



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TÍTULO:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA
Y COMERCIALIZADORA DE PAPEL KRAFT EN
BASE AL BAGAZO DE LA CAÑA DE AZÚCAR
EN LA CIUDAD DE LOJA”**

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE INGENIERA
COMERCIAL**

AUTORA:


Natalia Sofía Velepucha Morillo.

DIRECTOR:

Ing. Edwin Bladimir Hernández Quezada Mg. Sc

LOJA – ECUADOR

2016



Educación
sinónimo de
Libertad

CERTIFICACIÓN.

Ing. Edwin Bladimir Hernández Quezada Mg. Sc.

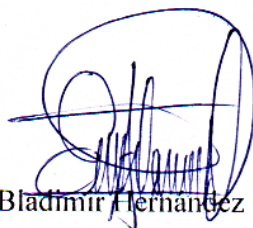
DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación de la Sra. Natalia Sofía Velepucha Morillo, titulado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAPEL KRAFT EN BASE AL BAGAZO DE LA CAÑA DE AZÚCAR EN LA CIUDAD DE LOJA”** previo a la obtención del título de INGENIERA COMERCIAL, ha sido dirigido y revisado durante su ejecución por lo cual autorizo su presentación.

Loja, Mayo de 2016

Atentamente,



Ing. Edwin Bladimir Hernández Quezada Mg. Sc.

DIRECTOR DE TESIS.

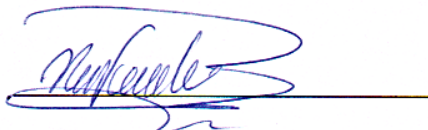
AUTORIA

Yo, Natalia Sofía Velepucha Morillo, declaro ser autora 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: Natalia Sofía Velepucha Morillo

Firma:



Cédula: 1103872378

Fecha: Loja, Mayo del 2016

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

Yo, Natalia Sofía Velepucha Morillo, declaro ser autora de la Tesis titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAPEL KRAFT EN BASE AL BAGAZO DE LA CAÑA DE AZÚCAR EN LA CIUDAD DE LOJA”** como requisito para optar el Grado de: **INGENIERA COMERCIAL**: autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines 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 pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero. -

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 19 días del mes de Mayo del dos mil dieciséis firma la autora.

Firma: 
Autora: Natalia Sofía Velepucha Morillo
Cédula: 1103872378
Dirección: Loja, Estancia Norte, Calles: Sebastián Paredes y Vicente Rojas
Correo Electrónico: nsvelepucha@gmail.com
Teléfono: 07 - 2616- 277 0997189039

DATOS COMPLEMENTARIOS.

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Edwin Bladimir Hernández Quezada Mg. Sc

TRIBUNAL DE GRADO:

Dr. Luis Quizhpe Salinas, MAE.	(PRESIDENTE)
Ing. Mg. Carlos Rodríguez Armijos	(VOCAL)
Ing. Mg. Andrea Paulina Colambo.	(VOCAL)

DEDICATORIA.

Este proyecto de tesis va dedicado con todo mi amor para:

Dios, mi padre celestial, creador y guía de mi vida, el que me ha dado todo
para ser feliz,

A mis padres y hermano; porque ellos siempre estuvieron a mi lado
brindándome su apoyo y sus consejos para ser una mejor persona,

A mi esposo y a mis hijos, que son la razón de mi existir y fuente infinita de
amor,

A toda mi familia que son mi complemento, cada uno de ustedes han aportado
grandes cosas en mi vida y me han enseñado la fuerza que tiene el amor.

Natalia Sofía.

AGRADECIMIENTO.

Una de las metas más importantes de nuestra vida quizás es culminar los estudios superiores hasta alcanzar la profesionalización, por ello quiero agradecer en primer lugar a la UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, por haberme permitido ser parte de ella y por abrirme las puertas del conocimiento para poder estudiar mi carrera, así como también a todos los docentes que me brindaron su sabiduría y apoyo para culminar mis estudios superiores.

Agradezco, a mi Director de Tesis el Ing. Edwin Bladimir Hernández Quezada Mg. Sc. por haberme brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento científico, así como también haberme tenido toda la paciencia del mundo para guiarme durante todo el desarrollo de la tesis.

Agradezco, a mis adorados padres Fanny y Rodrigo por haberme enseñado que con esfuerzo, trabajo y constancia todo es posible, a mí querido hermano Iván por ser cómplice y compañero de vida.

Agradezco, a mí amado esposo Hernán porque su cariño es el detonante de mi felicidad, de mi esfuerzo. Gracias por compartir conmigo tu tiempo, tu espacio, tu mundo y tu vida. Te amo.

Agradezco a mis hijos, Nicolás y Felipe que son la razón de mí existir, son mi fuente inagotable de inspiración, son mis ángeles aquí en la tierra; cambiaron mi vida, mí tiempo y mi forma de pensar.

La Autora.

a. TÍTULO

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAPEL
KRAFT EN BASE AL BAGAZO DE LA CAÑA DE AZÚCAR EN
LA CIUDAD DE LOJA”**

b. RESUMEN

El presente trabajo de investigación se lo realizó en la Ciudad de Loja, cuyo objetivo fue el estudio de factibilidad para la creación e implementación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de papel kraft en base al bagazo de la caña de azúcar en la ciudad de Loja. Para el estudio de mercado se aplicó una encuesta a 397 familias distribuidas en las seis parroquias urbanas de la ciudad y 5 encuestas a las distribuidoras más representativas determinándose que existe una demanda efectiva de 1056021 rollos de papel kraft para uso doméstico. Con respecto a la oferta, se ofrece la cantidad de 174150 rollos al año, cantidad que resulta insuficiente debido a que existe una demanda insatisfecha de 881871 rollos de papel kraft anual.

La investigación permitió determinar la macro y micro localización de la empresa, tomando en cuenta la gran oportunidad de comprar la materia prima que está siendo subutilizada, la cercanía con el mercado objetivo, la disponibilidad de transporte y el acceso a los servicios básicos, siendo estos los factores que incidieron en la decisión de localización de la misma. Es por eso que la empresa será ubicada en la parroquia Malacatos debido a su fácil acceso, cuya dirección es en el Barrio “El Vergel”, a unos 300 metros de la escuela “Víctor Mercante”. La empresa ofrecerá 13 plazas de trabajo las mismas, que estarán, distribuidas de la siguiente manera: 1 Gerente General, 1 Asesor Jurídico, para el departamento de contabilidad se necesitará de: 1 contador, 1 auxiliar de contabilidad, para el departamento administrativo necesitaremos de: 1 secretaria – recepcionista, 1 vendedor, 1 bodeguero – empacador, 1 cajera y 1 guardia de seguridad y para el departamento de producción necesitaremos de: 1 jefe de producción y 3 operadores. Para el desarrollo del proyecto se utilizó el método deductivo que permite ir de lo general a lo particular de modo que usando herramientas

científicas se pueda llegar a conocer la veracidad del objeto de estudio ayudando a conocer la organización y administración de la empresa cuya razón social será **BACAPEL CIA. LTDA.**, y el método descriptivo se lo utilizó para la recopilación y presentación sistemática de datos para dar una idea clara del estudio, ayudando a conocer el tamaño de la muestra, la demanda potencial y real del producto ya que se contó con datos reales, llegando a establecer que la empresa tiene un gran futuro debido a su porcentaje de utilidad ya que no existen empresas de esta naturaleza en nuestro medio.

En el estudio técnico se han analizado elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto identificando los procesos y métodos necesarios para su realización, de aquí se desprende la necesidad de maquinaria y equipo propio para la producción, así como de mano de obra calificada para lograr los objetivos de operación del producto, la organización de los espacios para su implementación y la identificación de los proveedores de materia prima, factores que son muy necesarios para la puesta en marcha del proyecto. En el estudio administrativo se han determinado aspectos organizativos que se deben considerar para el establecimiento de la empresa, como el tipo de compañía, su estructura organizacional, sus aspectos legales y laborales y su manual de funciones.

Con el estudio económico y financiero se ha podido establecer que la inversión inicial del proyecto es de 574778,41 dólares, cuyas fuentes de financiamiento serán: el capital propio (accionistas) que será de 300.00,00 dólares que representa el 52% y capital ajeno (crédito bancario) que será de 274.778,41 dólares que representa el 42%. El requerimiento crediticio lo sumirá el Banco Nacional del Fomento a un interés del

10,47% y a cinco años plazo. El presupuesto de ventas para el primer año es de 809926,46 dólares y para el quinto año asciende a 940883,73 dólares.

La evaluación financiera arroja resultados como el VALOR ACTUAL NETO que para este caso es positivo y es de \$40804,29 dólares por lo que es conveniente aceptar el proyecto, frente a una tasa de interés activa efectiva de 10,17% vigente para el sector productivo empresarial según el BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. La Tasa Interna de Retorno es del 12,74%, La relación costo beneficio es de 1,32 dólares y el periodo de recuperación de capital es de 3 años, 11 meses y 5 días. El análisis de sensibilidad ante un incremento de los costos del 7.22% y una disminución de los ingresos del 5,49%, indica que el proyecto no es sensible ante los cambios en los costos y los ingresos.

La evaluación financiera permitió determinar la factibilidad del proyecto, por lo que se recomienda la ejecución del mismo ya que no solo traerá ganancias a sus accionistas sino que también incrementará las plazas de empleo y el desarrollo económico de nuestra ciudad.

ABSTRACT.

The study of This Project was done in Loja, and the main goal was to determine how convenient is to create and built a manufacturing industry which focuses in the production of kraft paper extracted from sugar cane in Loja. This Project was based on survey carried out for the author. The author collected information about users by administering surveys to 397 family around the city, in the main urbans districts of the city and surveys in the most important distributers of this kind of products. The effective demand of this product is 1056021 paper kraft rolls for domestic purpose. With this aspect we pretend to offer 174.150 paper kraft roll at year but this is not enough to satisfy the real demand of 881871 paper kraft at year.

This investigation showed how to determine the location macro and micro of facilities, and get to chance to process raw material which is provided for local farmers, good basic service and infrastructure carry on to take resolution of the location. This Project is planned to be constructed in Malacatos because is easy to get there. The industry is located in Malacatos El Vergel to 300 meters from Victor Mercante School. It is planned to contract 13 people, a manager, human resourses manager, a counter , a counter asistant, a cashier for manager deparment, a chief of production, two manual workers and a worker.

In order to make the Project, it was used deductive method that help us to go throught outside to inside using scientific method and get where need to go and to know how to determine the factibility of this Project. This industry is goinf to call BACAPEL CIA. LTDA, and a descriptive method is going to used to analize data which is going to

obtained by surveys. The potencial demand was provided by surveys and its very hopefully these results that shows a huge factibility in our environment.

This study has analized elements related with the basic engeening of the product, identifying process and methods for its execution. Thats means it is required insfrastruture and mashines with the manufacturing purposes either personal for production process, space for production and raw material in order to put everything in place that we need to do. In the management study it is considered how to organized spaces for production , and operational system production with local suppliers to execute this Project. Furthermore we must considered how to establish this industry and what kind of this industry is, legal and work aspects and operative manual.

His study confirm that it is necessary 574778,41 dolars to implant this industry. The main capital it would be own funds, an estimations of 300.000 and 274778,41 by bank funds with an interest rate of 10,47 at 5 years.

This study try to determine the factibility of this Project and results recommend to execute and create tihs Project that it is going to make a lot of money and it is going to generate employments in this part of the country.

c. INTRODUCCIÓN.

Loja se caracteriza por ser una ciudad eminentemente comercial y no industrial a pesar de estar relegada de los grandes puertos comerciales del país; así que los comerciantes trasladan artículos desde otras ciudades para la venta y esta es la razón por la cual nuestra ciudad se ha desarrollado lentamente.

El sector industrial de Loja aporta con el 1% al Producto Interno Bruto del país, cantidad muy baja, en relación a lo que puede ofrecer nuestra ciudad en materia prima, desarrollo de tecnologías y fortalecimiento del talento humano, el mismo que debería ser explotado en la creación de nuevas industrias.

Las principales industrias que operan en la ciudad y en la provincia destacan:

Malca, empresa azucarera con más de 55 años;

Cafrilosa, empresa de embutidos y carnes con 40 años;

ILE, fábrica de especierías con 41 años; entre las más importantes.

En los últimos cinco años nacieron compañías manufactureras de reciclaje, según información proporcionada por la Cámara de Industrias de Loja.

Malacatos se encuentra ubicado a 33 km de la ciudad de Loja, famoso por sus cañaverales, las frutas, la panela y el buen aguardiente de excelente calidad. Posee un clima subtropical con paisajes privilegiados que demuestran las bondades del clima y la fecundidad de la tierra.

En Malacatos, parroquia del cantón Loja, pequeños agricultores desarrollan su trabajo en base al cultivo de la caña de azúcar. La idea de implantar una empresa productora y comercializadora de papel kraft en base al bagazo de la caña de azúcar en nuestra ciudad surgió de la necesidad de aprovechar los residuos que se generan en las molineras al momento de extraer de la caña de azúcar sus derivados como son: alcohol etílico, panela y como consecuencia de ese proceso el bagazo, el mismo que es subutilizado en la combustión y abono orgánico.

Por lo antes expuesto el tema propuesto es “**Factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de papel kraft en base al bagazo de la caña de azúcar en la ciudad de Loja**” buscando medir los efectos que trae consigo efectuar una inversión en bienestar de la sociedad, con la promoción de fuentes de empleo y la satisfacción de la necesidad de los usuarios del bien. Para el desarrollo del proyecto se utilizó varios métodos como: el inductivo, deductivo, analítico y estadístico así como también la técnica de la encuesta. El proyecto tiene una vida útil de 5 años y se analizó en forma detallada cada una de las diferentes fases del mismo como son:

En el **Resumen** se describe de forma precisa los resultados obtenidos en todo el proceso investigativo en dos idiomas el Español y el Inglés. En la **Revisión Literaria**, se recolectó información de la literatura de diferentes fuentes para lograr un mejor resultado de lo investigado. En el **Estudio de Mercado**, se identificó las demandas y oferta del producto que se pretende ofrecer a la ciudadanía, incluido el plan de comercialización., en esta etapa se procedió a la recolección de información, mediante la aplicación de encuestas a las familias de la ciudad de Loja, para luego ser tabulada, procesada e interpretada. Para la realización del **Estudio Técnico**, tomamos en cuenta lo

referente a la capacidad instalada y utilizada, el tamaño y la localización de la empresa; la ingeniería del proyecto que nos permite ensamblar todos los recursos físicos para una óptima producción. Identificamos en el **Estudio Organizacional**, la personería jurídica de la empresa, su constitución, sus respectivos organigramas organizacionales funcionales y de posicionamiento y un manual de funciones de los puestos para el personal de la empresa. En el **Estudio Financiero**, se determinó cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, permitiéndonos conocer los valores que se necesitan en activos fijos, variables y capital de trabajo, así como también su financiamiento, su estructura de costos, punto de equilibrio, estado de pérdidas y ganancias y el flujo de caja. Una vez obtenidos todos estos resultados, se pone en marcha el **Estudio de Evaluación Financiera**, que está basada en indicadores económicos importantes como son: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, la Relación Beneficio Costo, Recuperación del Capital y el Análisis de Sensibilidad a través de los cuales se determinó la rentabilidad del proyecto.

Finalmente, con los resultados obtenidos de todos los estudios realizados dentro del proyecto se efectuaron las debidas conclusiones y recomendaciones.

d. REVISIÓN DE LITERATURA.

MARCO TEÓRICO.

MARCO REFERENCIAL.

PAPEL KRAFT.¹

El papel KRAFT, papel madera o papel de estroza es un tipo de papel basto y grueso de color marrón. Está fabricado con pasta química sin blanquear y sometido a una cocción breve. Muy resistente al desgarro, tracción, estallido etc.

Se suele usar como envoltura, para sacos, paquetes o para fabricar embalajes. En construcción, se utiliza combinado con polietileno u oxiasfalto para formar barreras de vapor. También se usaba debido a su fabricación con un tacto parecido a plástico, para envolver alimentos de tienda (charcutería, carnicería, etc.). Hoy en día, podemos aún verlos en algunos establecimientos.

Debido a su resistencia puede emplearse para empaquetar material destinado a esterilizar por medio de calor húmedo.

USOS DEL PAPEL KRAFT.²

Su uso se ha extendido desde su invención hace más de un siglo y ha ocupado un lugar preferente en la fabricación de bolsas para alimentación y sacos papel. En español

¹https://es.wikipedia.org/wiki/Papel_de_estroza

²<http://www.bolsa-papel.com/2013/01/que-es-el-papel-kraft.html>

también es conocido como papel madera, papel de estroza, o papel Kraft. Para su fabricación se usa sosa caústica e hidróxido de sodio para hacer la pulpa de fibra de BAGAZO DE CAÑA que posteriormente será la materia prima que lo forma. Debido a la coloración que se obtiene en este proceso generalmente se comercializa en tonos marrones. Aunque también se puede blanquear, en ese caso se obtiene un tipo de papel más resistente a la manipulación, además de evitar el proceso de amarilleamiento.

Las bolsas hechas de este material se usan como método de protección y transporte de alimentos. Es frecuente encontrarlas de todos los colores en fruterías y panaderías, y especialmente marrones cuando contienen alimentos fritos como churros, chifles, etc.

Existe otra modalidad mixta de papel Kraft que contiene un revestimiento de plástico en su interior esta combinación se usa frecuentemente en las carnicerías, pero hablando con propiedad no serían papel. También se suele encontrar en el interior de las cajas de zapatos, así no es difícil verlo tanto envolviéndolos para proteger el cartón como dentro de ellos para preservar su forma.

EL PAPEL KRAFT Y SU USO COTIDIANO EN LOS HOGARES.

Colocar un rollo de toallas de papel cerca del cuarto de baño y fregadero de la cocina para su uso después de lavarse las manos es una forma efectiva de reducir los gérmenes. Lavarse las manos es el mejor dispositivo solo contra los gérmenes, pero secarse las manos con una toalla de papel después de lavarlas se deshace de la última traza de gérmenes, en lugar de utilizar un secador de electrónica que deja las manos mojadas y una toalla reutilizados que pueden albergar más gérmenes.

Las toallas de papel pueden ser utilizados para limpiar los mesones y las superficies en la cocina en lugar de reutilizar una esponja. Los microbios prosperan en lugares cálidos y húmedos como esponjas. Usando una esponja para la limpieza de encimeras de cocina y los gérmenes se extienden alrededor de las superficies. Los gérmenes que se recogen con una esponja suelen permanecer en la esponja y se multiplican. Estos gérmenes continuación, se extienden alrededor de las tapas del contador cuando la esponja se utiliza de nuevo. Sin embargo, usando una toalla de papel desechable elimina la propagación de gérmenes en las superficies de la cocina, porque la toalla de papel se tira después de cada uso.

Frutas y verduras almacenadas en el refrigerador puede comenzar a descomponerse casi inmediatamente. Para frenar el proceso de descomposición, colocar las toallas de papel en el fondo del cajón de frutas y verduras en el refrigerador. Las toallas de papel absorben el exceso de humedad que hace que la fruta y las verduras se pudran. Las toallas de papel también hacer la limpieza de la papelera más fácil.

MARCO CONCEPTUAL.

DEFINICIÓN DE PROYECTO.

El vocablo proyecto deriva del verbo proyectar. Una de las acepciones que la Real Academia de la Lengua Española confiere a proyectar es idear, trazar, disponer el plan y los medios para la ejecución de una cosa.

De la misma manera, en lo relacionado al término proyecto establece que es el conjunto de escritos, cálculos y dibujos que se realizan para dar idea de cómo ha de ser y lo que ha de costar una obra de arquitectura o de ingeniería.

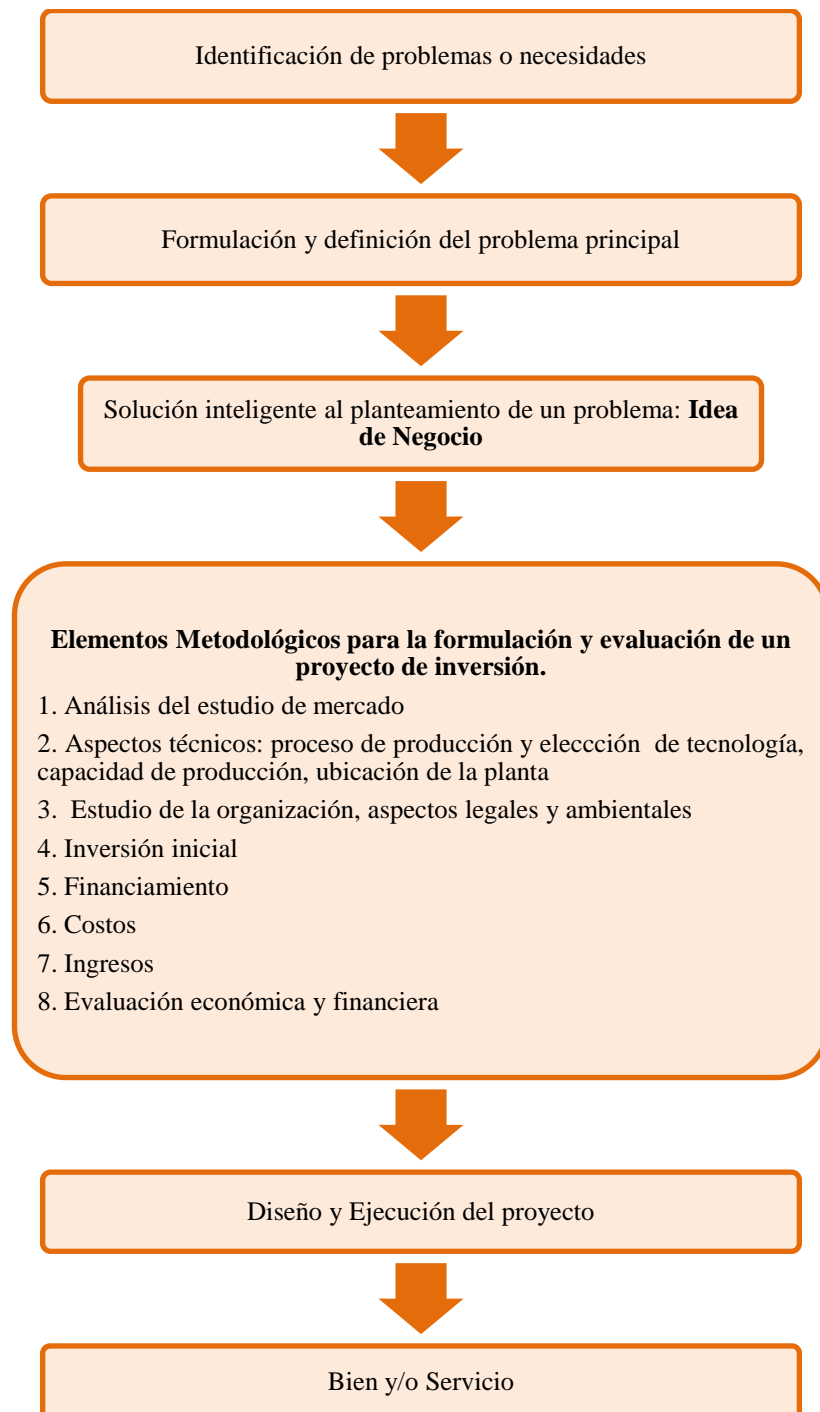
PROYECTOS DE INVERSIÓN.

Un proyecto de inversión es un conjunto de estudios – elementos metodológicos para la formulación y evaluación de un proyecto – que permiten sustentar o fundamentar una idea de negocio y tiene como objetivo ejecutar, lograr algo o identificar una solución al planteamiento de un problema o necesidad. Por ejemplo, cuando existe una demanda insatisfecha de los clientes o cuando hay una demanda creciente de algún producto podrían ser las causas para identificar un proyecto de inversión que permita la solución de dichos problemas o necesidades. Por tal razón, los proyectos surgen de la identificación de necesidades humanas y colectivas de la persona.

En general, una idea de negocio aparece cuando una persona observa en el mercado la posibilidad de desarrollar e introducir un producto o servicio que beneficie al consumidor y que genere rendimiento para el inversionista.

En síntesis, un proyecto de inversión es un conjunto de estudios detallados, que se realizan con la finalidad de producir un bien o prestar un una servicio y obtener de esta manera una retribución.

GRAFICO 1



Fuente: EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Gabriel Baca Urbina

ESTRUCTURA DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD.

Es importante tener en cuenta, que no existe una guía o receta única para la formulación y evaluación de proyectos industriales. Sin embargo, algunas instituciones han establecido y diseñado lineamientos generales para la presentación final de un proyecto.

En tal sentido, se propone el esquema siguiente:

- I. Resumen
- II. Información Complementaria
- III. Análisis del Estudio de Mercado
- IV. Aspectos Técnicos
- V. Estudio de la organización, de los Aspectos Legales y del Medio Ambiente
- VI. Inversión Inicial y Financiamiento
- VII. Estimación y Proyección de Costos e Ingresos
- VIII. Evaluación Económica y Financiera
- IX. Conclusiones y Recomendaciones

ESTUDIO DE MERCADO.

El estudio de mercado del proyecto determina la capacidad de venta, las posibilidades de competir, los límites de capacidad de producción y las expectativas de ganancias de las empresas.

MERCADO.

Se entiende como mercado al lugar físico al cuál concurren tanto compradores como vendedores para efectuar transacciones comerciales y ponerse de acuerdo en el precio unitario y en la cantidad de producto. Es la centralización material o inmaterial de la oferta y la demanda de un determinado bien o servicio en un momento dado; la concepción de mercado aparece como una resultante de la confluencia de agentes económicos que ofertan y demandan bienes o servicios y de cuyas decisiones surge la formación de un precio, en un lugar y en un determinado momento.

DEMANDA Y OFERTA.**DEMANDA.**

La teoría de la demanda es una de las herramientas importantes del análisis económico que estudia el comportamiento de los consumidores de un determinado producto o grupo de productos. Una persona demanda por que tiene necesidades: Para satisfacer sus necesidades el hombre requiere de un poder de compra. Por ello, es importante diferenciar entre deseo y demanda. Deseo es la afirmación de una necesidad y demanda es un deseo que está relacionado con el poder de compra.

DEMANDA POTENCIAL.³

Se constituye por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto la totalidad del mercado. Ejemplo: Consumo de cereales.

DEMANDA REAL.

Se denomina demanda real a la demanda verdaderamente ejercida en los mercados. En sí, la demanda real es el número absoluto de familias que están dispuestas a adquirir el producto.

Para obtener la demanda real tomamos en consideración lo siguiente:

1. Demanda Potencial.
2. Porcentaje de las familias que no consumen.
3. Porcentaje de familias que no apoyan al proyecto.
4. Porcentaje de familias que no contestan.

Los aspectos que se deben analizar en el Estudio de Mercado son: El consumidor del mercado y del proyecto, actuales y proyectados. La tasa de demanda del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas. La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas. El producto del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas. Comercialización del producto y del proyecto.

³ Randall Geoffrey, «Principios de Marketing», Segunda Edición, Segunda edición, Thomson Editores Sapin, 2003, Pág. 120

DEMANDA CONSUMIDOR.⁴

Es la cuantificación de la necesidad real o psicológica de una población de compradores, con poder adquisitivo suficiente para obtener un determinado producto que satisfaga dicha necesidad.

Es la cantidad de productos que el consumidor estaría dispuesto a comprar o a usar a un precio determinado. Debe ser cuantificada en unidades físicas.

DEMANDA INSATISFECHA.⁵

Término usado en todo proyecto que engloba a la demanda no atendida, En este caso, los productos o servicios disponibles no son suficientes ni satisfacen la demanda de los destinatarios.

Aquí, los especialistas deberán lograr el desarrollo de un nuevo producto o mejorar uno ya existente.

OFERTA.

Para conocer la posible competencia de un proyecto en el mercado se debe analizar tanto las empresas que ofrezcan el mismo bien o servicio, como aquellas que produzcan bienes o servicios sustitutos.

Para saber cómo afectará la competencia a las ventas de la propia empresa es necesario conocer la dimensión de las empresas rivales, su capacidad de producción y sus

⁴ Kotler Philip, Bloom Paul y Hayes Thomas, «El Marketing de Servicios Profesionales», Primera Edición Ediciones Paidós Ibérica S.A., 2004, Pág. 98.

⁵ José María Ferré Trezano. Los Estudios de mercado, Ediciones Díaz de Santos S.A, Barcelona-España, 2008 pag 56

intenciones de comercialización, incluyendo sus precios y en algunos casos, las facilidades de financiación y el servicio posventa.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.

A primera vista se diría que los problemas que conciernen a las empresas tienen muy poco que ver con la noción de marketing. De hecho la vida de las empresas se halla estrechamente vinculada al enfoque del marketing porque éste inspira la filosofía de toda empresa moderna, independientemente de la envergadura de la empresa. El nacimiento y posterior desarrollo del marketing empresarial respondió a una necesidad muy concreta de las empresas: la de dar salida a los bienes y servicios.

PRODUCTO.

Definición del bien o servicio que se desea ofrecer o vender al mercado. Los aspectos relevantes al mercadeo del producto son: 1) la calidad del producto (durabilidad, confiabilidad), 2) características del producto para diferenciarlo (características que significan mayor valor agregado), 3) diseño del producto (estilo). Para dar a conocer y vender un producto, previamente hay que estudiar y dominar sus características técnicas, sus aplicaciones prácticas, las necesidades reales de los consumidores. Asimismo, se debe señalar la existencia y características de otros productos sustituidos que pueden competir en su uso.

Criterios:

- Calidad.
- Color.

- Forma.
- Tamaño.
- Empaque o envase.
- Embalaje.
- Seguridad, solidez y garantía.
- Repuestos.
- Reparaciones.

DISTRIBUCIÓN O PLAZA.

Zona o lugar donde se ofrecerá o venderá el bien o servicio. Para tal efecto se debe tomar en cuenta los criterios siguientes:

- Acceso a la materia prima.
- Acceso a la mano de obra.
- Alquiler.
- Ubicación cerca del cliente.
- Tipo de distribución.
- Competencia.
- Pago de impuestos.
- Requisitos legales.

PRECIO.

Definición del valor comercial del bien o servicio que se brindará, de tal forma que sea accesible, rentable y competitivo. El precio es la única de las variables del marketing que genera ingresos por ventas; todas las demás variables representan costos.

PUBLICIDAD.

El efecto de la publicidad en el comportamiento de los consumidores es aumentar la demanda del producto sin necesidad de que se disminuya el precio. Entonces es lógico pensar que si la demanda aumenta, la empresa aumenta su oferta para poder atender dicho incremento. La publicidad contribuye a diferenciar los productos, resaltando características que respondan a móviles de compra.

Una publicidad con un contenido básicamente afectivo o competitivo, realzando las características subjetivas de los productos de una empresa, produce unos efectos de rigidez de la demanda, este tipo de publicidad busca conseguir una fidelidad de la marca por encima del nivel de precios.

Consolidar las ventas de un producto de gran consumo precisa un soporte continuado de publicidad. Las ventas tenderán a bajar cuando otro producto de la competencia ingrese al mercado, sobre todo si se acompaña de una fuerte campaña publicitaria.

ESTUDIO TÉCNICO.

Los aspectos técnicos de un proyecto se refieren a la participación de la ingeniería en la formulación del proyecto. Así como el análisis del estudio de mercado es la base de los demás estudios de un proyecto, el estudio de los aspectos técnicos constituye el núcleo ya que todos los demás estudios derivados dependen de él.

Para realizar el estudio técnico, se utiliza información proveniente del estudio de mercado.

TAMAÑO.

El tamaño del proyecto define su capacidad instalada (capacidad máxima) y se expresa en unidades de producción en un período determinado, generalmente un año; en otras palabras, es el número de unidades (o volumen) de producción por unidad de tiempo que debe fabricarse.

Por lo tanto, el tamaño del proyecto está dado por la cantidad de unidades de producción requeridas para poder atender el mercado objetivo, el cuál ha sido definido en el estudio de mercado. En ese sentido, la escala de producción necesaria está relacionada con el plan de ventas. En particular, si existen variaciones estacionales en las ventas del producto, entonces no siempre será posible que la empresa opere al 100% de su capacidad instalada. Por tal motivo, el mantenimiento de existencias de productos terminados o semiacabados puede servir para utilizar en forma adecuada la capacidad.

Inicialmente, el proyecto se puede dimensionar en función a la demanda objetiva mínima, de modo tal que tenga un crecimiento progresivo respecto a los resultados que vaya obteniendo el proyecto en su fase operativa, lo cual podría constituir una estrategia para no recurrir a un financiamiento de terceros de mayor cuantía. Esto quiere decir que la empresa cuando inicia sus operaciones no necesariamente opera al 100% de su capacidad instalada, por lo que se puede presentar situaciones como la subutilización de los recursos (donde existe capacidad instalada ociosa). Se trata de una situación común,

considerada normal; hay máquinas paradas y otras subutilizadas, lo mismo ocurre con la mano de obra y con otros recursos.

a. CAPACIDAD INSTALADA.

Es la existencia de bienes de capital disponibles para el proceso de producción. Su plena utilización define la producción potencial máxima de una empresa.

Se consideran bienes de capital aquellos que se utilizan en el proceso de producción para producir otros bienes, como por ejemplo, las maquinarias y los equipos. Se y su valor con el transcurso del tiempo (se deprecian) por que el valor perdido se traslada a los bienes producidos.

Para determinar la capacidad de producción de la planta (tamaño), es necesario conocer las relaciones siguientes:

- **Tamaño / mercado.-** con la finalidad de orientar el tamaño a la demanda actual y futura. Así mismo la distribución geográfica de la demanda puede exigir la instalación de una o varias plantas.
- **Tamaño / proceso.-** para determinar o definir la tecnología requerida para el proceso de producción, así como las maquinarias y los equipos de la planta.
- **Tamaño / factores productivos.-** es necesario evaluar en que medida la disponibilidad o limitación de los factores productivos afectará el tamaño de la planta.

