4	62.400	50.983,69	0,658731	41.104,81	33.584,54
5	65.000	53.192,93	0,593451	38.574,34	31.567,42
				214.356,70	178.726,36
					1,20

Fuente: Tabla 57

Elaboración: La a

Relación beneficio costo

$$Rb/c = \frac{\text{ingresos actualizados}}{\text{costos actualizados}}$$

$$Rb/c = \frac{214.356,70}{178.726,36}$$

$$Rb/c = 1,20$$

Análisis: La relación benéfico-costos del presente proyecto es que por cada dólar que se invierte se obtendrá una rentabilidad de 0,20 dólar. Por consiguiente de acuerdo a los resultados obtenidos el proyecto es rentable

4.4. Periodo de Recuperación de Capital

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para recuperar la inversión inicial.

Tabla N° 60

Periodo de Recuperación de Capital

Años	Inversión Inicial	Flujo Neto	Flujo Acumulado
Inversión	17.848,20		
1		8.107,53	8.107,53
2		6.890,91	14.998,44
3		12.243,46	27.241,90
4		11.009,33	38.251,23
5		13.619,55	51.870,78
TOTAL		51.870,78	

Fuente: Tabla 57

Elaboración: La autora

Año que recupera la inversión= Año 3

$$PRC = \text{Año } q \text{ Recupera la inv} + \frac{INVERSIÓN - \Sigma \text{ PRIMEROS FLUJOS}}{FLUJOS \text{ QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$$

$$PRC = 3 + \frac{17.848,20 - 27.241,90}{12.243,46}$$

$$PRC = 2,23$$

- 2 año
- 0,23*12 meses = 2,76
- 0,79 * 30 días = 24

ANÁLISIS: por lo tanto el periodo de recuperación del capital en esta empresa según la inversión es de dos años, 2 meses y 24 días.

4.1. Tasa Interna de Retorno

Constituye la tasa de interés a la cual debemos descontar los flujos de caja generados durante la vida útil del proyecto, para que estos se igualen con la inversión.

Tabla N° 61
Tasa Interna de Retorno

Años	Flujo Neto	Factor de descuento	Valor Actual	Factor de descuento	Valor Actual
		43,00%	Tm	44,00%	TM
0	17.848,20		17.848,20		17.848,20
1	8.107,53	0,699301	5.669,60	0,69444444	5.630,23
2	6.890,91	0,489021	3.369,80	0,4822531	3.323,16
3	12.243,46	0,341973	4.186,93	0,3348980	4.100,31
4	11.009,33	0,239142	2.632,79	0,2325680	2.560,42
5	13.619,55	0,167232	2.277,63	0,1615056	2.199,63
VAN Tm			288,55	VAN TM	-34,45
				TIR	43,89%

Fuente: Tabla 57

Elaboración: La autora

Factor de actualización 43%

$$FA = (1 + i)^{-n}$$

$$FA = (1 + 0.43)^{-1} = 0,699301$$

$$FA = (1 + 0.43)^{-2} = 0,489021$$

$$FA = (1 + 0.43)^{-3} = 0,341973$$

$$FA = (1 + 0.43)^{-4} = 0,239142$$

$$FA = (1 + 0.41)^{-5} = 0,167232$$

Factor de actualización 42%

$$FA = (1 + 0.44)^{-1} = 0,69444444$$

$$FA = (1 + 0.44)^{-2} = 0,4822531$$

$$FA = (1 + 0.44)^{-3} = 0,3348980$$

$$FA = (1 + 0.44)^{-4} = 0,2325680$$

$$FA = (1 + 0.44)^{-5} = 0,1615056$$

$$TIR = Tm + Dt \frac{VAN Menor}{VAN Menor - VAN Mayor}$$

$$TIR = 43 + 1 \frac{288,55}{288,55 - (-76,64)}$$

$$TIR = 43,89\%$$

Análisis: La tasa interna de retorno en este proyecto es de **43,89%** comparado con el costo de oportunidad del dinero que es del 11% esta TIR es mayor por consiguiente se acepta el proyecto.

4.1. Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad es un indicador que mide la resistencia del proyecto ante situaciones que comúnmente se dan dentro de una economía, puede ser el incremento de los costos y la disminución de los ingresos.

