



1859

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**

TÍTULO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA
ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
FLOREROS DE BOTELLAS RECICLADAS EN EL
CANTÓN PIÑAS, DE LA PROVINCIA DE EL ORO”**

TESIS PREVIA A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA COMERCIAL.

AUTORA:

Fabiola Alexandra Mora Rojas

DIRECTOR:

Ing. Galo Eduardo Salcedo López. Mg. Sc.

LOJA-ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN

Ing. Galo Eduardo Salcedo López. Mg. Sc.

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de Tesis, previo a la obtención del título de Ingeniera Comercial, sobre el tema: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FLOREROS DE BOTELLAS RECICLADAS EN EL CANTÓN PIÑAS, DE LA PROVINCIA DE EL ORO”**, realizada por la egresada Fabiola Alexandra Mora Rojas, ha sido orientado, dirigido y revisado bajo mi dirección; por lo tanto autorizo su presentación, sustentación y defensa de grado.

Loja, Julio del 2016



Ing. Galo Eduardo Salcedo López. MAE.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORIA

Yo, Fabiola Alexandra Mora Rojas, 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: Fabiola Alexandra Mora Rojas

Firma: Fabiola H.

Cédula: 0705066918

Fecha: Loja, Julio 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, Fabiola Alexandra Mora Rojas, declaro ser autora de la tesis titulada “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FLOREROS DE BOTELLAS RECICLADAS EN EL CANTÓN PIÑAS, DE LA PROVINCIA DE EL ORO**” como requisito para optar al 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 26 días del mes de julio del dos mil dieciséis, firma la autora.

Firma: *Fabiola M.*

Autora: Fabiola Alexandra Mora Rojas

Cédula: 0705066918

Dirección: Ciudad Piñas, Barrio Central, Calles: 8 de Noviembre y José Joaquín de Olmedo

Correo Electrónico: morafabiola@live.com

Teléfono 0939225133

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.

Tribunal de grado:

Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE.

Ing. Carlos Roberto Carpio Mg. Sc.

Ing. Víctor Nivaldo Anguisaca MAE.

Presidente

Vocal

Vocal

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo de tesis a todas las personas que incondicionalmente me apoyaron sin interés alguno formaron parte de este arduo trabajo por eso y por todo quiero dar gracias a mi esposo porque en cada momento supiste darme una mano amiga ,por comprender todo aquello que aún no sabías cual importante era para mí por la dicha de tener una familia fundada y felizmente unida por cada detalle qué compartimos juntos a ti esposo te dedico un triunfo más en mi vida, ya que como esposa y como madre he sido victoriosa.

Fabiola Alexandra

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos los tutores de la Universidad Nacional de Loja, Modalidad de Estudios a Distancia Carrera Administración de Empresas, quienes con su apoyo y guía fueron el pilar fundamental para la elaboración de este proyecto, y en especial al Ing. Galo Eduardo Salcedo López. MAE, quien con sus conocimientos y enseñanzas me guió para culminar con este trabajo en forma satisfactoria.

De igual manera extendo el agradecimiento a mis padres, hermanos y esposo por su apoyo incondicional.

La Autora

a. TÍTULO

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FLOREROS DE BOTELLAS RECICLADAS EN EL CANTÓN PIÑAS, DE LA PROVINCIA DE EL ORO”

b. RESUMEN

El objetivo general de la presente tesis es “Determinar la factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de floreros de botellas recicladas en el Cantón Piñas, de la provincia de El Oro”, el trabajo se desarrolló con la utilización de materiales bibliográficos de oficina y tecnológicos, métodos de investigación como el inductivo, deductivos, analíticos y estadísticos así mismo aplicamos la técnica de observación y encuesta, esta última fue realizada a una muestra de 378 familias que habitan en el Cantón Piñas y 23 locales que venden productos de similares.

El estudio de mercado, se ha determinado una demanda efectiva de floreros de 24.457 unidades, y una oferta de 328 floreros, por lo total existe una demanda insatisfecha de 24.122 unidades.

El Estudio Técnico se determinó la capacidad instalada de 7.800 floreros de botellas recicladas producidas anualmente y frente a la demanda insatisfecha de 24.122 con el 32.34% de segmentación y capacidad utilizada de 5.460 con el 70% incrementando un 3 % cada año hasta cubrir el 95% de capacidad instalada.

La microempresa funcionará en el cantón Piñas, ubicada en la Calle Loja y Gonzales Suarez. Se ha elegido este lugar porque cumple con todos los requerimientos necesarios para su funcionamiento.

En el estudio organizacional se decretó la necesidad de contratar a personal con capacidades para cumplir roles diferentes de acuerdo al perfil de requerimiento.

Legalmente la empresa se constituirá como una Compañía de Responsabilidad Limitada

se denominara “Fabys Diseños y Creaciones Cía. Ltda., su actividad económica elaborar floreros de botellas recicladas con una proyección de 10 años.

El estudio financiero tendrá una inversión del 8.615.10, aportando un capital propio de 615.10 dólares que es el 7.14% y 8.00.00 dólares que es el 92.86.% financiado por el Banco del Pichincha con una tasa de interés del 15% anual.

En el estado de Pérdidas y Ganancias se anuncia para el primer año hay un beneficio de 3.155.80 y un flujo de caja de 3.102.41 alcanzando para el último año del proyecto una utilidad de 15.430.83.

El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad de 79.47% y tiene unas ventas de 46.341.79 dólares. En este punto de la empresa ni gana ni pierde

Con lo que respecta a la valuación financiera tenemos resultados factibles quiere decir que podemos desarrollar el proyecto para la creación de la microempresa a través de los principales indicadores que son Valor Actual Neto de 30.557.58 el cual es positivo mayor a uno esto garantiza la rentabilidad del proyecto , Tasa Interna de Retorno 60.27%, Periodo Recuperación de Capitales en 2 años 2 meses y 12 días con un Beneficio Costo de 1.21 centavos de dólar; El análisis de sensibilidad con un incremento de 9.81% y una disminución de ingresos de 7.99%. Por lo tanto el estudio es favorable.

Además se determinaron conclusiones y recomendaciones por lo que se considera que el proyecto es rentable el cual genera fuentes de trabajo para el desarrollo comercial dentro del Cantón Piñas, de la provincia de El Oro.

ABSTRACT

The overall objective of this thesis is "determine a project's feasibility studies for the creation of a small company dedicated to the production and marketing of vases of bottles recycled in the Canton pineapples, in the province of gold", the work was developed with the use of library materials of office and technological methods of research as the inductive, deductive analytical and statistical we apply the same technique of observation and survey, the latter was performed on a sample of 378 families living in the Canton pineapples and 23 locations that sell similar products.

The market study, found an effective demand of vases of 24.457 units, and an offer of 328 vases, by the total there is an unsatisfied 24.122 drives demand

The technical study was determined the installed capacity of 7,800 vases from recycled bottles produced annually and meet the demand unsatisfied 24.122 with the 32.34% segmentation and capacity used 5.460 with 70% increasing by 3% each year to cover 95% of installed capacity.

Micro will operate the piñas canton, located in Calle Loja and Gonzales Suarez. This place was chosen because it meets all the requirements necessary for its operation.

The organizational study was declared the need to recruit personnel with capabilities to fulfill different roles according to the requirement profile.

Legally the company shall be constituted as a limited liability company called "Fabys designs and creations Ltda. his business making vases from recycled bottles with a projection of 10 years."

The financial study will have an investment of 8.615.10, providing an equity of 615.10

dollars which is the 7.14% and 8.00.00 dollars which is the 92.86. % financed by the Banco del Pichincha with a 15% annual interest rate.

In the State of losses and profits is announced for the first year there is a benefit of 3.155.80 and a cash flow of 3.102.41 reaching a 15.430.83 utility for the last year of the project.

The point of equilibrium occurs when the company is working at a capacity of 79.47% and has sales of 46.341.79 dollars. At this point in the company or win or lose

With regards to the financial valuation have feasible results means that we can develop the project for the creation of micro-enterprises through the main indicators that are net present value of 30.557.58 which is better than positive one this ensures the profitability of the project, rate internal return 60.27%, recovery period of capital in 2 years 2 months and 12 days with a cost benefit of 1.21 cents; The analysis of sensitivity with an increase of 9.81% and a decrease in income from 7.99%. Therefore, the study is favorable.

In addition conclusions and recommendations were determined by what is considered the project is profitable which generates jobs for commercial development within the Piñas Canton in the province of El Oro.

c. INTRODUCCIÓN

El Cantón Piñas provincia de el Oro, se caracteriza por ser comercial y productivo; puesto que el medio competitivo es muy alto, se ofrece productos hacia otras provincias, con la finalidad de hacer conocer los productos que se desarrollan dentro del Cantón, es por eso que se ha considerado elaborar floreros de botellas recicladas puesto que en la actualidad son muchos los individuos que tiran desechos inorgánicos a las calles como son botellas plásticas o de vidrio así mismo las encontramos en botes de basura o en territorios donde el ser humano que se dedica a este labor tiene que recogerlas para reciclarlas y luego hacer comercio de las mismas.

La falta de innovación, creatividad y conocimientos en la elaboración de proyectos de factibilidad, por parte de los empresarios, han impedido aprovechar la oportunidad de crear una microempresa que elabore y comercialice floreros de botellas recicladas en el cantón de Piñas, con la finalidad de mejorar las condiciones del medio en el que habitamos con el objetivo de generar la productividad comercial a base de este producto.

En tal virtud se plantea un proyecto de factibilidad para creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de floreros de botellas recicladas en el cantón Piñas, de la provincia de El Oro., se pretende con este proyecto no únicamente elevar la calidad del producto elaborado con una buena calidad y bajos costos, sino que también se constituya en un lugar en el cual las familias puedan satisfacer sus más exigentes necesidades.

Dentro de los objetivos específicos se tiene: Ejecutar el estudio de mercado, la oferta y la demanda de la microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de floreros

de botellas recicladas en el cantón Piñas, de la provincia de El Oro; elaborar el estudio organizacional administrativo y legal de la microempresa.