- **Tamaño / costo de producción.**- si se aprovecha adecuadamente la capacidad instalada (economías de escala), menor será el costo unitario, debido a que los costos fijos se diluyen entre más unidades producidas.
- **Tamaño / localización.**- el impacto de la localización en el tamaño surge por la distribución geográfica del mercado o por la influencia que tiene la localización en los costos de producción.
- **Tamaño / financiamiento.**- los recursos financieros, conducen al desarrollo de la planta. Generalmente, el tamaño de la planta se va ampliando en la medida del funcionamiento de la empresa y cuando existan recursos financieros suficientes.

b. CAPACIDAD UTILIZADA.

Es la fracción de la capacidad instalada que se utiliza y se mide en porcentaje se es aconsejable que las empresas no trabajen con un porcentaje de capacidad instalada superior al 90% porque en condiciones normales, no podrá atender pedidos extraordinarios y si los hace puede verse alterado significativamente su estructura de costos, especialmente por la participación de los costos fijos, salva que acuda al proceso de maquila, que es concentrar parte de producción con otras personas.

LOCALIZACIÓN.

Alfred Weber publicó en 1909 el intento por solucionar la localización que garantizará el costo total más bajo de la producción. Entre ellos identificó, costos de transporte,

fuente de materias primas, planta de mercado. De acuerdo a este análisis, la localización óptima es el punto del costo mínimo de transporte, es decir, la localización se decide a partir de peso y volumen de materias primas al igual que el volumen del producto final y la distancia a los mercados.

La teoría de Weber permite también ser flexible en cuanto una localización que permita reducir costos en mano de obra. La consecución de estos no es siempre fácil máxime cuando hay proyectos que necesitan estar cerca de un sitio específico y la mano de obra de la región no es calificada. Weber también identificó las ventajas que se logran a partir de la aglomeración de empresas en un solo sitio, es decir, las ventajas de contar con firmas que se complementan con la propuesta. Actualmente se viene trabajando en las agrupaciones por zonas geográficas de sectores que unidas forman los llamados Clusters, con ventajas más como grupo que como unidades independientes.

Además, de tener en cuenta lo mencionado anteriormente, es necesario prever la disponibilidad de energía eléctrica y combustible, servicios públicos tales como una buena infraestructura del entorno que permita el fácil acceso a vías de transporte, servicios médicos, seguridad pública, entre otros y la disponibilidad que tiene la zona para alojar el tipo de proyecto de inversión que se tiene en mente.

Un ejemplo donde es de gran importancia la localización del proyecto, es en la creación de una empresa que se dedique a fabricar químicos inflamables, por lo cual se debe tener en cuenta la accesibilidad y demora de llegada del cuerpo de bomberos al momento de presentarse una emergencia.

LA MACRO LOCALIZACIÓN.

Consiste en la ubicación de la empresa en el país y en el espacio rural y urbano de alguna región.

LA MICRO LOCALIZACIÓN.

Es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.

PROCESOS Y TECNOLOGÍAS.

Son las tecnologías existentes y disponibles para los procesos productivos. Descripción del proceso productivo: describir las etapas que conforman el proceso productivo en cada uno de los productos.

Maquinaria, equipos y herramientas existentes: son las maquinarias y equipos necesarios para llevar a cabo los objetivos del proyecto.

Descripción de las instalaciones necesarias: se describen los requerimientos del terreno, descripción de la infraestructura y construcción indicando características, valor, tamaño y ubicación.

Distribución física: se indica la distribución física de maquinarias y equipos dentro de la empresa.

Requerimiento de personal y costo: la mano de obra requerida para lograr los objetivos del proyecto, son de cantidad, calificación, modalidad de contratación, sueldo, beneficios, etc.

Organización: indicar la estructura organizativa de la empresa, es decir en lo que se refiere a los recursos humanos disponibles para administrar el proyecto.

INGENIERÍA DE PROCESO.

Un proceso puede ser definido como un conjunto de actividades enlazadas entre sí que, partiendo de uno o más inputs (entradas) los transforma, generando un output (resultado).

Un proceso es un conjunto de actividades encadenadas lógicamente que toman un insumo y le agregan valor con sentido específico para un Clienteo Grupo de Interés, generando así un resultado o servicio.

CLASIFICACIÓN DE LOS PROCESOS.

Continuos.

Los productos se fabrican transfiriendo el material entre los diferentes equipos especializados en la realización de una tarea determinada del proceso. Cada uno de estos equipos opera en un solo estado estable.

La producción continua tiene una salida permanente de producto.

Discretos.

Los productos son elaborados en lotes de producción, esto es grupos de productos que tienen en común tanto las materias primas con las cuales son fabricados como los históricos de producción. En un proceso discreto, una cantidad específica de producto es movida como una unidad (grupo de partes) entre estaciones y cada parte mantiene su única identidad. La salida de un proceso discreto aparece una por una o en cantidades de partes.

BATCH.

Este tipo de procesos son discontinuos. No son ni continuos ni discretos, ellos tienen características tanto de procesos continuos como de discretos, incluso puede llegar a confundirse con los últimos. La salida aparece en lotes o en cantidades de material.

Un proceso Batch es un proceso que induce la producción de cantidades finitas de material, sometiendo a las cantidades de material de entrada a un conjunto ordenado de actividades de procesamiento sobre un periodo finito de tiempo usando una o más piezas de equipo.

DEFINICIÓN DE PROCESO.

Al definir el proceso, se hace referencia a la tecnología del proceso. Esta abarca los siguientes puntos:

- Descripción del proceso paso a paso.
- Especificaciones de materias primas.
- Especificaciones de reactivos auxiliares.
- Especificaciones de productos en proceso.
- Especificaciones de productos terminados.
- Especificaciones de subproductos.
- Especificación de mezclas.
- Especificación de adiciones.
- Fórmulas y composiciones.
- Especificaciones de materiales de empaque.

DISEÑO Y MODELAMIENTO DEL PROCESO.

Es necesario realizar los siguientes pasos:

- Diagrama de flujo de Procesos.
- Especificaciones de Operaciones
- Requerimientos de Procesamiento.
- Especificaciones de Equipos.

DIAGRAMA DE FLUJO.

Los diagramas de flujos o también llamados organigramas o flujo gramas, constituyen la representación de la secuencia lógica de pasos en las operaciones y actividades desarrolladas por las diferentes unidades organizativas. Representan el flujo de trabajo involucrado en la realización de las funciones de sección, oficinas y departamentos.

La importancia de su uso radica en que es una herramienta efectiva en el análisis administrativo, ya que facilita la apreciación y valoración del seguimiento del flujo de trabajo a través de actividades y facilita su simplificación.⁶

GRÁFICO 2

SIMBOLO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN
	OPERACIÓN	Indica las principales fases del proceso Agrega, modifica, montaje, etc.
	INSPECCIÓN	Verifica la calidad y cantidad. En general no agrega valor.
	TRANSPORTE	Indica el movimiento de materiales. Traslado de un lugar a otro.
	ESPERA	Indica demora entre dos operaciones o abandono momentaneo.
	ALMACENAMIENTO	Indica depósito de un objeto bajo vigilancia en un almacén
	COMBINADA	Indica varias actividades simultáneas

Fuente: ANÁLISIS ADMINISTRATIVO, Carlos Hernández Orozco

El diagrama de flujo es una secuencia de acontecimientos; y en esta secuencia, el material se sigue desde su llegada a la fábrica, a través de las diversas fases del proceso hasta que es transformado en un producto terminado para ser vendido.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.

Aprovecha al máximo el espacio físico que se dispone, para que los servicios sean más eficaces, proporcionando la mayor comodidad a los empleados y al público, a más de garantizar la supervisión y seguridad de la planta.

⁶ Carlos Hernandez Orozco, "Análisis Administrativo Técnicas y Métodos" 2007

DISEÑO DE LA PLANTA.

Se refiere a la forma como estará definida la estructura física del edificio tomando en cuenta futuras ampliaciones.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO.⁷

Este estudio muestra los elementos administrativos tales como planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de metas empresariales. Finalmente se muestra el aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico que debe tomar en cuenta toda organización para iniciar sus operaciones.

Un buen estudio administrativo es de gran importancia, ya que es común que un proyecto fracase por problemas administrativos, así estén dadas todas las demás condiciones para su éxito.

La empresa debe partir de una constitución legal que cumpla con todos los reglamentos de ley. Se establece la organización administrativa como organigramas, manual de funciones entre otros. Da a conocer como se encuentra conformada la empresa en su área administrativa y los niveles jerárquicos que representan en la organización, además describe el papel que desempeña cada uno, como también se conoce el tipo de sociedad o compañía.

⁷Melián Rodríguez Manuel Ernesto “Estudio de Factibilidad Económico Financiero en proyecto de inversión” Guía de investigación financiera para estudiantes. 2011

ORGANIZACIÓN LEGAL.⁸

Se refiere a la parte jurídica de la compañía que puede ser Sociedad Anónima, Limitada, Mixta, Comandita simple y Comandita por Acciones.

Una empresa es una entidad económica de producción que se dedica a combinar capital, trabajo y recursos naturales con el fin de producir bienes y servicios para vender en el mercado. Las empresas pueden ser clasificadas de distintas maneras: según la forma jurídica, el tamaño, la actividad y la procedencia del capital, entre otras.

TIPOS DE EMPRESAS DE ACUERDO A SU FORMA JURÍDICA:

- 1) **Unipersonal:** son aquellas empresas que pertenecen a un solo individuo. Es este quien debe responder ilimitadamente con su patrimonio frente a aquellos individuos perjudicados por las acciones de la empresa.
- 2) **Sociedad Colectiva:** son las empresas cuya propiedad es de más de una persona. En estas, sus socios responden de forma ilimitada con sus bienes.
- 3) **Cooperativas:** son empresas que buscan obtener beneficios para sus integrantes y no tienen fines de lucro. Estas pueden estar conformadas por productores, trabajadores o consumidores.
- 4) **Comanditarias:** en estas empresas existen dos tipos de socios: por un lado, están los socios colectivos que participan de la gestión de la empresa y poseen

⁸ <http://www.tiposde.org/empresas-y-negocios/4-tipos-de-empresas/>

responsabilidad ilimitada. Por otro, los socios comanditarios, que no participan de la gestión y su responsabilidad es limitada al capital aportado.

- 5) **Sociedad de responsabilidad limitada (S.R.L.):** en estas empresas, los socios sólo responden con el capital que aportaron a la empresa y no con el personal.
- 6) **Sociedad anónima (S.A.):** estas sociedades poseen responsabilidad limitada al patrimonio aportado y, sus titulares son aquellos que participan en el capital social por medio de acciones o títulos.

DE EMPRESA DE ACUERDO A SU TAMAÑO:

- 1) **Microempresa:** son aquellas que poseen hasta 10 trabajadores y generalmente son de propiedad individual, su dueño suele trabajar en esta y su facturación es más bien reducida. No tienen gran incidencia en el mercado, tienen pocos equipos y la fabricación es casi artesanal.
- 2) **Pequeñas empresas:** poseen entre 11 y 49 trabajadores, tienen como objetivo ser rentables e independientes, no poseen una elevada especialización en el trabajo, su actividad no es intensiva en capital y sus recursos financieros son limitados.
- 3) **Medianas Empresas:** son aquellas que poseen entre 50 y 250 trabajadores, suelen tener áreas cuyas funciones y responsabilidades están delimitadas, comúnmente, tienen sindicato.

- 4) **Grandes empresas:** son aquellas que tienen más de 250 trabajadores, generalmente tienen instalaciones propias, sus ventas son muy elevadas y sus trabajadores están sindicalizados. Además, estas empresas tienen posibilidades de acceder a préstamos y créditos importantes.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.

La organización se refiere al establecimiento preciso de los centros de autoridad y rangos correspondientes de responsabilidad.

Es necesario diseñar una estructura administrativa a través del componente administrativo de la organización, el cual debe integrar 3 componentes básicos:

- a. Unidades organizativas
- b. Recursos humanos técnicos y financieros
- c. Los planes de trabajo

NIVELES JERÁRQUICOS DE LA EMPRESA.⁹

Son la dependencia y relación que tienen las personas dentro de la empresa.

Nivel directivo.- Las funciones principales son; legislar políticas, crear normas, procedimientos que debe seguir la organización. Así como también realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional de la empresa. Este organismo constituye el primer Nivel jerárquico de la empresa, formado principalmente por la Junta General de Accionistas.

⁹<http://nivelesdelaempresa.blogspot.com/>

Nivel ejecutivo.- Es el segundo al mando de la organización, es el responsable del manejo de la organización, su función consistente en hacer cumplir las políticas, normas, reglamentos, leyes y procedimientos que disponga el nivel directivo. Así como también planificar, dirigir, organizar, orientar y controlar las tareas administrativas de la empresa.

Este nivel, se encarga de manejar Planes, Programas, Métodos y otras técnicas administrativas de alto nivel, en coordinación con el nivel operativo y auxiliares, para su ejecución. Velara el cumplimiento de las leyes y reglamento obligatorios y necesarios para el funcionamiento de la organización. El nivel ejecutivo o directivo es unipersonal, cuando exista un Director o Gerente.

Nivel asesor.- No tiene autoridad en mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, contable, industrial, financiera y demás áreas que tengan que ver con la empresa.

Nivel auxiliar o de apoyo.- Apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente.

Nivel operativo.- Constituye el nivel más importante de la empresa y es el responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa, siendo el pilar de la producción y comercialización.

Tiene el segundo grado de autoridad y es responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad, bajo su mando puede delegar autoridad, más no responsabilidad.

Coordinaciones.- Tiene autoridad solo hacia sus dependientes y asesora, puede delegar autoridad, más no responsabilidad. Consiste en integrar las actividades de departamentos independientes para perseguir las metas de la organización con eficacia. El grado de coordinación dependerá de la naturaleza de las tareas realizadas y del grado de interdependencia que existe entre las personas de las diversas unidades. Cuando el intercambio de información es menos importante, el trabajo se puede efectuar con mayor eficiencia, con menos interacción entre departamentos o secciones. Un grado importante de coordinación con toda probabilidad beneficiará un trabajo que no es rutinario ni pronosticable,

Puestos operativos.- Es la parte fundamental en la producción o realización de tareas primarias y/o. No tiene autoridad ni delega responsabilidad.

MANUAL DE FUNCIONES.¹⁰

Una vez realizados los análisis ocupacionales de cada uno de los cargos resulta fácil elaborar el manual de funciones para la empresa. Este instrumento facilita la ubicación y orientación del personal además de que permite establecer claras delimitaciones en las funciones y responsabilidades de cada cargo.

¿Qué aspectos se debe tener en cuenta para desarrollar un manual de funciones para una empresa limitada o que pasos se deben seguir para desarrollarlo? La existencia y desarrollo de un manual de funciones no depende del tipo de sociedad (limitada, anónima etc.). La finalidad del este manual es la de definir la estructura de la empresa,

¹⁰URDANETA ORLANDO Elaboración de manuales de requisitos. Técnicas y Consejos, Revista Gerencia Al Día, No.,31, julio 2012

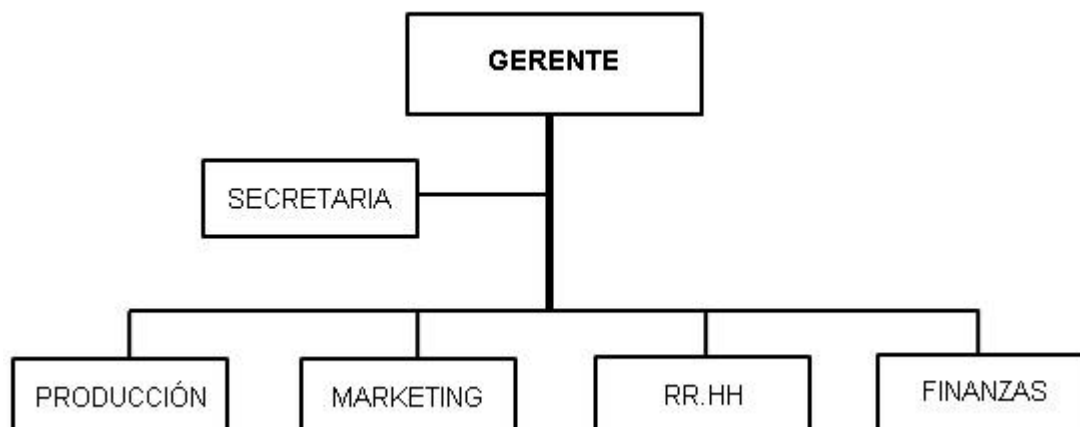
cargos que la conforman, así como funciones, responsabilidades, requisitos y relaciones jerárquicas, en consecuencia para la elaboración de un manual de funciones se deberá:

1. Definir estructura organizacional de la empresa
2. Definir la denominación y número de cargos que conformarán la estructura.
3. Asignar a cada cargo las funciones que le corresponden
4. Establecer los requisitos (estudios, experiencia, perfil) necesarios para desempeñar las funciones asociadas.
5. Establecer las relaciones jerárquicas entre los diferentes cargos.
6. Aprobar y divulgar el manual en la empresa

ORGANIGRAMAS.¹¹

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y de asesoría.

GRAFICO 3



¹¹ «Negocios Exitosos», de Fleitman Jack, McGraw-Hill, 2008, Pág. 246.

«Organización de Empresas», Tercera Edición, de Franklin Enrique, Mc Graw Hill, 2008, Págs. 79 al 86.

EJEMPLO DE ORGANIGRAMA

Por tanto, teniendo en cuenta que los organigramas son de suma importancia y utilidad para empresas, entidades productivas, comerciales, administrativas, políticas, etc., y que todos aquellos que participan en su diseño y elaboración deben conocer cuáles son los diferentes tipos de organigramas y qué características tiene cada uno de ellos, en el presente artículo se plantea una clasificación basada en las clasificaciones de dos autores, con la finalidad de que el lector pueda tener una idea más completa acerca de los diversos tipos de organigramas y de sus características generales.

TIPOS DE ORGANIGRAMAS.

Basándome en las clasificaciones planteadas por Enrique B. Franklin (en su libro "Organización de Empresas") y Elio Rafael de Zuani (en su libro "Introducción a la Administración de Organizaciones"), pongo a consideración del lector la siguiente clasificación de organigramas: 1) Por su naturaleza, 2) por su finalidad, 3) por su ámbito, 4) por su contenido y 5) por su presentación o disposición gráfica.

1. Por su naturaleza: Este grupo se divide en tres tipos de organigramas:

Micro administrativos: Corresponden a una sola organización, y pueden referirse a ella en forma global o mencionar alguna de las áreas que la conforman.

Macro administrativos: Involucran a más de una organización.

Meso administrativos: Consideran una o más organizaciones de un mismo sector de actividad o ramo específico. Cabe señalar que el término meso administrativo corresponde a una convención utilizada normalmente en el sector público, aunque también puede utilizarse en el sector privado.

2. Por su finalidad: Este grupo se divide en cuatro tipos de organigramas:

Informativo: Se denominan de este modo a los organigramas que se diseñan con el objetivo de ser puestos a disposición de todo público, es decir, como información accesible a personas no especializadas. Por ello, solo deben expresar las partes o unidades del modelo y sus relaciones de líneas y unidades asesoras, y ser graficados a nivel general cuando se trate de organizaciones de ciertas dimensiones.

Analítico: Este tipo de organigrama tiene por finalidad el análisis de determinados aspectos del comportamiento organizacional, como también de cierto tipo de información que presentada en un organigrama permite la ventaja de la visión macro o global de la misma, tales son los casos de análisis de un presupuesto, de la distribución de la planta de personal, de determinadas partidas de gastos, de remuneraciones, de relaciones informales, etc. Sus destinatarios son personas especializadas en el conocimiento de estos instrumentos y sus aplicaciones.

Formal: Se define como tal cuando representa el modelo de funcionamiento planificado o formal de una organización, y cuenta con el instrumento escrito de su aprobación.

Informal: Se considera como tal, cuando representando su modelo planificado no cuenta todavía con el instrumento escrito de su aprobación.

3. Por su contenido: Este grupo se divide en tres tipos de organigramas:

Integrales: Son representaciones gráficas de todas las unidades administrativas de una organización y sus relaciones de jerarquía o dependencia. Conviene anotar que los organigramas generales e integrales son equivalentes.

Funcionales: 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.

De puestos, plazas y unidades: Indican las necesidades en cuanto a puestos y el número de plazas existentes o necesarias para cada unidad consignada. También se incluyen los nombres de las personas que ocupan las plazas.

ESTUDIO FINANCIERO.

Constituye la técnica matemático-financiera y analítica, a través de la cual se determinan los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir al pretender realizar una inversión, en donde uno de sus objetivos es obtener resultados que apoyen la toma de decisiones referente a actividades de inversión.¹²

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

¹²Ramírez Almaguer, Vidal Marrero y Domínguez Rodríguez: "Etapas del Análisis de Factibilidad. Compendio Bibliográfico" en Contribuciones a la Economía, marzo 2009.

SISTEMATIZACIÓN FINANCIERA.

Consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos.

Debido a que no se ha proporcionado toda la información necesaria para la evaluación, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos, que siendo necesarios para la evaluación, debe suministrar el propio estudio financiero.

INVERSIÓN FIJA.

Comprende todos los activos fijos o tangibles (que se pueden tocar) y diferidos o intangibles (que no se pueden tocar) necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo. Puede ver plan de manufactura, en el estudio técnico.

CAPITAL DE TRABAJO.

Desde el punto de vista contable, es la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante.

Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto a la inversión en activo fijo y diferido) con el que se cuenta para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces, debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar crédito en las primeras ventas y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa.

APORTACIONES DE LOS SOCIOS.

Las aportaciones de los socios pueden ser en efectivo o en especie; en este último caso si la aportación es un terreno o edificio, se le emiten las acciones por el valor del activo que está aportando a la sociedad.

Los socios pueden ser socios activos en el negocio; otros, conocidos como socios pasivos, invierten dinero y poseen una parte de la empresa, pero no ayudan a mejorarla en sus operaciones diarias.

FINANCIAMIENTO EXTERNO.

Una empresa está financiada cuando ha pedido capital en préstamo para cubrir cualquiera de sus necesidades económicas.

Si la empresa logra conseguir dinero barato en sus operaciones, es posible demostrar que esto le ayudara a elevar considerablemente el rendimiento sobre su inversión.

PROYECCIÓN FINANCIERA.

El objetivo de las proyecciones financieras es que el empresario visualice desde el principio hacia dónde conduce todos los esfuerzos que realiza en el negocio, además de elaborar información que pueda servir para la toma de decisiones.

PROYECCIÓN DE GASTOS.

Una proyección de gastos se refiere a las salidas de dinero que se harán por el uso de materiales, mano de obra y otros que tengan relación con la producción de un bien. La proyección de los gastos de operación está relacionada con el plan de producción, ya que va a depender directamente de la cantidad de materia prima, mano de obra y servicios básicos que se necesarias en la elaboración de los productos.¹³

ELEMENTOS DE PROYECCIÓN DE GASTOS.

Mano de Obra: Es el recurso humano necesario para la elaboración de los productos o ventas.

Materiales: Son los elementos necesarios para conformar el producto. **Servicios:** Son aquellos como energía, transporte, alquiler de local, agua, etc.

Depreciación y Amortización: El término “depreciación” tiene exactamente la misma connotación que “amortización”, pero el primero solo se aplica al activo fijo, ya que con el uso, estos bienes valen menos; es decir, se deprecian; en cambio, la amortización solo se aplica a los activos diferidos o intangible, ya que por ejemplo, si se ha comprado una marca comercial, ésta, con el uso del tiempo, no baja de precio o se deprecia, por lo que el termino amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar esa inversión. Cualquier empresa que esté en funcionamiento para hacer los cargos de depreciación y amortización correspondientes

¹³Ramírez Almaguer, Vidal Marrero y Domínguez Rodríguez: "Etapas del Análisis de Factibilidad. Compendio Bibliográfico" en Contribuciones a la Economía, marzo 2009

PROYECCIONES DE INGRESOS.

La misma forma como se hacen proyecciones de los gastos, también se debe hacer proyecciones de los ingresos, o sea, los recursos que recibirá el negocio por la venta de un bien o servicio, ya sea a contado o a crédito. Las proyecciones de los ingresos se hacen basándose en las ventas que se tendrán y el precio al que se venderá el producto o servicio. Se comienza con el año 0 (cero), el cual es el año base, donde se hace la inversión. Las ventas del año cero son las que se conocen a través de la investigación de mercado.¹⁴

COSTOS VARIABLES O DIRECTOS.

Son aquellos que tienden a fluctuar en proporción al volumen total de la producción, de venta de artículos o la prestación de un servicio, se incurren debido a la actividad de la empresa.

Son aquellos cuya magnitud fluctúa en razón directa o casi directamente proporcional a los cambios registrados en los volúmenes de producción o venta, por ejemplo: la materia prima directa, la mano de obra directa cuando se paga destajo, impuestos sobre ingresos, comisiones sobre ventas.

Costos fijos o periódicos: Son aquellos que en su magnitud permanecen constantes o casi constantes, independientemente de las fluctuaciones en los volúmenes de

¹⁴Ramírez Almaguer, Vidal Marrero y Domínguez Rodríguez: "Etapas del Análisis de Factibilidad. Compendio Bibliográfico" en Contribuciones a la Economía, marzo 2009

producción y/o venta. Ejemplos: depreciaciones (método en línea recta), primas de seguros sobre las propiedades, rentas de locales, honorarios por servicios, etc.¹⁵

CARACTERÍSTICAS DE LOS COSTOS VARIABLES O DIRECTOS:

- No existe costo variable si no hay producción de artículos o servicios.
- La cantidad de costo variable tenderá a ser proporcional a la cantidad de producción.
- El costo variable no está en función del tiempo. El simple transcurso del tiempo no significa que se incurra en un costo variable.

CARACTERÍSTICAS DE LOS COSTOS FIJOS:

- Tienden a permanecer igual en total dentro de ciertos márgenes de capacidad, sin que importe el volumen de producción lograda de artículos o servicios.
- Están en función del tiempo.
- La cantidad de un costo fijo no cambia básicamente sin un cambio significativo y permanente en la potencia de la empresa, ya sea para producir artículos o para prestar servicios.
- Estos costos son necesarios para mantener la estructura de la empresa.

¹⁵C.P. A Jaime A. Acosta Altamirano. "Apuntes de Contabilidad de Costos I

LOS COSTOS ESTIMADOS.

Representan únicamente una tentativa en la anticipación de los costos reales y están sujetos a rectificaciones a medida que se comparan con los mismos.

PRESUPUESTO.

El presupuesto es la estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un periodo determinado.

También dice que el presupuesto es una expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de la empresa en un periodo, con la adopción de las estrategias necesarias para lograrlos.

PUNTO DE EQUILIBRIO.

Es un concepto de las finanzas que hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Esto supone que la empresa, en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero (no gana dinero, pero tampoco pierde).¹⁶

ESTADO DE RESULTADOS.¹⁷

El estado de resultados, estado de rendimiento económico o estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado.

¹⁶<http://definicion.de/punto-de-equilibrio/#ixzz2EtXwm7RL>

¹⁷ Alexander Guzmán, David Guzmán, Tatiana Romero. "Contabilidad Financiera". Centro Editorial Universidad del Rosario. 2008

El estado financiero es cerrado, ya que abarca un período durante el cual deben identificarse perfectamente los costos y gastos que dieron origen al ingreso del mismo. Por lo tanto debe aplicarse perfectamente al principio del periodo contable para que la información que presenta sea útil y confiable para la toma de decisiones.

Es un documento de obligada creación por parte de las empresas, junto con la memoria y el balance. Consiste en desglosar los gastos e ingresos en distintas categorías y obtener el resultado antes y después de impuestos.

EVALUACIÓN ECONÓMICA.

La evaluación económica de proyectos de cooperación tiene por objetivo identificar las ventajas y desventajas asociadas a la inversión en un proyecto antes de la implementación del mismo. La evaluación económica es un método de análisis útil para adoptar decisiones de diferentes alternativas. Análisis comparativo de las acciones alternativas tanto en términos de costes como de beneficios”¹⁸

FLUJO DE CAJA.¹⁹

Un flujo de caja es la presentación sobre un cuadro, en cifras, para diversos períodos hacia el futuro, y para diversos ítems o factores, de cuando va a entrar o salir, físicamente, dinero.

¹⁸George W. Torrance (1991): Métodos para la evaluación económica de los programas de atención de la salud. Ed. Díaz de Santos, Madrid.

¹⁹ Brealey Myers (2008). Principios de Finanzas Corporativas. Mc. Graw Hill.

El objetivo fundamental del flujo de caja es apreciar, por período, el resultado neto de Ingresos de dinero menos giros de dinero, es decir, en qué período va a sobrar o a faltar dinero, y cuánto, a fin de tomar decisiones sobre qué se hace: O invertir el dinero cuando sobra, es decir, cuando hay excedente de caja, o conseguir el dinero que se necesita para operar, bien con socios o con financiadores.

El cuadro FLUJO DE CAJA tiene tantas columnas como periodos (años, meses o semanas) para los que se vayan a establecer los Ingresos y Egresos de dinero, y tantas filas como Ítems o factores cuyos ingresos o egresos se vayan a proyectar. Las cifras contenidas en el " FLUJO DE CAJA " son resultado del cálculo detallado que de ellas se ha hecho en otros cuadros.

VALOR ACTUAL NETO (VAN).

El Valor Neto Actualizado o Valor Actual Neto (VAN) de un proyecto mide en dinero corriente el grado de mayor riqueza que tendrá el inversionista en el futuro si emprende el proyecto. Se define como el valor actualizado del flujo de ingresos netos obtenidos durante la vida útil económica del proyecto a partir de la determinación por año de las entradas y salidas de divisas en efectivo, desde que se incurre en el primer gasto de inversión durante el proceso inversionista hasta que concluyen los años de operación o funcionamiento de la inversión.²⁰

El método, además, descuenta una determinada tasa o tipo de interés igual para todo el período considerado (costo de oportunidad). El VAN constituirá una herramienta

²⁰Ramírez Almaguer, Vidal Marrero y Domínguez Rodríguez: "Etapas del Análisis de Factibilidad. Compendio Bibliográfico" en Contribuciones a la Economía, marzo 2009

fundamental para la evaluación del proyecto y está representado por la siguiente fórmula (Amat, O, 2008, p.12)

Y_t = Flujo de ingresos del proyecto

E_t = Flujo de los egresos.

N = Es el número de períodos considerado.

El valor $Y_t - E_t$ = Indica los flujos de caja estimados de cada período.

i = Tasa de descuento

I_0 = Inversión del proyecto

TASA INTERNA DE RETORNO O DE RENDIMIENTO (TIR).

La tasa interna de retorno o rendimiento (TIR) representa la rentabilidad general del proyecto y es la tasa de actualización o de descuento, a la cual el valor actual del flujo de ingresos en efectivo es igual al valor actual del flujo de egresos en efectivo. En otros términos se dice que la TIR corresponde a la tasa de interés que torna cero el VAN de un proyecto, anulándose la rentabilidad del mismo. De esta forma se puede conocer hasta qué nivel puede crecer la tasa de descuento y aún el proyecto sigue siendo rentable financieramente.²¹

La Tasa Interna de Retorno se representa por la siguiente fórmula:

$$TIR = \sum_{t=1}^n \frac{Y_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{E_t}{(1+r)^t} - I_0$$

²¹Ramírez Almaguer, Vidal Marrero y Domínguez Rodríguez: "Etapas del Análisis de Factibilidad. Compendio Bibliográfico" en Contribuciones a la Economía, marzo 2009

PLAZO DE RECUPERACIÓN DE UNA INVERSIÓN PLAY BACK.

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.²²

El periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión.

Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

COSTO-BENEFICIO.

En un enfoque costo beneficio, el objetivo de la evaluación es determinar si los beneficios que se obtienen son mayores que los costos involucrados.

Para ello, es necesario identificar, medir y valorar los costos y beneficios del proyecto.

Flujo de Beneficios Netos: Una vez valorados los costos y beneficios del proyecto, deberá calcularse el flujo de beneficios netos, para cada periodo del horizonte de evaluación del proyecto. Este último queda definido principalmente por la vida útil de la

²²Ramírez Almaguer, Vidal Marrero y Domínguez Rodríguez: "Etapas del Análisis de Factibilidad. Compendio Bibliográfico" en Contribuciones a la Economía, marzo 2009.

inversión, no debiendo ser superior a 30 años. En aquellos proyectos donde la vida útil de la inversión se estima superior al horizonte de evaluación, deberá considerarse un valor residual.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

La vulnerabilidad de los proyectos de inversión frente a las alternativas en los precios de insumos o de otras causas de tipo económico, en periodos de tiempo relativamente cortos obliga a los analistas considerar el riesgo como un factor más en el cálculo de la eficiencia económica.

La manera de hacerlo es conociendo su sensibilidad o su resistencia a este tipo de variaciones se le conoce como desfases económicas a través de un incremento o decremento de los costos o de los Ingresos en función de cómo se prevea esta variación.

En términos generales se debe considerar los siguientes aspectos:

- Cuando el coeficiente resultante es mayor que uno el proyecto es sensible a esos cambios.
- Cuando el coeficiente resultante es igual a uno no se ve efecto alguno.
- Cuando el coeficiente resultante es menor a uno el proyecto no es sensible.

Se lo realiza para determinar la vulnerabilidad del Proyecto ante las alteraciones futuras de mayor incidencia como son los ingresos y los costos, considerando que los demás se encuentren constantes.

Fórmulas:

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR

Porcentaje de Variación = Dif. TIR / TIR del Proyecto

Coefficiente de Sensibilidad = Porcent. Var. / Nueva TIR

e. MATERIALES Y MÉTODOS.**MATERIALES.****• RECURSOS HUMANOS.**

Son las personas que participan, contribuyen o colaboran en un proyecto de investigación, son el elemento activo que garantiza el éxito de los objetivos y de los resultados de la actividad de investigación y desarrollo.

El proyecto de investigación a presentarse será elaborado por la Sra. Natalia Sofía Velepucha Morillo, más el asesoramiento del Director de tesis el Ing. Edwin Bladimir Hernández Mg. Sc docente de la Carrera de administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja.