- **Análisis de sensibilidad con el incremento en los costos.**

Tabla N° 62

ANALISIS DE LA SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DEL 3,65% EN LOS COSTOS								
	Costo T. Original	Costo T. original	Ingreso Original	Actualización				
Años		umentado		Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
		3,65%			30,00%		31,00%	
				17.848,20				
1	44671,69	46.302,21	52.000	5.697,79	0,769231	4.382,92	0,763358	4.349,46
2	46580,11	48.280,29	52.000	3.719,71	0,591716	2.201,01	0,582716	2.167,54
3	48583,96	50.357,27	62.400	12.042,73	0,455166	5.481,44	0,444821	5.356,87
4	50983,69	52.844,60	62.400	9.555,40	0,350128	3.345,61	0,339558	3.244,62
5	53192,93	55.134,47	65.000	9.865,53	0,269329	2.657,07	0,259205	2.557,19
					Total	18.068,06	Total	17.675,68
					Inversión	-	Inversión	-
						17.848,20		17.848,20
					VAN Tm	219,85	VAN TM	-172,52
							NTIR	30,56%

Fuente: Tabla 57

Elaboración: La autora

Factor de actualización 30%

$$FA = (1 + i)^{-n}$$

$$FA = (1 + 0.30)^{-1} = 0,769231$$

$$FA = (1 + 0.30)^{-2} = 0,591716$$

$$FA = (1 + 0.30)^{-3} = 0,455166$$

$$FA = (1 + 0.30)^{-4} = 0,350128$$

$$FA = (1 + 0.30)^{-5} = 0,269329$$

Factor de actualización 31%

$$FA = (1 + 0.31)^{-1} = 0,763358$$

$$FA = (1 + 0.31)^{-2} = 0,582716$$

$$FA = (1 + 0.31)^{-3} = 0,444821$$

$$FA = (1 + 0.31)^{-4} = 0,339558$$

$$FA = (1 + 0.31)^{-5} = 0,259205$$

Formulas

- **Nueva TIR**

$$NTIR = T_m + Dt \frac{VAN \text{ Menor}}{VAN \text{ Menor} - VAN \text{ Mayor}}$$

$$NTIR = 30 + 1 \frac{219,85}{219,85 - (-172,52)}$$

$$NTIR = 30,56\%$$

- **Diferencia de TIR**

$$Dif \ TIR = TIR \text{ proyecto} - \text{NUEVA TIR}$$

$$Dif \ TIR = 43,89 - 30,56$$

$$Dif \ TIR = 13,33$$

- **Porcentaje de Variación**

$$\% \text{ Variacion} = \frac{DIF \ TIR}{TIR \text{ Proyecto}} \times 100$$

$$\% \text{ Variacion} = \frac{13,33}{43,89} \times 100$$

$$\% \text{ Variacion} = 30,37$$

- **Sensibilidad**

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

$$\text{Sensibilidad} = \frac{30,37}{30,56}$$

$$\text{Sensibilidad} = \mathbf{0,99\%}$$

Análisis:

Según los resultados obtenidos el coeficiente de sensibilidad del proyecto con el **3,65 %** de aumento en los costos, es de **0,99%**, lo que significa que el valor de sensibilidad es menor a 1 por lo tanto no es sensible es decir no le afectaría el incremento de los costos, manteniendo rentabilidad.

- **Análisis de sensibilidad con la disminución en los ingresos**

Tabla N° 63

ANÁLISIS DE LA SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DEL 3,05% EN LOS INGRESOS								
	Ingreso original	Ingreso original	Costo original	Actualización				
Años		disminuido		Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de actualización	Valor Actual
		3,05%			30,00%	Tm	31,00%	TM
0				-17.848,20				
1	52.000	50.414,00	44.671,69	5.742,31	0,769231	4.417,16	0,763359	4.383,44
2	52.000	50.414,00	46.580,11	3.833,89	0,591716	2.268,57	0,582717	2.234,07
3	62.400	60.496,80	48.583,96	11.912,84	0,455166	5.422,32	0,444822	5.299,09
4	62.400	60.496,80	50.983,69	9.513,11	0,350128	3.330,80	0,339559	3.230,26
5	65.000	63.017,50	53.192,93	9.824,57	0,269329	2.646,04	0,259205	2.546,58
					Total	18.084,90	Total	17.693,44
					Inversión	-17.848,20	Inversión	-17.848,20
					VAN	236,69	VAN	-154,77
							NTIR	30,60%