Realizar el estudio financiero de la microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de floreros de botellas recicladas, determinando costos e ingresos además la evaluación financiera (VAN, TIR, PRI, R/C, Análisis de Costo) y finalmente Efectuar la evaluación financiera que permitirá conocer si es conveniente o no la implementación de la microempresa.

El presente trabajo se encuentra estructurado de la siguiente manera: título, el cual da una idea al contenido del documento; resumen donde se dan los principales resultados obtenidos del producto del estudio efectuado; introducción la cual tiene razón la cual motivaron a elegir el tema y la estructura del documento : materiales y métodos, utilizado en el proceso investigativo; resultados donde se presenta los datos obtenidos de las encuestas aplicadas; discusión, tiene las siguientes etapas: estudio de mercado, estudio técnico , organización de la empresa, estudio financiero y valuación financiera; conclusiones planteadas a base a la investigación realizada; recomendaciones, que permiten orientar la puesta en marcha del proyecto; y los anexos que contienen la ficha resumen del proyecto de tesis.

d. REVISIÓN DE LITERATURA.

MARCO REFERENCIAL.

Las Flores

Vanesa Differbaugh (2011) ostenta que:

Las flores son las estructuras encargadas de la reproducción en algunos vegetales. En estas formaciones vegetales se producen, a través de una reproducción sexual, los frutos que contienen las semillas. Hay una gran variedad de flores teniendo en cuantos tamaños, formas y colores, pero son en general portadoras de la misma finalidad reproductiva y se valen para ello de unos mismos elementos.

Puede decirse que las flores son una suerte de rama modificada. Considerando las partes desde la base de una flor hasta su extremo nos encontramos con las siguientes partes: los pétalos, que envuelven en un primer momento las hojas mientras están en desarrollo, cuando solo forman un capullo; los pétalos, que forman la corola y que constituye en general hojas con colores atrayendo para los agentes capaces de llevar a cabo la polinización; los estambres; que en su conjunto conforman el androceo y que portan los órganos masculinos residentes en la antenas; y finalmente, los capelos, que contienen los órganos femeninos de los que se formaran las semillas.

Y hay flores que tienen los dos aparatos reproductores: El masculino y el femenino.

El pedúnculo floral es un tallito que une la flor al tallo de la planta.

El receptáculo floral esta parte de la flor es la que sostiene a los pétalos, sépalos, pistilo y estambres

Gráfica Nro. 01

Fuente: arreglos florales

Elaborado: Autora

Partes de la flor

Los sépalos.- son una especie de hojitas de color verde que cubren y protegen a la flor cuando está todavía cerrada formando el capullo floral.

Los pétalos.- son las partes coloreadas de la flor esto hace que los insectos se sientan atraídos por los llamativos colores de las flores y, al posarse sobre ellas, su cuerpo se impregne de polen, lo transporten a otras flores y ayuden a que se produzca la fecundación.

El pistilo.- también llamado gineceo, es la parte femenina de la flor encargada de producir los óvulos el pistilo tiene forma de botella y presenta tres partes: el estigma, el estilo y el ovario.

Estigma: cuerpo glanduloso, colocado en la parte superior del pistilo destinado a recibir el polen.

Estilo: parte del pistilo que sostiene el estigma.

Ovario: Parte inferior del pistilo que contiene el rudimento de la semilla.

Los estambres.-es el aparato reproductor masculino de las flores, un estambre es un órgano muy fino, como un hilo, en cuyo extremo hay un abultamiento: La antera; en las

anteras se producen los granos de polen. Estos granos de polen son las células sexuales masculinas.

Hay flores que son masculinas, con estambres y sin pistilo.

Otras son femeninas, con pistilo y sin estambres.

La Botella

SLIDERPLAYER explica que la botella es un recipiente fabricado de un material rígido, habitualmente vidrio o alguna variedad de plástico. La botella es muy utilizada en la comercialización de líquidos en productos como de lácteos, bebidas o limpia hogares. También se emplea para el transporte de productos pulverulentos o en píldoras, como vitaminas o medicinas.

Gráfica Nro. 02



Fuente: Botellas de plástico y de vidrio recicladas.

Elaborado: Autora

Partes de la botella

La botella se compone de las siguientes partes (de arriba abajo):

- Boca, orificio por donde se vierte el líquido
- Hilo o hélice
- Anillo

- Cuello
- Espalda
- Cuerpo
- Fondo
- Anillo de apilamiento

La Botella de vidrio

Se suele utilizar la botella de vidrio para aquellos productos cuyas propiedades no se alteran bajo los efectos de la luz. En caso contrario, se precisa utilizar envases opacos como latas o bricks. El vidrio se moldea para que la botella adquiriera la forma necesaria para la función a que se destina. Algunas incorporan asas laterales para facilitar el vertido del líquido. Otras mejoran su ergonomía estrechándose en su parte frontal o con rebajes laterales para poder agarrarlas con comodidad. Las botellas con anillos perimetrales o transversales mejoran su resistencia mecánica al apilamiento. Las estrechas y anchas mejoran su visibilidad en el lineal al contar con un facing de mayor superficie.

Gráfica Nro. 03



Fuente: botella de vidrio
Elaborado: Autora

El reciclaje

Alomía & Paspuel (2011) menciona que el:

Reciclaje es el resultado de una serie de actividades, mediante las cuales materiales que pasarían a ser residuos son desviados, separados, recolectados y procesados para hacer usados como materias primas en la manufactura de artículos que anteriormente se elaboraban solo con materia prima virgen. (s.p.)

Durán (2010) manifiesta que el reciclado es un aspecto importante dentro de la cadena de suministro de las empresas de reciclaje en el país, entender bien este concepto ayudará a la adecuada recolección de la materia prima que se desee obtener.

Beneficios del reciclaje:

- ✓ Se ahorra energía. por lo tanto los costos de operación de todo en disminuyen en general, ya que todos generamos basura.
- ✓ Se reducen los costos de recolección. ya que la población ayuda a reciclar, y no es necesario invertir del tanto para recolectar la basura.
- ✓ Se reducen el volumen de los residuos sólidos. lo cual sea resultados de la búsqueda en un ambiente más limpio y saludable para todos.
- ✓ Se conserva el ambiente y se reducen la contaminación. de manera que logramos proteger la biodiversidad.
- ✓ Se alarga la vida útil de los sistemas de relleno sanitario. ya que no se llenan con tanta rapidez.

- ✓ Hay remuneración económica en la venta de reciclables. a como se mencionó en el artículo anterior, el reciclaje puede ser en la realidad para un negocio muy beneficiable para todos.
- ✓ Se protegen los recursos naturales renovables y no renovables. ya que no es necesario continuar substrayendo materia prima de la fuente primaria, se puede simplemente reciclar el material del ya existente.
- ✓ Se ahorra materia prima en la manufactura de productos nuevos con materiales reciclables. ya que no se utilización materia prima de las fuentes, sino que sencillamente se usan los del ya materiales disponibles.

Botellas de reciclaje.

El reciclado informa que alrededor de un 75,00% del PET recuperado se usa para hacer fibras de alfombras, ropa de polar, cuerdas e hilos. La mayor parte del 25% remanente es extruido en hojas para transformado, inyectado soplado en envases para productos no alimenticios, o compuesto para aplicaciones de moldeo.

En defensa del uso de envases descartables de PET, hay quienes argumentan que si se toma en cuenta la relación fortaleza/peso del envase, el PET crea menos residuos sólidos por unidad de contenidos que el vidrio o el aluminio. Pero a su vez, esta tendencia de buscar reducir el volumen de residuo que produce cada envase, tiene como consecuencia que sea más costoso y engorroso de recuperar para el reciclaje: un volumen determinado tiene menos peso, y en consecuencia menos valor. De esta manera el reciclaje de este material se vuelve una actividad menos redituable, tanto para los recuperadores como para las recicladoras, y esto contribuye a que el material no sea reciclado en la práctica.

Floreros de botellas recicladas.

Los Floreros con botellas reciclables son las que se realizan a base de botellas de vidrio para aprovechar las ventajas del reciclaje, tenemos una idea práctica y fácil que permitirá hacer algunos floreros con botellas recicladas. Sus usos son múltiples, se los pueden colocar sobre la mesa cuando se tiene alguna reunión, en el jardín o cuando se tiene un cumpleaños y se quiere decorar muchas mesas, es práctico y muy económico. Así que se obtienen algunas de esas botellas que siempre se desechan y se les da una nueva vida en forma de florero.

Para poder hacer floreros con botellas reciclables de vidrio solamente se necesita un poco de maña y algunas botellas que se han desechado y que se limpiaran bien a fondo. Con tan pocas cosas se podrá hacer algo como floreros decorativos y útiles que quede convertirlas en un detalle donde colocar una flor que puede ser una brillante idea incluso para regalar de forma responsable con el medio ambiente.

Gráfica Nro. 04



Fuente: decoración de botellas recicladas
Elaborado: Autora

MARCO CONCEPTUAL.

Las PYMES

INSOCTEC (2011) manifiesta que:

Para poder entender el significado de “PYMES”, debemos conocer primero lo que estas siglas representan: Pequeñas y Medianas Empresas. Sin embargo no debemos dejar de lado, un enfoque que también enmarca a las Microempresas, y es conocido como MIPYMES (Micro, Mediana y Pequeña Empresa).

ECUAPYME, nos brinda un concepto muy completo de lo que son las PYMES en nuestro país.

Se engloba a las PYMES ecuatorianas como cualquier empresa proveedora de servicios y productos o insumos para otras empresas de amplia cobertura de mercado.

Entonces, una organización PYME, es un ente productivo o de servicios, que genera empleo y productividad en el país y permiten abastecer la demanda de productos y servicios de empresas nacionales, multinacionales e industrias que mueven el Ecuador.

Para determinar si una empresa está dentro del grupo de las PYMES, se deben tomar muy en cuenta algunos parámetros como son: personal que labora en la empresa (PO = personal ocupado), las ventas netas al año e impuestos internos (VA = ventas anuales sin IVA ni impuestos) y el valor de activos productivos netos de amortizaciones (AP).