• RECURSOS MATERIALES.

Para el desarrollo estudio del proyecto de inversión, se utilizara los siguientes implementos:

- ✓ 1 computadora.
- ✓ Cámara fotográfica
- ✓ Suministros de oficina
- ✓ Material bibliográfico
- ✓ Dispositivos de almacenamiento.

MÉTODOS.

- **Método deductivo:**

La deducción es el método que permite aplicar las generalizaciones conocida dentro de la investigación y poder arribar a conclusiones de otro caso particulares, mediante la deducción se obtienen consecuencias lógicas de una teoría.

En el método deductivo, transita de lo general a o particular, de forma que partiendo de unos enunciados de carácter universal y utilizando instrumentos científicos podamos llegar a conocer la veracidad del fenómeno.

Este método se lo utilizó en nuestro proyecto de inversión porque permite demostrar, mediante la lógica, la conclusión en su totalidad a partir de sus afirmaciones, de manera que se garantiza la veracidad de las conclusiones y no se invalida la lógica aplicada.

- **Método descriptivo:**

Se lo utiliza para recoger, organizar, resumir, presentar, analizar, generalizar los resultados de las observaciones. Este método implica la recopilación y presentación sistemática de datos para dar una idea clara de determinada situación. Las ventajas que tiene este estudio es que la metodología es fácil, de corto tiempo y económica.

En el estudio descriptivo el propósito del investigador es describir situaciones y eventos; esto es, decir cómo es y se manifiesta dicho fenómeno.

Este método de investigación nos ayudó a conocer nuestro papel como investigadores y como interactuar con los participantes al momento de efectuar las encuestas que son nuestras técnicas para la recolección de información, en nuestro proyecto de investigación.

- **Método estadístico:**

Este método consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación. Este manejo tiene como propósito la comprobación, en una parte de la realidad, de una o varias consecuencias verificables, deducidas de la hipótesis general de la investigación. Permite presentar los resultados a través de cuadros, gráficos e inferencias de los resultados.

Este método se lo utilizó para la tabulación, presentación de resultados en los cuadros y gráficos, así como para la interpretación de los resultados obtenidos en la investigación propuesta.

- **Método analítico:**

Es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. Este método nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

Este método se lo aplicó luego de realizar las encuestas a los demandantes y a los oferentes dentro del proyecto investigativo para realizar la interpretación de los resultados obtenidos.

TÉCNICAS.

La Encuesta.

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador.

Esta técnica de investigación se la realizará a la población de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja que es de 180617 habitantes según los datos proporcionados por el INEC del año 2010, y a 5 distribuidoras de papel de la ciudad de Loja.

POBLACIÓN Y MUESTRA.

Población.²³

Considerando que la ciudad de Loja, de acuerdo al censo del INEC del año 2010, existían 180617 habitantes y en cuanto a la estructura familiar se asevera que el promedio de miembros del hogar se ubica en 4; además se consideró un crecimiento poblacional del 2.65%.

Dividiendo el número de habitantes con el promedio de miembros del hogar que es de 4 podemos encontrar el número de familias que existen en la ciudad de Loja, que nos arroja un resultado de 45154 familias

²³ Datos INEC / RADATAM 2010

Se detalla a continuación los aspectos pormenorizados de la fórmula que se aplicó para conseguir la actualización de los mencionados datos:

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN AÑO 2015.

$$Pf = Pa (1 + i)^n$$

$$Pf = 45154 (1 + 0.0265)^5$$

$$Pf = 51463$$

CUADRO 1

PROYECCIÓN DEL NÚMERO DE FAMILIAS					
Años	2011	2012	2013	2014	2015
Familias	46351	47579	48840	50134	51463

Elaborado por: La autora

CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Donde:

n= tamaño de la muestra

e= margen de error

N= Población

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

MUESTRA.

$$N = \frac{51463}{1 + (0.05)^2 * 51463}$$

$$N = \frac{51463}{1 + 0.0025 * 51463}$$

N = 397 Encuestas

DISTRIBUCIÓN MUESTRAL.²⁴

CUADRO 2

DISTRIBUCIÓN MUESTRAL		
PARROQUIAS URBANAS	PORCENTAJE %	NÚMERO DE ENCUESTAS
SAGRARIO	10,64%	42
SAN SEBASTIAN	10,64%	42
SUCRE	27,65%	110
EL VALLE	10,64%	42
PUNZARA	23,40%	93
CARIGAN	17,03%	68
TOTAL	100,00%	397

Elaborado por: La autora

CUADRO 3

OFERTANTES		
Nº	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN
1	DISTRIBUIDORA CAMEL	Vicente Delgado Tapia y 8 de Diciembre
2	DISTRIBUIDORA FAGI	Avenida Cuxibamba 00-66 y Cañar
3	DISTRIBUIDORA GRANDA	Orillas del Zamora y Clodoveo Carrión
4	DISTRIBUIDORA ROMAR	Avenida Salvador Bustamante Celi y New York
5	DISTRIBUIDORA LA REFORMA	Avenida 18 de Noviembre 12-67 y Mercadillo

Elaborado por: La autora

²⁴ Datos INEC / RADATAM 2010

f. RESULTADOS.

ENCUESTAS PARA DETERMINAR LA DEMANDA.

PREGUNTA N° 1

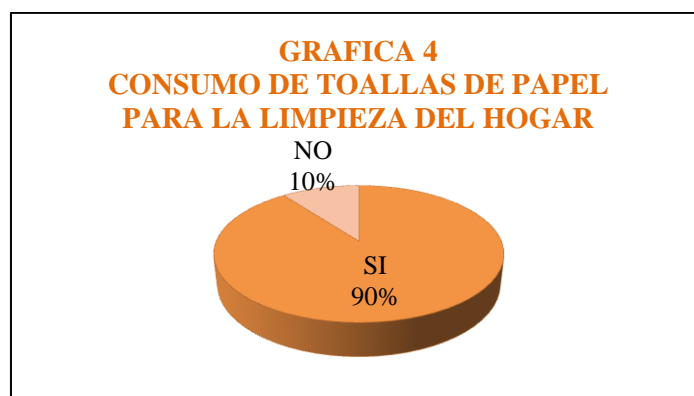
Utiliza usted papel kraft para la limpieza en su hogar.

CUADRO 4

CONSUMO DE PAPEL KRAFT PARA LA LIMPIEZA DEL HOGAR		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	356	90%
NO	41	10%
TOTAL	397	100%

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

En la ciudad de Loja existe un 90% de familias que consumen toallas de papel para la limpieza en su hogar, mientras que el 10% de los encuestados no consumen este producto debido al desconocimiento en los usos que se le puede dar a este producto.

PREGUNTA N° 2

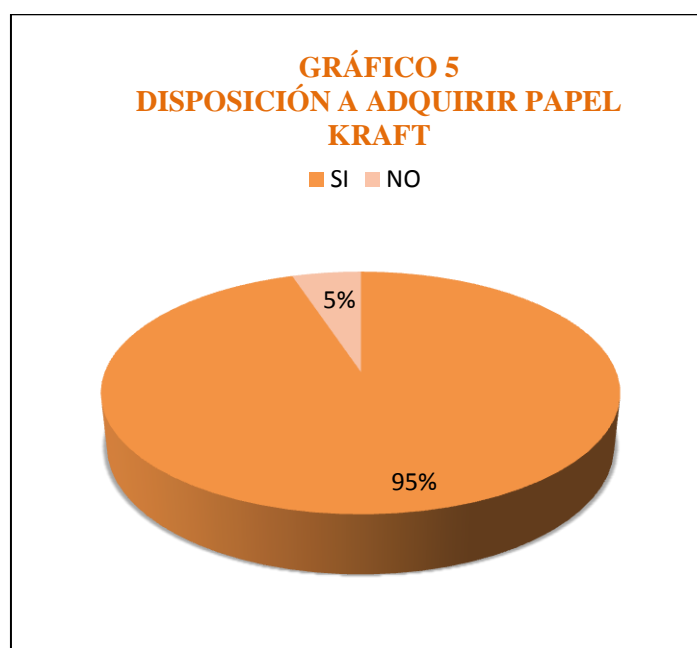
Estaría usted dispuesto/a adquirir papel kraft para usos domésticos.

CUADRO 5

DISPOSICIÓN A ADQUIRIR PAPEL KRAFT		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	338	95%
NO	18	5%
TOTAL	356	100%

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

Del 100% de personas encuestadas en la ciudad de Loja, podemos decir que el 95% está dispuesto a adquirir este tipo de papel para el uso en los hogares mientras que el 5% restante no está convencido de su utilización.

PREGUNTA N° 3

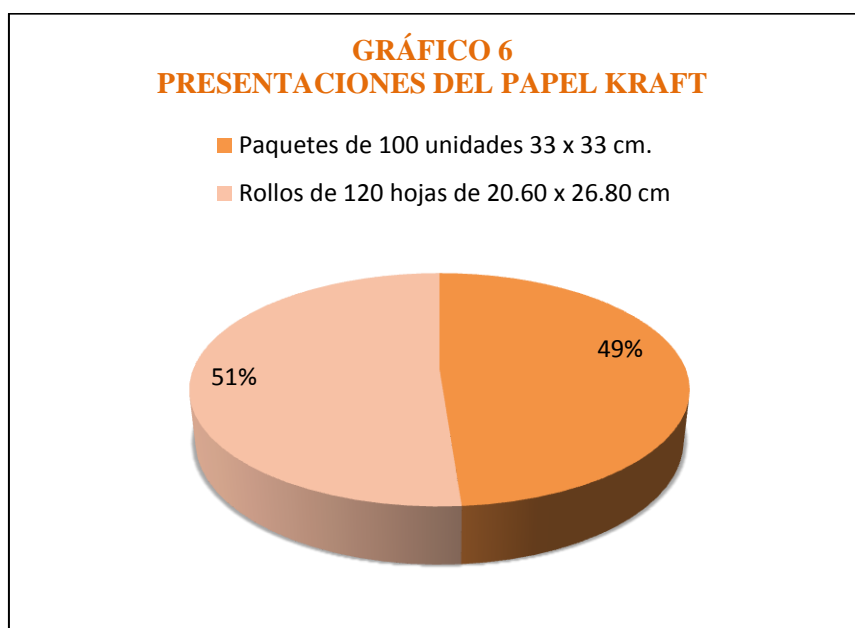
En que presentaciones le gustaría adquirir el papel kraft.

CUADRO 6

PRESENTACIONES DEL PAPEL KRAFT		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Paquetes de 100 unidades 33 x 33 cm.	165	49%
Rollos de 120 hojas de 20.60 x 26.80 cm	173	51%
TOTAL	338	100%

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Según las encuestas realizadas, el 49% está dispuesto a adquirir los paquetes de 100 unidades 33 x 33, mientras que el 51% lo consumiría en rollos de 120 hojas de 20.60 x 26.80 cm.

PREGUNTA N° 4

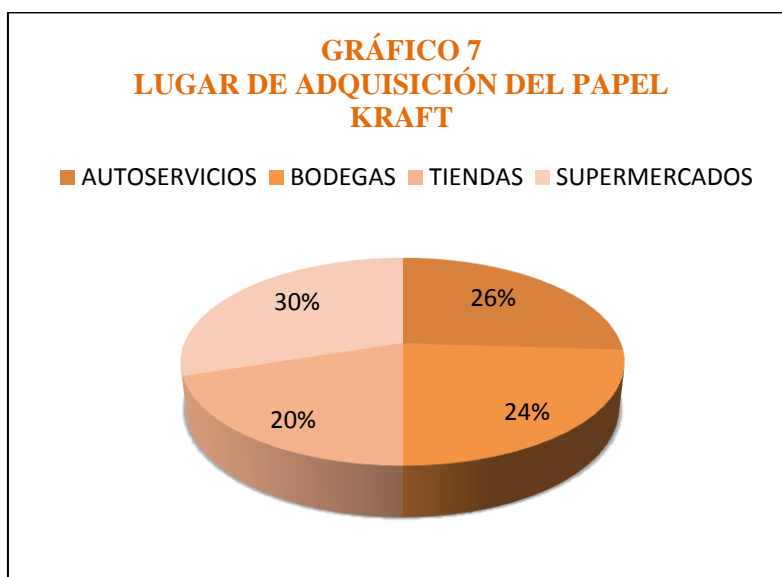
Donde le gustaría adquirir el papel kraft.

CUADRO 7

LUGAR DE ADQUISICIÓN DEL PAPEL KRAFT		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
AUTOSERVICIOS	88	26%
BODEGAS	81	24%
TIENDAS	68	20%
SUPERMERCADOS	101	30%
TOTAL	338	100%

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Del total de la población encuestada, la tabulación de los datos nos arroja los siguientes resultados: 26% estaría dispuesto a adquirir el producto en autoservicios, el 24% en bodegas, el 20% en tiendas y el 30% en supermercados.

PREGUNTA N° 5

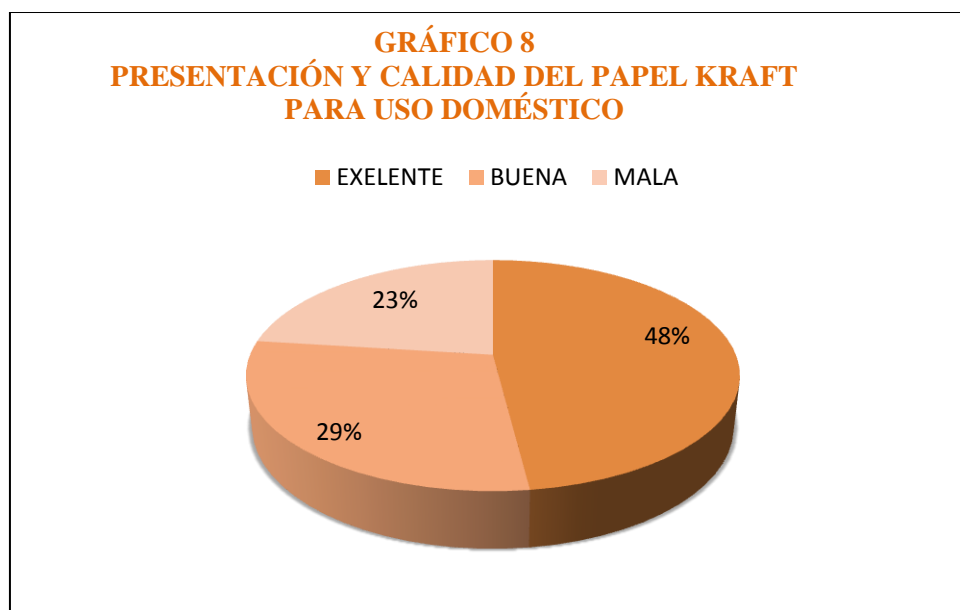
¿Qué opina de la presentación y calidad del papel kraft para uso doméstico que usted adquiere?

CUADRO 8

PRESENTACIÓN Y CALIDAD DEL PAPEL KRAFT PARA USO DOMÉSTICO		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXELENTE	162	48%
BUENA	98	29%
MALA	78	23%
TOTAL	338	100%

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

Realizando la tabulación de las 338 encuestas, podemos decir que del 100% de las mismas un 48% opina que la presentación y calidad del papel kraft para uso doméstico que adquiere son de excelente calidad, el 29% opina que es de buena presentación y calidad, mientras que el 23% manifiesta que es mala la presentación y la calidad.

PREGUNTA N° 6

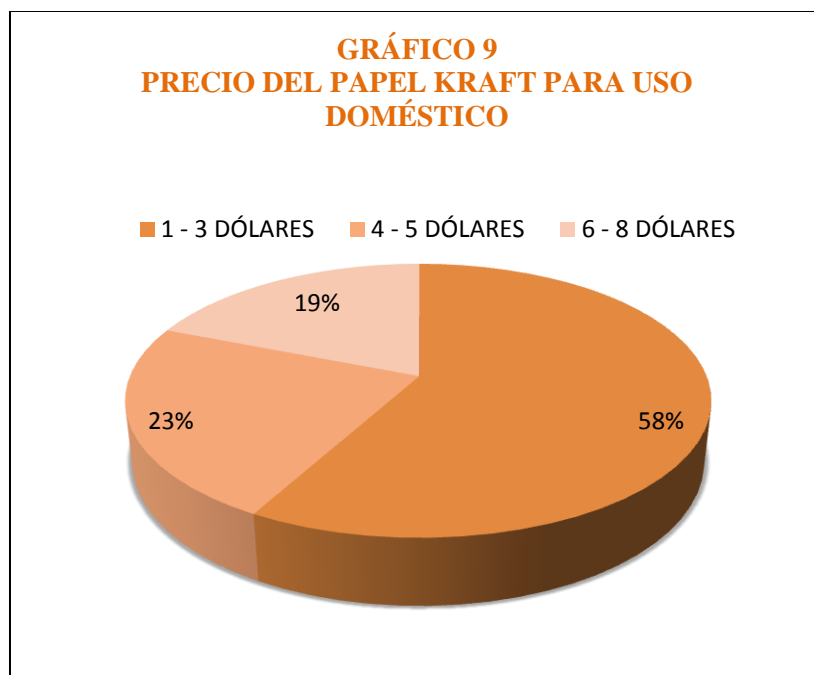
¿A qué precio usted adquiere el papel kraft para uso doméstico?

CUADRO 9

PRECIO DEL PAPEL KRAFT PARA USO DOMÉSTICO		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 - 3 DÓLARES	196	58%
4 - 5 DÓLARES	78	23%
6 - 8 DÓLARES	64	19%
TOTAL	338	100%

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

Del 100% de los encuestados, el 58% manifiesta que adquiere las toallas de papel para uso doméstico a un precio de entre uno a tres dólares, el 23% las adquiere de entre cuatro a cinco dólares y el 19% paga de entre seis a ocho dólares.

PREGUNTA N° 7

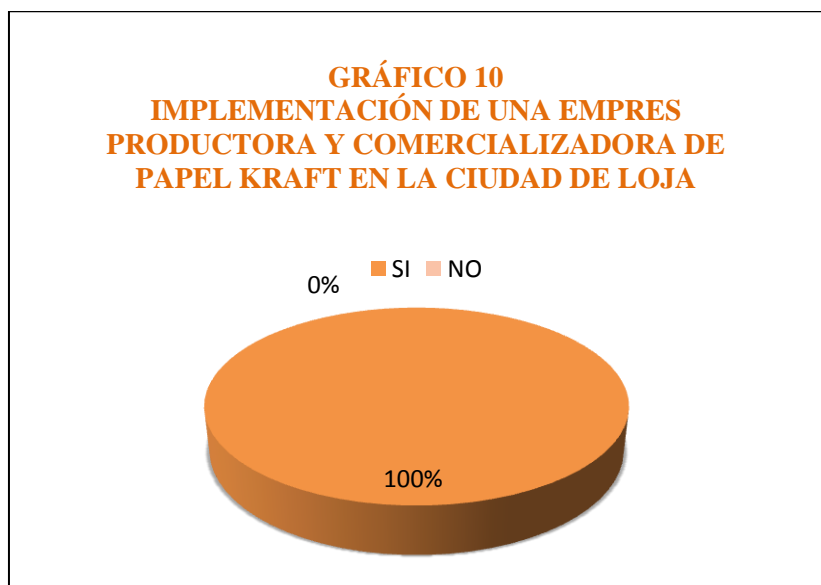
Si se implementara en nuestra ciudad una empresa productora y comercializadora de papel kraft para usos domésticos, usted adquiriría el producto.

CUADRO 10

IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAPEL KRAFT EN LA CIUDAD DE LOJA		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	338	100%
NO	0	0%
TOTAL	338	100%

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

Del total de los encuestados obtuvimos un 100% de aceptación en esta pregunta, ya que si están dispuestos a ayudar y promover la industria lojana.

PREGUNTA N° 8

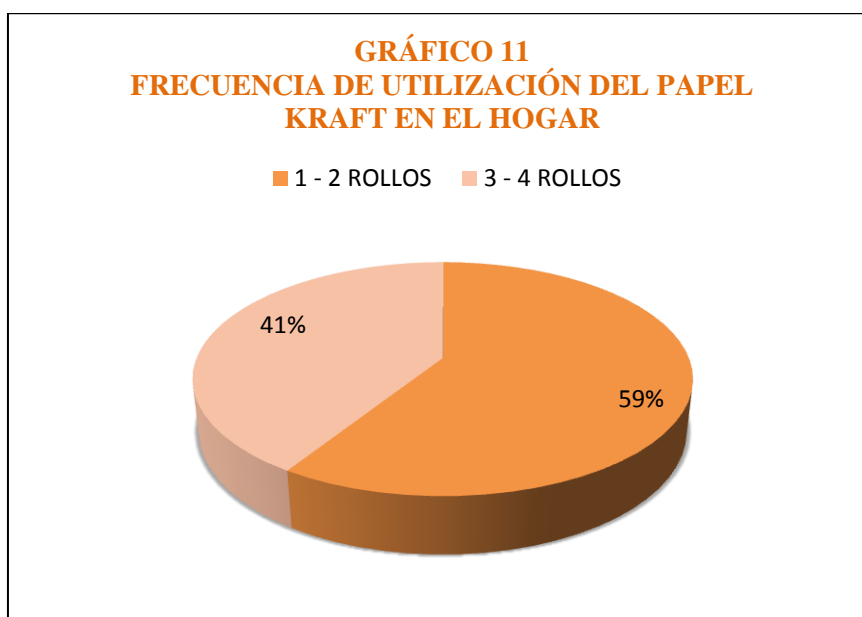
¿Cuántos rollos de papel kraft usted utilizaría en el hogar al mes?

CUADRO 11

FRECUENCIA DE UTILIZACIÓN DEL PAPEL KRAFT EN EL HOGAR		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 - 2 ROLLOS	199	59%
3 - 4 ROLLOS	139	41%
TOTAL	338	100%

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

La frecuencia con que se utilizaría el papel kraft en nuestra ciudad, según el total de encuestados sería la siguiente: 59% consumiría 1 a 2 rollos mensuales y el 41% consumiría de 3 a 4 rollos mensualmente.

PREGUNTA N° 9

Estaría dispuesto a pagar un poco más por nuestro producto con respecto a los productos ya existentes en el mercado.

CUADRO 12

DISPOSICIÓN A PAGAR MÁS POR NUESTRO PRODUCTO		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	210	62%
NO	128	38%
TOTAL	338	100%

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

Según la tabulación de las encuestas en esta pregunta, un 62% está dispuesto a pagar un poco más por nuestro producto, mientras que el 38% restante manifiesta que no estaría dispuesto a pagar más por nuestro producto.

PREGUNTA N° 10

El papel de uso doméstico que usted adquiere, satisface completamente sus necesidades

CUADRO 13

SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	206	61%
NO	132	39%
TOTAL	338	100%

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

Del 100% de encuestados manifiestan que el 61% si satisface completamente sus necesidades y el 39% no satisface completamente sus necesidades.

PREGUNTA N° 11

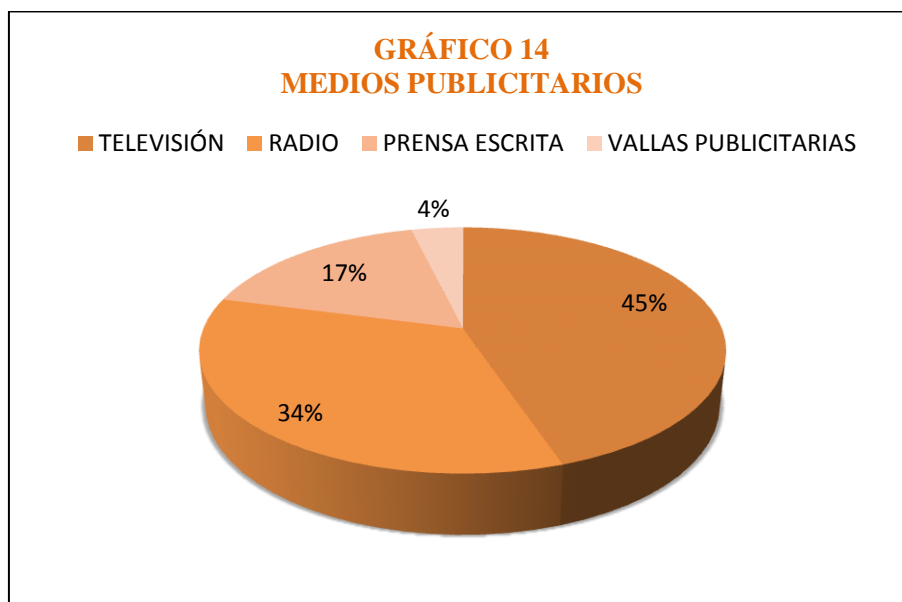
¿Qué medio publicitario usted prefiere?

CUADRO 14

MEDIOS PUBLICITARIOS		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TELEVISIÓN	178	45%
RADIO	136	34%
PRENSA ESCRITA	68	17%
VALLAS PUBLICITARIAS	15	4%

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

Al realizar la tabulación de las encuestas, en esta pregunta el 45% manifestó que medio publicitario de preferencia es la televisión, el 34% prefiere la radio, el 17% la prensa escrita, y el 4% las vallas publicitarias.

PREGUNTA N° 12

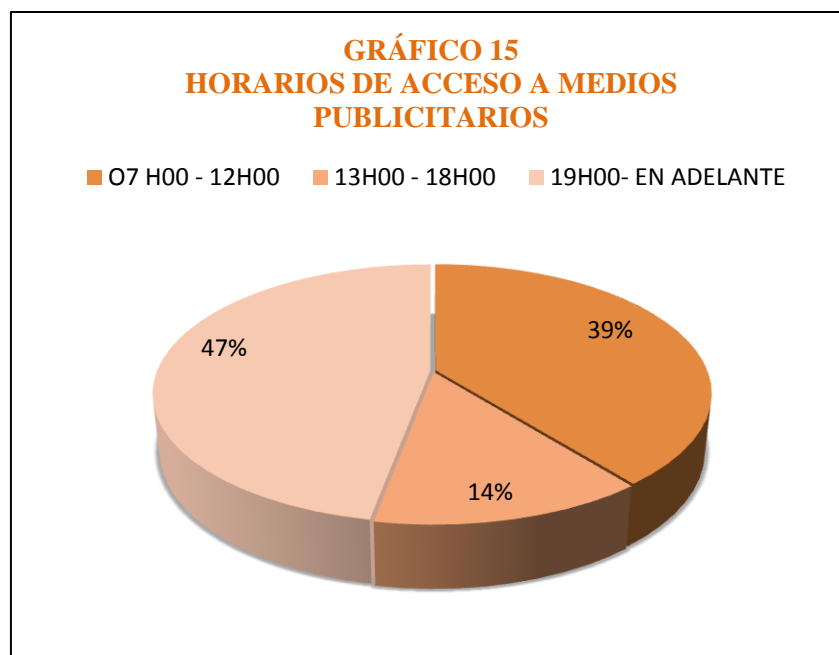
En qué horarios usualmente usted tiene acceso a estos medios publicitarios.

CUADRO 15

HORARIOS DE ACCESO A MEDIOS PUBLICITARIOS		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
07 H00 - 12H00	156	39%
13H00 - 18H00	54	14%
19H00- EN ADELANTE	187	47%

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

Los horarios de preferencia al momento de acceder a los medios publicitarios son: el 39% entre 07H00 a 12H00, el 14% entre 13H00 a 18H00 y el 47% restante entre 19H00 en adelante.

PREGUNTA N° 13

¿Le gustaría que la empresa ofrezca promociones a sus clientes?

CUADRO 16

PROMOCIONES PARA LOS CLIENTES		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	338	100%
NO	0	0%
TOTAL	338	100%

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

En esta pregunta el 100% de los encuestados manifestó que si le gustaría que la empresa ofrezca promociones a sus clientes.

PREGUNTA N° 14

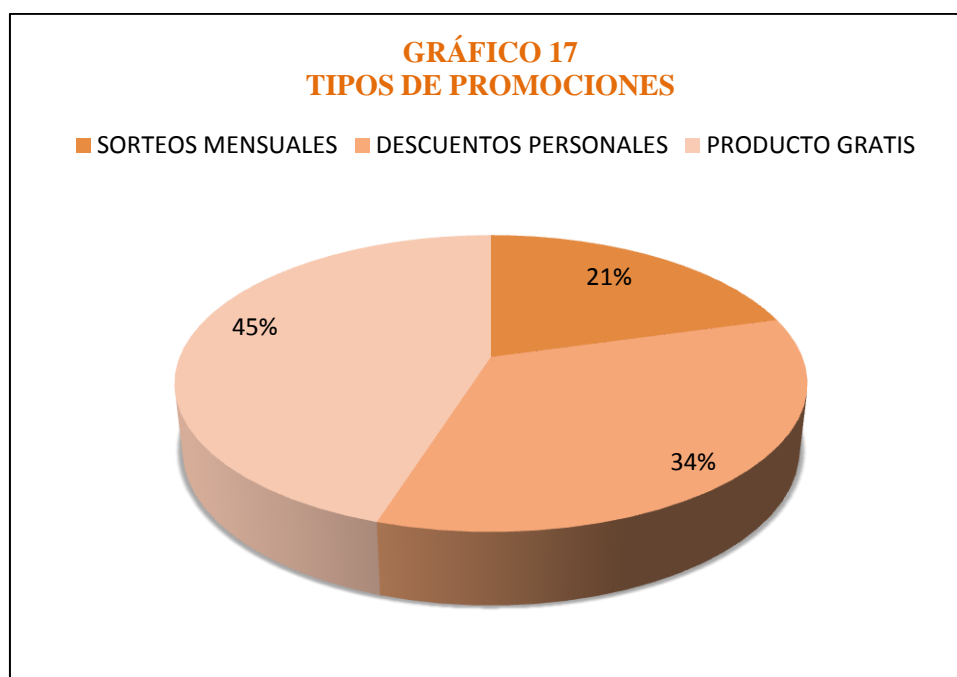
¿Qué promociones desearía que ofrezca la empresa?

CUADRO 17

TIPOS DE PROMOCIONES		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SORTEOS MENSUALES	82	21%
DESCUENTOS PERSONALES	136	34%
PRODUCTO GRATIS	179	45%

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

Los resultados que nos arroja la tabulación en esta pregunta son los siguientes: un 21% quiere sorteos mensuales, el 34% descuentos personales y un 45% producto gratis.

ENCUESTAS PARA DETERMINAR LA OFERTA.

PREGUNTA 1.

Vende usted papel kraft para la limpieza del hogar.

CUADRO 18

VENTA DE PAPEL KRAFT		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	100%
NO	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta a las distribuidoras de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Las encuestas fueron realizadas a las distribuidoras que se dedican a la venta de productos de consumo masivo, entre ellos se encuentran las toallas de papel para el uso en el hogar en la ciudad de Loja, donde el 100% de los encuestados manifestaron que si venden este tipo de producto.

PREGUNTA 2.

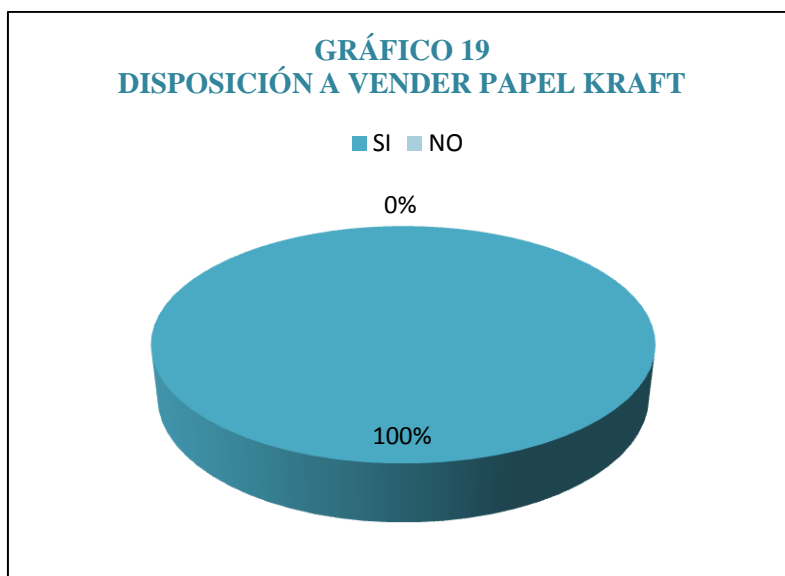
Estaría usted dispuesto/a a vender papel kraft para uso doméstico.

CUADRO 19

DISPOSICIÓN A VENDER PAPEL KRAFT		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	100%
NO	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta a las distribuidoras de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

De las encuestas realizadas el 100% si están dispuestas a vender papel kraft para uso doméstico.

PREGUNTA 3.

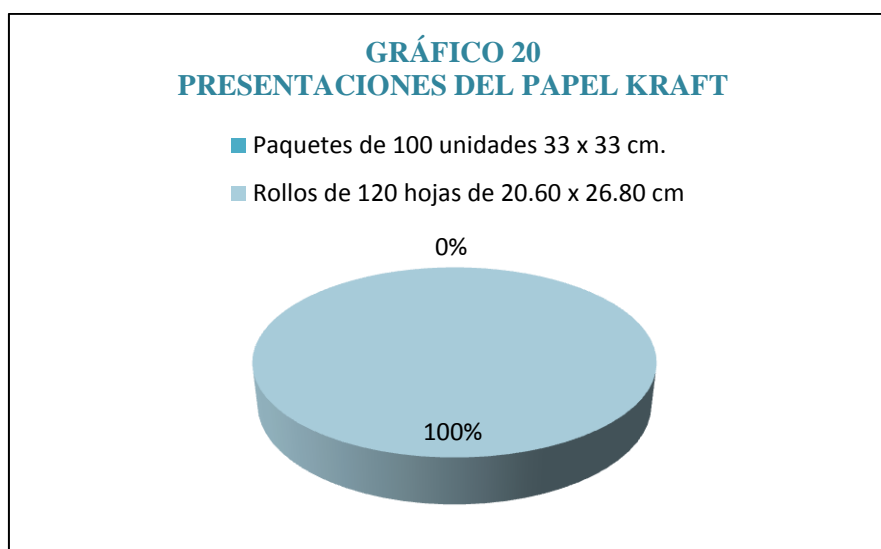
En que presentaciones vende el papel kraft para uso doméstico.