Fuente: Tabla 57

Elaboración: La autora

Factor de actualización 30%

$$FA = (1 + i)^{-n}$$

$$FA = (1 + 0.30)^{-1} = 0,769231$$

$$FA = (1 + 0.30)^{-2} = 0,591716$$

$$FA = (1 + 0.30)^{-3} = 0,455166$$

$$FA = (1 + 0.30)^{-4} = 0,350128$$

$$FA = (1 + 0.30)^{-5} = 0,269329$$

Factor de actualización 31%

$$FA = (1 + 0.31)^{-1} = 0,763359$$

$$FA = (1 + 0.31)^{-2} = 0,582717$$

$$FA = (1 + 0.31)^{-3} = 0,444822$$

$$FA = (1 + 0.31)^{-4} = 0,339559$$

$$FA = (1 + 0.31)^{-5} = 0,259205$$

Formulas

- Nueva TIR

$$NTIR = T_m + Dt \frac{VAN \text{ Menor}}{VAN \text{ Menor} - VAN \text{ Mayor}}$$

$$NTIR = 30 + 1 \frac{236,69}{236,69 - (-154,77)}$$

$$NTIR = 30,60\%$$

- Diferencia de TIR

$$Dif \text{ TIR} = TIR \text{ proyecto} - \text{NUEVA TIR}$$

$$Dif \text{ TIR} = 43,89 - 30,60$$

$$Dif \text{ TIR} = 13,29$$

- **Porcentaje de Variación**

$$\% \text{ Variacion} = \frac{\text{DIF TIR}}{\text{TIR Proyecto}} \times 100$$

$$\% \text{ Variacion} = \frac{13,29}{43,89} \times 100$$

$$\% \text{ Variacion} = \mathbf{30,28}$$

- **Sensibilidad**

$$\text{Sencibilidad} = \frac{\% \text{ Variacion}}{\text{Nueva TIR}}$$

$$\text{Sencibilidad} = \frac{30,28}{30,60}$$

$$\text{Sencibilidad} = \mathbf{0,99\%}$$

Análisis:

Según los resultados obtenidos el coeficiente de sensibilidad del proyecto con el **3,05%** de disminución en los ingresos, es de **0,99%**, lo que significa que el valor de sensibilidad es menor a 1 por lo tanto no es sensible, por lo tanto no afecta la rentabilidad del proyecto.

h. CONCLUSIONES

Al finalizar la presente investigación se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- En base a los resultados del estudio de mercado, se pudo establecer que la demanda potencial para el proyecto es de 45.023 viviendas con una demanda efectiva de 33.628 viviendas, una oferta de 16.814 viviendas y una demanda insatisfecha de 16.814 viviendas.
- Mediante el estudio técnico se pudo establecer una capacidad instalada de 219 proyectos al año y una capacidad utilizada es de 52 proyectos al año.
- La empresa estará legalmente constituida como Compañía de Responsabilidad Limitada, constituida por tres socios, con una vida útil de 5 años y su instalación será en la ciudad de Loja.
- Para la puesta en marcha del proyecto será necesaria una inversión de \$17.848,20 dólares; el cual será financiado el 16% por los socios aportantes y el resto será financiado con un préstamo al banco de fomento.
- El costo total para el primer año es de \$ 44.671,69 dólares y los ingresos son de \$52.000,00 dólares lo que fragmentando en costos fijos y variables permitieron establecer el punto de equilibrio para el primer año del 81,66% de capacidad instalada, ingresos por ventas de \$42.465,49 dólares y 42 proyectos de diseño de interiores.
- La evaluación financiera resalta con resultados positivos tales como VAN con un valor de \$19.335,73; la TIR de 43,89%; la Rb/c indica que por cada dólar invertido se obtendrá \$20 centavos de rendimiento, la inversión se recuperará en 2 años, 2 meses y 24 días. Por consiguiente de acuerdo a los resultados el proyecto es factible para su ejecución.

i. RECOMENDACIONES.

En la realización de la presente investigación se ha podido determinar las siguientes recomendaciones.