Influencia de las PYMES en el entorno social y económico.

En este proceso es importante señalar, que las pequeñas y medianas empresas son de vital importancia para el país, ya que son generadoras de fuentes de empleo, ayudan de

manera directa a las sostenibilidad de los hogares, y por ende a la economía del Ecuador.

INSOCTEC. (2011). Anuncia que en la actualidad el Estado está descuidando la atención a las PYMES, sin darse cuenta que son un pilar fundamental para la economía del país. Lo que debería hacer el Gobierno Ecuatoriano es buscar manera de apoyo al desarrollo de las PYMES, pudiendo ser estas, desde cursos de capacitación en entidades públicas a bajos costos, hasta la liberación de algunos impuestos o maneras rápidas y sencillas para su constitución. Si la ayuda fuera algo que el estado quisiera ofrecer, no existirían barreras para que aumentara el número de PYMES en el país, la competitividad de las mismas y la generación de plazas de trabajo.

La competitividad en las PYMES

Para ser competitivo, las empresas tienen que ofrecer algo diferente de lo que ofrece la competencia, y debe utilizar estrategias para colocar los productos y/o servicios en el mercado.

El profesor Michael Porter, nos indica que debemos identificar la manera como ser competitivos, es decir, todo se basa en los recursos que se posee, hay que utilizarlos de una manera eficiente y mejorarlos cada vez que se pueda.

Existen algunos factores que pueden apoyar a que aumente la competitividad en una empresa, entre las cuales podemos mencionar las siguientes:

- ✓ Capacitación de los Recursos Humanos
- ✓ El Mercado

Las empresas tratan de ser competitivas, pero hace falta mayor apoyo por parte del Gobierno, puesto que si se quiere que el país sea competitivo, primero se debe lograr que las empresas lo sean.

Para poder analizar mejor la competitividad de las PYMES, nos podemos valer de tres aspectos muy importantes como son:

1. La innovación
2. Calidad
3. Eficiencia

Categorías de las PYMES

INSOCTEC (2011) dice que en Ecuador, de acuerdo a su tamaño, las empresas tienen las categorías siguientes

- **Microempresas:** emplean hasta 10 trabajadores, y su capital fijo (descontado edificios y terrenos) puede ir hasta 20 mil dólares.
- **Talleres artesanales:** se caracterizan por tener una labor manual, con no más de 20 operarios y un capital fijo de 27 mil dólares.
- **Pequeña Industria:** puede tener hasta 50 obreros.
- **Mediana Industria:** alberga de 50 a 99 obreros, y el capital fijo no debe sobrepasar de 120 mil dólares.
- **Grandes Empresas:** son aquellas que tienen más de 100 trabajadores y 120 mil dólares en activos fijos.

Proyecto

Daniel Mateo Campoy (2010) un proyecto dentro de la empresa es un tarea compleja, precisamente porque nos enfrentamos a algo inexistente, algo a lo que daremos forma a medida que avancemos en la tarea de ir edificando el proyecto que en ese momento tengamos.

Factibilidad

Según Varela, “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

Proyecto de Factibilidad

Concepto

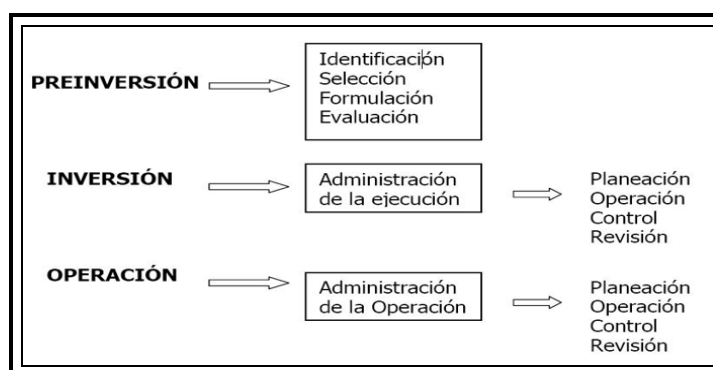
Aguilera R. & Sepúlveda F. (2011) ostenta que el proyecto de inversión es un proceso sistemático que permite identificar, medir y valorar los costos y beneficios relevantes asociados a una decisión de inversión, para emitir un juicio objetivo sobre la conveniencia de su ejecución desde distintos puntos de vista: económico, privado o social.

Ciclos de vida de los proyectos

Sapag N. & Sapag R. (2010) dice que todo proyecto desde el más simple hasta el más complejo presenta fases bien definidas durante su ciclo vital.

Gráfica Nro. 05

Ciclo de Vida de un proyecto



Pre inversión

Fase de definición de proyectos y planes de negocio, niveles de profundidad de los proyectos, matriz planificación objetivos del plan de mercados, criterios de selección de los canales de distribución, la estrategia y las alternativas de financiación.

El estudio de pre inversión de un proyecto productivo debe contener los elementos suficientes para demostrar que es viable tanto el punto de vista técnico como el económico. Debido a esto también se le conoce como estudios de factibilidad técnica y económica. Estos estudios parciales son:

1. Estudio de mercado.
2. Estudio técnico.
3. Estudio de organización.
4. Estudio Financiero

Estudio de Mercado

Baca, G. (2010) menciona que el estudio de mercado en su primera parte de la investigación formal del estudio, consta de la determinación y cuantificación de la

demanda y la oferta, el análisis de los precios y al estudio de la comercialización, el objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado.

El estudio de mercado es el proceso de planificar, recopilar, analizar e informar, acerca del perfil del consumidor, el poder de compra, es decir la demanda, y también la disponibilidad de los distribuidores, el precio, la comercialización denominados oferta, datos que serán fundamentales para la toma de decisiones en la introducción de un producto o servicio en el mercado.

Serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

Importancia del estudio de mercado

El estudio de mercado es importante porque:

- Explica el comportamiento de los mercados vinculados al proyecto de inversión.
- Evalúa el efecto del proyecto en el equilibrio de los mercados que afecta.
- Facilita la valoración de los beneficios y costos del proyecto.

Objetivos

Zapata, P. (2011) manifiesta:

-Detectar y medir la necesidad actual o futura de un bien o servicio.

-Cuantificar el número de individuos, empresas u otras entidades económicas que dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción.

-Estimar los precios a los que vendidos los bienes o servicios y que rendirá la rentabilidad adecuada, ya sea esta financiera o económica, en general.

-Detectar los canales a través de los cuales, se comercializará la producción del proyecto, así como las funciones a cumplir en el proceso. (s.p)

Comportamiento del Mercado

Para conocer el comportamiento del mercado es preciso reconocer los agentes que con su actuación tendrán alguna influencia sobre la decisión que se tomara, al definir estrategias comerciales.

- Mercado proveedor.
- Mercado distribuidor.
- Mercado consumidor.
- Mercado competidor.

Análisis de la demanda (Cliente)

Maldonado J, (2014) dice que la determinación de la demanda es uno de los puntos más críticos en el estudio de viabilidad económico-financiero de un proyecto, cuya experiencia se ha demostrado a través de los resultados obtenidos en el cálculo de la rentabilidad con una marcada incertidumbre; de ahí la importancia que tiene el análisis de sensibilidad ante variaciones de los nichos de demanda.

Es el elemento más importante y más complejo del mercado, está integrado por necesidades sentidas, poder adquisitivos, posibilidades de compra, tiempo de consumo y condiciones ambientales de consumo.

El análisis de la demanda permite conocer:

- a) La estructura de consumo

- b) La estructura de los consumidores
- c) Estructura geográfica de la demanda
- d) La interrelación de la demanda
- e) Motivos que originan la demanda
- f) Necesidad potencial o la fuente
- g) Potencial de mercado.

Demanda potencial

Baca, G. (2010). Señala que la demanda potencial, en la que se parte del supuesto muy poco probable que la totalidad de los elementos del mercado adquirirán y utilizarán los bienes y servicios.

El hallar la demanda potencial para el tipo de producto o servicio que ofrecemos, tiene como objetivo principal el ayudarnos a pronosticar o determinar cuál será la demanda o nivel de ventas de nuestra empresa.

Demanda real.-es aquella que se expresa en las unidades realmente adquiridas por el mercado en un lapso de tiempo dado; dicha demanda efectiva suele ser mejor indicador del grado de logro de resultados en la empresa.

Demanda efectiva.- es la demanda real, es decir la cantidad que realmente compran las personas de un producto y servicio.

Demanda satisfecha.- la demanda en la cual el público ha logrado acceder al producto y servicio y además está satisfecho con él.

Demanda Insatisfecha

Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él.

Análisis de la Oferta

La oferta es la cantidad de un producto que por fabricación nacional e importación llega al mercado, de acuerdo con los precios vigentes. Baca, G. (2010) señala que en los proyectos de inversión se tiene que indicar con quien se va a competir, cuál es la capacidad de producción, a qué precio venden, En base a qué compiten (condiciones de pago, calidad, precios, otros).

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Baca, G (2010)

El propósito del plan de comercialización es de prevenir a la empresa acerca de suposición actual y futura, puesto que los alcances de hoy y sus planes para el futuro depende de juicios anticipados de las condiciones de mercado.

La comercialización es un instrumento d la dirección de empresa que suministra a las mismas los medios para diseñar y vender el producto aprovechando los recursos de la empresa.

El plan de comercialización está elaborado a base a:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

Producto

En términos simples, el producto es el resultado natural del proceso productivo. El estudio de mercado debe abarcar no solo las especificaciones técnicas de un producto sino todos los atributos del mismo. Su logotipo, el eslogan, el tipo de envase, los requerimientos o normas sanitarias y de calidad que deben cumplir, los colores del producto, la textura, entre otras.

Los productos pueden ser tangibles o intangibles

Precio

El precio es el valor expresado en dinero de un bien o servicio ofrecido en el mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto, pues en él se define en última instancia el nivel de ingresos. La fijación del precio es un labor extremadamente difícil, por lo que se recomienda fijar un rango dentro del cual puede estar y examinar el efecto que distintos valores de dicho rango tiene sobre la cuantía de la demanda futura.