CUADRO 20

PRESENTACIONES DEL PAPEL KRAFT		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Paquetes de 100 unidades 33 x 33 cm.	0	0%
Rollos de 120 hojas de 20.60 x 26.80 cm	5	100%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta a las distribuidoras de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

El 100% de los encuestados manifiesta que prefiere los rollos de papel de 120 hojas ya que son conocidos en el mercado debido a la presentación ya establecida por las fábricas de papel.

PREGUNTA 4.

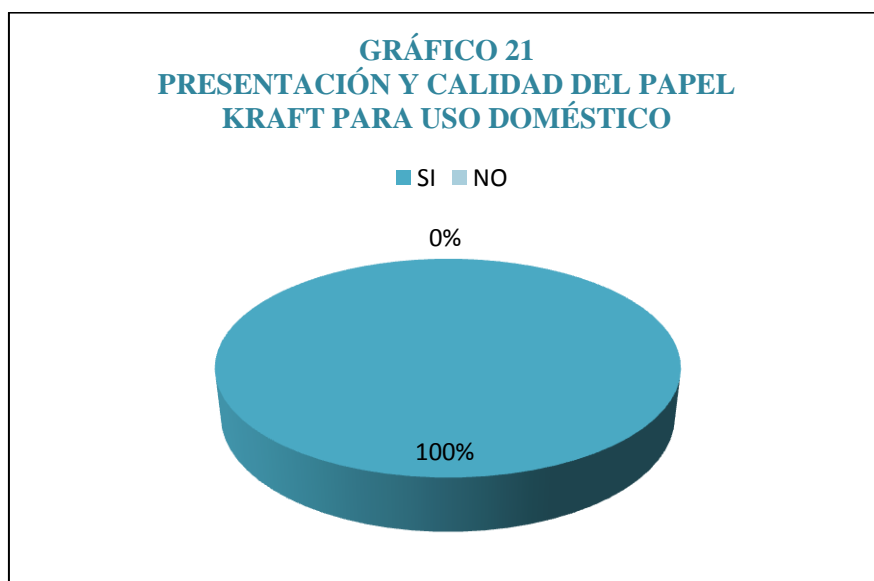
¿Le gusta la presentación y calidad del papel kraft para uso doméstico que usted vende?

CUADRO 21

PRESENTACIÓN Y CALIDAD DEL PAPEL KRAFT PARA USO DOMÉSTICO		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	100%
NO	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta a las distribuidoras de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

El 100% de los encuestados nos indican que la presentación y la calidad del papel kraft para uso doméstico que ellos distribuyen son de excelente presentación y calidad.

PREGUNTA 5.

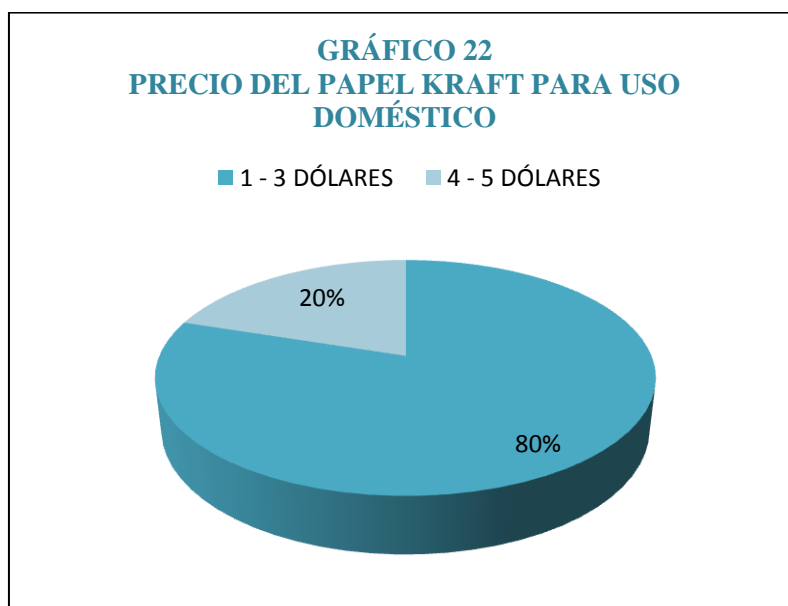
¿Cuál es el precio que usted vende el papel kraft de uso doméstico?

CUADRO 22

PRECIO DEL PAPEL KRAFT PARA USO DOMÉSTICO		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 - 3 DÓLARES	4	80%
4 - 5 DÓLARES	1	20%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta a las distribuidoras de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

Del 100% de las encuestas, el 80% venden papel kraft para uso del hogar a un precio de uno a tres dólares y el 20% de cuatro a cinco dólares.

PREGUNTA 6.

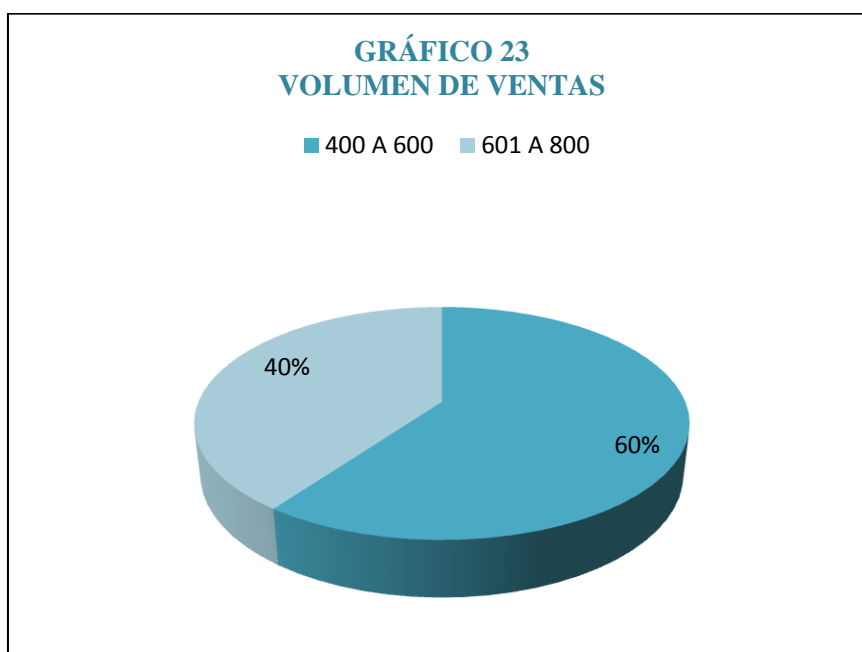
¿Cuántos rollos de papel kraft para uso doméstico vende mensualmente?

CUADRO 23

VOLUMEN DE VENTAS		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
400 A 600	3	60%
601 A 800	2	40%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta a las distribuidoras de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

El 40 % de las encuestas nos indican que la cantidad a vender mensual es de 601 a 800 unidades, mientras que el 60% restante es de 401 a 600 unidades mensualmente.

PREGUNTA 7.

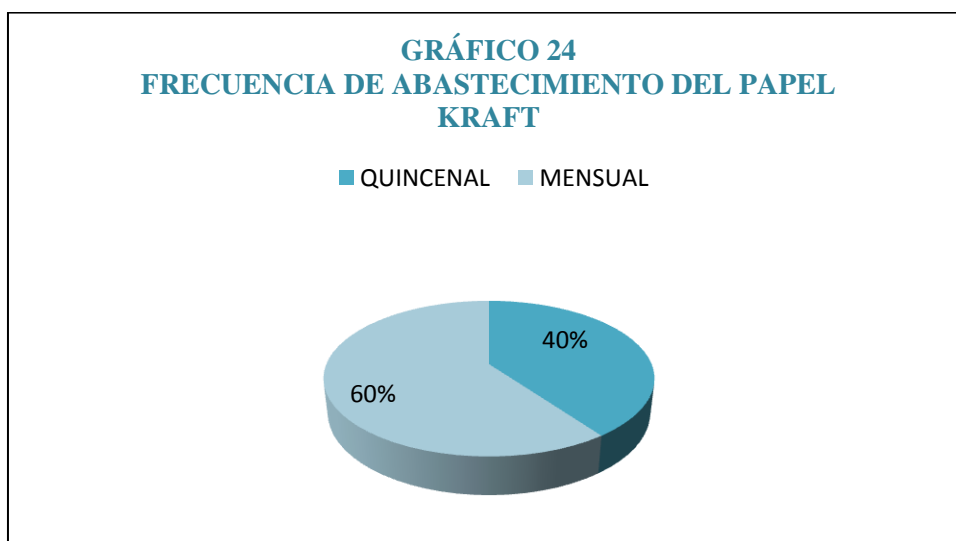
¿Con que frecuencia usted se abastece del papel kraft para uso doméstico para vender en su empresa?

CUADRO 24

FRECUENCIA DE ABASTECIMIENTO DEL PAPEL KRAFT		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
QUINCENAL	2	40%
MENSUAL	3	60%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta a las distribuidoras de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

Del 100% de las encuestas, el 40% nos indican que el abastecimiento del producto lo realizarían quincenalmente y el 60% nos indica que el abastecimiento del producto lo realiza mensualmente.

PREGUNTA 8.

El papel kraft de uso doméstico que usted vende, satisface completamente las necesidades de sus clientes.

CUADRO 25

SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	100%
NO	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta a las distribuidoras de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

El 100% de los encuestados señalaron que el producto que distribuyen siempre satisface completamente las necesidades de sus clientes.

PREGUNTA 9.

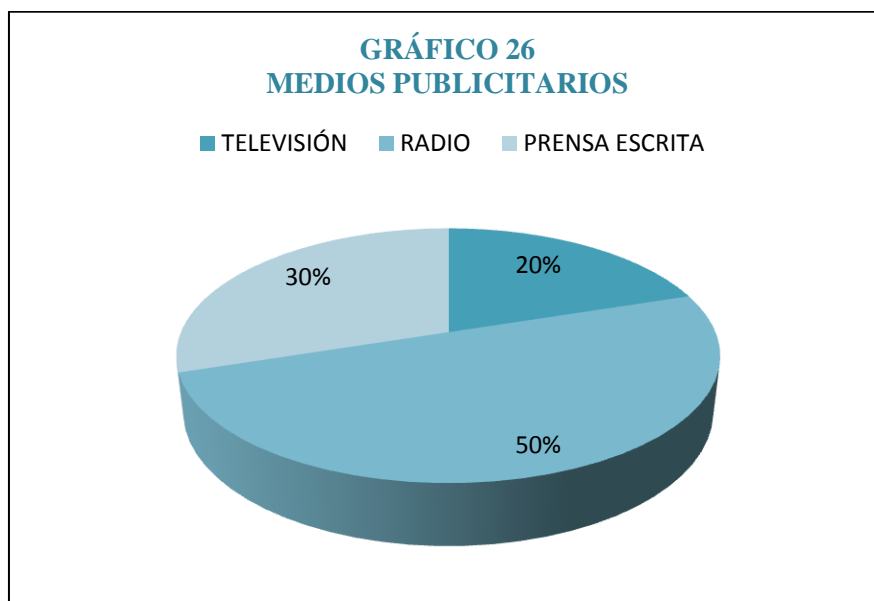
¿Qué medio publicitario usted utiliza para hacer conocer su empresa?

CUADRO 26

MEDIOS PUBLICITARIOS		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TELEVISIÓN	2	20%
RADIO	5	50%
PRENSA ESCRITA	3	30%

Fuente: Encuesta a las distribuidoras de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

Del 100% de las encuestas; el 20% de las distribuidoras publicitan su empresa por televisión, el 50% publicita su empresa por radio y el 30% la publicita por prensa escrita.

PREGUNTA 10.

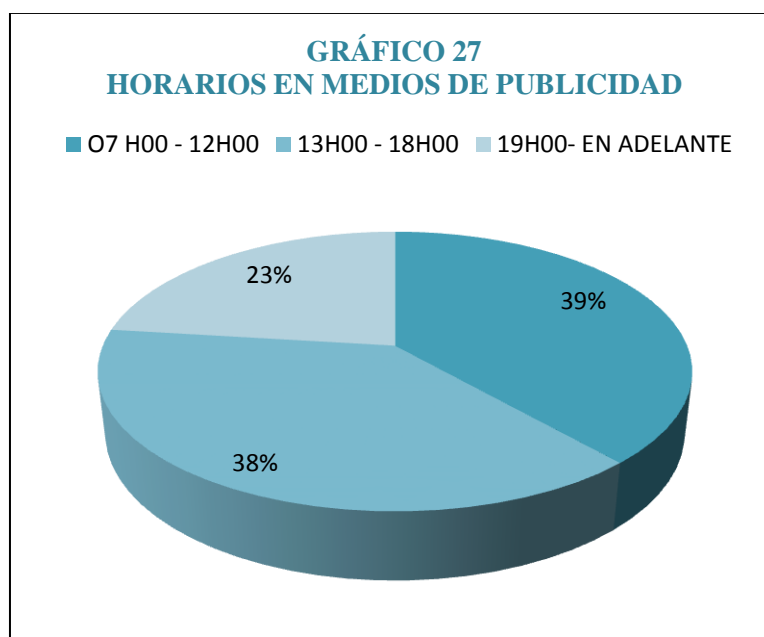
En qué horarios usualmente usted publicita su empresa.

CUADRO 27

HORARIOS EN MEDIOS PUBLICITARIOS		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
07 H00 - 12H00	5	39%
13H00 - 18H00	5	39%
19H00- EN ADELANTE	3	22%

Fuente: Encuesta a las distribuidoras de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

El total de las encuestas, el 39% prefiere el horario de 07H00 a 12H00 para publicitar su empresa, el otro 39% prefiere el horario de 13H00 a 18H00 y el 22% prefiere desde las 19H00 en adelante.

PREGUNTA 11.

¿Usted ofrece promociones a sus clientes?

CUADRO 28

PROMOCIONES PARA LOS CLIENTES		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	100%
NO	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta a las distribuidoras de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

El 100% de los encuestados manifiesta que si dan promociones a sus clientes para poder llegar al mercado que ahora está tan competitivo.

PREGUNTA 12.

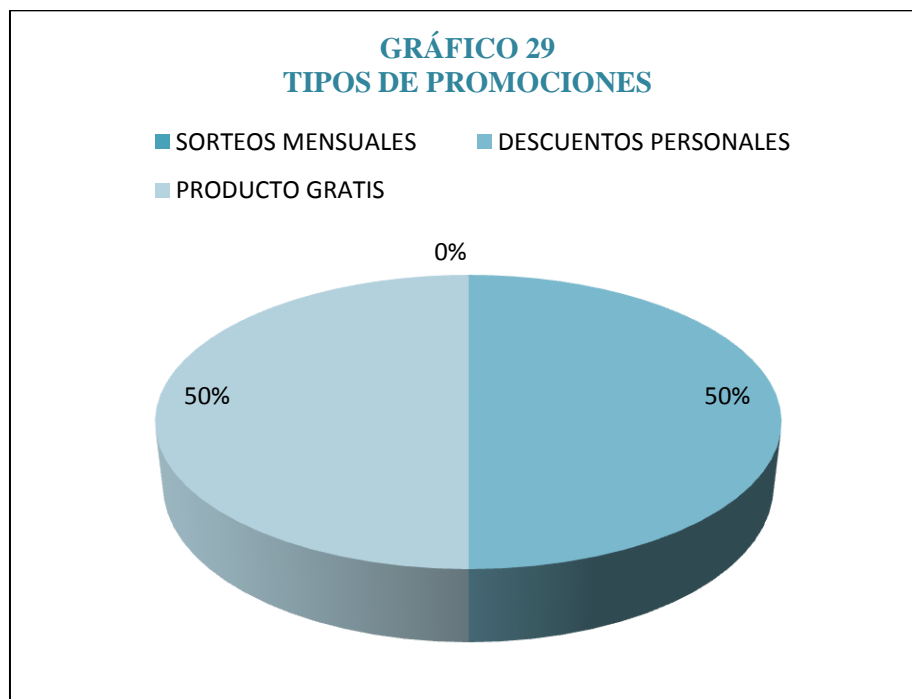
¿Qué tipos de promociones ofrece los proveedores a su empresa?

CUADRO 29

TIPOS DE PROMOCIONES		
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SORTEOS MENSUALES	0	0%
DESCUENTOS PERSONALES	5	50%
PRODUCTO GRATIS	5	50%

Fuente: Encuesta a las distribuidoras de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

En la tabulación de las encuestas encontramos que el 50% de las distribuidoras ofrecen descuentos personales y el otro 50% ofrecen producto gratis.

g. DISCUSIÓN.

ESTUDIO DE MERCADO.

El análisis de la demanda tiene como objetivo principal medir las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado, con respecto a un bien o servicio y como este puede participar para lograr la satisfacción de dicha demanda.

DEMANDA POTENCIAL

Considerando que la ciudad de Loja, de acuerdo al censo del INEC del año 2010, existían 180617 habitantes y en cuanto a la estructura familiar se observa que el promedio de miembros del hogar se ubica en 4; además se consideró un crecimiento poblacional del 2,65%.

Dividiendo el número de habitantes con el promedio de miembros del hogar que es de 4 podemos encontrar el número de familias que existen en la ciudad de Loja, que nos arroja un resultado de 51463 familias

Para calcular nuestra demanda potencial tomamos la Pregunta N° 1 de nuestra encuesta que dice: Utiliza usted papel kraft para la limpieza en su hogar, donde la población de estudio respondió SI, el mismo que representa un 90%, la cual está representada en el cuadro 4. Es por eso que de las 51463 familias sacamos el 90% que son 46317 familias las mismas que representan nuestra demanda potencial. La proyección de la demanda se la realizará para los cinco años de la vida del proyecto, tomando en consideración que la tasa de crecimiento según datos del INEC es del 2,27% anual, así tenemos:

CUADRO 30

DEMANDA POTENCIAL		
AÑO	INCREMENTO POBLACIONAL DE LA CIUDAD DE LOJA (2.65)	DEMANDA POTENCIAL 90%
0	51463	46317
1	52827	47544
2	54227	48804
3	57139	51425
4	60207	54187
5	65122	58610

Fuente: INEC, Tasa de crecimiento de 2,65% anual

Elaboración: La Autora.

Se calcula:

PROYECCIÓN POBLACIONAL:

$$Pf = Pa (1 + i)^n$$

$$Pf = 51463 (1 + 0,0265)^5$$

$$Pf = 65122 \text{ PEA. (2020)}$$

FORMULA DE LA DEMANDA POTENCIAL:

$$DP = \text{Población de estudio} \times \% \text{ Demanda potencial}$$

$$DP = 51463 (\text{PEA Ciudad de Loja 2015}) \times 90\%$$

$$DP = 46317$$

DEMANDA REAL.

Entendida la demanda real como “El volumen total que adquiriría un grupo de clientes “definido”, en un área geográfica definida, dentro de un período “definido”. Podemos

decir que para poder determinar la demanda real, tomamos la Pregunta N° 2 que hace referencia a las familias de la Ciudad de Loja que están dispuestas a consumir el papel kraft para uso doméstico que son en un 95%, entonces en la ciudad de Loja que tiene una demanda potencial de 46317 familias, para lo cual el 95% según el cuadro N° 5 determina que 44001 familias compran y consumen las toallas de papel para uso doméstico.

CUADRO 31

DEMANDA REAL			
AÑO	DEMANDA POTENCIAL	CONSUMO DE TOALLAS DE PAPEL	DEMANDA REAL
0	46317	95%	44001
1	47544	95%	45167
2	48804	95%	46364
3	51425	95%	48854
4	54187	95%	51477
5	58610	95%	55679

Fuente: Cuadro 5 y 30

Elaboración: La Autora.

CONSUMO PERCÁPITA.

Para realizar el estudio de demanda y oferta, primeramente hay que determinar el promedio del consumo del producto per cápita anual de la población de estudio; donde en el siguiente cuadro se detalla la información.

CUADRO 32

CONSUMO PROMEDIO MENSUAL			
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	XM	FXM
1 - 2 ROLLOS	199	1,5	299
3 - 4 ROLLOS	139	3,5	487
TOTAL	338		785

Fuente: Cuadro 11

Elaboración: La Autora.

Aplicaremos la siguiente fórmula:

$$X = \frac{\sum FXM}{\sum F}$$

Donde: X = Consumo promedio mensual

F = Frecuencia

XM = Punto medio

N = Universo

Σ = Sumatoria Total

$$X = \frac{785}{338}$$

$$X = 2,32$$

$$X = 2$$

El consumo promedio mensual por familia es de 2 rollos, por lo que el consumo anual será de 24 rollos.

CUADRO 33

DEMANDA REAL			
AÑO	DEMANDA REAL	CONSUMO POR FAMILIA	DEMANDA REAL DE ROLLOS DE PAPEL KRAFT
0	44001	24	1056021
1	45167	24	1084005
2	46364	24	1112731
3	48854	24	1172488
4	51477	24	1235453
5	55679	24	1336297

Fuente: Cuadro 32

Elaboración: La Autora.

DEMANDA EFECTIVA.

Para determinar la demanda efectiva se establece que de las 397 encuestas que consumen el papel para uso doméstico en la ciudad de Loja, el 100% está de acuerdo con la creación de una empresa dedicada a la producción de papel kraft en base al bagazo de la caña de azúcar para uso doméstico y están dispuestos a adquirirlo como se lo determina en el cuadro 10, entonces si la población de la ciudad de Loja consume 1056021 rollos de papel kraft, el 100% da los mismos 1056021 rollos de papel kraft que están dispuestos a comprar en la nueva empresa.

CUADRO 34

DEMANDA EFECTIVA			
AÑO	DEMANDA REAL DE ROLLOS DE PAPEL KRAFT	CREACIÓN	DEMANDA EFECTIVA
0	1056021	100%	1056021
1	1084005	100%	1084005
2	1112731	100%	1112731
3	1172488	100%	1172488
4	1235453	100%	1235453
5	1336297	100%	1336297

Fuente: Cuadro 10 y 33

Elaboración: La Autora.

ANÁLISIS DE LA OFERTA.

Entendida la oferta como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado; podemos partir con nuestro análisis.

Para determinar la oferta del papel kraft en base al bagazo de la caña de azúcar, se recogió información mediante la aplicación de encuestas a cinco de las distribuidoras más representativas de la ciudad de Loja como lo son:

- Distribuidora CAMEL
- Distribuidora FAGI
- Distribuidora GRANDA
- Distribuidora ROMAR
- Distribuidora LA REFORMA

En nuestro caso para poder medir la oferta, debemos tomar en cuenta la información proporcionada en la encuesta a los oferentes del Cuadro N° 23 y Pregunta N° 6 que dice:

¿Cuántos rollos de papel kraft para uso doméstico vende mensualmente? y de esta

manera tenemos que:

CUADRO 35

PROMEDIO MENSUAL DE OFERTA DEL PRODUCTO			
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	XM	FXM
401 A 600	3	500.5	1,502
601 A 800	2	700.5	1,401
TOTAL	5		2,903

Fuente: Cuadro 23

Elaboración: La Autora.

El producto ofertado mensual es de $2,903 \times 5 = 14,515$ rollos de papel kraft y $\times 12$ meses = 174,150 rollos de papel kraft al año.

Con este cálculo podemos determinar que los oferentes de la ciudad de Loja venden un total de 174,150 rollos de papel al año base, y para poder proyectar este valor a los 5 años de vida útil del proyecto tomamos en cuenta la tasa de crecimiento empresarial de

la ciudad de Loja que según datos obtenidos en la página del Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad es del 1.5%.²⁵

CUADRO 36

PROYECCIÓN DE LA OFERTA	
AÑO	TOTAL DEL PRODUCTO ANUAL (1.5%)
0	174150
1	176762
2	179414
3	182105
4	184836
5	187609

Fuente: Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad / Tasa de crecimiento empresarial 1.5% y Cuadro 35

Elaboración: La Autora.

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA.

Como sabemos, la demanda insatisfecha es aquella en donde parte de la población no recibe el producto o servicio.

Entendido esto, en esta etapa vamos a determinar la demanda insatisfecha, la misma que se obtiene de restar la demanda efectiva de la oferta y sirve para determinar la cantidad de rollos de toallas de papel que aún no han sido cubiertos por los oferentes.

El detalle a continuación:

²⁵ Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad

CUADRO 37

DEMANDA INSATISFECHA			
AÑO	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA TOTAL PRODUCIDA	DEMANDA INSATISFECHA
0	1056021	174150	881871
1	1084005	176762	907243
2	1112731	179414	933317
3	1172488	182105	990383
4	1235453	184836	1050617
5	1336297	187609	1148688

Fuente: Cuadros 34 y 36

Elaboración: La Autora.

Con estos resultados podemos determinar que para el año base hay una demanda insatisfecha de 881871 rollos de papel kraft por cubrir.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.

El plan de comercialización tiene como finalidad despertar el deseo del público para que se sienta atraído y compre los productos o servicios de la empresa. Para ello se establecen objetivos comerciales y estrategias para alcanzarlos.

PRODUCTO.

El producto principal que ofrecerá en el mercado la empresa, son las toallas de papel kraft, que serán utilizadas para la limpieza del hogar en tareas como; la limpieza de polvos, la limpieza de mesones, limpieza de baños, etc. Nuestra materia prima principal es el bagazo de la caña de azúcar, el mismo que tiene cualidades importantes ya que es una fibra natural y su industrialización es amigable con el medio ambiente. Luego de todo el proceso productivo obtenemos láminas delgadas que una vez cortadas y

distribuidas según el tamaño a comercializar serán divididos en rollos de papel para posteriormente entrar en el proceso de ventas.

NOMBRE.

El nombre de nuestra empresa es **BACAPEL CIA. LTDA.** y ese nombre se deriva de:

BA = Bagazo

CA = Caña

PEL = Papel

ESLOGAN.

En los últimos años, se ha tomado conciencia de lo importante que es el cuidado del medio ambiente y de muchas políticas que se han tomado para concientizar a las personas sobre el cuidado del planeta, es por eso que nuestra empresa aportará con un granito de arena, al producir un producto que es amigable con el medio ambiente, ya que estará elaborado con materia prima orgánica y también por las características del mismo ya que su uso facilitará la limpieza del hogar. Es por eso que nuestro eslogan es:

No lo olvides..., en tus manos está la solución.

LOGOTIPO.

Es un signo gráfico que identifica a una empresa, un producto comercial o, en general, cualquier entidad pública o privada.²⁶

GRAFICO 29



PRECIO.

El precio que será propuesto para nuestro producto en el mercado deberá ser competitivo, tomando en consideración los costos de producción, el margen de utilidad así como también el precio de la competencia.

En la pregunta seis de la encuesta realizada a nuestra demanda, obtenemos que el 58% de los encuestados están dispuestos a pagar entre \$1 y \$3 dólares por rollo de papel, esta información también tendrá que ser tomada en cuenta al momento de fijar nuestro precio.

²⁶ Diccionario Español de Ingeniería (1.0 edición). Real Academia de Ingeniería de España. 2014.

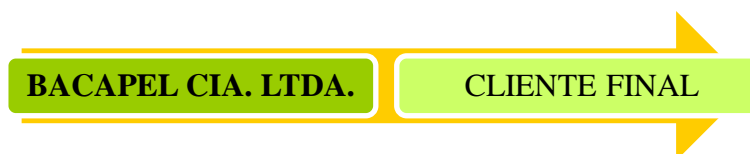
PLAZA.

Nuestra plaza de comercialización será la ciudad de Loja, donde ejecutamos nuestro estudio de mercado que nos indica el nivel de aceptación que tendrá nuestro producto y su futura comercialización.

Los canales de distribución que utilizaremos serán los siguientes:

- **VENTA DIRECTA:** El consumidor final podrá adquirir el producto directamente, sin intermediarios.

GRÁFICO 30



- **VENTA A TRAVÉS DE INTERMEDIARIOS:** Las ventas se las realizará a través de las importantes distribuidoras de la localidad.

GRÁFICO 31



PROMOCIÓN.

El objetivo de la promoción de un producto es aumentar las ventas, atraer clientes, mejorar el reconocimiento de un producto y mejorar la identidad de la marca. Debido a la intensa competencia, es fundamental planificar estrategias muy eficaces para poder empezar una campaña de promoción. Son dos las estrategias de promoción que se desea implantar para lanzar nuestro producto al mercado, y estas son:

Estrategia de empuje.- Esta estrategia está diseñada para comercializar el producto a intermediarios para convencerlos de proporcionar espacio en los estantes para el producto y para la publicidad. Nuestra campaña implica ofrecer descuentos, pruebas gratuitas y ofrecer el producto en consignación.

Estrategia de atracción.- Esta estrategia se la utiliza cuando los minoristas son reacios a adquirir el producto. Las estrategias de atracción que se pueden usar son: muestras gratuitas, eventos públicos promocionales como concursos y ventas puerta a puerta.

PUBLICIDAD.

La publicidad es una técnica de comunicación que consiste en dar a conocer, informar y recordar un producto o servicio al público, así como también persuadir, estimular o

motivar su compra a través de medios de comunicación que van dirigidos a varias personas al mismo tiempo.

Nuestra publicidad se la realizará por dos medios de comunicación que son: La Radio y la Prensa escrita.

La radio.- Es uno de los sistemas más económicos y además permite llegar a un número significativo de personas al mismo tiempo. En este punto debemos tomar en cuenta de elegir la emisora de mayor audiencia y la misma que garantice un excelente sonido.

En nuestro medio, la emisora radial que ha sido tomada en cuenta para la publicidad es RADIO LA HECHICERA, quien tendrá el trabajo de publicitar y promocionar nuestro producto. Las cuñas publicitarias las realizará en el intermedio o dentro de los espacios publicitarios de los programas más escuchados. El costo de cuña publicitaria es de tres dólares con cincuenta centavos (\$3.50) y su periodicidad será de tres veces al día, los días Lunes, Miércoles, Viernes y Sábado.

La prensa escrita.- Es una herramienta de comunicación muy valiosa ya que tiene objetivos claros de información, veracidad, confianza etc.

En nuestro medio, la prensa de circulación es **Diario LA HORA LOJA**, quien tendrá el trabajo de diseñar nuestro spot publicitario, el mismo que tendrá que ser llamativo y

atractivo. El costo de cada spot publicitario es de cinco dólares (\$5.00) y su publicación se la realizará los días Martes, Jueves y Sábado.

CUADRO 38

GASTO DE PUBLICIDAD				
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL
Radio "LA HECHICERA"	12	3,5	42,00	504,00
Prensa escrita "LA HORA" Loja	12	5	60,00	720,00
Fuente: Proveedores varios			TOTAL	1224,00

Elaborado por: La Autora

ESTUDIO TÉCNICO.

Este estudio nos permite conocer todas las maneras con las que se cuenta para elaborar un producto o servicio y para esto se necesita precisar su proceso de elaboración.

Determinando su proceso podemos conocer la cantidad que se necesita en maquinaria, equipo de producción y mano de obra calificada. También identifica lo proveedores y acreedores de materia prima y herramientas que ayuden a lograr el desarrollo del producto o servicio.

TAMAÑO DEL PROYECTO.

El estudio del tamaño del proyecto es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que a su vez permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados.

LA CAPACIDAD INSTALADA.

La capacidad instalada es el nivel máximo al que podría llegar la empresa utilizando el 100% de la capacidad de cada uno de los factores que comprenden el proceso productivo, estipulado en el tiempo y utilizado para las jornadas de trabajo.

La capacidad instalada está calculada de acuerdo a la cantidad y el tiempo de producción de total de la maquina productora de papel que tendrá una capacidad de producir 354 unidades por hora por las 8 horas laborables al día 2832 unidades, por los 5 días por semana, 14160, por 52 semanas da como resultado 736320 rollos de papel kraft al año.

CUADRO 39

CAPACIDAD INSTALADA		
TIEMPO DE TRABAJO	TOTAL DE UNIDADES	TIEMPO DE PRODUCCION
1 HORA	354	UNIDADES/HORA
8HORAS	2832	UNIDADES / DIA
5 DÍAS	14160	UNIDADES / SEMANA
52 SEMANAS	736320	UNIDADES /AÑO

Elaborado por: La autora

LA CAPACIDAD UTILIZADA.

CUADRO 40

CAPACIDAD UTILIZADA			
AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA AL 100%	DEMANDA INSATISFECHA	%DE DEMANDA INSATISFECHA A CUBRIR
1	736320	881871	83,50%

Elaboración: La Autora

Como se explico la capacidad real de producción de la maquinaria instalada será de 736320 de rollos de papel kraft al año, cabe indicar que corresponde al 83,50% de la demanda insatisfecha, por lo tanto la empresa empezará a operar con 625872 unidades para el primer año que corresponde al 85%, el segundo año con el 90%, el tercer, cuarto y quinto año con el 95%, dejando un 5% para imprevistos y mantenimiento.

CUADRO 41

CAPACIDAD UTILIZADA			
AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE	CAPACIDAD UTILIZADA
1	736320	85%	625872
2	736320	90%	662688
3	736320	95%	699504
4	736320	95%	699504
5	736320	95%	699504

Elaboración: La Autora

LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.

Con la finalidad de abaratar costos, buscar un sitio estratégico para la ubicación de la planta de producción y acrecentar la rentabilidad es indispensable buscar la mejor oportunidad para instalarla.

Entre los factores a considerar como de mayor importancia tenemos: materia prima, mano de obra calificada, servicio de transporte y servicios básicos.