- La idea de negocio ofrece un margen de utilidad más alto que el valor del dinero en el mercado por lo que es recomendable invertir en el mismo
- Se recomienda poner especial cuidado en la contratación del personal a trabajar en el presente proyecto ya que de este dependerá la diferenciación que tenga el servicio a ser prestado a la demanda.
- Es necesario poner énfasis en las estrategias de mercado a ser utilizadas para poder llegar de una forma clara y concisa a los clientes potenciales, para poder competir con los servicios similares existentes en el entorno.
- La evaluación financiera al presente proyecto de inversión es factible de ejecutarse, por lo que se recomienda ponerlo en ejecución, dada su rentabilidad para los inversionistas y su importante aporte al desarrollo del sector de la ciudad de Loja.
- Se recomienda utilizar el total de la capacidad del proyecto ya que esto ayudara a que el mismo incremente su capacidad de generar ingresos.
- Que se ejecute el presente proyecto, debido a los a los resultados obtenidos en los diferentes estudios son favorables y representan un alto porcentaje de rentabilidad durante los 5 años de vida útil del proyecto.

j. BIBLIOGRAFÍA

- 3., M. (s.f.). *Proceso administrativo en el desarrollo empresarial*. .
- Alberto, C. (s.f.). *Diccionario Técnico Financiero Ecuatoriano* . Edición 1, Pág. 75.
- BACA URBINA , G. (2005). *Evaluación de Proyectos* (Tercera Edición ed.). México.
- Berghe, E. V. (Segunda Edición). *Gestión y Gerencia Empresariales*. Editorial Ecoe Ediciones. .
- Buffa, E. S., & Richard., N. (Tercera edición). *Administración de la producción*. . Argentina 1984.: Editorial EL Ateneo. .
- CÓRDOBA, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos* (Segunda ed.). Bogotá: Ecoe ediciones.
- EROSSA, M. V. (2004). *Proyectos de Inversión en Ingeniería*. México D.F.: Limusa S.A.
- ESPINOZA, C., & JIMÉNEZ, F. (2007). *Costos Industriales* (Primera edición ed.). Costa Rica: Editorial tecnológica de Costa Rica.
- FERNANDÉZ, E. S. (2007). *Los proyectos de Inversion: Evaluacion financiera*. Costo Rica: Editorial Tecnologica de Costo Rica.
- GRANADOS, I., LATORRE, L., & RAMÍREZ, E. (s.f.). *Contabilidad gerencial: Fundamentos, principios e introducción a la contabilidad*. Colombia.
- Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social. (2006). *Guía para la presentación de proyectos* (Vigésima Séptima ed.). México.
- James., V. H. (s.f.). *Fundamentos de administración financiera*. . México 1984.: Editorial PHH Prentice Hall.
- LARA, B. (2010). *Cómo elaborar proyectos de inversión paso a paso*. Quito, Pichincha, Ecuador: Oseas Espín.
- LUNA, G., MAYAGOITA, V., & QUINTERO, A. (1999). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión* (Primera edición ed.). México.
- MARTIN, A. W. (s.f.). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*.
- MIRANDA, J. J. (Cuarta Edicion.). *Gestión de proyectos*. .
- Mora, M. E. (2004). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos de Inversion*. Loja .
- Padilla, M. C. (Segunda edición). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos* . Eco Ediciones.
- PARKIN, M. (2006). *Microeconomía* (Séptima ed.). México: Pearson Educación.
- PASACA, M. E. (2004). *Formulación y Evaluación de Proyectos de inversión* (Primera ed.). Loja, Loja, Ecuador.
- proyectos, P. y. (1997). Preparación y evaluación de proyectos. En Nossirsapaychain. 3era edicion.
- Rodrigo, E. G., & Orlando, E. G. (Segunda edición). *Administracion Financiera* . Bogotá, 2010: ECOE EDICIONES.
- SAPAG, C. N. (2011). *Proyectos de Inversion*. Chile: Pearson.
- Thompson, I. (s.f.). *Promonegocios* .
- Urbina, G. B. (2001). *Evaluacion de proyectos* . Mexico: Mc Graw Hill.

k. ANEXOS.

Anexo 1: Formato de la encuesta dirigida a los consumidores.



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

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES

Señor (a).

Como estudiante del módulo X de la carrera de administración de empresas tengo como finalidad desarrollar un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS SOBRE: DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES ARQUITECTÓNICOS EN LA CIUDAD DE LOJA.”** Para lo cual le solicito muy comedidamente se digne ayudarme en la resolución de la presente encuesta.