Plaza

La comercialización es lo relativo al movimiento de bienes y servicios entre productores y usuarios. Una estrategia de comercialización adecuada debe comprender los siguientes aspectos de mercado:

Fijación de precios, medios de promoción, organizaciones ventas, canales de distribución, comisiones y descuentos, costos de la distribución.

Promoción

Son las actividades, diferentes a la venta personal y a la venta masiva (propaganda, publicidad) que estimulan las compras por parte del consumidor y las ventas por parte del distribuidor. Entre dichas actividades están: establecer exhibidores en los sitios de ventas; efectuar exposiciones, demostraciones, pruebas de degustación, etc.

Promoción de ventas orientadas hacia en consumidor final.

Promoción que llega al consumidor final en el hogar o al intermediario en su negocio.

Promociones entre intermediarios

El sistema de promoción, relacionado con un proyecto en particular, ,exige un estudio complejo que , para los fines que persigue el formulador y evaluador de proyectos, en l mayoría de las veces se supera mediante la ayuda de especialistas en el tema.

ESTUDIO TÉCNICO.

En el estudio técnico el objetivo es diseñar como se producirá aquello que se venderá. Baca, G. (2010) analiza que si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:

- Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- Donde obtener los materiales o materia prima.
- Que máquinas y procesos usar.
- Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

En este estudio, se describe qué procesos se va a usar, y cuánto costará todo esto, qué se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

Como realizar un estudio técnico

Este documento es de mucha importancia porque define el cómo se producirá aquello que se piensa vender y al cual ya se le ha encontrado un mercado en el estudio de mercados.

Baca, G. (2010). Expone que el estudio técnico no es otra cosa más que la declaración que como negociante se debe hacer, de los aspectos a tener en cuenta para la elaboración del producto o la prestación del servicio, así como también los procesos allí implicados. Se debe entender que si se ha elegido una idea de negocios es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto o se puede prestar mejor un servicio.

Tamaño del proyecto

Es aquel que asegure la más alta rentabilidad desde el punto de vista privado o la mayor diferencia entre beneficios o costos sociales. El tamaño de un proyecto es la capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año de un proyecto es la capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año.

Capacidad instalada

Es la máxima producción que puede alcanzar una empresa bajo determinadas condiciones de operación. Esta capacidad es el resultado de la decisión de inversión adoptada en su oportunidad, en la que, entre otros factores, se tomó en cuenta los pronósticos o predicciones de ventas del producto seleccionado. La capacidad instalada

dimensiona el negocio para un contexto determinado y define los costos fijos de la empresa.

Capacidad de producción utilizada

Aguilera R. & Sepúlveda F. (2011) comenta que la producción de uno o varios productos, que el sistema de trabajadores y máquinas de la empresa puede generar, de acuerdo a las condiciones dadas de mercado y de disponibilidad de recursos.

Se indican y explican el porcentaje de utilización de la capacidad instalada, tomando en cuenta la demanda, curva de aprendizaje, disponibilidad de materia prima, mano de obra, etc.

Localización de la Planta

Moyano (2013) expresa que la localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia o el mínimo costo unitario desde el punto de vista social.

Existen ciertos factores que determinan la ubicación, los cuales son llamados fuerzas locales y se clasifican en 3 categorías:

- a) Por costos de transferencia a la cuenta de fletes: comprende la suma de costos de transporte de insumos y productos.
- b) Disponibilidad y costos relativos a los factores de servicios e insumos.
- c) Otros factores.

Factores de localización

Moyano (2013) expone que la decisión de localización tiene repercusiones de orden

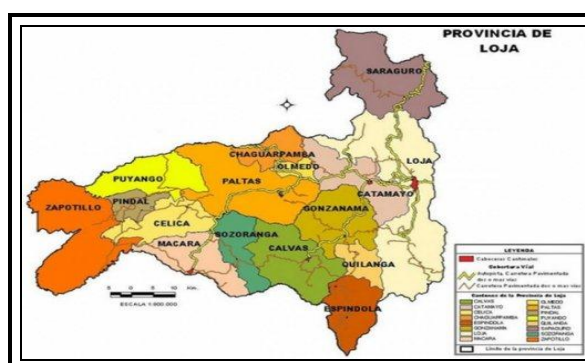
económico y social a largo plazo, por lo tanto su estudio supone un análisis integrado con las otras variables del proyecto tales como: mercado, transporte, políticas de estímulos, restricciones financieras.

- ❖ Proximidad y disponibilidad del mercado.
- ❖ Proximidad y disponibilidad de materias primas.
- ❖ Medios de transporte.
- ❖ Disponibilidad y servicios públicos.
- ❖ Influencia del clima.
- ❖ Mano de obra.
- ❖ Otros factores

Macro Localización

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

Gráfica Nro. 06
Ejemplo de Macro Localización

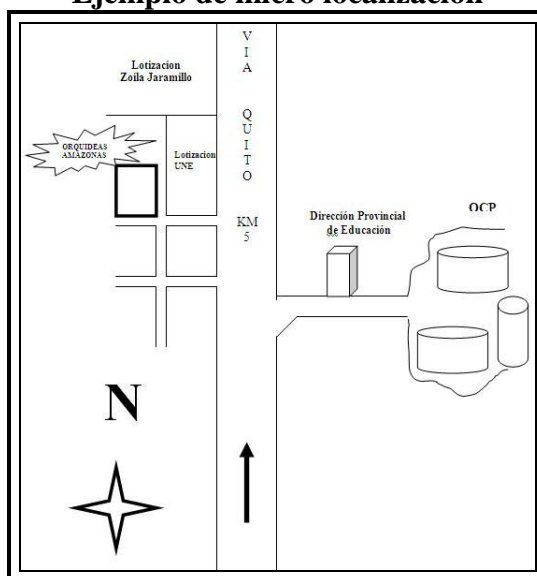


Fuente: Mapas de la provincia
Elaborado: Autora

Micro localización

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

Gráfica Nro. 07
Ejemplo de micro localización



Fuente: imágenes de internet
Elaborado: Autora

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Resico (2012) manifiesta que el estudio de ingeniería está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o en la prestación de un servicio.

La transformación de insumos en productos mediante una técnica determinada de combinación de factores como mano de obra, equipo, insumos materiales, métodos y procedimientos, constituyen el proceso de producción; en consecuencia dependiendo de la forma como se haga esa transformación obtendremos distintos procesos.

El proceso técnico es una variable que está integrada a los demás estudios del proyecto, tiene que ver, obviamente, con las características del producto y del consumidor, lo mismo que con el mercado de los insumos requeridos para la producción. Por otro lado, la selección del proceso está estrechamente vinculada con la definición del tamaño,

teniendo en cuenta, como lo habíamos anotado, las restricciones financieras y de Mercado.

Infraestructura física

Se relaciona con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa. Debe contar con el asesoramiento de los profesionales de la construcción; al igual que la tecnología debe guardar relación con el mercado y sus posibilidades de expansión.

Distribución de la planta

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

Una buena distribución debe considerar los siguientes aspectos.

Controlar, todos los componentes necesarios para el proceso deben permitir su control para el trabajo armónico.

Movilización, todas las actividades deben ser ejecutadas permitiendo la libre circulación de personal, sin interrumpir otras operaciones.

Distancia, el flujo de operaciones secuencial deben realizarse utilizando los tiempos adecuados sin ocasionar demoras debido a la distancia entre los recursos utilizados para las operaciones.

Seguridad, toda operación debe ejecutar las condiciones que garantice la máxima seguridad al trabajador.

Espacio, el espacio del trabajo debe ser considerado no solo en dos dimensiones, sino tridimensional, esto es largo, ancho y alto.

Flexibilidad, la distribución debe ser de tal forma que pueda reajustarse cuando las condiciones lo requieran, sin entorpecer imposibilidad el trabajo.

Descripción del proceso de producción

Sapag N. & Sapag R. (2010) expresa el proceso de producción depende de su naturaleza, puede comprender las siguientes etapas:

- ❖ Recepción de materiales.
- ❖ Almacenamiento.
- ❖ Corte.
- ❖ Pegado.
- ❖ Acabado de inspección.

Diseño del producto

El producto originario del proyecto deber ser diseñado de tal forma que reúna todas las características que el consumidor o usuario desea en el para lograr una completa satisfacción de su necesidad, para un diseño afectivo del producto debe considerar siempre los gustos y preferencias de los demandantes entre ellos tiene:

Presentación

Unidad de medida

Tiempo de vida, etc.

Flujograma de proceso

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

Para representar el proceso productivo existen varios métodos:

- ❖ Plan funcional general
- ❖ Diagrama de flujos.
- ❖ Diagrama de bloques.
- ❖ Diagrama analítico de proceso
- ❖ Diagrama de corriente cuantitativo
- ❖ Diagrama de líneas de producción
- ❖ Plan de transporte
- ❖ Plan de comunicación
- ❖ Plan de organización
- ❖ Plan gráfico de distribución física.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO – ORGANIZACIONAL

Representa uno de los aspectos más importantes dentro de la empresa, ya que si la estructura administrativa es efectiva las probabilidades de éxito son mayores. Chiavenato, I. (2011) indica que para hacer el estudio se debe empezar por elaborar un organigrama de la empresa, asignar funciones y responsabilidades, dicho estudio debe incluir también una descripción detallada de los costos administrativos acompañado de

cifras, el aspecto legal de la empresa, nombrando razón y objeto social, los permisos que requiere y los trámites de constitución necesarios.

Organización legal

En esta sección se debe investigar todas las leyes que tengan injerencia directa o indirecta en la diaria operación de la empresa: ley de contrato de trabajo; convenios colectivos; leyes sobre impuestos; etc. Igual manera se debe dejar muy claro el tipo de personalidad jurídica que tiene la empresa.

Organización administrativa

Es la forma o modo en que se estructuran y ordenan las diversas unidades administrativas que dependen del poder ejecutivo, directa o indirectamente, a través de las relaciones de jerarquía y dependencia, para lograr unidad de acción, de dirección y ejecución en la actividad de la propia administración, encaminada a la consecución de los fines de la empresa.