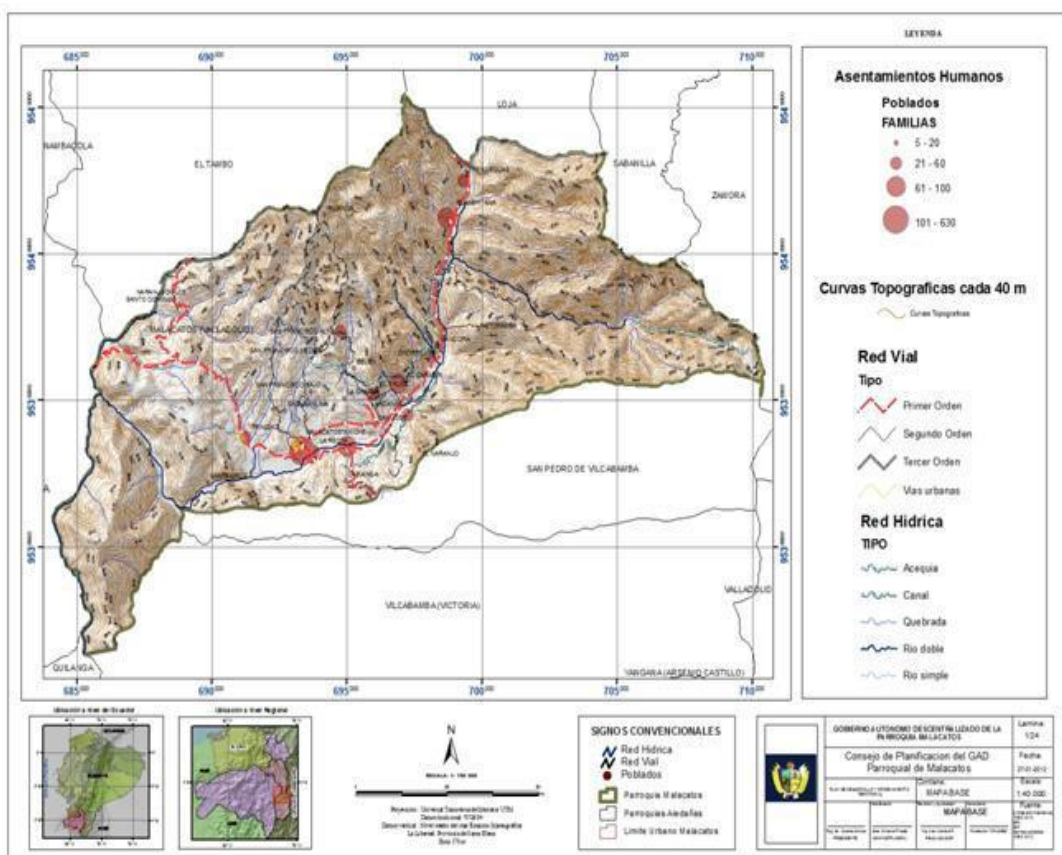
MACROLOCALIZACIÓN.

La macro localización tiene por objeto determinar el territorio en el que el proyecto tendrá su proceso productivo considerando la cercanía y facilidad de acceso a los medios necesarios que permitan el perfecto funcionamiento de la empresa.

MALACATOS.

Se encuentra ubicado a 33 km de la ciudad de Loja, famoso por sus cañaverales, las frutas, la panela y el buen aguardiente de excelente calidad. Posee un clima subtropical con paisajes privilegiados que demuestran las bondades del clima y la fecundidad de la tierra.

GRAFICO 32



Debido a la cantidad de Moliendas que hay en el sector y a sus alrededores, se ha considerado ubicar nuestra empresa en la parroquia Malacatos, ya que nos presenta condiciones ideales para iniciar nuestra actividad productiva.

MICRO LOCALIZACIÓN.

La micro localización tiene el propósito de seleccionar el lugar exacto para instalar la empresa, siendo este el sitio que permita cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad y producir al menor costo.

Para la implementación de este proyecto, se ha considerado un terreno disponible del Sr. Patricio Ludeña, ubicado en el barrio “EL VERGEL” en la parroquia Malacatos, tomando los siguientes aspectos en consideración:

- Esta región es productora de caña de azúcar.
- Existen una buena cantidad de moliendas en el sector y a sus alrededores.
- Su clima es subtropical.
- Queda a 33 km de la ciudad de Loja, es decir a 25 minutos de viaje.
- Existe una gran variedad de transporte.
- Posee servicios básicos: luz, agua, teléfono e internet.
- La mano de obra será remunerada de acuerdo a lo establecido en la ley.

INGENIERÍA DEL PROYECTO.

Es una etapa muy importante dentro de la formulación de un proyecto de inversión, donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

La estructuración de la ingeniería permitirá planificar aspectos tales como: instalación de equipos, funcionamiento, secuencia de procesos y distribución física, para determinar el personal a utilizarse.

SELECCIÓN DE LA MATERIA PRIMA.

Del tallo de la caña no sólo se produce azúcar, es una planta que ofrece diversos productos y subproductos. Su cultivo genera empleo permanente, contribuye al desarrollo económico, aporta en la estabilidad social y se convierte en uno de los cultivos que trabaja y está comprometido con el cuidado del medio ambiente y la sostenibilidad.

De la caña de azúcar no se desperdicia nada. Sus hojas y bagazo son utilizadas en alimento para animales como ganado y porcinos. De la combustión del bagazo se genera energía eléctrica.

A partir de las mieles y azúcares se fabrican confites, dulces y bebidas. Mediante un proceso de destilación de las mieles se fábrica etanol, combustible vehicular, considerado como la gran alternativa en la absorción de CO₂, contribuyendo así con el cuidado del medio ambiente. La fibra de caña de azúcar sirve para la fabricación de papel. Esta fibra tiene la característica de ser biodegradable y reciclable.

GRAFICO 33



PROCESO DE PRODUCCIÓN.

El proceso de producción es el conjunto de operaciones necesarias para llevar a cabo la producción de un bien o servicio, la misma que se da de forma planificada y con la combinación de mano de obra calificada, equipos y maquinaria.

La producción de papel a base del bagazo de la caña de azúcar empieza con la salida del bagazo en granel de las molindas que se encuentran en el sector, el mismo que será transportado a la planta de producción y almacenado para luego ser procesado.

EQUIPOS PARA LA TRANSFORMACIÓN DE LA MATERIA PRIMA.

Para convertir nuestra materia prima en este caso el bagazo de la caña de azúcar en papel necesitaremos adquirir los siguientes equipos:

Triturador de bagazo.

Tambor Girador.

Pulper.

Máquina de papel.

Prensa.

Cilindros secadores.

Máquina de lisado.

Bobinadora de papel.

Cortadora de papel.

PROCESO PRODUCTIVO.

Es el conjunto de operaciones a las que se son sometidos los insumos para transformarlos en un producto final.

PROCESO DE PRODUCCIÓN PARA LA ELABORACIÓN DEL PAPEL KRAFT.

En esta etapa del proyecto determinamos los pasos para la elaboración del papel kraft, con las respectivas actividades y tiempos, y de esta forma mantener un control de calidad del producto.

1) Recolección de materia prima.

Todo el papel se producirá con fibras de bagazo, estas fibras serán obtenidas en las diferentes moliendas del sector.(100 minutos)

2) Colocación de la materia prima en el disgregador.

En esta parte del proceso se determina la cantidad necesaria de materia prima para colocar en el disgregador y no sobrepasar el límite de la maquinaria.(85 minutos)

3) Cocción y licuado.

Una vez obtenidas las fibras de bagazo, se somete a la depuración mecánica en el disgregador, que consiste en la cocción de las fibras con los productos químicos (soda caustica) que permite separar con mayor facilidad las fibras de las impurezas del papel. Luego se licua las fibras en el mismo disgregador, añadiendo un químico (lignina) que permita mayor purificación de la mezcla. (70 minutos)

4) Control de calidad.

Se realiza un control de calidad para verificar que en la pasta obtenida no existan residuos o grumos que garanticen la calidad del producto.(15 minutos)

5) Lavado.

En esta parte se lava la mezcla con el fin de eliminar los químicos, este procedimiento permitirá obtener un papel libre de contaminaciones e impurezas.(30 minutos)

6) Prensado.

La pasta es conducida a través de prensas a presión y succión, eliminando el exceso de agua y provocando la unión de las fibras; las fibras obtenidas en la preparación de la pasta es sometida a una depuración final en ciclones, e inyectada a la sección de formación de la maquina papelera, que posee una malla sin fin donde las fibras se acomodan y forma una hoja húmeda.(25 minutos)

7) Secado.

Es esta fase se elimina el agua que se encuentra dentro de la fibra. Este proceso ocurre al pasar la hoja entre el cilindro calentado con vapor y un secado que emite

aire natural calentado. La hoja húmeda es transferida a alta velocidad a un paño continuo, similar a una alfombra, que la transporta y la traslada prensada a un cilindro metálico de grandes dimensiones, a través de este proceso la hoja es completamente secada.(25 minutos)

8) Control de calidad.

El secado del papel debe ser revisado periódicamente para que su temperatura sea la normal y evitar el sobrecalentamiento del cilindro, ya que si no realiza la respectiva verificación el papel se puede endurecer demasiado y no permite el crepado.(15 minutos)

9) Crepado.

Este proceso genera en la hoja de papel una onda que le confiere elasticidad, y mejora su suavidad y su absorción con respecto a los papeles lisos; el resultado es un rollo de papel de grandes dimensiones de 2 a 2,5 metros y su peso es de 2 a 3 toneladas.(20 minutos).

10) Cortado.

Los grandes rollos son desenrollados a alta velocidad y pasan por los gofradores, con el propósito de decóralo y de mejorar sus propiedades de suavidad y absorción, para ser cortada al tamaño final del producto en sierras continuas.(25 minutos)

11) Empaquetado.

Los rollos terminados son conducidos a la maquina empaquetadora y son colocadas en bolsas de polietileno y constituyéndose en producto terminado.(30 minutos)

12) Control de calidad.

Se verifica que el producto cumpla con las características de calidad antes de su almacenamiento.(10 minutos)

13) Almacenamiento.

Es almacenado en una bodega que mantiene el espacio necesario para la producción en serie y protegido de la humedad.(30 minutos)

Características de la máquina de producción de papel kraft.

- Sistema de calibración automática de 2 puntos con 8 soluciones tapón memorizadas.
- Panel lector dotado de una pantalla retro iluminadas que consiente lecturas cómodas.
- Motor de 4hp.
- Cilindros prensadores metálicos de acero inoxidable.
- Cortador de acero inoxidable de papel con cuchillas de acero inoxidable y hojas con filos permanentes.
- Tres calentadores eléctricos de 6,3 kw cada uno que logran temperaturas de hasta 500°C.
- Malla inoxidable sin fin.
- Velocidad de 354 unidades por hora.

DISEÑO DEL PRODUCTO.


















El rollo del papel kraft en base al bagazo de la caña de azúcar tendrá 120 hojas de 20,60 x 26,80 cm.

GRAFICO 34



PROCESO DE PRODUCCIÓN.

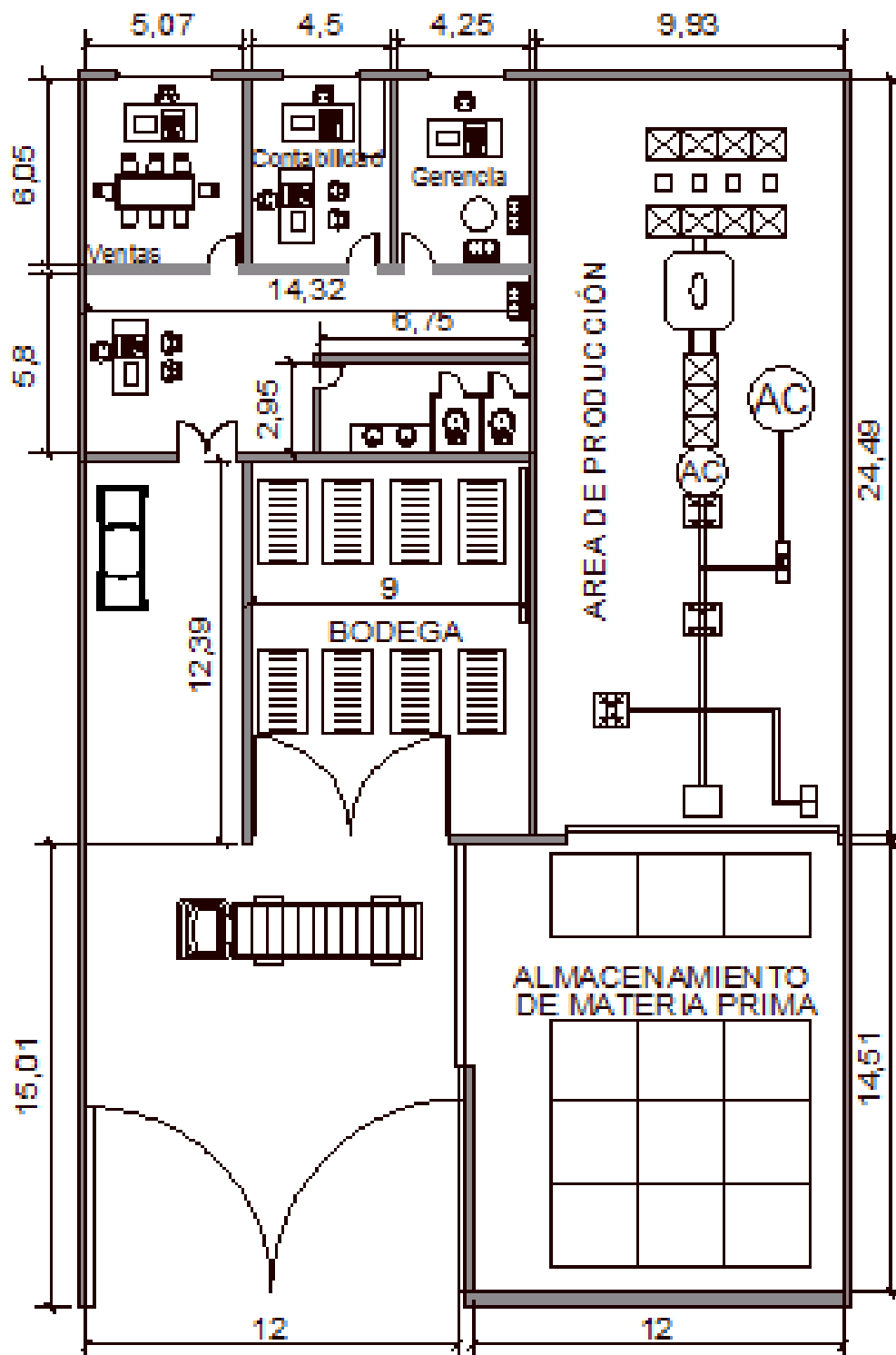
CUADRO 41

PROCESO DE PRODUCCION DE PAPEL KRAFT							
N°	PROCESO	ACTIVIDADES					TIEMPOS
							
1	Recepción de materia prima						100 min.
2	Colocación de la materia prima en el disgregador						85 min.
3	Cocción y licuado						70 min.
4	Control de calidad						15 min.
5	Lavado						30 min.
6	Prensado						25 min.
7	Secado						25 min.
8	Control de calidad						15 min.
9	Crepado						20 min.
10	Cortado						25 min.
11	Empaquetado						30 min.
12	Control de calidad						10 min.
13	Almacenamiento						30 min.
TOTAL TIEMPO DE PRODUCCION							480 min.

Nota: Este diagrama está determinado para la producción de 2832 unidades diarias

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.

GRAFICO 35



ESTUDIO ORGANIZACIONAL.

BASE LEGAL.

La estructura jurídica de la empresa está conformada como una Compañía de Responsabilidad Limitada, de conformidad con el artículo 93 de la ley de compañías que expresa lo siguiente:

La compañía de responsabilidad limitada es a que se contrae entre tres o más personas que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y por lo tanto en caso de que se contraigan deudas, no responde con el patrimonio personal de los socios. Realizan el comercio bajo su razón social acompañada de la abreviatura CIA. LTDA.

RAZÓN SOCIAL.

La razón social de la empresa será: **BACAPEL CIA. LTDA.**

DOMICILIO.

La empresa **BACAPEL CIA. LTDA.** Estará ubicada en la Parroquia Malacatos que se encuentra ubicada a 25 minutos de la Ciudad de Loja que es nuestro mercado objetivo.

La dirección es Barrio “El Vergel”, a 300 metros de la escuela “Víctor Mercante”.

OBJETO DE LA SOCIEDAD.

Esta sociedad se forma para el desarrollo de actividades económicas legales y el capital de la compañía estará determinado por las cuotas que cada uno de los socios se compromete a aportar.

CAPITAL SOCIAL.

El capital social de la empresa, está determinado por las aportaciones de los socios, La empresa cuenta con seis socios y cada uno aportara con 50000,00 dólares (\$50000,00), lo que da un total de trescientos mil dólares (\$300000,00) para el inicio de las actividades de la empresa.

TIEMPO DE DURACIÓN DE LA SOCIEDAD.

La duración de la sociedad será de cinco años, ya que el estudio de factibilidad está realizado para ese tiempo, pero como el mismo arroja resultados donde manifiesta que el proyecto es factible y rentable, será decisión de los socios su duración en el tiempo.

NÚMERO DE SOCIOS.

Los socios que conforman la Junta General de Accionistas son seis y estos son:

José Miguel Ordoñez Ordoñez

Carlos Hernández Salgado

Jorge Paredes Sandoval

Sandra Lorena Paredes Ocampo

Diana Carolina Herrera Morales

Karina Daniela Bustamante Rojas

ACTA CONSTITUTIVA DE LA EMPRESA

Entre los señores **JOSE MIGUEL ORDOÑEZ ORDOÑEZ** de 58 años de edad, ecuatoriano domiciliado en el Cantón Loja, de estado civil casado, profesión Administrador de Empresas con cedula N° 1804763322 **CARLOS HERNANDEZ SALGADO** de 56 años de edad, ecuatoriano, domiciliado en el Cantón Loja de estado civil soltero, profesión abogado, cedula N° 1805634488 **JORGE PAREDES SANDOVAL** de 40 años de edad, domiciliado en el Cantón Loja, estado civil casado, profesión Economista cedula N° 1805872249 **SANDRA LORENA PAREDES OCAMPO** 55 años casada, profesión Licenciada en Educación, domiciliada en el Cantón Loja cedula N° 1803570221 **DIANA CAROLINA HERRERA MORALES** de 49 años, domiciliada en el Cantón Loja de estado civil casada, profesión Doctora cedula N° 1803457568 **KARINA DANIELA BUSTAMANTE ROJAS** 53 años, domiciliada en el Cantón Loja cedula N° 1803455676, convienen en constituir una sociedad de responsabilidad limitada que se registrará conforme a lo establecido por la ley de compañías para este tipo de sociedades y las cláusulas y condiciones que se establecen a continuación:

PRIMERA: En la fecha que se menciona al pie de este contrato queda constituida la Sociedad de Responsabilidad Limitada formada entre los suscritos y girará bajo la denominación de **BACAPEL CIA. LTDA.** La sociedad establece su domicilio social y

legal en la Parroquia Malacatos, Barrio “El Vergel”, de la localidad de Loja, pudiendo establecer sucursales, agencias, locales de ventas, depósitos o corresponsalías en el país o en el exterior.

SEGUNDA: La sociedad tendrá una duración de 25 años, a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Mercantil. Este plazo podrá prorrogarse con el acuerdo en Asamblea en todos los socios de la Sociedad.

TERCERA: El objeto social será el de fabricar, vender, distribuir la producción de papel kraft pudiendo ampliar sus objetivos de acuerdo a los intereses de la sociedad en lo correspondiente al giro social, pudiendo intervenir en importaciones y exportaciones para personas tanto naturales como jurídicas, sean estas públicas o privadas, a nivel nacional e internacional, pudiendo adquirir o manejar comercialmente la representación de cualquier sociedad o empresa nacional o extranjera, dedicada a cualquier actividad o género de servicios o actividades comerciales

CUARTA: El capital social se fija en la suma de trescientos mil dólares (\$300000,00) que se divide en cuotas de cincuenta mil dólares (\$50000,00) cada socio.;

QUINTA: El capital suscrito es integrado por todos los socios en efectivo, el 50 %, siendo el restante 50% a integrar dentro del plazo de 4 meses a la fecha de la firma del presente contrato.

SEXTA: En caso de que los socios no integran las cuotas sociales suscritas por ellos, en el plazo convenido, la sociedad procederá a requerirle el cumplimiento de su obligación mediante el envío de un telegrama colacionado donde se lo intimará por un plazo no mayor de 10 días al cumplimiento de la misma. En caso de así no hacerlo dentro del plazo concedido la sociedad podrá optar entre iniciar la acción judicial para lograr su integración o rescindir la suscripción realizada, pudiendo los socios restantes, que así lo deseen y lo manifiesten en la asamblea, suscribir las cuotas e integrarlas totalmente. En

caso de existir más de un socio que desee suscribir acciones, las mismas serán suscritas en proporción a las que cada uno ya es titular. El saldo integrado por el socio moroso quedará en poder de la sociedad en concepto de compensación por daños y perjuicios.

SEPTIMA: Las cuotas sociales no pueden ser cedidas a terceros extraños a la sociedad con una autorización del voto favorable de las tres cuartas partes del capital social, sin contar para el caso la proporción del capital a transmitir. El socio que desee transferir sus cuotas sociales deberá comunicarlo, por escrito a los demás socios quienes se expedirán dentro de los quince días de notificados. En caso de no expedirse dentro del plazo mencionado se considera que ha sido obtenida la autorización pudiendo transferirse las cuotas sociales. Para el caso de no lograrse la autorización por oposición de los socios, el socio cedente podrá concurrir al Juez de la jurisdicción mencionada en la cláusula que consta en la Ley de Compañías a fin de realizar la información sumaria mencionada en el apartado tercero del artículo 152 de la ley de compañías. Para el caso que la oposición resulte infundada los demás socios podrán optar en un plazo no mayor de diez días, comunicándolo por escrito, su deseo de adquirir las cuotas a ceder. A los efectos de fijar el valor de las cuotas se confeccionará un balance general a la fecha del retiro, a las que se agregará un porcentual del 10% en concepto de valor llave. Este es el único precio válido y considerable para realizar la cesión. En caso de que sea más de uno los socios que deseen adquirir las cuotas a ceder las mismas se prorratearán entre los socios en proporción a las cuotas de las que son propietarios. Es motivo de justa oposición el cambio del régimen de mayorías.

OCTAVA: Las cuotas sociales pueden ser libremente transferidas entre los socios o sus herederos, siempre que no alteren el régimen de mayorías. En caso de fallecimiento de uno de los socios, la sociedad podrá optar por incorporar a los herederos si así éstos lo solicitaran debiendo unificar la representación ante la sociedad, o bien proceder a

efectuar la cesión de cuotas, según el régimen establecido en el artículo anterior. Si no se produce la incorporación, la sociedad pagará a los herederos que así lo justifiquen, o a un administrador de la sucesión, el importe correspondiente al valor de las cuotas determinado por el procedimiento señalado en el artículo precedente.

NOVENA: Para el caso de que la cesión de cuotas varíe el régimen de mayorías la sociedad podrá adquirir las cuotas mediante el uso de las utilidades o por la reducción de su capital, lo que deberá realizarse a los veinte días de considerarse la oposición de la cesión. El procedimiento para la fijación de su valor será el mismo que el mencionado en la cláusula Séptima.

DECIMA: La administración, la representación y el uso de la firma social estará a cargo por los socios gerentes que sean electos en la asamblea de asociados. Se elegirán dos socios que actuarán como gerentes de la misma en forma conjunta, la duración en el cargo será de 2 años y podrán ser reelectos en los mismos. Estos actuarán con toda amplitud en los negocios sociales, pudiendo realizar cualquier acto o contrato para la adquisición de bienes muebles o inmuebles y las operaciones mencionadas en la cláusula Tercera del presente contrato. A fin de administrar la sociedad se eligen como socios gerentes para cubrir el primer período y realizar los trámites de inscripción de la sociedad los señores **JOSE MIGUEL ORDOÑEZ ORDOÑEZ**.

DECIMA PRIMERA: Los gerentes podrán ser destituidos de sus cargos, cuando así lo establezca la Asamblea de Socios en el momento que lo crean necesario, con la aprobación de la mayoría simple del capital presente en la asamblea.

DECIMA SEGUNDA: El cargo de gerente será remunerado; la remuneración será fijada por la Asamblea de Asociados.

DECIMA TERCERA: En caso de fallecimiento, incapacidad o algún otro motivo que produzcan una imposibilidad absoluta o relativa para continuar ejerciendo el cargo de gerente, el mismo será reemplazado por el síndico suplente, quien deberá llamar a Asamblea para cubrir el cargo vacante en un plazo máximo de diez días; pudiendo durante este período realizar conjuntamente con el otro gerente los actos que por su urgencia no pudieran esperar, debiendo rendir cuenta de los mismos ante la Asamblea de Socios que designe el nuevo gerente.

DECIMO CUARTA: El órgano supremo de la sociedad es la Asamblea de Socios que se reunirá en Asambleas Ordinarias y Extraordinarias.

DECIMO QUINTA: La Asamblea General Ordinaria se reunirá dentro de los 2 meses de concluido el ejercicio financiero, que para tal fin termina el día viernes 28 del mes de octubre de cada año. En ella se tratará la discusión, modificación y/o aprobación del Balance General, el Inventario, el proyecto de distribución de utilidades, el Estado de Resultados, la Memoria y el Informe del Síndico. Asimismo en la Asamblea General Ordinaria se procederá a la elección de los gerentes si correspondiere, y a la fijación de la remuneración de éstos y del síndico.

DECIMO SEXTA: Las Asambleas Generales Extraordinarias se reunirán cada vez que lo considere conveniente alguno de los gerentes o a pedido por escrito del síndico, o a pedido por escrito de los socios que representen el 10 % del capital social o más. En ellas se podrá tratar todos los asuntos que conciernen a la marcha de la actividad societaria, pero solamente podrán tratarse los mencionados en el orden del día de la convocatoria a Asamblea. Se debe reunir la Asamblea General Ordinaria para tratar cualquier cesión de cuotas partes del capital social que se realicen o la transferencia de éstas a los herederos del socio fallecido.

DECIMO SEPTIMA: La Asamblea se convocará mediante citación remitido al domicilio del socio, con 2 días de anticipación a la fecha de la convocatoria. En la citación se hará constar el lugar, día y hora de la Asamblea, tipo de que se trata y el orden del día a debatir.

DECIMO OCTAVA: Las Asambleas quedarán válidamente reunidas para sesionar en primera convocatoria cuando a la hora mencionada se encuentren presentes la cantidad de socios que representen el 51% del capital social. Pudiendo sesionar válidamente en segunda convocatoria media hora después de la hora señalada para el inicio de la Asamblea sea cual fuere el número de socios presentes y el porcentual que estos representen, siempre que no haya sido posible sesionar en primera Convocatoria.

DECIMO NOVENA: Las deliberaciones y las resoluciones de la Asamblea serán transcritas al Libro de Actas, rubricado por la autoridad competente, en el que se dejará constancia asimismo de los socios presentes y del porcentual del capital que éstos representan. Las actas serán firmadas por los gerentes, el síndico y dos socios presentes que se designarán en la Asamblea, pudiendo ser éste el único tema a tratar en la Asamblea y que no sea expresamente mencionado en el orden del día, conjuntamente con la resolución de remoción o aceptación de la renuncia del socio gerente.

VIGESIMA: La presidencia de la Asamblea será realizada por cualquiera de los socios gerentes que se hallen presentes o que se elija para ello, los gerentes y el síndico no tienen voto pero si voz en las cuestiones relativas a su gestión,. En caso de empate se deberá volver a votar entre las dos ponencias más votadas, luego de realizarse nuevas deliberaciones.

VIGESIMO PRIMERA: Cada cuota social tiene derecho a un voto, no pudiendo votarse en representación.

VIGESIMO SEGUNDA: Las decisiones de la Asamblea serán tomadas por la mayoría del capital social presente. Con excepción de las que este contrato o la ley exijan un mayor porcentual.

Art. 117.- Salvo disposición en contrario de la Ley o del contrato, las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de los socios presentes. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

Art. 116.- La junta general, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. La junta general no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan más de la mitad del capital social. La junta general se reunirá, en segunda convocatoria, con el número de socios presentes, debiendo expresarse así en la referida convocatoria.

VIGESIMO TERCERA: Presentar a la Asamblea ordinaria un informe escrito y fundado sobre la situación económica y financiera de la sociedad, dictaminado sobre la memoria, inventario, balance y estado de resultados; Suministrar a los accionistas que representen no menos del dos por ciento del capital, en cualquier momento que éstos se lo requieran, información sobre las materias que son de su competencia; Convocar a asamblea extraordinaria, cuando lo juzgue necesario y a asamblea ordinaria o especiales, cuando Hacer incluir en el orden del día de la Asamblea, Vigilar que los órganos sociales den debido cumplimiento a la ley, estatuto, reglamento y decisiones. Fiscalizar la liquidación de la sociedad. Investigar las denuncias que le formulen por escrito accionistas que representen no menos del 2% del capital, mencionarlas en el informe social a la asamblea y expresar acerca de ellas las consideraciones y proposiciones que correspondan.

VIGESIMO CUARTA: Las pérdidas serán soportadas en igual proporción que la de distribución de las ganancias.

VIGESIMO QUINTA: Cumplido el plazo de duración de la sociedad, sin que se acuerde su prórroga o cuando la totalidad de los socios manifieste su decisión de liquidar la sociedad, se procederá a liquidar la misma. A tal fin se encuentran autorizados para la misma los socios gerentes a cargo de la representación y administración de la sociedad quienes procederán a liquidarla. Una vez pagadas las deudas sociales y las retribuciones a los gerentes y al síndico, se procederá a distribuir el saldo a los socios en proporción al capital integrado, previa confesión del balance respectivo.

En prueba de conformidad, a los 18 días del mes de Febrero del 2016, en la ciudad de Loja, se firman. 2 ejemplares de un mismo tenor, y a un solo efecto.

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA.

NIVELES JERÁRQUICOS.

- **Nivel Directivo:**

Las funciones principales son; legislar políticas, crear y normas procedimientos que debe seguir la organización. Así como también realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional de la empresa. Este organismo constituye el primer Nivel jerárquico de la empresa, formado principalmente por:

✓ **La Junta General de Accionistas.**

• **Nivel Ejecutivo:**

Es el segundo al mando de la organización, es el responsable del manejo de la organización, su función consistente en hacer cumplir las políticas, normas, reglamentos, leyes y procedimientos que disponga el nivel directivo. Así como también planificar, dirigir, organizar, orientar y controlar las tareas administrativas de la empresa. Este nivel, se encarga de manejar Planes, Programas, Métodos y otras técnicas administrativas de alto nivel, en coordinación con el nivel operativo y auxiliares, para su ejecución. Velara el cumplimiento de las leyes y reglamento obligatorios y necesarios para el funcionamiento de la organización.