CUESTIONARIO

1. **¿Usted conoce de que se trata el diseño de interiores arquitectónico?**
 - SI ()
 - NO ()
2. **¿Conoce usted los beneficios de aplicar en su vivienda el diseño de interiores?**
 - SI ()
 - NO ()
3. **¿Ha contratado en alguna ocasión el servicio de diseño de interiores en lo que respecta a pintado de paredes, instalación de pisos, diseño de tumbados u otros servicios?**
 - SI ()
 - NO ()
4. **¿Cómo califica el servicio recibido?**
 - Bueno ()
 - Muy bueno ()
 - Excelente ()
5. **¿Está de acuerdo con el precio que pago por el servicio?**
 - SI ()
 - NO ()
6. **¿Hace cuánto tiempo contrató los servicios de diseño?**
 - 1 a 5 años ()
 - 6 a 10 años ()
 - Más de 10 ()

Anexo 2:

Depreciaciones

Depreciación de equipos de cómputo para producción

La depreciación será para 3 años al 33,33% anual.

$$D = \frac{\text{Costo activo}}{\text{Vida util}}$$

$$D = \frac{3.583,50}{3} = 1.194,50$$

Años	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0			3.583,50
1	1.194,50	1.194,50	2.389,00
2	1.194,50	2.389,00	1.194,50
3	1.194,50	3.583,50	0,00

Fuente: Tabla 24

Elaboración: La autora

Depreciación de equipos de cómputo para operación

La depreciación será para 3 años al 33,33% anual

$$D = \frac{\text{Costo activo}}{\text{Vida util}}$$

$$D = \frac{2.335,00}{3} = 778,33$$

Años	Depreciación anual	Depreciación Acumulada	Valor en libros
0			2.335,00
1	778,33	778,33	1556,67
2	778,33	1556,67	778,33
3	778,33	2335,00	0,00

Fuente: Tabla 24

Elaboración: La autora

Depreciación de equipos de oficina

La depreciación será para 10 años al 10% anual

$$D = \frac{\text{Costo activo}}{\text{Vida útil}} = \frac{178}{10} = 17,80$$

Años	Depreciación anual	Depreciación Acumulada	Valor en libros
0			178,00
1	17,80	17,80	160,20
2	17,80	35,60	142,40
3	17,80	53,40	124,60
4	17,80	71,20	106,80
5	17,80	89,00	89,00
6	17,80	106,80	71,20
7	17,80	124,60	53,40
8	17,80	142,40	35,60
9	17,80	160,20	17,80
10	17,80	178,00	0

Fuente: tabla 24

Elaboración: La autora

Depreciación de Muebles y Enseres

La depreciación será para 10 años al 10% anual

$$D = \frac{\text{Costo activo}}{\text{Vida útil}} = \frac{2.691}{10} = 269,10$$

Depreciación de Muebles y Enseres

Años	Depreciación anual	Depreciación Acumulada	Valor en libros
0			2.691,00
1	269,10	269,10	2.421,90
2	269,10	538,20	2.152,80
3	269,10	807,30	1.883,70
4	269,10	1.076,40	1.614,60
5	269,10	1.345,50	1.345,50
6	269,10	1.614,60	1.076,40
7	269,10	1.883,70	807,30
8	269,10	2.152,80	538,20
9	269,10	2.421,90	269,10
10	269,10	2.691,00	0

Fuente: tabla 24

Elaboración: La autora

Anexo 2: Lista de materiales que se utilizan en decoración.

Pinturas	
Pintura para paredes	
<p>Permalatex Tropicalizado</p> 	<p>Super Corona Satinado</p> 
<p>Permalatex Kids</p> 	<p>Super Corona Premium</p> 
<p>La creme de Ovaldine</p> 	<p>Magnum Ecológico</p> 
<p>Magnum Plus Semimate</p> 	<p>Massima</p> 
<p>Nevada cubrición total</p> 	<p>Uno Zero</p> 

Montoplex mate



Cromiplus fino



Pintura para cielos rasos

LVA Tropicalizado



Pintura para pisos de madera

Furnital



Esplengloss



Pintura para muebles de madera

Decorlac sellador



Decorlac Fondo



Decorlac laca



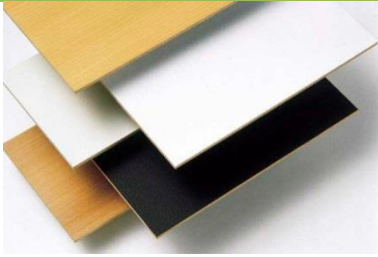
Rústicos Texturados	
Muros Mediterráneos Ibiza	Muros Mediterráneos Patina
	