Estructura organizativa

Base Legal.- Gómez (2010) dice que toda empresa para su libre operación, debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley:

- ❖ **Acta Constitutiva.** Documento certificador de la conformación legal de la empresa, que incluye datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.
- ❖ **Razón Social.** Nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa y de acuerdo a la ley.
- ❖ **Domicilio.** Dirección domiciliaria en donde se ubicará la unidad productiva

- ❖ **Objeto de la sociedad.** Definir claramente la actividad y el sector productivo en el cual emprenderá la organización.
- ❖ **Capital Social.** Monto de capital con que se inicia las operaciones y la forma como se ha establecido el mismo.
- ❖ **Tiempo de Duración.** Indicar el tiempo y plazo durante el cual operará la empresa.
- ❖ **Administradores.** Persona o personas que responderán por las acciones de la empresa.

Estructura Empresarial. Se representa por medio de organigramas en los cuales se establece los niveles jerárquicos de autoridad y responsabilidades, así mismo se describe el manual de funciones.

Niveles Jerárquicos de Autoridad. Se definen de acuerdo al tipo de empresa y a lo que establece la Ley de Compañías para la administración, pueden ser:

Nivel Legislativo – Directivo. Dicta las políticas y reglamentos de la empresa, está conformado por: los dueños de la empresa que toman el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, está representado por el Presidente.

Nivel Ejecutivo. Está conformado por el gerente – administrador que es nombrado por el nivel legislativo, es el responsable de la gestión operativa de la empresa.

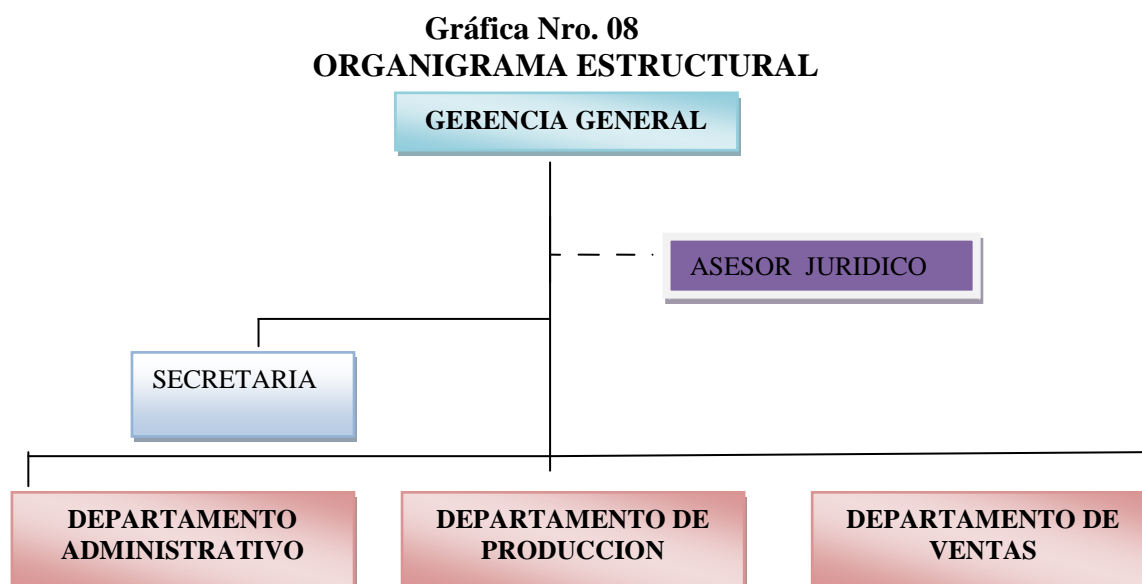
Nivel Asesor. Orienta las decisiones que merecen un tratamiento especial (situación laboral, judicial).

Nivel de Apoyo. Lo conforman todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

Nivel Operativo: Son todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción o proceso productivo.

Organigramas

Chiavenato, I. (2011) expresa que un organigrama es un esquema de la organización de una empresa, o de una actividad. El término también se utiliza para nombrar a la representación gráfica de las operaciones que se realizan en el marco de un proceso industrial o informático.



Elaborado: Autora

Son diagramas que representan gráficamente y de manera simplificada la estructura formal que posee una organización. De esta forma los organigramas muestran las principales funciones dentro de la organización y las relaciones que existen dentro de ellas según su contenido se dividen en:

Organigrama Estructural

Organigrama Funcional

Organigrama Posicional

Manual de Funciones

Un manual de procesos y de procedimientos es un documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de una o más unidades administrativas de una empresa. Facilitan las labores de auditoría, la evaluación y control interno y su vigilancia, y la conciencia en los empleados y en sus jefes de que el trabajo se está realizando o no adecuadamente.

También incluyen una serie de estamentos, políticas, normas y condiciones que permiten el correcto funcionamiento de la empresa. Reúnen las normas básicas de funcionamiento de la empresa, es decir el reglamento, las condiciones, normas, sanciones, políticas y todo aquello en lo que se basa la gestión de la organización.

Los manuales de funciones permiten conocer el funcionamiento interno por lo que respecta a la descripción de tareas, ubicación y requerimientos y a los puestos responsables de su ejecución. Auxilian en la inducción del puesto y al adiestramiento y capacitación del personal ya que describen en forma detallada las actividades de cada puesto. También son determinantes de las responsabilidades, ayudan a la coordinación de las actividades y aumentan la eficiencia de los empleados ya que les indican lo que deben hacer y cómo hacerlo.

Identificación:

Logotipo de la organización.

Nombre oficial de la organización.

Denominación y extensión

Lugar y fecha de elaboración.

Número de revisión (en su caso).

Misión y Visión

Unidades responsables de su elaboración, revisión y/o autorización.

Clave de la forma. En primer término, las siglas de la organización, en segundo lugar las siglas de la unidad administrativa donde se utiliza la forma y, por último, el número de la forma. Entre las siglas y el número debe colocarse un guión o diagonal.

Índice o contenido: Relación de los capítulos y páginas correspondientes que forman parte del documento.

Prólogo y/o introducción: Exposición sobre el documento, su contenido, objeto, áreas de aplicación e importancia de su revisión y actualización.

Objetivos: Explicación del propósito que se pretende cumplir con los procedimientos.

Áreas de aplicación y/o alcance: Esferas de acción que cubren los procesos, procedimientos y/o funciones.

Responsables: Unidades administrativas y/o puestos que intervienen en los procesos, procedimientos y/o funciones.

Políticas o normas de operación: Se incluyen los criterios o lineamientos generales de acción que se determinan la cobertura de responsabilidad de las distintas instancias que participaban en los procedimientos.

ESTUDIO FINANCIERO

Es ordenar y sistematizar la información económica, que proporcionan el estudio técnico y de mercado, mediante cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica. Este es el proceso en el desarrollo de un plan de negocio donde el emprendedor determina si el proyecto es rentable, es decir que el dinero invertido le va a entregar el rendimiento esperado.

Inversión

Meza J. (2010) muestra que la inversión es asignar dinero para adquirir bienes que no son de consumo final y que sirven para producir otros bienes, como la creación de una empresa o la adquisición de acciones. Toda inversión tiene implícito un riesgo, que se debe contemplar antes de tomar una decisión.

La mayor parte de las inversiones se hacen antes de iniciar el negocio, sin embargo algunas las puede de realizar en el periodo de funcionamiento u operación.

Financiamiento

Sarmiento R. (2010) agrega que el financiamiento es conseguir recursos y medios de pago para destinarlos a la adquisición de bienes y servicios, necesarios para el desarrollo de las correspondientes actividades económicas.

Análisis de costos

El análisis de costo es una técnica importante dentro de una inversión, aporta a la toma de decisiones, permitiendo determinar la conveniencia o no de un proyecto, mediante la enumeración y valoración posterior en términos monetarios de todos los costos y beneficios derivados directa e indirectamente de dicho proyecto. Zapata, P. (2011) distingue que este método se aplica a obras sociales, proyectos colectivos o individuales, empresas privadas, planes de negocios, etc., prestando atención a la importancia y cuantificación de sus consecuencias sociales y económicas.

Costos de Fabricación

Meza, J. (2010) expresa que los costos de fabrica constituyen todos los materiales, la mano de obra y la carga productiva necesarios para completar una orden o lote

específicos de producto terminado. En esta clase de costos se ha de fabricar una cantidad definida en un orden de fabricación específica.

Costo Primo

Son los costos incurridos, cuantificables e identificables con facilidad en la elaboración de los productos. Es el resultado de sumar la materia prima directa y el costo de la mano de obra directa.

Elaboración del Presupuesto

Meza J. (2010) expone que un presupuesto requiere de una revisión sistemática y atenta de los gastos probables y los fondos designados; además, ayuda a la empresa a asignar los gastos durante un período determinado. Las comparaciones de los gastos reales con respecto a los gastos presupuestados proporcionan un medio para realizar los ajustes necesarios.

El presupuesto es un proyecto detallado de los resultados de un programa oficial de operaciones, basado en una eficiencia razonable. Aunque el alcance de la "eficiencia razonable" es indeterminado y depende de la interpretación de la política directiva, debe precisarse que un proyecto no es un presupuesto, en tanto no prevea la corrección de ciertas situaciones para obtener el ahorro de desperdicios y costos excesivos.

Presupuesto de Ingresos

Es aquel presupuesto que permite proyectar los ingresos que la empresa va a generar en cierto periodo de tiempo. Para poder proyectar los ingresos de una empresa es necesario conocer las unidades a vender, el precio de los productos y la política de ventas implementadas. El presupuesto de ingresos debe ser elaborado en forma realista sin

exceso de entusiasmo pero constituye todo un reto a nuestra creatividad, imaginación y dinámica

Presupuesto de Costos

En toda actividad productiva al ofrecer fabricar un producto o prestar un servicio se generan costos, entendiéndose que los costos son desembolsos monetarios relacionados justamente con la fabricación del producto o la prestación del servicio ya sea en forma directa o indirectamente.