El nivel ejecutivo o directivo es unipersonal, cuando existe un:

✓ **Gerente.**

• **Nivel Asesor:**

No tiene autoridad en mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, contable, industrial y demás áreas que tenga que ver con la empresa. En este nivel participa un:

✓ **Contador.**

• **Nivel de Apoyo:**

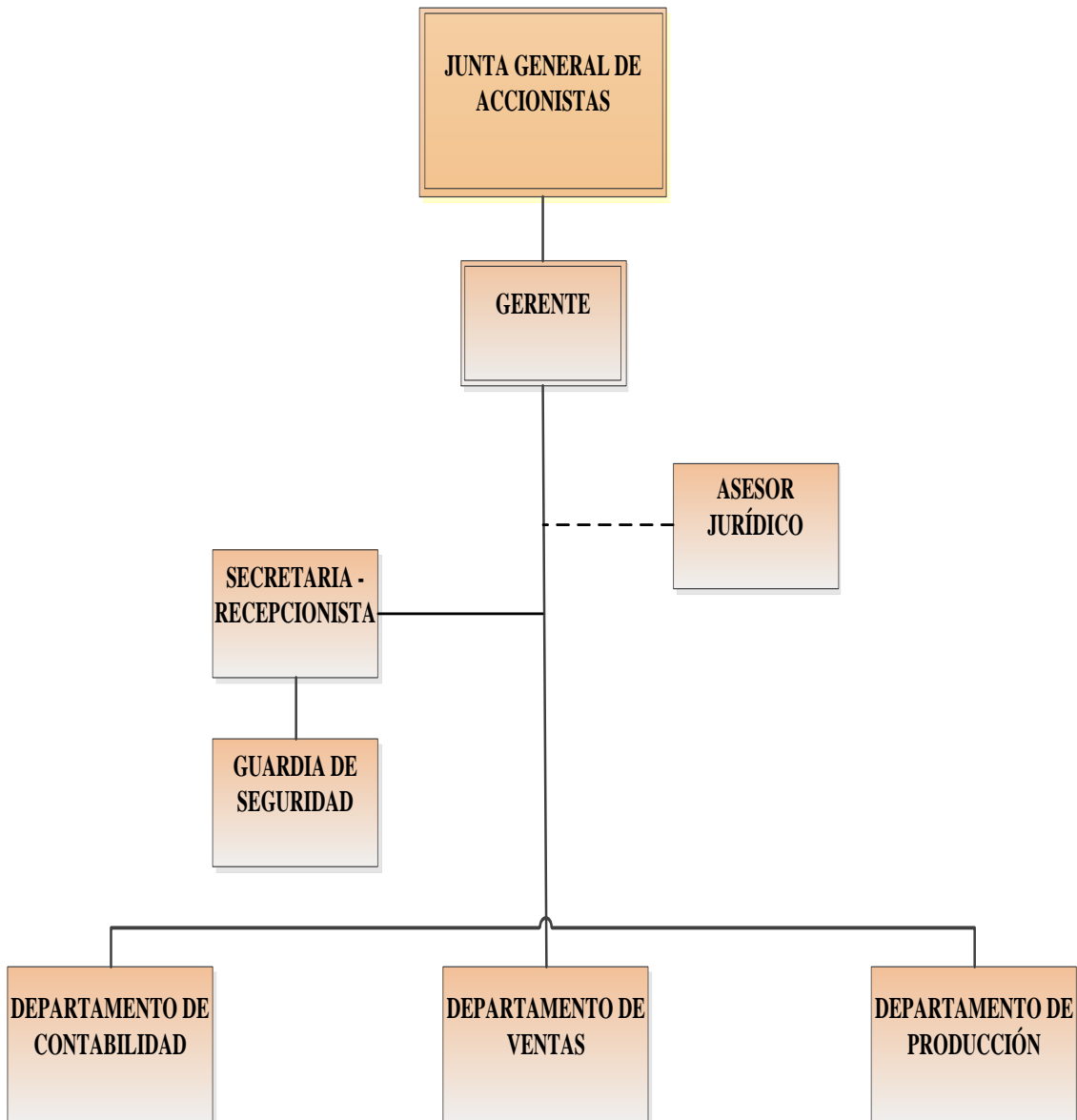
Apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente. En el nivel de apoyo encontramos a:

- ✓ **Secretaria – recepcionista,**
- ✓ **Bodeguero,**
- ✓ **Guardia de seguridad.**

- **Nivel Operativo:**

Constituye el nivel más importante de la empresa y es el responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa, siendo el pilar de la producción y comercialización. Tiene el segundo grado de autoridad y es responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad, bajo su mando puede delegar autoridad, más no responsabilidad. En este nivel se encuentran:

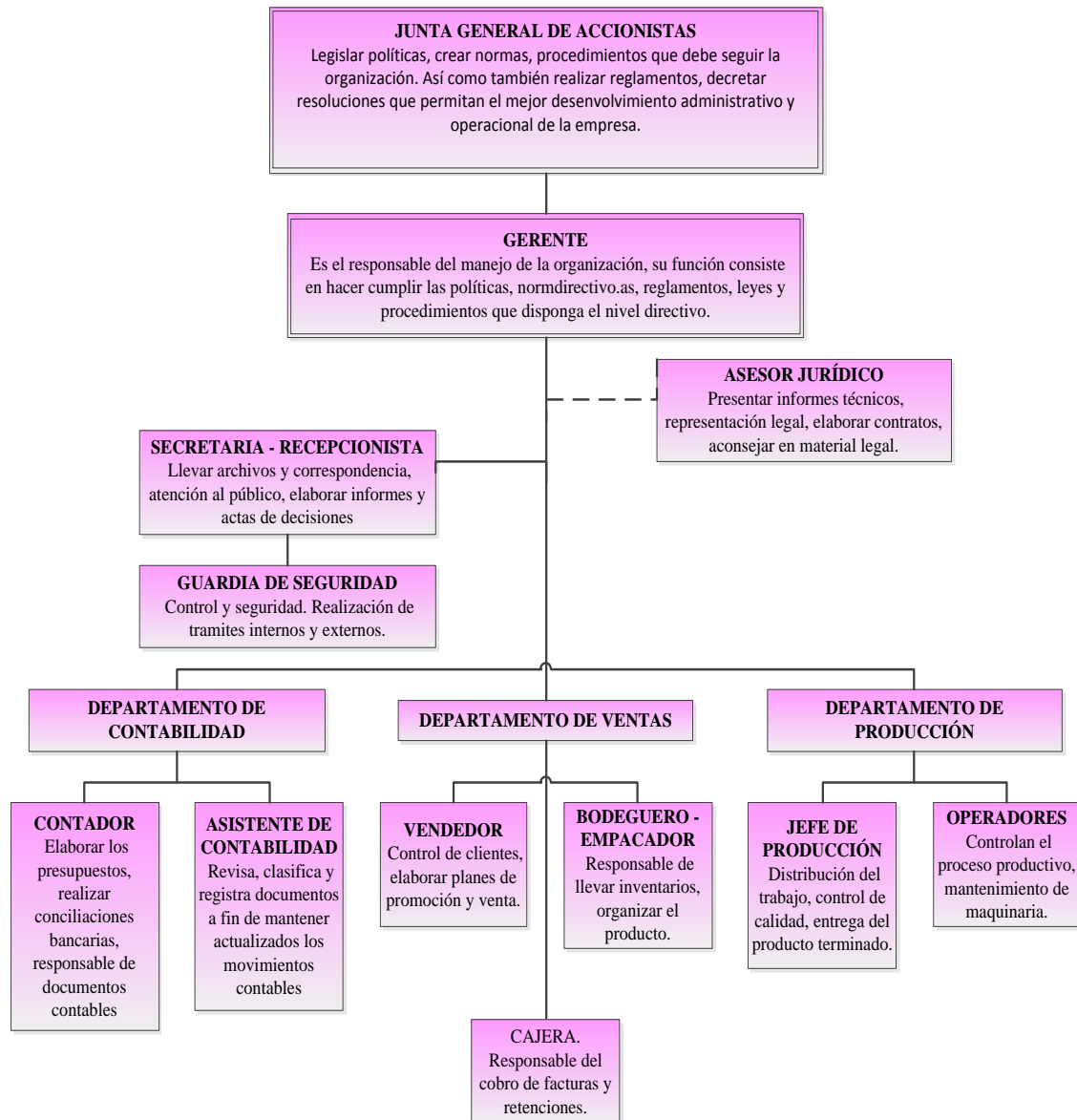
- ✓ **Jefe de Producción,**
- ✓ **Operarios,**
- ✓ **Obrero,**
- ✓ **Vendedor y**
- ✓ **Cajero.**

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA BACAPEL CIA. LTDA.**GRAFICO 36**

El organigrama estructural dentro de la empresa es muy importante porque en él se ve reflejado como está establecida la organización dentro de la empresa, la división de funciones, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad, responsabilidad y las relaciones existentes entre los diversos puestos de la empresa.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA BACAPEL CIA. LTADA.

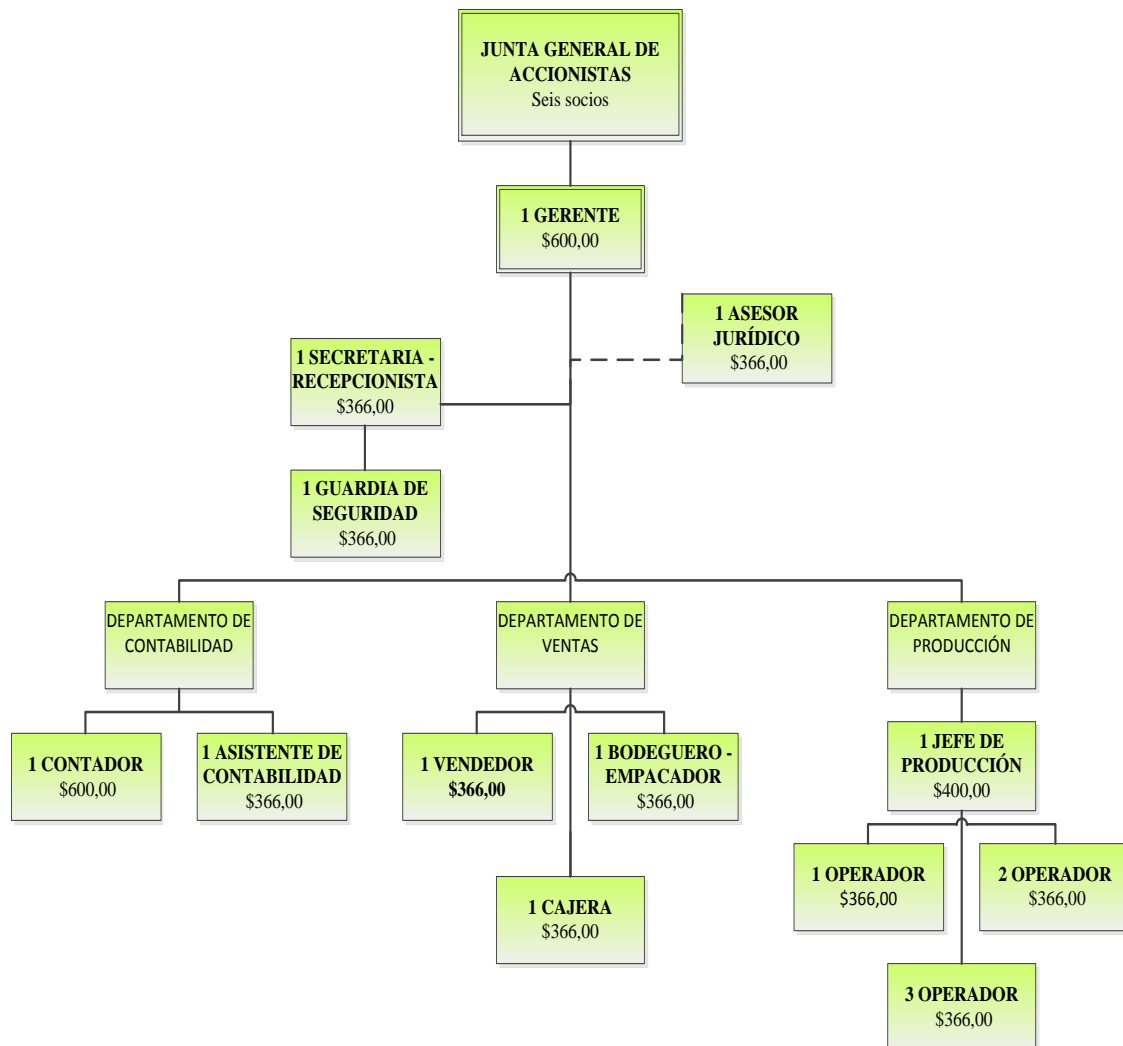
GRAFICO 37



El Organigrama funcional es un elemento muy valioso para nuestro análisis organizacional, ya que nos muestra la división de funciones, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y responsabilidad, los canales formales de comunicación y las relaciones que existen entre los diversos puestos de la empresa en cada departamento.

ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA BACAPEL CIA. LTDA.

GRAFICO 38



MANUAL DE FUNCIONES.

El Manual de Funciones determina y delimita los campos de actuación de cada área de trabajo, así como de cada puesto de trabajo. Este manual es la definición de la estructura organizativa de nuestra empresa, engloba el diseño y descripción de los diferentes puestos de trabajo, estableciendo normas de coordinación entre ellos. Este documento especifica los requisitos para cada uno de los cargos, procesos, responsabilidades y funciones.



BACAPEL CIA. LTDA.

CÓDIGO	001
TÍTULO DEL PUESTO	GERENTE GENERAL
DEPENDE DE	JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
SUPERVISA A	A TODA LA EMPRESA
NATURALEZA DEL TRABAJO.	
Planificar, programar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en la empresa. Debe buscar nuevas alternativas de crecimiento para la empresa y manejar los recursos de una forma eficiente y objetiva.	
FUNCIONES TÍPICAS.	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumplir con las disposiciones dadas por la junta general de Socios y el Directorio e informar sobre el cumplimiento de las mismas. ✓ Ejercer la representación legal de la empresa. ✓ Diseñar, implementar y mantener procedimientos de producción, finanzas y de mercadeo. ✓ Tramitar controles, órdenes, cheques y más documentos que el reglamento lo autorice, autorizando y firmando para lograr un correcto desenvolvimiento de la empresa. ✓ Nombrar y contratar personal cumpliendo con los requisitos del caso. ✓ Organizar cursos de capacitación. ✓ Presentar ante el directorio programas de producción, pronósticos de venta del producto y más documentos de trabajo para su aprobación. ✓ Manejar las actividades productivas, financieras y comerciales del la empresa. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE.	
<ul style="list-style-type: none"> • El puesto requiere de formación en administración de empresas, con criterio formado, alta iniciativa y capacidad para supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, así como de la empresa en general. 	
REQUISITOS MÍNIMOS.	
Título	Ingeniero Comercial o carreras a fines
Experiencia	Mínimo tres años en funciones a fines.
Edad	De treinta años en adelante.
Responsabilidad por persona	Responderá por el trabajo de toda la empresa.
Lugar de trabajo	Oficina.



BACAPEL CIA. LTDA.

CODIGO	002
TÍTULO DEL PUESTO	ASESOR JURIDICO
DEPENDE DE	GERENTE GENERAL
SUPERVISA A	NINGUNO
NATURALEZA DEL TRABAJO.	
<p>Tiene como propósito atender los aspectos jurídicos legales de la empresa, ser la salvaguarda de los intereses institucionales, presta asesoramiento y asistencia a la gestión de Alta Dirección.</p>	
FUNCIONES TÍPICAS.	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Formular y proponer las políticas, sobre aspectos jurídicos y legales, así como las normas de carácter legal y acciones judiciales necesarias para el mejor cumplimiento de los objetivos institucionales. ✓ Asesorar a la Gerencia General y a las demás unidades orgánicas, sobre el contenido y alcances de los dispositivos legales vigentes. ✓ Interpretar, concordar y divulgar las normas legales de interés para la gestión institucional. ✓ Asesorar e informar oportunamente sobre asuntos jurídicos legales, y sus implicaciones en el desarrollo de las funciones de la empresa. ✓ Atender los asuntos y trámites de carácter notarial y registral. ✓ Proponer las políticas en materia de garantías y saneamiento legal inmobiliario, dirigiendo la ejecución de las mismas. ✓ Llevar el archivo actualizado de la legislación vigente. ✓ Coordinar y ejecutar acciones de apoyo a la gestión de los órganos de la alta dirección, en las reuniones de Directorio y de las Juntas Generales. ✓ Coordinar la implementación de las disposiciones dadas por el Directorio, Juntas Generales y Gerencia General. ✓ Realizar otras funciones afines que le sean asignadas por la Gerencia General. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE.	
<ul style="list-style-type: none"> • Proporciona opiniones y criterios de carácter jurídico, así como asesoramiento y apoyo de carácter legal. 	
REQUISITOS MÍNIMOS.	
Título	Abogado de la República
Experiencia	Mínimo 3 años de experiencia y cuenta con licencia profesional.
Edad	De treinta años en adelante.
Responsabilidad persona	por Responderá por su propio trabajo.
Lugar de trabajo	En su propina oficina.



BACAPEL CIA. LTDA.

CODIGO	003
TÍTULO DEL PUESTO	SECRETARIA – RECEPCIONISTA
DEPENDE DE	GERENTE GENERAL
SUPERVISA A	Servicios Generales y al Guardia de Seguridad
NATURALEZA DEL TRABAJO.	
<p>Recibir, registrar, clasificar y distribuir la correspondencia interna y externa, así como controlar el centro de recursos y atender el conmutador.</p>	
FUNCIONES TÍPICAS.	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recibir visitas y arreglar entrevistas con habilidad. ✓ Causar buena impresión de la compañía a favor de las relaciones públicas. ✓ Ser cómplice de todas las transacciones particulares tanto del jefe como de la empresa. ✓ Manejo de la central telefónica. ✓ Conocer los nombres de todo el personal incluyendo los de menor rango. ✓ Conocer los números telefónicos de los clientes de la empresa. ✓ Conocer las extensiones correspondientes a cada departamento de la compañía. ✓ Tener buena apariencia y disposición. ✓ Tener hábito ordenado de trabajo. ✓ No tener quejas de los clientes y evitar conflictos. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE.	
<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de paquetes utilitarios, excelente redacción y ortografía, persona proactiva y organizada, facilidad para interactuar en grupos, brindar a poyo a todos los departamentos, poseer buenas relaciones interpersonales y capacidad de trabajar bajo presión. 	
REQUISITOS MÍNIMOS.	
Título	Secretariado ejecutivo o carreras a fines.
Experiencia	Un año en funciones similares.
Edad	De 25 años en adelante.
Responsabilidad por persona	Responder por su propio trabajo.
Lugar de trabajo	Oficina.



BACAPEL CIA. LTDA.

CODIGO	004
TÍTULO DEL PUESTO	GUARDIA DE SEGURIDAD
DEPENDE DE	SECRETARIA RECEPCIONISTA
SUPERVISA A	NINGUNO
NATURALEZA DEL TRABAJO.	
<p>Prevenir cualquier acción que atente o ponga en peligro el bienestar de las persona o bienes a proteger así como también brindar información, asistir o socorrer en caso de emergencias.</p>	
FUNCIONES TÍPICAS.	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumplir con las órdenes impartidas por sus superiores jerárquicos. ✓ Informar a la empresa de monitoreo cualquier novedad que se presente. ✓ Garantizar confidencialidad en todas sus tareas y obligaciones. ✓ Tener una conducta intachable dentro y fuera de su trabajo. ✓ Control e identificación de las personas que visitan la empresa. ✓ Proporcionar apoyo al personal de la empresa. ✓ Direccionar a los clientes al área de recepción. ✓ Informar el mal uso de las instalaciones y de los equipos de la empresa. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE.	
<ul style="list-style-type: none"> • Seguir procedimientos preestablecidos en la ejecución de su labor, proteger a las personas, información, propiedades con criterios de calidad, seguridad, salud y cumplimiento de la normativa vigente. 	
REQUISITOS MÍNIMOS	
Educación	Bachiller, es indispensable contar con certificados que acrediten su experiencia.
Experiencia	Mínimo 6 meses de experiencia en cargos similares.
Edad	De 18 años en adelante.
Responsabilidad por persona	Responderá por su propio trabajo.
Lugar de trabajo	Toda la empresa.



BACAPEL CIA. LTDA.

CODIGO	005
TÍTULO DEL PUESTO	CONTADOR
DEPENDE DE	GERENTE GENERAL
SUPERVISA A	ASISTENTE DE CONTABILIDAD, CAJERA
NATURALEZA DEL TRABAJO.	
Elaborar y presentar los estados e informes financieros, en forma oportuna, con información confiable. Analizar los balances, las cuentas contables y proformas presupuestarias, a fin de generar la información contable necesaria para la toma de decisiones y la formulación y estructuración de las políticas y estrategias institucionales.	
FUNCIONES TÍPICAS.	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Verificar que las facturas recibidas en el departamento contengan correctamente los datos fiscales de la empresa que cumplan con las formalidades requeridas. ✓ Registrar las facturas recibidas de los proveedores, a través del sistema computarizado administrativo para mantener actualizadas las cuentas por pagar. ✓ Revisar el cálculo de las planillas de retención de impuesto sobre la renta del personal emitidas por los empleados, y realizar los ajustes en caso de cumplir con las disposiciones. ✓ Llevar mensualmente los libros generales de compras y ventas, mediante el registro de facturas emitidas y recibidas a fin de realizar la declaración del IVA. ✓ Elaborar los comprobantes de diario, mediante el registro oportuno de la información siguiendo con los principios contables generalmente aceptados, a objeto de obtener los estados financieros. ✓ Cumplir y hacer cumplir todas las recomendaciones de tipo contable, administrativo y fiscal, formuladas por el contralor interno, Asesor fiscal / Financiero. ✓ Elaboración de cheques para el recurso humano de la empresa, proveedores y servicios. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE.	
<ul style="list-style-type: none"> • El puesto requiere de formación contabilidad y auditoría, por supuesto que posea el carnet para realizar y firmar los balances generales de la empresa. 	
REQUISITOS MÍNIMOS.	
Título	Ingeniero en Contabilidad y Auditoría.
Experiencia	Mínimo 3 años de experiencia en cargos similares.
Edad	De 25 años en adelante.
Responsabilidad persona	por Responderá por su propio trabajo.
Lugar de trabajo	Oficina.



BACAPEL CIA. LTDA.

CODIGO	006
TÍTULO DEL PUESTO	ASISTENTE DE CONTABILIDAD
DEPENDE DE	CONTADOR GENERAL
SUPERVISA A	NINGUNO
NATURALEZA DEL TRABAJO.	
Efectúa asientos de las diferentes cuentas, revisando, clasificando y registrando documentos, a fin de mantener actualizados los movimientos contables dentro de la empresa.	
FUNCIONES TÍPICAS.	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recibe, examina, clasifica, codifica y efectúa el registro contable de documentos. ✓ Revisa y compara lista de pagos, comprobantes, cheques y otros registros con las cuentas respectivas. ✓ Archiva documentos contables para uso y control interno. ✓ Elabora y verifica relaciones de gastos e ingresos. ✓ Transcribe información contable en un computador. ✓ Revisa y verifica planillas de retención de impuestos. ✓ Revisa y realiza la codificación de las diferentes cuentas bancarias. ✓ Participa en la elaboración de inventarios. ✓ Elabora informes periódicos de las actividades realizadas. ✓ Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada. ✓ Totaliza las cuentas de ingresos y egresos y emite un informe de los resultados. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE.	
<ul style="list-style-type: none"> • El puesto requiere el manejo constante de equipos y materiales de fácil uso. El cargo mantiene relaciones continuas con personal de la unidad de contabilidad a fin de ejecutar lo relativo al área, exigiéndose para ello una normal habilidad para obtener cooperación. 	
REQUISITOS MÍNIMOS.	
Título	Ingeniero en Contabilidad y Auditoría o carreras afines.
Experiencia	Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares.
Edad	De 22 años en adelante.
Responsabilidad por persona	Responderá por su propio trabajo.
Lugar de trabajo	Oficina.



BACAPEL CIA. LTDA.

CÓDIGO	007
TÍTULO DEL PUESTO	VENDEDOR
DEPENDE DE	GERENTE GENERAL
SUPERVISA A	NINGUNO
NATURALEZA DEL TRABAJO.	
<p>Realizar un conjunto de actividades que le permitan lograr determinados objetivos, como retener a los clientes actuales, captar nuevos clientes, lograr determinados volúmenes de venta, mantener o mejorar la participación en el mercado, generar una determinada utilidad o beneficio.</p>	
FUNCIONES TÍPICAS.	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mantenimiento de la cartera de clientes. ✓ Aumentar la distribución y nivel de facturación. ✓ Conocimiento del mercado, sus productos y los de la competencia. ✓ Consecución de los objetivos ya sean cualitativos o cuantitativos. ✓ Contribuir con el desarrollo del negocio. ✓ Conocimiento del territorio o zona designada de trabajo. ✓ Tomar los pedidos de los clientes y despachar los mismos. ✓ Comunicar sobre alguna novedad a la Gerencia. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE.	
<ul style="list-style-type: none"> • Explorar permanentemente la zona asignada para localizar clientes potenciales, evaluar nuevos usos o necesidades de consumo de los clientes activos, realizar un seguimiento de consumo por cada cliente de zona, vender todos los productos que la empresa le disponga. 	
REQUISITOS MÍNIMOS.	
Título	Ingeniero en Administración de Empresas o Carreras a fines.
Experiencia	Mínimo 2 años de experiencia en cargos similares.
Edad	De 25 años en adelante.
Responsabilidad por persona	Responderá por su propio trabajo.
Lugar de trabajo	Recorrer el mercado objetivo y Oficina.



BACAPEL CIA. LTDA.

CODIGO	008
TÍTULO DEL PUESTO	BODEGUERO – EMPACADOR
DEPENDE DE	GERENTE GENERAL
SUPERVISA A	NINGUNO
NATURALEZA DEL TRABAJO.	
<p>Desarrollar las actividades logísticas que garanticen la colocación de los productos en manos de los clientes, así como mantener control de la mercadería que ingresa o sale de bodega con el fin de evitar que se presenten.</p>	
FUNCIONES TÍPICAS.	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Archivar en orden los pedidos del día. ✓ Realización de las guías de salida de los insumos utilizados por las diferentes áreas de trabajo en las actividades realizadas por ellos en el día. ✓ Tener conocimiento sobre los tipos de movimiento, para realizar correctamente el documento. ✓ Velar por el orden de la bodega. ✓ Velar por la limpieza de la bodega. ✓ Velar por que no hayan roedores u otra plaga que destruya los insumos o materiales existentes. ✓ Acondicionamiento de los insumos recibidos en base al género o código. ✓ Revisión y recolección de firmas de las guías de salida de los responsables de cada área de trabajo. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE.	
<ul style="list-style-type: none"> • Seguir procedimientos preestablecidos en la ejecución de su labor y debe tener cuidado con el adecuado manejo de la información sobre los inventarios y almacenamiento de la mercancía. 	
REQUISITOS MÍNIMOS.	
Educación	Bachiller.
Experiencia	Mínimo 2 años de experiencia en cargos similares.
Edad	De 25 años en adelante.
Responsabilidad persona	por Responderá por su propio trabajo.
Lugar de trabajo	Bodega.



BACAPEL CIA. LTDA.

CODIGO	009
TÍTULO DEL PUESTO	CAJERA
DEPENDE DE	GERENTE GENERAL
SUPERVISA A	NINGUNO
NATURALEZA DEL TRABAJO.	
Controlar la entrada y salida de dinero que se produce, por concepto de venta de productos y reportar a su superior la cuadratura de caja al finalizar la jornada de trabajo.	
FUNCIONES TÍPICAS.	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Retirar de la caja fuerte cada mañana, el sencillo necesario para entregar vueltos exactos en forma rápida a los clientes. ✓ Solicitar sencillo de dinero a su superior o a la persona encargada de los trámites bancarios cuando estos sean necesarios. ✓ Verificar diariamente que la máquina registradora cuente con tinta y rollo de papel. ✓ Conocer los precios exactos de todos los productos de la empresa. ✓ Realizar la cuadratura de caja al finalizar la jornada la jornada laboral. ✓ Realizar depósitos bancarios. ✓ Atiende a las personas que solicitan información. ✓ Lleva control de cheques a pagar, recibos de pagos y otros. ✓ Lleva el registro y control de los movimientos de caja. ✓ Suministra a su superior los recaudos diarios del movimiento de caja. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE.	
<ul style="list-style-type: none"> • Garantizar las operaciones de una unidad de caja, efectuando actividades de recepción, entrega y custodia de dinero en efectivo, cheques, giros y demás documentos de valor, a fin de lograr la recaudación de ingresos a la empresa y la cancelación de los pagos que correspondan a través de caja. 	
REQUISITOS MÍNIMOS.	
Título	Ingeniería en Administración de Empresas o Carreras a fines.
Experiencia	Mínimo 2 años de experiencia en cargos similares.
Edad	De 25 años en adelante.
Responsabilidad persona	por Responderá por su propio trabajo.
Lugar de trabajo	Oficina.



BACAPEL CIA. LTDA.

CODIGO	010
TÍTULO DEL PUESTO	JEFE DE PRODUCCIÓN
DEPENDE DE	GERENTE GENERAL
SUPERVISA A	OBREROS
NATURALEZA DEL TRABAJO.	
<p>Es el máximo responsable del correcto funcionamiento, coordinación y organización del área de producción de la empresa, tanto a nivel del producto, como a nivel de la gestión del personal obrero, con el fin de cumplir con la producción prevista en tiempo y calidad del trabajo, mediante la eficiente administración del departamento a cargo.</p>	
FUNCIONES TÍPICAS.	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestionar y supervisar al personal a cargo. ✓ Organizar y planificar la producción de la empresa. ✓ Organizar y planificar el aprovisionamiento de materia prima y la distribución y transporte del producto terminado. ✓ Optimizar los procesos de trabajo dentro de la planta de producción. ✓ Actualizar a los operadores de producción sobre las innovaciones en los procesos. ✓ Instruir a los operarios para que realicen bien su labor. ✓ Es el responsable del buen desarrollo de la planta y de la eficiencia y eficacia de los procesos. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE.	
<ul style="list-style-type: none"> • Seguir procedimientos preestablecidos en la ejecución de su labor, supervisar las líneas de producción durante todo el proceso, está a cargo del correcto funcionamiento de la planta y que se cumpla el plan de trabajo establecido. 	
REQUISITOS MÍNIMOS.	
Título	Ingeniería industrial o carreras a fines
Experiencia	Mínimo 2 años de experiencia en cargos similares.
Edad	De 25 años en adelante.
Responsabilidad por persona	Responderá por su propio trabajo.
Lugar de trabajo	Área de Producción.



BACAPEL CIA. LTDA.

CODIGO	011
TÍTULO DEL PUESTO	OPERADORES
DEPENDE DE	JEFE DE PRODUCCIÓN
SUPERVISA A	NINGUNO
NATURALEZA DEL TRABAJO.	
<p>Mantiene en pie el proceso productivo, este hace un seguimiento de la producción y de su progreso, asegurando que todo esté funcionando sin problemas y eficientemente.</p>	
FUNCIONES TÍPICAS.	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ El proceso de producción deber ser mantenida por el operador. ✓ Realizar todos los pasos del proceso productivo. ✓ Dar mantenimiento, reparar la maquinaria. ✓ Debe entender el funcionamiento de la maquinaria. ✓ Debe conocer el producto que está elaborando, con las especificaciones que el fabricante le está dando. ✓ Debe probar la calidad del producto. ✓ Informar del mal uso de las instalaciones. ✓ Recibir la materia prima para el inicio del proceso productivo. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE.	
<ul style="list-style-type: none"> • Seguir procedimientos preestablecidos en la ejecución de su labor, supervisar las líneas de producción durante todo el proceso, está a cargo del correcto funcionamiento de la maquinaria. 	
REQUISITOS MÍNIMOS.	
Título	Ingeniería en Mecánica Industrial o Carreras a Fines
Experiencia	Mínimo 2 años de experiencia en cargos similares.
Edad	De 25 años en adelante.
Responsabilidad por persona	Responderá por su propio trabajo.
Lugar de trabajo	Área de Producción.

ESTUDIO FINANCIERO

LA INVERSIÓN DEL PROYECTO

Las inversiones son los desembolsos que hay que efectuar desde el inicio del proyecto a fin de dejar el proyecto en condiciones de operación normal.

- **INVERSIONES FIJAS.**

Son aquellos desembolsos de dinero que se efectúa para la adquisición de determinados activos, que van a servir para el normal funcionamiento de la empresa.

Para nuestra empresa invertiremos en los siguientes activos:

Terreno.- Para la puesta en marcha de nuestro proyecto de producción y comercialización se cuenta con un terreno propiedad del Sr. Patricio Ludeña, ubicado en la parroquia Malacatos en el barrio “El Vergel”, su dimensión es de 1000m² y está avaluado en cuarenta mil dólares (40.000), el mismo que será adquirido para las actividades de la empresa.

CUADRO 43

TERRENO			
DETALLE	CANTIDAD (m²)	VALOR (m²)	VALOR TOTAL (\$)
Terreno	1.000	40	40.000

Fuente: Municipio de Loja

Elaborado por: La Autora

Infraestructura física.- Las instalaciones y adecuaciones que debemos tomar en cuenta para la instalación de nuestra empresa son: área administrativa, área de producción, área de almacenamiento y bodega, guardianía y área de estacionamiento.

Los diseños y construcción están a cargo del Ingeniero Civil Wilson Torres, quien tiene mucha experiencia en el campo de la profesión. El costo de construcción por metro cuadrado es de doscientos quince dólares (\$215,00) y nuestra área de construcción es de 723m².

CUADRO 44

CONSTRUCCION DE INSTALACIONES			
DETALLE	CANTIDAD (m2)	VALOR (m2)	VALOR TOTAL (\$)
EDIFICIO	723	215,00	155445,00

Fuente: Ing. Wilson Torres

Elaborado por: La Autora

Maquinaria y Herramientas de producción.- La maquinaria será importada desde China y las herramientas serán adquiridas en nuestra ciudad.

CUADRO 45

COSTO DE MAQUINARIA						
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO MÁS COSTO DE SEGURO Y FLETE	ARANCEL DE ADUANA	IVA	FLETE	VALOR TOTAL
			45%	12%		
ZDS SERIES D-TYPE HIDRAPULPER SYSTEM	1	75800,00	34110,00	9096,00	500,00	119506,00

Fuente: FJLIME (Empresa China)

Elaborado por: La Autora

CUADRO 46

HERRAMIENTAS DE PRODUCCIÓN			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL (\$)
Set de herramientas	1	367,45	367,45

Fuente: Ferretería Loaiza

Elaborado por: La Autora

Muebles y Enseres.- Para que la empresa funcione, debe estar bien equipada, con muebles y equipos de oficina, así como también un programa de facturación y contabilidad.

CUADRO 47

MUEBLES Y ENSERES			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL (\$)
Escritorios	5	50,00	250,00
Sillas de escritorio	9	60,00	540,00
Sofás de 2 plazas	3	95,00	285,00
Archivador plano	4	93,00	372,00
Mesa para reuniones	1	580,00	580,00
Mesa redonda	1	35,00	35,00
TOTAL			2.062,00

Fuente: Proveedores varios

Elaborado por: La Autora

CUADRO 48

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL (\$)
Computadoras de escritorio	7	875,00	6125,00
Impresoras matriciales	3	503,91	1511,73
Impresora laser multifunción	2	437,65	875,30
TOTAL			8512,03

Fuente: SISCONET

Elaborado por: La Autora

CUADRO 49

EQUIPO DE OFICINA			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL (\$)
Teléfono	8	50,00	400,00
TOTAL			400,00

Fuente: Proveedores varios

Elaborado por: La Autora

TOTAL ACTIVO FIJO.

CUADRO 50

TOTAL ACTIVO FIJO		
DETALLE		VALOR TOTAL
Terreno		40000,00
Edificio		155445,00
Maquinaria		119506,00
Herramientas de producción		367,45
Muebles y enseres		2062,00
Equipos de computación		8512,03
Equipos de oficina		400,00
SUBTOTAL		326292,48
Imprevistos	5%	16314,62
TOTAL ACTIVO FIJO		342607,10

Fuente: Cuadros 43, 44, 45, 46, 47, 48 y 49

Elaborado por: La Autora

DEPRECIACIONES.

El término depreciación se refiere, en el ámbito de la contabilidad y economía, a una reducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la obsolescencia.

CUADRO 53

TOTAL DEPRECIACIONES DEL ACTIVO FIJO	
DETALLE	VALOR TOTAL
Depreciaciones	23388,52
TOTAL	23.388,52

Fuente: Cuadro 53

Elaborado por: La Autora

- **IVERSIONES DIFERIDAS.**

Se caracteriza por su inmaterialidad, y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del proyecto.

CUADRO 54

SISTEMA DE FACTURACIÓN Y CONTABILIDAD			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL (\$)
Visual Fack	1	1850,00	1850,00
TOTAL			1.850,00

Fuente: TOVACOMPU

Elaborado por: La Autora

CUADRO 55

TOTAL ACTIVO DIFERIDO		
DETALLE	VALOR TOTAL	
Estudio del proyecto	1100,00	
Marca y Patente	30,00	
Registro sanitario	70,00	
Trámites de constitución	1250,00	
Sistema de facturación	1850,00	
SUBTOTAL	4300,00	
Imprevistos	5%	215,00
TOTAL	4515,00	

Fuente: Proveedores varios y Cuadro 54

Elaborado por: La Autora

CUADRO 56

TOTAL ACTIVO FIJO	
DETALLE	VALOR TOTAL
Amortización	903,00
TOTAL	903,00

Fuente: Cuadro 55

Elaborado por: La Autora

- **INVERSIONES ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO.**

COSTO DE PRODUCCIÓN.