Estucos	
Grasello	Palladio
	
Marmorino	Palladio Arabascato
	

Maderas		
Maderas blandas	Maderas duras	
Pino	Caoba	Roble
		
Cedro	Nogal	Teca
		

<p>Abeto</p> 	<p>Olivo</p> 	<p>Cerezo</p> 
<p style="text-align: center;">Olmo</p>  <p style="text-align: center;">Fresno</p> 		

Tableros		
Fibrofacil (MDF)		
	<p>Formato en mts:</p> <p style="text-align: center;">1,83 x 2,60</p>	<p>Espesor en mm:</p> <p style="text-align: center;">2,7 - 3 - 4 - 5,5 - 9 - 12 - 15 - 18 - 25 - 30</p>
Placa		
	<p>Formato en mts:</p> <p style="text-align: center;">1,83 x 2,60</p>	<p>Espesor en mm:</p> <p style="text-align: center;">10, 12, 15, 18, 25</p>
Melanina		
	<p>Tableros de fibras de maderas (MDF) o de partículas (MDP), recubiertos por una o dos caras con películas decorativas de exclusivos diseños y con protección antimicrobiana</p>	

Folio



Es un tablero de fibrofacil de 3mm de espesor revestido con folio en una de sus caras. Se lo utiliza en fondo de muebles y cajones, revestimientos, cielo rasos y para la fabricación de puertas entre otros usos.

Revestimientos de madera





Piedra para interiores

Granito



Mármol





Pizarra	
Cantera	

Revestimientos		
Porcelanato	Existen diversos tipos de porcelanato con colores, formas y diseños muy diversos.	
Cerámica	La cerámica es un material de construcción sin límites por sus alcances de funcionalidad y belleza.	
Cenefas	Es un elemento decorativo que destaca por contraste con el diseño del resto de la superficie	
Mosaico	Es una pieza recortable y flexible, formada por un conjunto cuadrado o rectangular de teselas capaz de cortarse con un cúter y de adherirse a cualquier superficie.	

Vidrios

<p>Vidrio impreso</p>	<p>Actúa como difusor de la luz, difuminando las imágenes que se ven a su través.</p>	
<p>Vidrio lacado (Lacobel)</p>	<p>Es un vidrio float claro, recubierto de una pintura lacada por una sola cara.</p>	
<p>Vidrio lacado (Lacomat)</p>	<p>Muy conocido en determinados mercados por su aspecto translúcido neutro.</p>	
<p>Vidrio mateado (Luxmat)</p>	<p>Tiene un tacto suave muy agradable y se limpia muy bien. Se considera ideal para decorar interiores: cocinas, baños, puertas...</p>	
<p>Vidrio mateado al ácido</p>	<p>Se aplica un ácido que disuelve parte del vidrio. Con ello se consigue una superficie granulada que transforma el vidrio transparente en translúcido.</p>	

<p>Vidrio mateado a la arena.</p>	<p>Hoja de vidrio que ha recibido un tratamiento de al chorro de arena, que permite una visión difuminada o borrosa a su través.</p>	
<p>Vidrio grabado</p>	<p>Es una plancha grabada con motivos ornamentales, que permite el paso de la luz, pero suaviza los reflejos y difumina las imágenes.</p>	

<p style="text-align: center;">Cortinas</p>	
<p>Venecianas</p> 	<p>Visillos</p> 
<p>Caídas</p> 	<p>Estores</p> 

Paneles japoneses



Persianas



Bandos



Artesanales



Materiales actuales

Gypsum o DRY WALL

Es un sistema multifuncional compuesto fundamentalmente por estructuras de acero galvanizado y láminas de yeso.



PVC revestimiento plástico

Los revestimientos de PVC son resistentes, durables, versátiles, fáciles de instalar, económicos y seguros, según los diseñadores.



Índice

CERTIFICACIÓN	ii
AUTORIA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
c. INTRODUCCIÓN	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA	9
d.1. MARCO REFERENCIAL	9
d.2. MARCO TEÓRICO	14
d.3. MARCO CONCEPTUAL	51
e. MATERIALES Y MÉTODOS	52
f. RESULTADOS	58
g. DISCUSIÓN	71
1. ESTUDIO DE MERCADO	71
2. ESTUDIO TÉCNICO	82
2. ESTUDIO FINANCIERO	108
4. EVALUACIÓN FINANCIERA	139
h. CONCLUSIONES	149
i. RECOMENDACIONES	150
j. BIBLIOGRAFÍA	151
k. ANEXOS	152
INDICE	165