Estado de Pérdidas y Ganancias

Zapata, P. (2011) expresa que el estado de pérdida y ganancia nos permite mostrar una relación clara y ordenada de los ingresos y egresos que se dan en un determinado periodo. Este Estado Financiero nos permite analizar y verificar el comportamiento de las operaciones de ingresos y egresos y el efecto de estas en los resultados que pueden reflejarse en utilidad o pérdida que la empresa obtuvo o espera tener.

Ingresos

Un ingreso es el incremento de los activos o el decremento de los pasivos de una entidad, durante un periodo contable, con un impacto favorable en la utilidad o pérdida neta que se refleja en el cambio del patrimonio contable y, consecuentemente, en el capital ganado

Egresos

Son decrementos de los activos o incrementos de los pasivos de una entidad, durante un periodo, con la intención de generar ingresos y con un impacto desfavorable en la

utilidad o pérdida neta o, que se refleja en el del patrimonio contable y, consecuentemente, en su capital ganado.

Punto de Equilibrio

Es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio pues nos permite determinar el nivel de ventas necesario, para cubrir los costes totales, en otras palabras, el nivel de ingresos que cubre los costes fijos y los costes variables. Gonzáles N. (2010) ostenta que este punto de equilibrio, es una herramienta estratégica clave a la hora de determinar la solvencia de un negocio y su nivel de rentabilidad.

Punto de equilibrio en función a la capacidad instalada

Determina el porcentaje de la capacidad instalada, para producir cierta cantidad, donde la empresa no tenga ni pérdida ni ganancia

Fórmulas:

a.- En función de la capacidad instalada

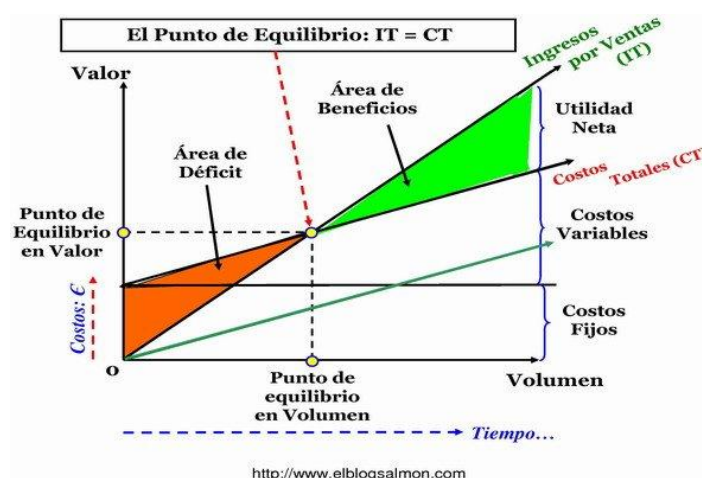
$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

b.- En función de las ventas

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

Gráfica Nro. 09

Punto de equilibrio en función de las ventas y capacidad instalada



Punto de equilibrio en función a la venta: permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, por tal razón se deberán analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas generadas.

Evaluación Financiera

El objetivo fundamental de la evaluación financiera es evaluar la inversión a partir de criterios cuantitativos y cualitativos de evaluación de proyectos, en el primer criterio mencionado encontraremos los más representativos y usados para tomar decisiones de inversión.

Flujo de caja

Es el movimiento de Ingresos y Egresos en efectivo durante la vida útil del proyecto, mediante esta relación se conoce el flujo neto del efectivo con el que la empresa contara durante el proceso productivo. Determina los saldos de caja que resultan de la diferencia entre las fuentes de ingresos y el uso de los mismos.

Moreno (2010) determina que de acuerdo con la magnitud de los saldos que existan se podrá determinar la liquidez que tendrá el proyecto, mientras mayor sea significará que la empresa es sólida financieramente y será sujeta de crédito sin mayores inconvenientes.

Valor Actual Neto (VAN)

Es una medida de los excesos o pérdidas en los flujos de caja, todo llevado al valor presente (el valor real del dinero cambia con el tiempo). Anderson (2014) menciona que por otro lado una de las metodologías estándar que se utilizan para la evaluación de proyectos.

Para calcularlo se emplea la siguiente fórmula:

Actualizado:
$$FA = \frac{1}{(1+i)^n}$$

VAN = Sumatoria del valor actualizado neto menos inversión total.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Enciclopedia Financiera alude que la tasa iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se

expresa en porcentaje. También es conocida como Tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico.

La fórmula para calcular es:

$$\text{TIR} = \text{Tasa menor} + \text{Diferencia Tasas} \times \frac{\text{VAN MENOR}}{\text{VAN MENOR} - \text{VAN MAYOR}}$$

Relación Beneficio Costo

En la toma de decisiones sobre la implementación de un proyecto de inversión, generalmente se espera una rentabilidad adecuada. La relación beneficio- costo se la define como el cociente entre los beneficios actualizados, a la tasa de descuento considerada como el costo de oportunidad de capital.

González N. (2010) indica que tiene una ventaja analítica frente a los otros indicadores y es que se puede utilizar no solo para emitir juicios de conveniencia económica sobre un proyecto considerado independiente como el VAN y la TIR, sino también para comparar correlativamente y jerarquizar según valor.

Fórmula:

$$R (B/C). = \frac{\text{Ingreso Actualizado}}{\text{Costo Actualizado}}$$

Periodo de Recuperación de Capital

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.

Este indicador es un instrumento financiero que al igual que el Valor Presente Neto y la TIR, permite optimizar el proceso de toma de decisiones. Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial

Su fórmula de cálculo es:

$$\text{PRC} = \frac{\text{Sumatoria Flujo Neto} - \text{Inversión}}{\text{Sumatoria Flujo Neto (último año)}}$$

Análisis de Sensibilidad

La vulnerabilidad de los proyectos 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.

Meza, J. (2010). Expresa que 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 síntesis el análisis de sensibilidad es un estudio que permite ver de qué manera se alterara la decisión económica si varían algunos factores.

$$\mathbf{NTIR} = T_m + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} - \text{VAN mayor}} \right)$$

1) Diferencia de TIR

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

2) Porcentaje de Variación

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

3) Sensibilidad

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

e. MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES

EQUIPO DE CÓMPUTO

- Computadora portátil
- Computadora de mesa
- Impresora
- Pendray
- Tinta para impresora

MATERIAL DE ESCRITORIO

- Resmas de papel bond tamaño a4
- Grapadoras
- Perforadoras
- Resaltador
- Grapas
- Esferográficos

RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS

- Internet
- Libros
- Revistas
- Copias

MÉTODOS.

El diseño metodológico del presente trabajo parte del método científico, el cual exige un procedimiento riguroso formulado de una manera lógica para lograr la adquisición,

organización, sistematización y expresión de conocimientos tanto en su aspecto teórico como en su fase experimental.

Para la realización de la presente investigación se utilizaron los siguientes métodos:

Método Deductivo: La deducción es una parte de la lógica que llega a utilizarse en el método científico y que llega a una conclusión por medio de premisas (verdaderas o falsas) Axiomas (premisas evidentes) o inferencias (evaluación mental).

Este método permitió determinar el tamaño de la muestra del proceso de investigación, en base a datos generales y reales de la población a nivel local y determinar la demanda potencial, real y efectiva del producto.

Método Inductivo: Es aquel que permite pasar de conocimiento de lo específico y particular al conocimiento de lo general y universal, mediante este método el investigador trata de descubrir las relaciones de causa y efecto de una situación y luego establecer un principio general aplicable a todos los problemas dentro de una misma categoría.

Este método se utilizó en el estudio financiero y organizacional de la empresa mediante el cual se verificarán las causas y efectos al aplicar una estructura organizacional y el detalle del estudio financiero.

Método Analítico: Es un método teórico mental que cumple funciones básicas como es la segmentación de un todo complejo, en fases o pasos que abarca la observación, descripción, examen crítico, descomposición del fenómeno, enumeración de las partes, ordenamiento y clasificación. Todas estas fases van unidas en procura de descubrir las relaciones y características íntimas del problema.

Este método se lo utilizó a partir de la relación que existe entre los componentes del mercado meta; y a su vez, las necesidades insatisfechas de los clientes.

Método Estadístico: El método estadístico consiste en una serie de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación.

El método se lo utilizó para determinar datos numéricos y un análisis real cuantitativo, el cual ayudará a continuar con el proceso de investigación.

TÉCNICAS

- **Observación:** Se usó la técnica de observación para observar y localizar un lugar más apropiado para así poder ubicar la empresa, así como el mercado donde se va ofertar el producto, además de todos los factores que afectaron al desarrollo del mismo.
- **Encuesta:** Para la recolección de datos se empleó en la fuente primaria dos encuestas, una fue aplicada a las familias del cantón Piñas de la Provincia de El Oro por ser el mercado a quien se va a ofrecer el producto y la segunda a los oferentes o locales que se dedican a vender floreros en el cantón de Piñas.

POBLACIÓN Y MUESTRA

(INEC 2010)El análisis de información para el presente estudio o la segmentación de mercado será la población del Cantón Piñas de la Provincia de El Oro, que para el año 2010 fue de 25.988 habitantes , con una tasa de crecimiento poblacional del 1.18% cuya población para el año 2015 será de 27.622 habitantes.

Proyección año 2015

| Año | Habitantes (1.18%) |
|------|--------------------|
| 2010 | 25.988 |
| 2011 | 26.294 |
| 2012 | 26.620 |
| 2013 | 26.950 |
| 2014 | 27.824 |
| 2015 | 27.622 |

Fuente: INEC 2010, tasa de crecimiento poblacional 1,18%.

Como el producto va dirigido a las familias, se divide para 4 miembros por familia promedio, dando un valor de 6.905 familias para el cantón Piñas proyectada al año 2015.

Cálculo del tamaño de la muestra

Fórmula':
$$N = \frac{N}{1+e^2N}$$

N= Población

e= Margen de error

n= Tamaño de la muestra

$$n = \frac{6.905}{1 + (0.05)^2 * 6.0905}$$

$$n = \frac{6.905}{1 + 0.0025 * 6.905}$$

$$n = \frac{6.905}{18.2625}$$

$n = 378$ Encuestas

Se aplicarán 378 encuestas, en el cantón de Piñas.

f. RESULTADOS

ESTUDIO DEL MERCADO

ENCUESTA APLICADA A LAS FAMILIAS DEL CANTÓN PIÑAS.