El capital de trabajo en su primer mes de funcionamiento tiene un valor de 12341,02 dólares y está estructurado de la siguiente manera.

CUADRO 57

COSTO DE MATERIA PRIMA		
Costo de bagazo	0,30	dólares/kg
Costo materia prima diaria	506,25	dólares/kg
Costo materia prima mensual	10125,00	dólares/kg
Costo de materia prima anual	121500,00	dólares/kg

Fuente: Proveedores varios

Elaborado por: La Autora

El índice de proyección para los presupuestos se la realizó con la tasa de inflación de enero 31 de 2016 que es de 3,09%, información proporcionada por el INEC.

CUADRO 58

PROYECCIÓN DE LA MATERIA PRIMA (BAGAZO DE CAÑA DE AZÚCAR)					
DETALLE	2016	2017	2018	2019	2020
Bagazo de caña (kg)	405000	417515	430416	443716	457426
Precio (kg)	0,30	0,31	0,32	0,33	0,34
TOTAL ANUAL	121500,00	125254,35	129124,71	133114,66	137227,91

Fuente: Cuadro 57

Elaborado por: La Autora

CUADRO 59

MANO DE OBRA DIRECTA	
RUBROS / PRESUPUESTOS	OPERARIOS
	3
Salario Básico Unificado	366,00
Décimo Tercero (1/12)	30,50
Décimo Cuarto (1/12)	30,50
Vacaciones (1/24)	15,25
Aporte Patronal (11,15%)	40,81
Aporte IECE (0,5%)	1,83
Aporte SECAP (0,5%)	1,83
Subtotal mensual	486,72
Número de operarios	3
TOTAL COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA MENSUAL	1460,16
TOTAL COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL	17521,88

Fuente: IESS

Elaborado por: La Autora

CUADRO 60

PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE LA MANO DE OBRA DIRECTA					
DETALLE	2016	2017	2018	2019	2020
Costo total de Mano de Obra directa	17521,88	18063,31	18621,47	19196,87	19790,05

Fuente: Cuadro 59

Elaborado por: La Autora

CUADRO 61

MANO DE OBRA INDIRECTA	
RUBROS / PRESUPUESTOS	JEFE DE PRODUCCIÓN
	1
Salario Básico Unificado	400,00
Décimo Tercero (1/12)	33,33
Décimo Cuarto (1/12)	30,50
Vacaciones (1/24)	16,67
Aporte Patronal (11,15%)	44,60
Aporte IECE (0,5%)	2,00
Aporte SECAP (0,5%)	2,00
Subtotal mensual	529,10
Jefe de producción	1
TOTAL COSTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA MENSUAL	529,10
TOTAL COSTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA ANUAL	6349,20

Fuente: IESS

Elaborado por: La Autora

CUADRO 62

PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE LA MANO DE OBRA INDIRECTA					
DETALLE	2016	2017	2018	2019	2020
Costo total de Mano de Obra indirecta	6349,20	6545,39	6747,64	6956,15	7171,09

Fuente: Cuadro 61

Elaborado por: La Autora

CUADRO 63

COSTO DE FABRICACIÓN (AGUA)				
Detalle	Cantidad	Precio unitario	Valor total mensual	Valor total anual
Agua potable (m ³)	239,85	0,27	64,76	777,11

Fuente: GAD del Municipio del Cantón Loja

Elaborado por: La Autora

CUADRO 64

PROYECCION DEL COSTO DE FABRICACIÓN (AGUA)					
Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Cantidad (m ³)	239,85	247,26	254,90	262,78	270,90
Precio (\$)	0,27	0,28	0,29	0,30	0,30
Total mensual	64,76	66,76	68,82	70,95	73,14
Total anual de materia prima indirecta	777,11	801,12	825,88	851,40	877,71

Fuente: GAD del Municipio del Cantón Loja y Cuadro 63

Elaborado por: La Autora

CUADRO 65

COSTO DE FABRICACIÓN (ENERGÍA ELECTRICA)				
Detalle	Cantidad	Precio unitario	Valor total mensual	Valor total anual
Energía eléctrica kw/h	1800	0,09	162,00	1944,00

Fuente: Empresa Eléctrica Regional del Sur

Elaborado por: La Autora

CUADRO 66

PROYECCION DEL COSTO DE FABRICACIÓN (ENERGÍA ELECTRICA)					
Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Cantidad (kw/h)	1800	1855,62	1912,96	1972,07	2033,01
Precio (\$)	0,09	0,09	0,10	0,10	0,10
Total mensual	162	167,01	172,17	177,49	182,97
Total anual de materia prima indirecta	1944,00	2004,07	2066,00	2129,83	2195,65

Fuente: Empresa Eléctrica Regional del Sur y Cuadro 65

Elaborado por: La Autora

CUADRO 67

RESUMEN DE COSTO DE FABRICACIÓN	
Detalle	2016
Agua potable (m ³)	777,11
Energía eléctrica kw/h	1944,00
TOTAL PRIMER AÑO	2721,11

Fuente: Cuadros 63 y 65

Elaborado por: La Autora

CUADRO 68

RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN		
Detalle	Valor primer año	Valor primer mes (\$)
Materia prima	121500,00	10125,00
Total costo de mano de obra directa	17521,88	1460,16
Total costo de mano de obra indirecta	6349,20	529,10
Costo de fabricación	2721,11	226,76
Total costos de producción	148092,19	12341,02

Fuente: Cuadros 58, 60, 62 y 67

Elaborado por: La Autora

GASTOS ADMINISTRATIVOS.

CUADRO 69

SUELDOS ADMINISTRATIVOS		
RUBROS / PRESUPUESTOS	GERENTE Y CONTADOR	AUXILIAR DE CONTABILIDAD, CAJERA, SECRETARIA, BODEGUERO, GUARDIA
	2	5
Salario Básico Unificado	600,00	366,00
Décimo Tercero (1/12)	50,00	30,50
Décimo Cuarto (1/12)	30,50	30,50
Vacaciones (1/24)	25,00	15,25
Aporte Patronal (11,15%)	66,90	40,81
Aporte IECE (0,5%)	3,00	1,83
Aporte SECAP (0,5%)	3,00	1,83
Subtotal mensual	778,40	486,72
Número de Empleados	2	5
TOTAL SUELDOS ADMINISTRATIVOS MENSUAL	1556,80	2433,60
TOTAL SUELDOS ADMINISTRATIVOS ANUAL	18681,60	29203,14
TOTAL MENSUAL		3990,40
TOTAL ANUAL		47884,74

Fuente: IESS

Elaborado por: La Autora

CUADRO 70

PROYECCIÓN DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS					
DETALLE	2016	2017	2018	2019	2020
Sueldos administrativos	47884,74	49364,38	50889,74	52462,23	54083,31

Fuente: Cuadro 69

Elaborado por: La Autora

CUADRO 71

SUMINISTROS Y MATERIALES DE OFICINA				
Detalle	Cantidad	Precio	Valor mensual	Valor anual
Resma de papel bond	5	3,37	16,85	202,2
Carpetas	10	0,78	7,80	93,6
Cuadernos académicos	5	1,58	7,90	94,8
Resaltadores	10	0,81	8,10	97,2
Bolígrafos	12	0,21	2,52	30,24
Lápices	12	0,25	3,00	36
Borradores	12	0,11	1,32	15,84
Archivadores	10	1,12	11,20	134,4
Goma	12	0,87	10,44	125,28
Reglas 30cm	10	0,3	3,00	36
Sacapuntas metálico	10	0,28	2,80	33,6
Tijeras	10	0,44	4,40	52,8
Clips metálicos	8	0,34	2,72	32,64
Clips mariposa	8	0,47	3,76	45,12
Tinta para sellos	3	1,12	3,36	40,32
Cinta de embalaje	20	2,76	55,20	662,4
Grapas	3	0,48	1,44	17,28
Grapadoras	10	3,78	37,80	453,6
Perforadoras	10	3,89	38,90	466,8
Sellos	10	2,05	20,50	246
Total			243,01	2916,12

Fuente: Proveedores varios

Elaborado por: La Autora

CUADRO 72

PROYECCIÓN DE SUMINISTROS Y MATERIALES DE OFICINA					
Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Total de costos de suministros de oficina	2916,12	3006,23	3099,12	3194,88	3293,61

Fuente: Cuadro 71

Elaborado por: La Autora

CUADRO 73

COSTO DE SERVICIOS BÁSICOS				
Detalle	Cantidad	Precio unitario	Valor total mensual	Valor total anual
Teléfono (minutos)	1200	0,0462	55,44	665,28
Internet Nettplus (plan corporativo)	1	33,00	33,00	396,00
TOTAL				1061,28

Fuente: CNT y Nettplus

Elaborado por: La Autora

CUADRO 74

PROYECCION DEL COSTO DE SERVICIOS BÁSICOS					
Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Teléfono (minutos)	1200	1237,08	1275,31	1314,71	1355,34
Precio (\$)	0,0462	0,05	0,05	0,05	0,05
Internet Nettplus (plan corporativo)	1	1,03	1,06	1,10	1,13
Precio (\$)	33	34,02	35,07	36,15	37,27
Total mensual	88,44	91,17	93,99	96,89	99,89
Total anual de servicios básicos	1061,28	1094,07	1127,88	1162,73	1198,66

Fuente: Cuadro 73

Elaborado por: La Autora

CUADRO 75

GASTO DE MANTENIMIENTO				
Detalle	Cantidad	Precio unitario	Valor total mensual	Valor total anual
Mantenimiento	1	120	120,00	1440,00

Fuente: Proveedores varios

Elaborado por: La Autora

CUADRO 76

PROYECCION DEL GASTO DE MANTENIMIENTO					
Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Mantenimiento	1,00	1,03	1,06	1,10	1,13
Precio (\$)	120,00	123,71	127,53	131,47	135,53
Total mensual	120,00	123,71	127,53	131,47	135,53
Total gasto de mantenimiento	1440,00	1484,50	1530,37	1577,66	1626,40

Fuente: Cuadro 75

Elaborado por: La Autora

CUADRO 77

GASTO DE LIMPIEZA DE INSTALACIONES				
Detalle	Cantidad	Precio unitario	Valor total mensual	Valor total anual
Fumilimpieza	12	4,5	54,00	648,00

Fuente: Fumilimpieza

Elaborado por: La Autora

CUADRO 78

PROYECCION DEL GASTO DE LIMPIEZA DE INSTALACIONES					
Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Fumilimpieza	12,00	12,37	12,75	13,15	13,55
Precio (\$)	4,50	4,64	4,78	4,93	5,08
Total mensual	54,00	55,67	57,39	59,16	60,99
Total anual de materia prima indirecta	648,00	668,02	688,67	709,94	731,88

Fuente: Cuadro 77

Elaborado por: La Autora

CUADRO 79

RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Detalle	Valor primer año (\$)	Valor primer mes (\$)
Sueldos administrativos	47884,74	3990,40
Suministros y materiales de oficina	2916,12	243,01
Servicios básicos	1061,28	88,44
Gasto de mantenimiento	1440,00	120,00
Gasto de limpieza y aseo	648,00	54,00
Total gastos administrativos	53950,14	4495,85

Fuente: Cuadros 70, 72, 74, 76 y 78

Elaborado por: La Autora

GASTOS DE VENTAS.

CUADRO 80

GASTO DE TRANSPORTE				
Detalle	Cantidad	Precio unitario	Valor total mensual	Valor total anual
Transporte de producto terminado	20	30	600,00	7200,00

Fuente: Proveedores varios

Elaborado por: La Autora

CUADRO 81

PROYECCION DEL GASTO DE TRANSPORTE					
Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Transporte de producto terminado	20	20,62	21,26	21,91	22,59
Precio (\$)	30	30,93	31,88	32,87	33,88
Total mensual	600	618,54	637,65	657,36	677,67
Total gasto de transporte	7200	7422,48	7651,83	7888,28	8132,02

Fuente: Cuadro 80

Elaborado por: La Autora

CUADRO 82

GASTO DE PUBLICIDAD				
Detalle	Cantidad	Precio unitario	Valor total mensual	Valor total anual
Radio "LA HECHICERA "	12	3,5	42,00	504,00
Prensa escrita "LA HORA" Loja	12	5	60,00	720,00
			TOTAL	1224,00

Fuente: Proveedores varios

Elaborado por: La Autora

CUADRO 83

PROYECCION DEL GASTO DE PUBLICIDAD					
Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Radio "LA HECHICERA "	42,00	43,30	44,64	46,01	47,44
Prensa escrita "LA HORA" Loja	60,00	61,85	63,77	65,74	67,77
Total mensual	102,00	105,15	108,40	111,75	115,20
Total gasto de publicidad	1224,00	1261,82	1300,81	1341,01	1382,44

Fuente: Cuadro 82

Elaborado por: La Autora

CUADRO 84

SUELDO VENDEDOR	
RUBROS / PRESUPUESTOS	VENDEDOR
	1
Salario Básico Unificado	400,00
Décimo Tercero (1/12)	33,33
Décimo Cuarto (1/12)	30,50
Vacaciones (1/24)	16,67
Aporte Patronal (11,15%)	44,60
Aporte IECE (0,5%)	2,00
Aporte SECAP (0,5%)	2,00
Subtotal mensual	529,10
Vendedor	1
TOTAL COSTO VENDEDOR MENSUAL	529,10
TOTAL COSTO VENDEDOR ANUAL	6349,20

Fuente: IESS

Elaborado por: La Autora

CUADRO 85

PROYECCIÓN DEL SUELDO DE VENDEDOR					
DETALLE	2016	2017	2018	2019	2020
Sueldo Vendedor	6349,20	6545,39	6747,64	6956,15	7171,09

Fuente: Cuadro 84

Elaborado por: La Autora

CUADRO 86

RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS		
Detalle	Valor primer año (\$)	Valor primer mes (\$)
Transporte	7200,00	600,00
Radio y prensa escrita	1224,00	102,00
Vendedor	6349,20	529,10
Total de gastos de venta	14773,20	1231,10

Fuente: Cuadros 81, 83 y 85

Elaborado por: La Autora

TOTAL ACTIVO CIRCULANTE O DE CAPITAL.

CUADRO 87

TOTAL ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO		
DETALLE		VALOR TOTAL
Costo de producción		148092,19
Gastos administrativos		53950,14
Gastos de ventas		14773,20
SUBTOTAL		216815,53
Imprevistos	5%	10840,78
TOTAL		227656,31

Fuente: Cuadro 68, 79 y 86

Elaborado por: La Autora

- **INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO.**

El total de la inversión que se requiere para la puesta en marcha de nuestro proyecto, se detalla en el siguiente cuadro.

CUADRO 88

INVERSIÓN TOTAL REQUERIDA		
DETALLE	VALOR TOTAL	PORCENTAJE
Total activo Fijo	342607,10	60%
Total activo diferido	4515,00	1%
Total activo circulante o de capital de trabajo	227656,31	39%
TOTAL INVERSIÓN DEL PROYECTO	574778,41	100%

Fuente: Cuadros 50, 55 Y 87

Elaborado por: La Autora

La inversión total requerida para el proyecto es de **574778,41** que comprende a la adquisición de activos fijos, inversiones diferidas y capital de trabajo para realizar las operaciones del proyecto.

FINANCIAMIENTO.

CUADRO 89

FINANCIAMIENTO		
Detalle	Monto (\$)	Porcentaje (%)
Accionistas	300000,00	52%
Requerimiento crediticio	274778,41	48%
Total	574778,41	100%

Elaborado por: La Autora

CUADRO 90

PRÉSTAMO BANCARIO		
Préstamo BNF	274778,41	Dólares
Interés	10,47%	Porcentaje
Plazo	5	Años

Fuente: Banco Nacional del Fomento y Cuadro 89

Elaborado por: La Autora

CUADRO 91

CÁLCULO DE LA CUOTA MENSUAL PARA EL PAGO DEL PRÉSTAMO					
Cuota	Saldo Capital	Capital	Interés	Seguro Desgravamen	Valor a Pagar
1	274800,00	4548,33	2274,17	71,55	6822,50
2	268351,67	4548,33	2236,26	70,35	6784,59
3	263803,33	4548,33	2198,36	69,16	6746,69
4	259255,00	4548,33	2160,46	67,97	6708,79
5	254706,67	4548,33	2122,56	66,78	6670,89
6	250158,33	4548,33	2084,65	65,58	6632,98
7	245610,00	4548,33	2046,75	64,39	6595,08
8	241061,67	4548,33	2008,85	63,20	6557,18
9	236513,33	4548,33	1970,94	62,01	6519,27
10	231965,00	4548,33	1933,04	60,81	6481,37
11	227416,67	4548,33	1895,14	59,62	6443,47
12	222868,33	4548,33	1857,24	58,43	6405,57
13	218320,00	4548,33	1819,33	57,24	6367,66
14	213771,67	4548,33	1781,43	56,04	6329,76
15	209223,33	4548,33	1743,53	54,85	6291,86
16	204675,00	4548,33	1705,62	53,66	6253,95
17	200126,67	4548,33	1667,72	52,47	6216,05
18	195578,33	4548,33	1629,82	51,27	6178,15
19	191030,00	4548,33	1591,92	50,08	6140,25
20	186481,67	4548,33	1554,01	48,89	6102,34
21	181933,33	4548,33	1516,11	47,70	6064,44
22	177385,00	4548,33	1478,21	46,50	6026,54
23	172836,67	4548,33	1440,31	45,31	5988,64
24	168288,33	4548,33	1402,40	44,12	5950,73
25	163740,00	4548,33	1364,50	42,93	5912,83
26	159191,67	4548,33	1326,60	41,73	5874,93
27	154643,33	4548,33	1288,69	40,54	5837,02
28	150095,00	4548,33	1250,79	39,35	5799,12
29	145546,67	4548,33	1212,89	38,16	5761,22
30	140998,33	4548,33	1174,99	36,97	5723,32
31	136450,00	4548,33	1137,08	35,77	5685,41
32	131901,67	4548,33	1099,18	34,58	5647,51
33	127353,33	4548,33	1061,28	33,39	5609,61
34	122805,00	4548,33	1023,37	32,20	5571,70
35	118256,67	4548,33	985,47	31,00	5533,80
36	113708,33	4548,33	947,57	29,81	5495,90
37	109160,00	4548,33	909,67	28,62	5458,00
38	104611,67	4548,33	871,76	27,43	5420,09
39	100063,33	4548,33	833,86	26,23	5382,19

40	95515,00	4548,33	795,96	25,04	5344,29
41	90966,67	4548,33	758,06	23,85	5306,39
42	86418,33	4548,33	720,15	22,66	5268,48
43	81870,00	4548,33	682,25	21,46	5230,58
44	77321,67	4548,33	644,35	20,27	5192,68
45	72773,33	4548,33	606,44	19,08	5154,77
46	68225,00	4548,33	568,54	17,89	5116,87
47	63676,67	4548,33	530,64	16,69	5078,97
48	59128,33	4548,33	492,74	15,50	5041,07
49	54580,00	4548,33	454,83	14,31	5003,16
50	50031,67	4548,33	416,93	13,12	4965,26
51	45483,33	4548,33	379,03	11,92	4927,36
52	40935,00	4548,33	341,12	10,73	4889,45
53	36386,67	4548,33	303,22	9,54	4851,55
54	31838,33	4548,33	265,32	8,35	4813,65
55	27290,00	4548,33	227,42	7,15	4775,75
56	22741,67	4548,33	189,51	5,96	4737,84
57	18193,33	4548,33	151,61	4,77	4699,94
58	13645,00	4548,33	113,71	3,58	4662,04
59	9096,67	4548,33	75,81	2,38	4624,14
60	4548,33	4548,33	37,90	1,19	4586,23

Fuente: Banco Nacional del Fomento y Cuadro 90

Elaborado por: La Autora

ESTRUCTURA DE COSTOS.

Los costos son todas los desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico, estos costos constituyen uno de los aspectos importantes para la determinación de la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evaluación del mismo, proyectando la situación contable. La cual se calculará estos valores.

El índice de proyección para los presupuestos se la realizó con la tasa de inflación de enero 31 de 2016 que es de 3,09%, información proporcionada por el INEC.

CUADRO 92

PRESUPUESTOS DE COSTOS PARA LOS CINCO AÑOS					
RUBROS	1	2	3	4	5
COSTO DE INFRAESTRUCTURA					
Terreno	40000,00	41236,00	42510,19	43823,76	45177,91
Edificio	155445,00	160248,25	165199,92	170304,60	175567,01
Maquinaria	119506,00	123198,74	127005,58	130930,05	134975,79
Herramientas de producción	367,45	378,80	390,51	402,58	415,02
Muebles y enseres	2062,00	2125,72	2191,40	2259,11	2328,92
Equipos de computación	8512,03	8775,05	9046,20	9325,73	9613,89
Equipos de oficina	400,00	412,36	425,10	438,24	451,78
TOTAL COSTO DE INFRAESTRUCTURA	326292,48	336374,92	346768,90	357484,06	368530,32
COSTO DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA					
Estudio del proyecto	1100,00	1133,99	1169,03	1205,15	1242,39
Patente	30,00	30,93	31,88	32,87	33,88
Registro sanitario	70,00	72,16	74,39	76,69	79,06
Sistema de facturación	1850,00	1907,17	1966,10	2026,85	2089,48
Trámites de constitución	1250,00	1288,63	1328,44	1369,49	1411,81
TOTAL COSTO CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	4300,00	4432,87	4569,85	4711,05	4856,63
COSTO DE PRODUCCIÓN					
Materia prima	121500,00	125254,35	129124,71	133114,66	137227,91
Mano de obra directa	17521,88	18063,31	18621,46	19196,87	19790,05
Mano de obra indirecta	6349,20	6545,39	6747,64	6956,15	7171,09
Costos de fabricación	2721,11	2805,19	2891,87	2981,23	3073,35
TOTAL COSTO PRIMO	148092,19	152668,24	157385,69	162248,90	167262,40
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos administrativos	47884,74	49364,38	50889,74	52462,23	54083,31
Suministros y materiales de oficina	2916,12	3006,23	3099,12	3194,88	3293,61
Servicios básicos	1061,28	1094,07	1127,88	1162,73	1198,66
Gastos de mantenimiento	1440,00	1484,50	1530,37	1577,66	1626,40
Gastos de limpieza y aseo	648,00	668,02	688,67	709,94	731,88
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	53950,14	55617,20	57335,77	59107,45	60933,87
GASTOS DE VENTAS					
Transporte	7200,00	7422,48	7651,83	7888,28	8132,02
Radio y Prensa escrita	1224,00	1261,82	1300,81	1341,01	1382,44
Vendedor	6349,20	6545,39	6747,64	6956,15	7171,09
TOTAL GASTOS VENTAS	14773,20	15229,69	15700,29	16185,43	16685,56
DEPRECIACIONES					
Depreciación de edificio	7383,64	7383,64	7383,64	7383,64	7383,64
Depreciación de Maquinaria	10755,54	10755,54	10755,54	10755,54	10755,54
Depreciación de muebles y enseres	185,58	185,58	185,58	185,58	185,58
Depreciación de equipos de computo	1882,01	1882,01	1882,01	1882,01	1882,01
Depreciación de otros equipos	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00

TOTAL DEPRECIACIONES	20242,77	20242,77	20242,77	20242,77	20242,77
GASTOS FINANCIEROS					
Pago préstamo capital más interés	79368,38	73910,37	68452,37	62994,38	57536,37
TOTAL GASTO FINANCIERO	79368,38	73910,37	68452,37	62994,38	57536,37
OTROS GASTOS					
Amortización del Activo Diferido	903,00	903,00	903,00	903,00	903,00
TOTAL OTROS GASTOS	903,00	903,00	903,00	903,00	903,00
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	647922,16	659379,06	671358,64	683877,04	696950,91

Fuente: Cuadros de inversiones, depreciaciones, amortizaciones y proyecciones

Elaborado por: La Autora

Costo Total de Producción.

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

Costo de Fabricación, Gastos de Administración, Gastos de venta, gastos Financieros y otros gastos especiales. Detallamos a continuación en el siguiente cuadro.

CUADRO 93

RESUMEN COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN			
DESCRIPCIÓN	VALOR ANUAL	VALOR DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR REAL
Costo de Infraestructura	326292,48	20242,77	346535,25
Costo de Constitución	4300,00		4300,00
Costos de Producción	148092,19		148092,19
Gastos de Administración	53950,14		53950,14
Gastos de Venta	14773,20		14773,20
Gastos Financieros	79368,38		79368,38
Otros Gastos (Activo Diferido)	903,00		903,00
TOTAL			647922,16

Fuente: Cuadro 92

Elaborado por: La Autora

El cálculo se lo determina de la siguiente manera:

$$\mathbf{CTP} = \mathbf{CI} + \mathbf{CC} + \mathbf{CF} + \mathbf{GA} + \mathbf{GV} + \mathbf{GF} + \mathbf{OG}$$

Donde:

CTP= Costo Total de Producción

CI= Costo de Infraestructura

CC= Costo de Constitución

CF= Costo de Fabricación

GV= Gastos Administrativos

GF= Gastos Financieros

OG= Otros Gastos

Reemplazando:

$$\mathbf{CTP} = 326292,48 + 4300,00 + 148092,19 + 53950,14 + 14773,20 + 79368,38 \\ + 903,00 + 20242,77$$

$$\text{CTP} = 647922,16$$

CLASIFICACIÓN DE COSTOS.

Costos Fijos y Costos Variables.

Los costos fijos son los costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, en este caso el total de los costos fijos es de **506179,17 dólares.**

Los costos variables, son los costos en los que incurre la empresa y guarda dependencia importante con los volúmenes de venta, en este caso los costos variables son de **141742,99 dólares.**

CUADRO 94

ESTRUCTURA DE LOS COSTOS FIJOS Y VARIABLES										
RUBRO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
COSTO DE INFRAESTRUCTURA										
Terreno	40000,00		41236,00		42510,19		43823,76		45177,91	
Edificio	155445,00		160248,25		165199,92		170304,60		175567,01	
Maquinaria	119506,00		123198,74		127005,58		130930,05		134975,79	
Herramientas de producción	367,45		378,80		390,51		402,58		415,02	
Muebles y enseres	2062,00		2125,72		2191,40		2259,11		2328,92	
Equipos de computación	8512,03		8775,05		9046,20		9325,73		9613,89	
Equipos de oficina	400,00		412,36		425,10		438,24		451,78	
TOTAL COSTO DE INFRAESTRUCTURA	326292,48		336374,92		346768,90		357484,06		368530,32	
COSTO DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA										
Estudio del proyecto	1100,00		1133,99		1169,03		1205,15		1242,39	
Marca y Patente	30,00		30,93		31,88		32,87		33,38	
Registro sanitario	70,00		72,16		74,39		76,69		79,06	
Sistema de facturación	1850,00		1907,17		1966,10		2026,85		2089,48	
Trámites de constitución	1250,00		1288,63		1328,44		1369,49		1411,81	
TOTAL COSTO CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	4300,00		4432,87		4569,85		4711,05		4856,12	
COSTO DE PRODUCCIÓN										
Materia prima		121500,00		125254,35		129124,71		133114,66		137227,91
Mano de obra directa		17521,88		18063,31		18621,46		19196,87		19790,05
Mano de obra indirecta	6349,20		6545,39		6747,64		6956,15		7171,09	
Costos de fabricación		2721,11		2805,19		2891,87		2981,23		3073,35
TOTAL COSTO PRIMO	6349,20	141742,99	6545,39	146122,85	6747,64	150638,04	6956,15	155292,76	7171,09	160091,31
GASTOS ADMINISTRATIVOS										
Sueldos administrativos	47884,74		49364,38		50889,74		52462,23		54083,31	

Suministros y materiales de oficina	2916,12		3006,23		3099,12		3194,88		3293,61	
Servicios básicos	1061,28		1094,07		1127,88		1162,73		1198,66	
Gastos de mantenimiento	1440,00		1484,50		1530,37		1577,66		1626,40	
Gastos de limpieza y aseo	648,00		668,02		688,67		709,94		731,88	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	53950,14		55617,20		57335,77		59107,45		60933,87	
GASTOS DE VENTAS										
Transporte	7200,00		7422,48		7651,83		7888,28		8132,02	
Radio y Prensa escrita	1224,00		1261,82		1300,81		1341,01		1382,44	
Vendedor	6349,20		6545,39		6747,64		6956,15		7171,09	
TOTAL GASTOS VENTAS	14773,20		15229,69		15700,29		16185,43		16685,56	
DEPRECIACIONES										
Depreciación de edificio	7383,64		7383,64		7383,64		7383,64		7383,64	
Depreciación de Maquinaria	10755,54		10755,54		10755,54		10755,54		10755,54	
Depreciación de muebles y enseres	185,58		185,58		185,58		185,58		185,58	
Depreciación de equipos de computo	1882,01		1882,01		1882,01		1882,01		1882,01	
Depreciación de otros equipos	36,00		36,00		36,00		36,00		36,00	
TOTAL DEPRECIACIONES	20242,77		20242,77		20242,77		20242,77		20242,77	
GASTOS FINANCIEROS										
Pago préstamo capital más interés	79368,38		73910,37		68452,37		62994,38		57536,37	
TOTAL GASTO FINANCIERO	79368,38		73910,37		68452,37		62994,38		57536,37	
OTROS GASTOS										
Amortización del Activo Diferido	903,00		903,00		903,00		903,00		903,00	
TOTAL OTROS GASTOS	903,00		903,00		903,00		903,00		903,00	
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	506179,17	141742,99	513256,21	146122,85	520720,59	150638,04	528584,28	155292,76	536859,09	160091,31

Fuente: Cuadro 92 y Tasa de Inflación al 31 de enero de 2016 del 3,09%, información proporcionada por el INEC

Elaborado por: La Autora

INGRESOS.

Entendemos como ingreso a la cantidad de dinero ganada o recaudada que recibe una empresa, procedente de la venta de sus productos. Es el resultado de multiplicar el precio de venta por el número de unidades producidas. En este caso nuestro ingreso se deberá a la venta de rollos de papel kraft en base al bagazo de la caña de azúcar. Para obtener nuestro ingreso, debemos obtener nuestro costo unitario, al mismo que deberemos añadirle un margen de utilidad que en nuestro caso será del 15%, con un incremento gradual del 5%. Debo señalar que el margen de utilidad se ha determinado considerando que al incrementar el costo unitario, el precio final sea aceptable dentro del mercado.

Costo Unitario de Producción.

El costo unitario de producción resulta de la relación existente entre el costo total y el número unitario de producción, durante el periodo, en este caso tenemos:

$$CUP = \frac{CTP}{NUP}$$

$$CUP = \frac{647941,17}{625872}$$

$$CUP = 1,04 \text{ dólares.}$$

$$P.V.P = 1,04 + 15\% = 1,29 \text{ dólares}$$

CUADRO 95

INGRESOS TOTALES						
AÑOS	COSTOS	NÚMERO DE UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO UNITARIO	UTILIDAD 15%	PRECIO DE VENTA AL PUBLICO	INGRESOS TOTALES
1	647941,17	625872	1,04	0,26	1,29	809926,46
2	659398,07	662688	1,00	0,30	1,29	857217,49
3	671377,65	699504	0,96	0,34	1,30	906359,82
4	683896,05	699504	0,98	0,34	1,32	923259,67
5	696950,91	699504	1,00	0,35	1,35	940883,73

Fuente: Cuadro 41 y 92

Elaborado por: La Autora

EL PUNTO DE EQUILIBRIO.

Es el estado de equilibrio entre ingresos y egresos de una empresa, sería el umbral donde está próximo a lograrse la rentabilidad. Es una herramienta clave para determinar la solvencia de la empresa y su nivel de rentabilidad. Para ello tomaremos en cuenta los costos fijos y los costos variables que se encuentran en el cuadro de Presupuesto de costos para los cinco años. El punto de equilibrio se lo ha calculado para el año 1 y 5, lo obtendremos matemáticamente a través de fórmulas y gráficamente, luego del cuadro de clasificación de costos.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1.**CÁLCULO MATEMÁTICO.****a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTO VARIABLE TOTAL}} \times 100$$

$$PE = \frac{506179,17}{809926,46 - 141742,99} \times 100$$

$$PE = \frac{506179,17}{668183,47} \times 100$$

$$PE = 75,75\%$$

b. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS.

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

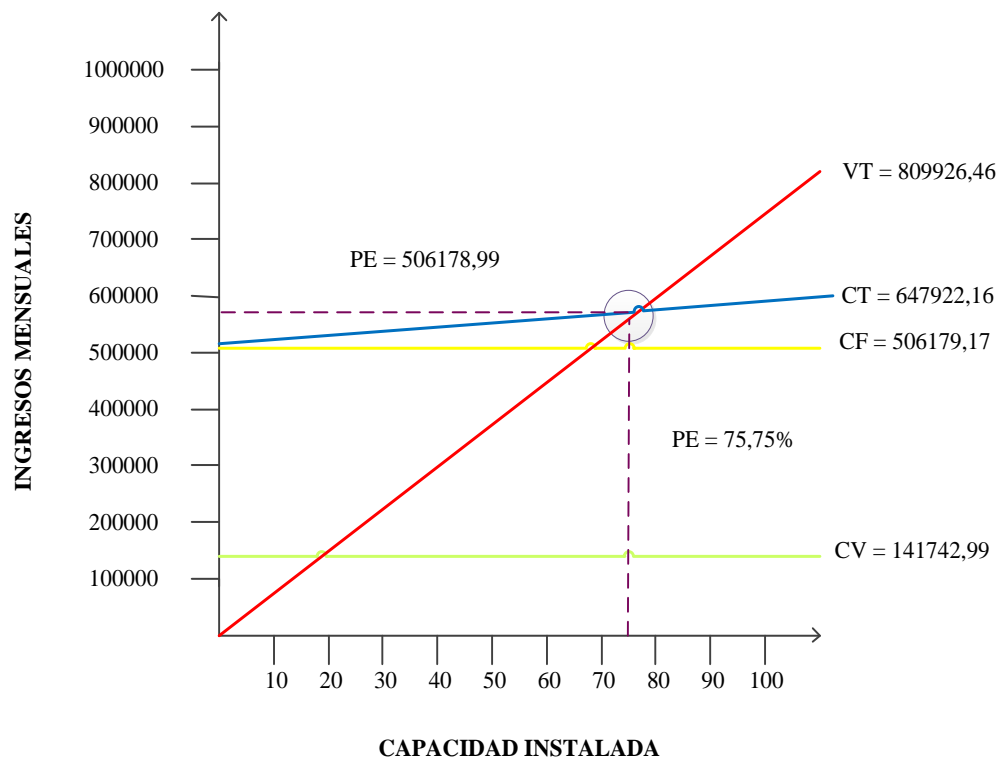
$$PE = \frac{506179,17}{1 - \frac{141742,99}{809926,46}}$$

$$PE = \frac{506179,17}{1 - 0,1750}$$

PE = 506178,99 dólares al año

REPRESENTACIÓN GRÁFICA DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.