Sexo:

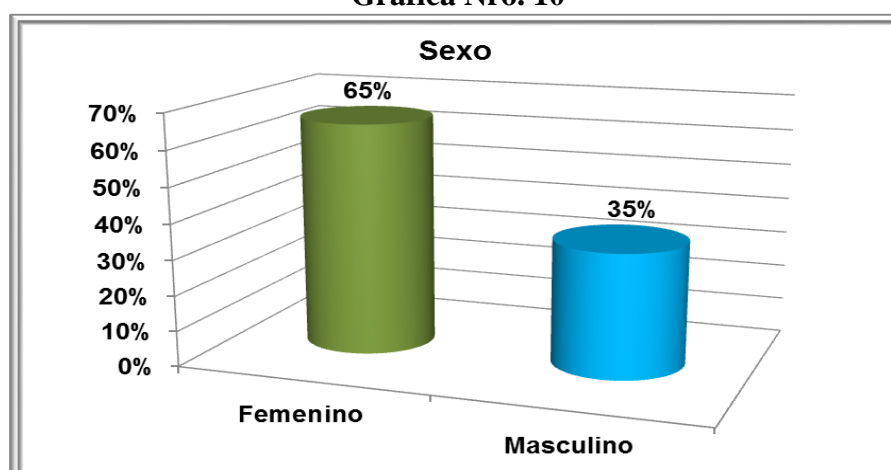
Cuadro Nro. 01

| Sexo | | |
|--------------|------------|-------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| Femenino | 246 | 65% |
| Masculino | 132 | 35% |
| Total | 378 | 100% |

Fuente: Familias del cantón Piñas.

Elaboración: Autora.

Gráfica Nro. 10



Análisis e Interpretación

De 246 encuestados que corresponde al 65%, indicaron que son de sexo femenino y el 35% masculino. Esto hace concluir que efectivamente en el cantón de Piñas, existen más mujeres que hombres. Se debe tomar en cuenta que las mujeres, son más detallistas que los hombres; ya que les gusta comprar los adornos tanto para su hogar o su oficina de trabajo

Pregunta Nro. 1: ¿Qué ingresos económicos mensuales Ud. Percibe?

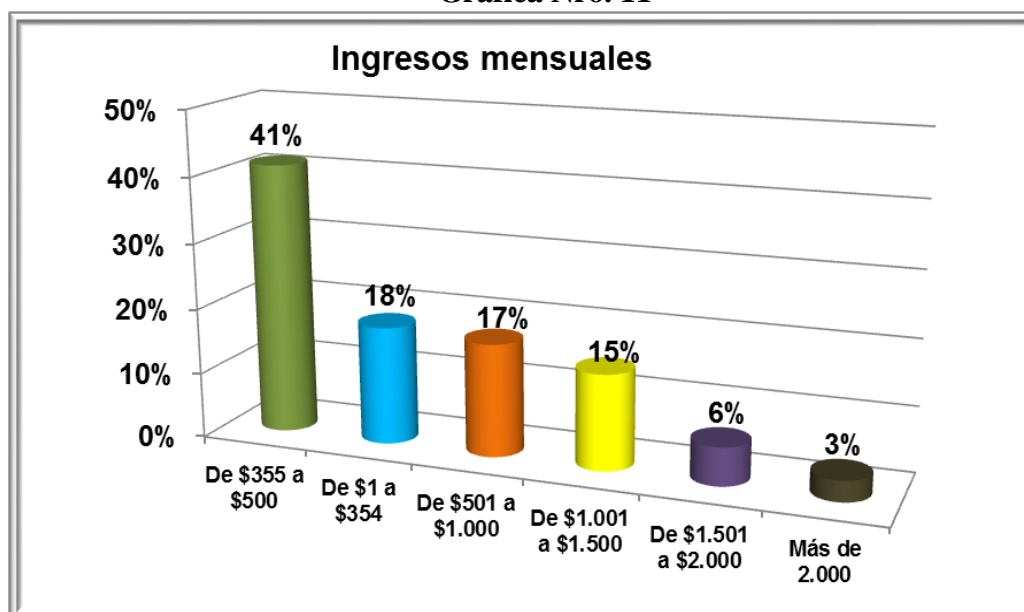
Cuadro Nro. 02

| ingresos mensuales | | |
|----------------------|------------|-------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| De \$1 a \$354 | 68 | 18% |
| De \$355 a \$500 | 156 | 41% |
| De \$501 a \$1.000 | 65 | 17% |
| De \$1.001 a \$1.500 | 55 | 15% |
| De \$1.501 a \$2.000 | 22 | 6% |
| Más de 2.000 | 12 | 3% |
| Total | 378 | 100% |

Fuente: Familias del cantón Piñas.

Elaboración: Autora.

Gráfica Nro. 11



Análisis e Interpretación

Se obtuvo que el 41% tienen un ingreso dentro del rango de \$355 a \$500 dólares; el 18% están en el rango de \$1 a \$354; el 17% tienen ingreso de 501 a 1000; el 15% de 1001 a 1500; el 6% tiene de 1501 a 2000 y finalmente el 3% tiene ingresos mayores a 2000 dólares. Se debe considerar que el sueldo básico para el año 2016 es de 366 dólares.

Pregunta Nro. 2: ¿Le gusta a Usted comprar floreros para adornar su hogar o lugar de trabajo?

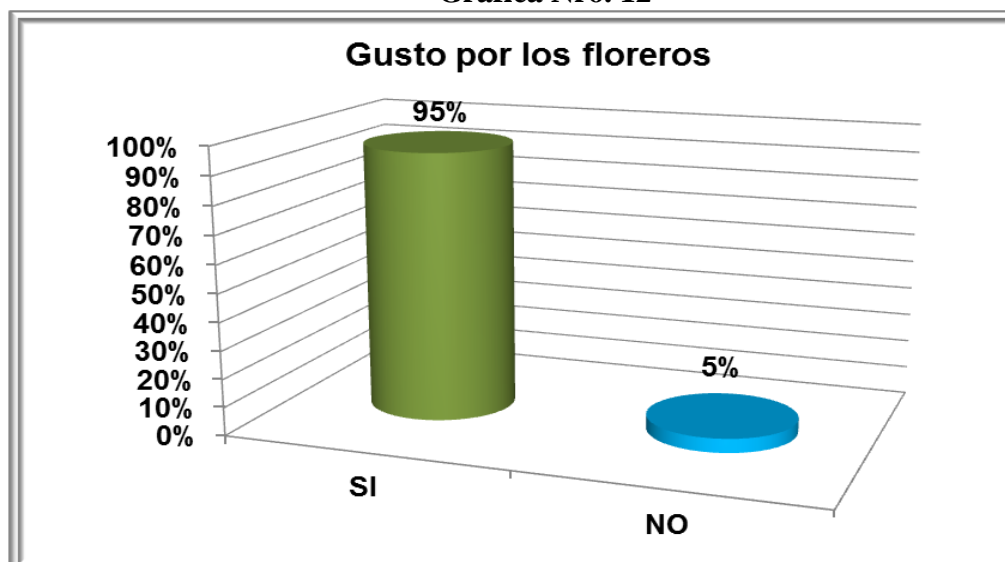
Cuadro Nro. 03

| Gusto por los floreros | | |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| SI | 360 | 95% |
| NO | 18 | 5% |
| Total | 378 | 100% |

Fuente: Familias del cantón Piñas.

Elaboración: Autora.

Gráfica Nro. 12



Análisis e Interpretación

Los encuestados afirmaron ante esta pregunta lo siguiente: el 93% que equivalen a 360 encuestados, contestaron que si les gusta comprar floreros para adornar su hogar o lugar de trabajo; así mismo el 5% que corresponde a 18 encuestados mencionaron que no les gustan este tipo de producto. La mayoría de los encuestados si están acostumbrados a comprar floreros; sin embargo se debe especificar que a las mujeres les gustan más los adornos decorativos.

Pregunta Nro. 3: ¿En qué lugar adquiere los floreros para su hogar o lugar de trabajo?

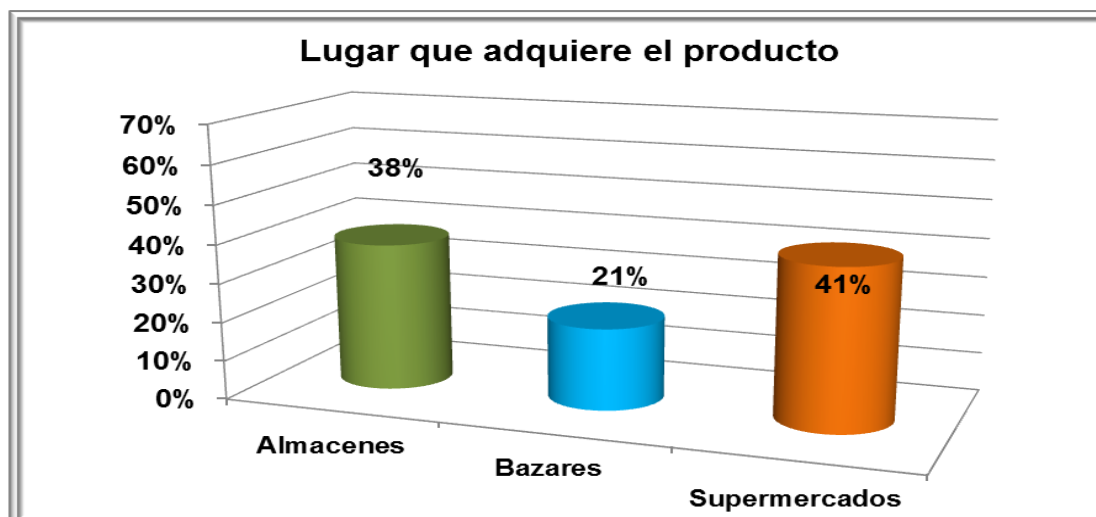
Cuadro Nro.04

| Lugar que adquiere floreros | | |
|--------------------------------------|-------------------|-------------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| Bazares | 135 | 38% |
| Supermercados | 76 | 21% |
| Almacenes de artículos para el hogar | 149 | 41% |
| Total | 360 | 100% |

Fuente: Familias del cantón Piñas.