GRAFICO 39



ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa venda \$506178,99 y trabaje con una capacidad instalada de un 75,75%, en este punto la empresa ni pierde ni gana, existiendo equilibrio, denominado también punto muerto. Como podemos

observar el gráfico nos indica que existe ganancia, ya que las ventas son mayores a \$506178,99 dólares.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5.

CÁLCULO MATEMÁTICO.

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTO VARIABLE TOTAL}} \times 100$$

$$PE = \frac{536859,09}{940883,73 - 160091,31} \times 100$$

$$PE = \frac{542373,98}{780792,42} \times 100$$

$$PE = 68,76\%$$

b. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS.

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

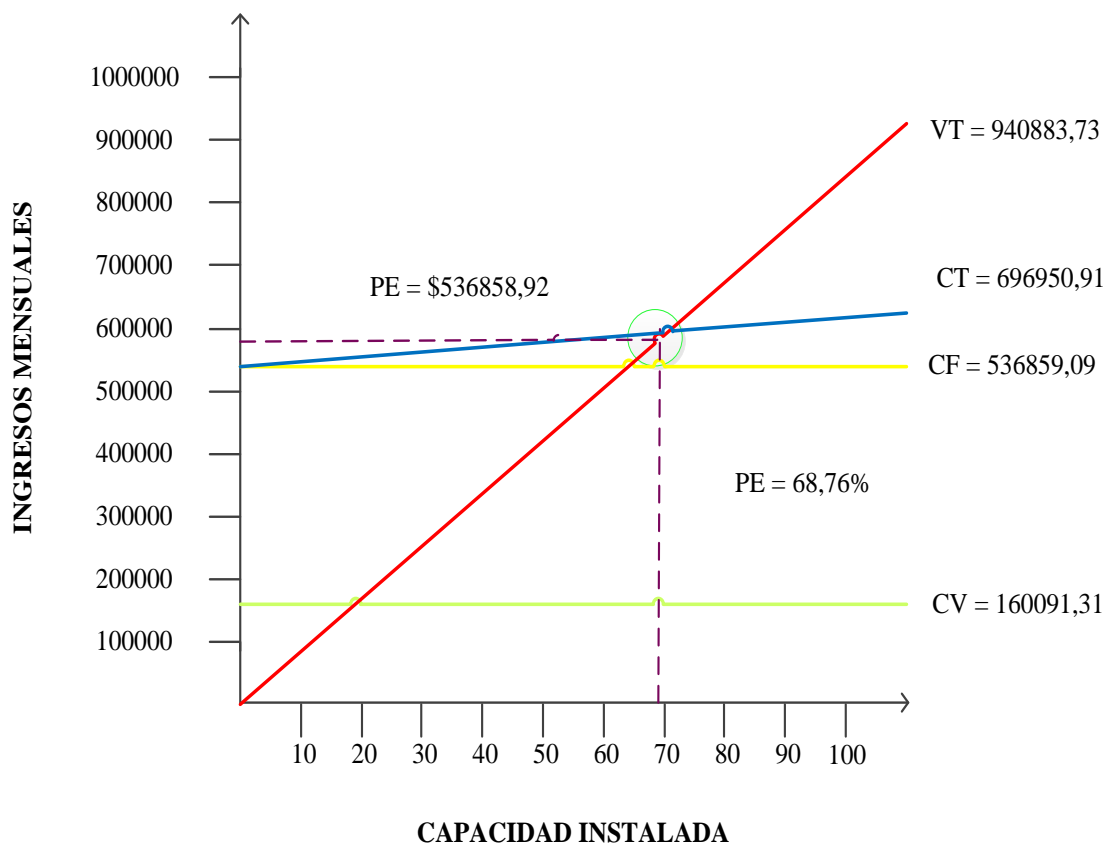
$$PE = \frac{536859,09}{1 - \frac{160091,31}{940883,73}}$$

$$PE = \frac{536859,09}{1 - 0,1701}$$

PE = 536858,92 dólares al año

REPRESENTACIÓN GRÁFICA DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.

GRÁFICO 40



ANÁLISIS: Para el quinto año el punto de equilibrio se produce cuando la empresa tiene ventas de \$536858,92 dólares y trabaje con una capacidad instalada de 68,76%, por tanto, en este punto, la empresa no gana ni pierde; existiendo equilibrio o punto muerto. Como se observa en el gráfico las ventas son mayores que el punto de equilibrio, lo que nos demuestra que existen ganancias.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

Es un documento financiero nos muestra en forma detallada y ordenada como se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado, mostrando de esta manera las utilidades o pérdidas sufridas en este proyecto.

En el primer año del proyecto nuestra empresa tiene una utilidad líquida de **311126,14 dólares**, y para el quinto año la utilidad es de **506580,56 dólares**.

CUADRO 96

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
PERÍODOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por ventas	1133863,78	1192838,40	1329057,60	1405409,63	1486964,07
Valor residual	0,00	0,00	2808,97	0,00	23487,39
TOTAL DE INGRESOS	1133863,78	1192838,40	1331866,57	1405409,63	1510451,46
EGRESOS					
(=) Costo total	647922,16	659379,06	671358,64	683877,04	696950,91
TOTAL DE EGRESOS	647922,16	659379,06	671358,64	683877,04	696950,91
(=) Utilidad bruta ventas	485941,62	533459,34	660507,93	721532,59	813500,55
(-) 15% Utilidad trabajadores	72891,24	80018,90	99076,19	108229,89	122025,08
(=) Utilidad antes de impuestos	413050,38	453440,44	561431,74	613302,70	691475,47
(-) 22% Impuesto a la renta	90871,08	99756,90	123514,98	134926,59	152124,60
(=) Utilidad neta del ejercicio	322179,29	353683,54	437916,76	478376,11	539350,86
(-) 10% Reserva legal	32217,93	35368,35	43791,68	47837,61	53935,09
(+) Depreciaciones	20261,78	20261,78	20261,78	20261,78	20261,78
(+) Amortizaciones	903,00	903,00	903,00	903,00	903,00
(=) Utilidad Líquida para socios	311126,14	339479,97	415289,86	451703,28	506580,56

Elaborado por: La Autora

FLUJO DE CAJA.

El flujo de caja es un informe financiero que presenta en detalle los flujos de entrada y salida de dinero que tendrá nuestra empresa en un periodo determinado.

CUADRO 97

FLUJO DE CAJA						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
CAPITAL PROPIO	300000,00					
PRÉSTAMO BANCARIO BNF	274778,41					
VENTAS		809926,46	857217,49	906359,82	923259,67	940883,73
VALOR RESIDUAL				2808,97		23487,39
TOTAL INGRESOS	574778,41	809926,46	857217,49	909168,79	923259,67	964371,12
EGRESOS						
ACTIVOS FIJOS	342607,10					
ACTIVOS DIFERIDOS	4515,00					
ACTIVO DE CAPITAL	227656,31					
REINVERSIÓN ACTIVOS					10555,03	
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN		647922,16	659379,06	671358,64	683877,04	696950,91
TOTAL EGRESOS	574778,41	647922,16	659379,06	671358,64	694432,07	696950,91
UTILIDAD BRUTA		162004,30	197838,43	237810,15	228827,60	267420,21
15% A TRABAJADORES		24300,65	29675,76	35671,52	34324,14	40113,03
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		137703,66	168162,66	202138,63	194503,46	227307,18
22% DE IMPUESTO A LA RENTA		30294,80	36995,79	44470,50	42790,76	50007,58
UTILIDAD NETA		107408,85	131166,88	157668,13	151712,70	177299,60
DEPRECIACIÓN		20261,78	20261,78	20261,78	20261,78	20261,78
AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS		903,00	903,00	903,00	903,00	903,00
FLUJO REAL DE CAJA	0,00	128573,63	152331,66	178832,91	172877,48	198464,38

Elaborado por: La Autora

EVALUACIÓN FINANCIERA

VALOR ACTUAL NETO

El **Valor Actual Neto** es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La inversión se considera aceptable cuando su **Valor Actual Neto** es mayor que cero.

CUADRO 98

VALOR ACTUAL NETO			
PERIODO	FLUJO DE EFECTIVO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 10,17%	VALOR ACTUALIZADO NETO
1	128573,63	0,9076881184	116704,76
2	152331,66	0,8238977202	125505,71
3	178832,91	0,7478421714	133738,79
4	172877,48	0,6788074534	117350,52
5	198464,38	0,6161454601	122282,93
Fuente: Cuadro 97			615582,70
Elaborado por: La autora			574778,41
			40804,29

$$\text{VAN} = 40804,29$$

INTERPRETACIÓN. Como podemos observar el valor de sumatoria de los flujos de todo el periodo suma \$1329133,93 dólares, esto menos la inversión inicial que es de \$574778,41 dólares, nos da el VALOR ACTUAL NETO positivo que es de \$40804 ,29 dólares por lo que es conveniente aceptar el proyecto. El 10,47% es la tasa de interés activa efectiva vigente para el sector productivo empresarial según el BANCO CENTRAL DEL ECUADOR.

TASA INTERNA DE RETORNO.

Es un método que consiste en determinar el interés que genera un proyecto durante su vida útil. Se podría interpretar a la TASA INTERNA DE RETORNO, como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión. Los criterios de decisión son:

- Si la TIR es mayor que el costo de capital se acepta el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo de capital se rechaza el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo de capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.

CUADRO 99

TASA INTERNA DE RETORNO					
ANOS	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
		12,00%		13,00%	
1	128573,63	0,8928571429	114797,89	0,8849557522	113781,98
2	152331,66	0,7971938776	121437,86	0,7831466834	119298,03
3	178832,91	0,7117802478	127289,73	0,6930501623	123940,18
4	172877,48	0,6355180784	109866,76	0,6133187277	106029,00
5	198464,38	0,5674268557	112614,02	0,5427599360	107718,51
Fuente: Cuadro 97			586006,27		570767,70
Elaborado por: La autora			574778,41		574778,41
			11227,86		-4010,71

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

$$TIR = 12,74\%$$

INTERPRETACIÓN.

En este proyecto la TASA INTERNA DE RETORNO, es del 12,74% y este es mayor que la tasa de interés activa efectiva vigente para el sector productivo empresarial según el BANCO CENTRAL DEL ECUADOR que es de 10,47%. Estamos ante un proyecto empresarial rentable, que supone un retorno de la inversión equiparable a unos tipos de interés altos que posiblemente no se encuentren en el mercado.

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO.

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto.

Para una conclusión acerca de la viabilidad de un proyecto, bajo este enfoque, se debe tener en cuenta la comparación de la relación B/C hallada en comparación con 1, así tenemos lo siguiente:

- $B/C > 1$ indica que los beneficios superan los costes, por consiguiente el proyecto debe ser considerado.
- $B/C=1$ Aquí no hay ganancias, pues los beneficios son iguales a los costes.
- $B/C < 1$, muestra que los costes son mayores que los beneficios, no se debe considerar.

CUADRO 100

RELACIÓN BENEFICIO COSTO						
ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL				ACTUALIZACIÓN INGRESO TOTAL		
AÑOS	COSTO ORIGINAL	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESO ACTUALIZADO
		10,17			10,17	
1	647941,17	0,9076881184	588128,50	809926,46	0,9076881184	735160,63
2	659398,07	0,8238977202	543276,56	857217,49	0,8238977202	706259,53
3	671377,65	0,7478421714	502084,52	906359,82	0,7478421714	677814,10
4	683896,05	0,6788074534	464233,74	923259,67	0,6788074534	626715,55
5	696950,91	0,6161454601	429423,14	940883,73	0,6161454601	579721,24
Fuente: Cuadro 97			2527146,46			3325671,04

Elaborado por: La autora

$$R\left(\frac{B}{C}\right) = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

$$R\left(\frac{B}{C}\right) = \frac{3325671,04}{2527146,46}$$

$$R\left(\frac{B}{C}\right) = 1,32$$

INTERPRETACIÓN.

El valor del BENEFICIO/COSTO es de 1,32; es decir que los ingresos superan a los costos, por lo que se puede afirmar que por cada unidad monetaria invertida se tendrá un retorno del capital invertido y una ganancia de 0,32 dólares, en consecuencia este proyecto resulta atractivo para la inversión.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL.

El periodo de recuperación de capital es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto. Este método es uno de los más utilizados para evaluar y medir la liquidez de un proyecto de inversión.

Aquí se muestran los rangos de referencias comunes:

- 1 año (gran liquidez)
- 3 años (liquidez media)
- 6 años y más (pequeña liquidez).

CUADRO 101

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL			
AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO DE CAJA	FLUJO ACUMULADO PARA LLEGAR A LA INVERSIÓN
0	574778,41		
1		128573,63	128573,63
2		152331,66	280905,29
3		178832,91	459738,20
4		172877,48	632615,68
5		198464,38	831080,06
		831080,06	

Fuente: Cuadro 97

Elaborado por: La autora

$$\text{PRC} = \text{AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN} + \frac{\text{INVERSIÓN} - \text{PRIMEROS FLUJOS}}{\text{FLUJO DEL AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$$

$$\text{PRC} = 4 + \frac{574778,41 - 869271,12}{632615,68}$$

$$\text{PRC} = 3,93$$

Tenemos los 3 años de la inversión, ahora la diferencia de 0,93 la multiplicaremos por 12 meses que tiene el año y a su vez por 30 días que tiene el mes para saber con exactitud los meses y los días de la recuperación del capital.

2 años

$$0,93 \times 12 = 11,16 \text{ para los meses}$$

$$0,16 \times 30 = 4,80 \text{ para los días}$$

La inversión de nuestro proyecto se recupera en 3 años, 11 meses y 5 días.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD.

El ANALISIS DE SENSIBILIDAD, es un término financiero, muy utilizado en las empresas para tomar decisiones de inversión, que consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el valor actual neto, al cambiar una variable.

CUADRO 102

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DE COSTOS EN 7,22%								
AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 7,22%	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACT.	VAN MENOR	FACT. ACT.	VAN MAYOR
					12,65%		13,65%	
0						574778,41		574778,41
1	647941,17	694696,60	809926,46	115229,86	0,8877052818	102290,15	0,8798944127	101390,1079
2	659398,07	706980,23	857217,49	150237,26	0,7880206674	118390,06	0,7742141774	116315,8133
3	671377,65	719824,26	906359,82	186535,57	0,6995301087	130487,24	0,6812267289	127073,0128
4	683896,05	733245,99	923259,67	190013,68	0,6209765723	117994,04	0,5994075926	113895,6424
5	696950,91	747242,89	940883,73	193640,84	0,5512441831	106743,39	0,5274153916	102129,1599
TOTAL						575904,89		560803,7364
						1126,48		-13974,67

Fuente: Cuadro 97

Elaborado por: La autora

$$NTIR = 12,72\%$$

$$TIR \text{ del proyecto} = 12,74\%$$

1) DIFERENCIA DE TIR

$$\text{Dif. Tir.} = \text{Tir proy.} - \text{Nueva Tir}$$

$$\text{Dif. Tir.} = 0,02$$

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$\% \text{ Var.} = (\text{Dif. Tir} / \text{Tir del proy.}) * 100$$

$$\% \text{ Var.} = 0,13$$

3) SENSIBILIDAD

$$\text{Sensib.} = \% \text{ Var.} / \text{Nueva Tir.}$$

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

INTERPRETACIÓN: El proyecto no es sensible y resiste un incremento del 7,22% en los costos.

CUADRO 103

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DE INGRESOS EN 5,49%								
AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
			5,49%	FLUJO NETO	FACT. ACT. 12,10%	VAN MENOR	FACT. ACT. 13,10%	VAN MAYOR
0							574778,41	574778,41
1	647941,17	809926,46	765461,50	117520,33	0,8920606601		104835,26	103908,3375
2	659398,07	857217,49	810156,25	150758,18	0,7957722213		119969,17	117857,0799
3	671377,65	906359,82	856600,67	185223,02	0,7098770931		131485,58	128028,6454
4	683896,05	923259,67	872572,72	188676,66	0,6332534283		119480,14	115310,2111
5	696950,91	940883,73	889229,21	192278,30	0,5649004712		108618,10	103900,4081
TOTAL							584388,26	569004,6819
							9609,85	-5773,73

Fuente: Cuadro 97

Elaborado por: La autora

NTIR = 12,72%

TIR del proyecto = 12,74%

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif. Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif. Tir. = 0,02

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

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

% Var. = 0,13

3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var. / Nueva Tir.

Sensibilidad = 0,99

INTERPRETACIÓN: El proyecto no es sensible y resiste una disminución en los ingresos del 5,49%.

h. CONCLUSIONES.

Culminado el presente trabajo de investigación se concluye lo siguiente:

- Existe una demanda efectiva anual de 1056021 y una oferta anual de 174150 rollos de papel, según los datos obtenidos por las cinco distribuidoras más representativas de la ciudad, lo que da una demanda insatisfecha de 881871 rollos de papel al año.
- El producto será elaborado en un 100% con bagazo de caña de azúcar en una presentación de rollo de 120 hojas y cada hoja tendrá una dimensión de 20,60 x 26,80 cm.
- Los canales de comercialización a utilizar serán de venta directa y por medio de intermediarios, teniendo como mercado objetivo la ciudad de Loja.
- Los medios publicitarios a utilizar son Radio la Hechicera y el diario de mayor circulación en la ciudad de Loja “La Hora”.
- La inversión total requerida para el proyecto es de 574778,41 dólares, los mismos que serán financiados en un 52% por los accionistas que representan la cantidad de 300000,00 dólares y el 48% por requerimiento crediticio que representa la cantidad de 274778,41 dólares.

- La empresa estará ubicada en la Parroquia Malacatos, a 25 minutos de la ciudad de Loja, en el Barrio “El Vergel” a 300 metros de la escuela “Víctor Mercante”, en un área de 1000 metros cuadrados de terreno y 723 metros cuadrados de construcción, y cuenta con todos los servicios básicos y vías de acceso.
- Estará constituida como Compañía Limitada, sujetándose a las normas legales establecidas de la Ley de compañías de nuestro país.
- El costo unitario por cada rollo de papel kraft es de \$1,04 centavos de dólar y al sumar un margen de utilidad del 15% nos da un P.V.P. de \$1,29 centavos de dólar, lo que permite que el producto ingrese al mercado sin ninguna clase de obstáculos, en especial por el precio, ya que el mismo se encuentra por debajo del de la competencia.
- De acuerdo a la evaluación financiera, el proyecto es rentable ya que el valor que refleja el Valor Actual Neto es positivo (40804,29 dólares), la Tasa Interna de Retorno tiene un valor satisfactorio con un factor de actualización del 12,74% y este es mayor que la tasa de interés activa efectiva vigente para el sector productivo empresarial según el BANCO CENTRAL DEL ECUADOR que es de 10,17%.
- La relación beneficio / costo es de 1,32; es decir que los ingresos superan a los costos, por lo que se puede afirmar que por cada unidad monetaria invertida se tendrá un retorno del capital invertido y una ganancia de 0,32 dólares, en

consecuencia este proyecto resulta atractivo para la inversión. La inversión de nuestro proyecto se recupera en 3 años, 11 meses y 5 días.

- Finalmente, realizado el análisis de sensibilidad incrementando los costos y disminuyendo los ingresos se determinó que el proyecto no será sensible al incremento de los costos en un 7,22%, ni al decremento en los ingresos del 5,49%.

i. RECOMENDACIONES.

Efectuadas las conclusiones se llegó a determinar las siguientes recomendaciones.

- Para satisfacer al 100% la demanda insatisfecha existente e incrementar la productividad de la empresa se debe utilizar el máximo de la capacidad instalada.
- Continuar realizando investigación constante para acrecentar el tamaño de la empresa y mejorar nuestro producto.
- Ampliar los canales de comercialización con miras a la expansión del producto en el mercado, abarcando la provincia Loja, la Región Sur y todo el Ecuador.
- Utilizar los medios de comunicación de mayor acogida realizando convenios de promoción permanentes con la finalidad de difundir el producto en el mercado.
- Buscar el mayor rendimiento en los factores de producción, para incrementar la capacidad instalada tratando de cubrir al máximo la demanda insatisfecha existente.
- Ampararse ante las normas establecidas por la Ley de Compañías, en la Minuta de Constitución y en el Reglamento Interno elaborado para el efecto.

- Efectuar planes de financiamiento de la deuda a fin de liquidarla en el tiempo establecido, evitando con ello el incremento de los gastos financieros.
- Mantener un constante cuidado de los costos de producción, para evitar su incremento en el costo unitario y como consecuencia de ello la disminución de las ventas.
- Se recomienda la ejecución del proyecto debido a los excelentes resultados obtenidos a través de los criterios de evaluación propuestos.

j. BIBLIOGRAFÍA.

- C.P. A Jaime A. Acosta Altamirano. “Apuntes de Contabilidad de Costos I
- Ferré Trenzano José María. Los Estudios de mercado, Ediciones Díaz de Santos S.A, Barcelona-España, 2008
- George W. Torrance (2009): Métodos para la evaluación económica de los programas de atención de la salud. Ed. Díaz de Santos, Madrid.
- Hessayon, D:G, Arreglos Florales, Editorial Blume, Barcelona España, 2008.
- Kotler Philip, Bloom Paul y Hayes Thomas, «El Marketing de Servicios Profesionales», Primera Edición Ediciones Paidós Ibérica S.A., 2004.
- Miranda Miranda, Juan José. Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera-económica-social-ambiental. MMEditores, 2010
- Gabriel Baca Urbina, McGRAW-Hill Interamericana, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Quinta edición 2008, pag 14

- Melián Rodríguez Manuel Ernesto “Estudio de Factibilidad Económico Financiero en proyecto de inversión” Guía de investigación financiera para estudiantes. 2011
- Miguel David Rojas López, PROYECTOS Formulación y Evaluación, Medellin 2008 pag 27

BIBLIOGRAFIA WEB.

- <http://www.siap.gob.mx/siaprendes/contenidos/3/03-cana-azucar/contexto-2.html>
- <http://ambitoeconomico.blogspot.com/2012/10/produccion-de-la-cana-de-azucar-en-el.html>
- <http://definicion.de/punto-de-equilibrio/#ixzz2EtXwm7RL>
- https://es.wikipedia.org/wiki/Papel_de_estraza
- <http://www.bolsa-papel.com/2013/01/que-es-el-papel-kraft.html>
- www.retopyme.com.ar/beta/Infodemarketing.pdf

k. ANEXOS**ANEXO 1****a. TEMA:**

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAPEL KRAFT EN BASE AL BAGAZO DE LA CAÑA DE AZÚCAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

b. PROBLEMÁTICA:

Debido al cambio de la matriz productiva del país, se considera necesario el desarrollo de nuevas industrias amigables con el medio ambiente que ayuden al desarrollo económico. Al elaborar productos que eviten la importación y así se genera divisas que benefician al progreso económico e industrial de la ciudad.

Loja se caracteriza por ser una ciudad eminentemente comercial y no industrial a pesar de estar relegada de los grandes puertos comerciales del país; así que los comerciantes trasladan artículos desde otras ciudades para la venta y esta es la razón por la cual nuestra ciudad se ha desarrollado lentamente.

El sector industrial de Loja aporta con el 1% al Producto Interno Bruto del país, cantidad muy baja, en relación a lo que puede ofrecer nuestra ciudad en materia prima, desarrollo de tecnologías y fortalecimiento del talento humano, el mismo que debería ser explotado con la creación de nuevas industrias.

Las principales industrias que operan en la ciudad y en la provincia destacan:

- Malca, empresa azucarera con más de 55 años;
- Cafrilosa, empresa de embutidos y carnes con 40 años;
- ILE, fábrica de especierías con 41 años; entre las más importantes.

En los últimos cinco años nacieron compañías manufactureras de reciclaje, según información proporcionada por la Cámara de Industrias de Loja.

En Malacatos, parroquia del cantón Loja, pequeños agricultores desarrollan su trabajo en base al cultivo de la caña de azúcar. La idea de implantar una empresa productora y comercializadora de papel kraft en base de la caña de azúcar en nuestra ciudad surgió de la necesidad de aprovechar los residuos que se generan en las moliendas al momento de extraer de la caña de azúcar sus derivados como son: alcohol etílico, panela y como consecuencia de ese proceso el bagazo, el mismo que es subutilizado en la combustión y abono orgánico.

Con este proyecto se desea conocer la factibilidad de utilizar el bagazo de la caña de azúcar en el proceso de producción de papel kraft como principal componente y los beneficios que se obtendrán tanto en lo económico como en lo social, por lo tanto realizar un estudio de factibilidad para creación de una empresa productora y comercializadora de papel kraft en base al bagazo de caña de azúcar.

c. JUSTIFICACIÓN:

- **Académica:**

La ejecución del proyecto de investigación permitirá el desarrollo de habilidades y destrezas en el campo de nuestra profesión, donde pondremos en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de nuestra vida universitaria. La carrera nos está formando para la creación de nuestras propias empresas e ideas de negocios y como poner en marcha proyectos para así poder contribuir en todos los aspectos económicos y sociales tomando las mejores decisiones; así como también nos sirve como requisito para la aprobación del presente módulo permitiéndome adquirir experiencia en el campo profesional.

- **Social:**

La evaluación y diagnóstico del proyecto permitirá avizorar un panorama, para quienes requieran información sobre el aprovechamiento de materias primas que son subutilizadas y que es posible su uso y procesamiento. La información que se genere podría tener efectos favorables en la generación de fuentes de trabajo por lo tanto estará contribuyendo a la reducción del desempleo y aportar al cambio de la matriz productiva que requiere el país. La creación de nuestra empresa, nos permitirá brindar un gran aporte para la economía local, por lo tanto mejorara el nivel de vida de las personas que han conseguido una nueva fuente de trabajo y para sus propios dueños o socios que son generadores de ingresos y no solo depender de un sueldo gubernamental o de entes privados, ya que con la creación de la empresa se busca crecer y mejorar cada día en un trabajo conjunto.

- **Económico:**

El aprovechamiento de materias primas que son subutilizadas o desperdiciadas puede provocar un ahorro y un desarrollo de otros tipos de industria en la ciudad de Loja. Generando utilidad y empleo en la sociedad extremadamente consumista. Aquello puede derivar en otros servicios que beneficien económicamente, como al sector del transporte, imprentas, talleres e industrias que utilicen el papel como materia prima.

d. OBJETIVOS:

- **General:**

1. Determinar la factibilidad para la creación de la empresa productora y comercializadora de papel kraft en base al bagazo de la caña de azúcar en la ciudad de Loja.

- **Específicos:**

1. Realizar el estudio de mercado para determinar la demanda potencial real y efectiva, así como también la oferta para determinar la demanda insatisfecha.
2. Efectuar el estudio técnico que permita determinar el tamaño, la localización y la ingeniería del proyecto.
3. Elaborar el estudio administrativo que permitirá conocer la organización legal y la estructura administrativa de la empresa.

4. Determinar el estudio económico, para conocer los costos en los que se va a incurrir para la creación de la empresa.

5. Realizar el estudio financiero y evaluación económica para así conocer la TAZA INTERNA DE RETORNO (TIR), el VALOR ACTUAL NETO (VAN), ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD, TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

ANEXO 2

ENCUESTA PARA LA DEMANDA.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Buenos días/tardes, como estudiante del décimo ciclo de la carrera de Administración de Empresas me encuentro empeñada en elaborar un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAPEL KRAFT EN BASE AL BAGAZO DE LA CAÑA DE AZÚCAR EN LA CIUDAD DE LOJA”**, para lo cual le pido de la manera más comedida y respetuosa se digne contestar las siguientes preguntas

1. Utiliza usted toallas de papel para la limpieza en su hogar.

SI () NO ()

2. Estaría usted dispuesto/a a adquirir papel kraft para usos domésticos.

SI () NO ()

3. En que presentaciones le gustará adquirir el papel kraft.

- En paquetes de 100 unidades 33 x33 cm ()
- En rollos de 120 hojas de 20.60 x 26.80 cm ()

4. Donde le gustaría adquirir el papel kraft

- Auto servicios ()
- Bodegas ()
- Tiendas ()

- Supermercados ()
5. ¿Qué opina de la presentación y calidad del papel kraft para uso doméstico que usted adquiere?
- Excelente ()
 - Buena ()
 - Mala ()
6. ¿A qué precio usted adquiere el papel kraft para uso doméstico?
- Uno – tres dólares ()
 - Cuatro - Cinco dólares ()
 - Seis a ocho dólares ()
7. Si se implementara en nuestra ciudad una empresa productora y comercializadora de papel kraft para usos domésticos, usted adquiriría el producto.
- SI () NO ()
8. ¿Con que frecuencia usted utilizaría el papel kraft en el hogar?
- 1 - 2 rollos ()
 - 3 – 4 rollos ()
9. Estaría dispuesto a pagar un poco más por nuestro producto con respecto a los productos ya existentes en el mercado.
- SI () NO ()
10. El papel de uso doméstico que usted adquiere, satisface completamente sus necesidades
- SI () NO ()
11. ¿Qué medio publicitario usted prefiere?
- Televisión ()
 - Radio ()

- Prensa Escrita ()
- Vallas Publicitarias ()

12. En qué horarios usualmente usted tiene acceso a estos medios publicitarios

- 7H00 - 12H00 ()
- 13H00 – 18H00 ()
- 19H00 en adelante ()

13. ¿Le gustaría que la empresa ofrezca promociones a sus clientes?

SI () NO ()

14. ¿Qué promociones desearía que ofrezca la empresa?

- Sorteos mensuales ()
- Descuentos personales ()
- Producto gratis ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

ANEXO 3

ENCUESTA PARA LA OFERTA.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Buenos días/tardes, como estudiante del décimo ciclo de la carrera de Administración de Empresas me encuentro empeñada en elaborar un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAPEL KRAFT EN BASE AL BAGAZO DE LA CAÑA DE AZÚCAR EN LA CIUDAD DE LOJA”**, para lo cual le pido de la manera más comedida y respetuosa se digne contestar las siguientes preguntas

1. Vende usted papel kraft.

SI ()

NO ()

2. Estaría usted dispuesto/a a vender papel kraft para uso doméstico.

SI ()

NO ()

3. En que presentaciones le gustaría vender el papel kraft para uso doméstico.

- En paquetes de 100 unidades 33 x33 cm ()
- En rollos de 120 hojas de 20.60 x 26.80 cm ()

4. Le gusta la presentación y calidad del papel kraft para uso doméstico que usted vende?

SI ()

NO ()

5. ¿Cuál es el precio que usted vende el papel kraft para uso doméstico?
- Uno - tres dólares ()
 - Cuatro - Cinco dólares ()
6. ¿Cuántos rollos de papel kraft para uso doméstico vende mensualmente?
- 1 a 200 rollos mensuales ()
 - 201 a 400 rollos mensuales ()
 - 401 a 600 rollos mensuales ()
 - 601 a 800 rollos o más ()
7. ¿Con que frecuencia usted se abastece del papel kraft para uso doméstico para vender en su empresa?
- Quincenal ()
 - Mensual ()
8. El papel kraft de uso doméstico que usted vende, satisface completamente las necesidades de sus clientes.
- SI () NO ()
9. ¿Qué medio publicitario usted utiliza para hacer conocer su empresa?
- Televisión ()
 - Radio ()
 - Prensa Escrita ()
 - Vallas Publicitarias ()
10. En qué horarios usualmente usted publicita su empresa.
- 7H00 - 12H00 ()
 - 13H00 – 18H00 ()
 - 19H00 en adelante ()
11. ¿Usted ofrece promociones a sus clientes?
- SI () NO ()

12. ¿Qué tipos de promociones ofrecen los proveedores a su empresa?

- Sorteos mensuales ()
- Descuentos personales ()
- Producto gratis ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 4

DEPRECIACIONES.

CUADRO 51

TABLA DE DEPRECIACIONES	
DETALLE	PORCENTAJE
Edificio	5%
Maquinaria y muebles de oficina	10%
Equipo de computo	33%
Equipo de oficina	10%
Sistema de facturación	33%

Fuente: SRI

Elaborado por: La Autora

CUADRO 52

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS				VR=V.H./V.U.	DA=V.H.-V.R./AÑOS V.U.
ACTIVO FIJO	VALOR HISTÓRICO	VIDA ÚTIL	% DE DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Edificio	155445,00	20	5%	7772,25	7383,64
ZDS SERIES D-TYPE HIDRAPULPER SYSTEM	119506,00	10	10%	11950,60	10755,54
Muebles y Enseres	2062,00	10	10%	206,20	185,58
Equipos de Computo	8512,03	3	33%	2808,97	1901,02
Equipo de oficina	400,00	10	10%	40,00	36,00
SUBTOTAL	285925,03			22778,02	20261,78
Reinversión en equipos de Computo	10555,03	3	33%	3518,34	2345,56
TOTAL				26296,36	22607,34

Elaborado por: La Autora

ÍNDICE

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
ABSTRACT	5
c. INTRODUCCIÓN	7
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	10
e. MATERIALES Y MÉTODOS	53
f. RESULTADOS	59
g DISCUSIÓN	85
h. CONCLUSIONES	177
i. RECOMENDACIONES.....	180
j. BIBLIOGRAFÍA	182
k. ANEXOS	184
INDICE	196