Elaboración: Autora.

Grafica Nro. 13



Análisis e Interpretación:

El 41% que equivalen a 149 encuestados, contestaron que adquieren el producto en almacene de artículos para el hogar; el 38% lo hace en bazares y el 21% los compran en supermercados. Según los datos las personas encuentran floreros de botellas recicladas en almacenes tipo bazares; sin embargo en el cantón de Piñas no hay un almacene dedicado solamente a la elaboración y comercialización de floreros de botellas recicladas

Pregunta Nro. 4: ¿Usted utiliza floreros de botellas recicladas?

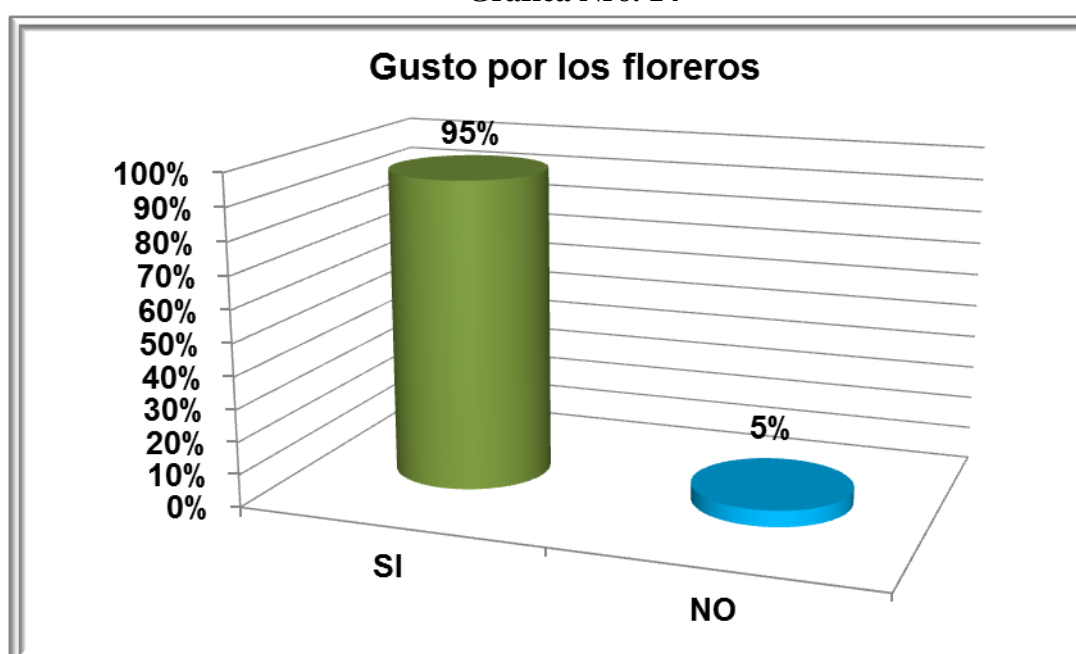
Cuadro Nro.05

| Utilización de floreros de botellas recicladas | | |
|--|------------|-------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| SI | 341 | 95% |
| NO | 19 | 5% |
| Total | 360 | 100% |

Fuente: Familias del cantón Piñas.

Elaboración: Autora.

Grafica Nro. 14



Análisis e Interpretación:

El 95% que equivalen a 341 encuestados, contestaron que si adquieren floreros; el 5% mencionaron que no utilizan este tipo de adornos para decorar su hogar u oficina de trabajo. Esto indica que los floreros de botellas recicladas tienen una gran demanda en el cantón de Piñas. Además se debe aprovechar el gran interés de las personas por estos adornos; ya que a más de ser un producto de venta innovador ayuda a cuidar el medio ambiente.

Pregunta Nro. 05: ¿Qué cantidad de floreros de botellas recicladas adquiere usted semestralmente?

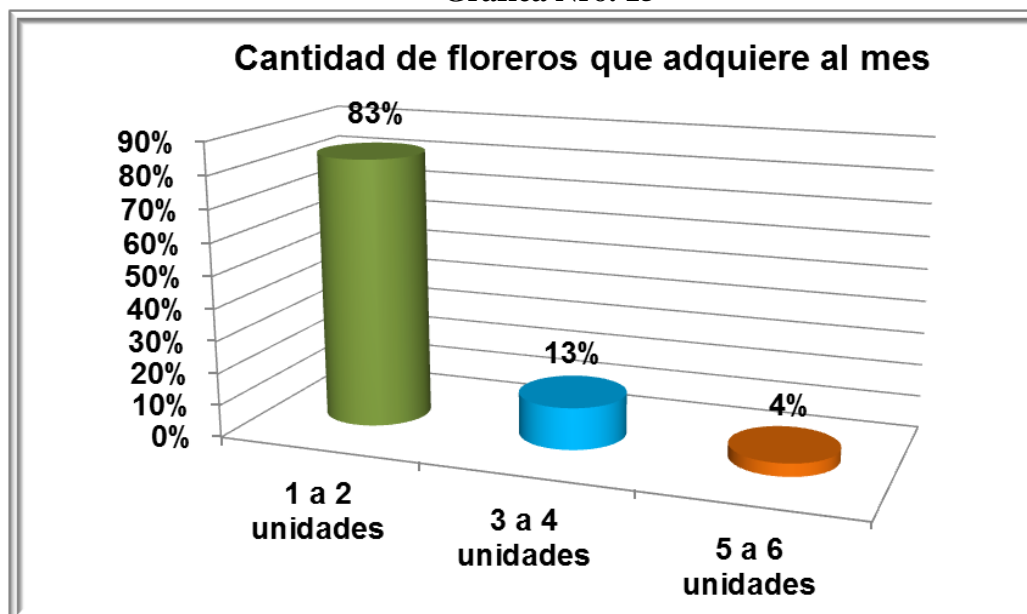
Cuadro Nro. 06

| Cantidad de floreros que adquiere semestral | | |
|--|-------------------|-------------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| De 1 a 2 unidades | 285 | 83% |
| De 3 a 4 unidades | 44 | 13% |
| De 5 a 6 unidades | 12 | 4% |
| Total | 341 | 100% |

Fuente: Familias del cantón Piñas.

Elaboración: Autora.

Gráfica Nro. 15



Análisis e Interpretación:

El 83% que equivalen a 285 encuestados, contestaron que adquieren de una a 2 unidades al mes; el 13% mencionaron que adquieren de 3 a 4 unidades, y finalmente el 4% adquieren de 5 a 6 unidades al mes. Como se puede observar la mayoría de encuestados compran al menos un florero de botella reciclada al mes en el cantón de Piñas.

Pregunta Nro. 6: ¿Qué tipo de floreros de botellas recicladas, prefiere Usted?

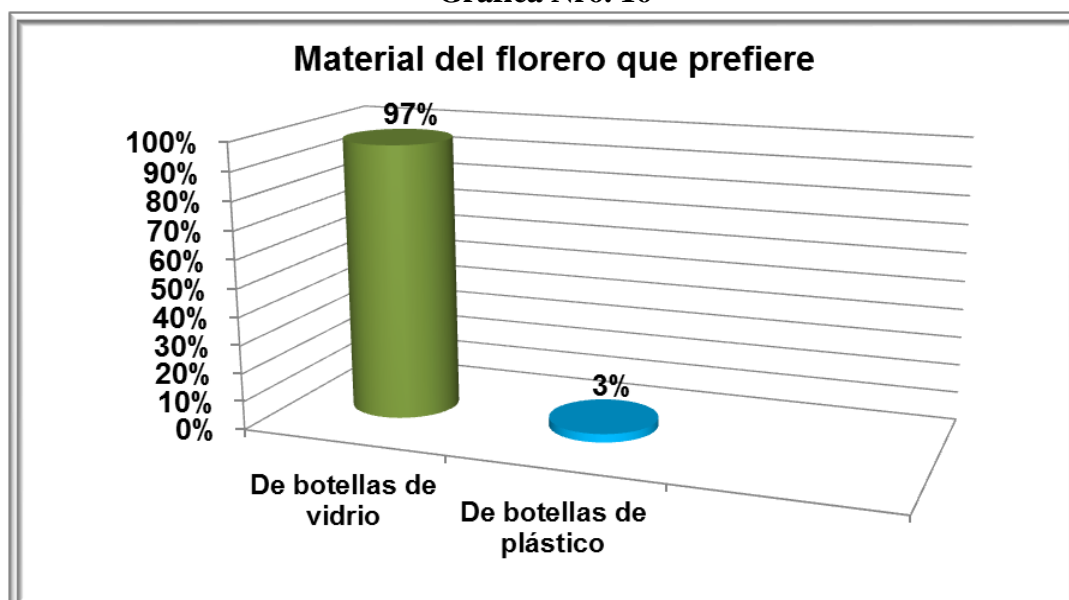
Cuadro Nro. 07

| Material del florero que prefiere | | |
|--|-------------------|-------------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| Floreros de botellas de vidrio | 331 | 97% |
| Floreros de botellas de plástico | 10 | 3% |
| Total | 341 | 100% |

Fuente: Familias del cantón Piñas.

Elaboración: Autora.

Gráfica Nro. 16



Análisis e Interpretación:

El 97% que equivalen a 331 encuestados, contestaron que el material que prefieren en los floreros de botellas recicladas, es el vidrio; el 3% mencionaron al plástico, Como se puede observar la mayoría prefiere las botellas de vidrio reciclado; por lo que se tomará en cuenta para la creación de esta empresa, enfocándose en determinar como materia prima a las botellas de vidrio.

Pregunta Nro. 7: Los floreros de botellas recicladas que normalmente compra qué precio tienen:

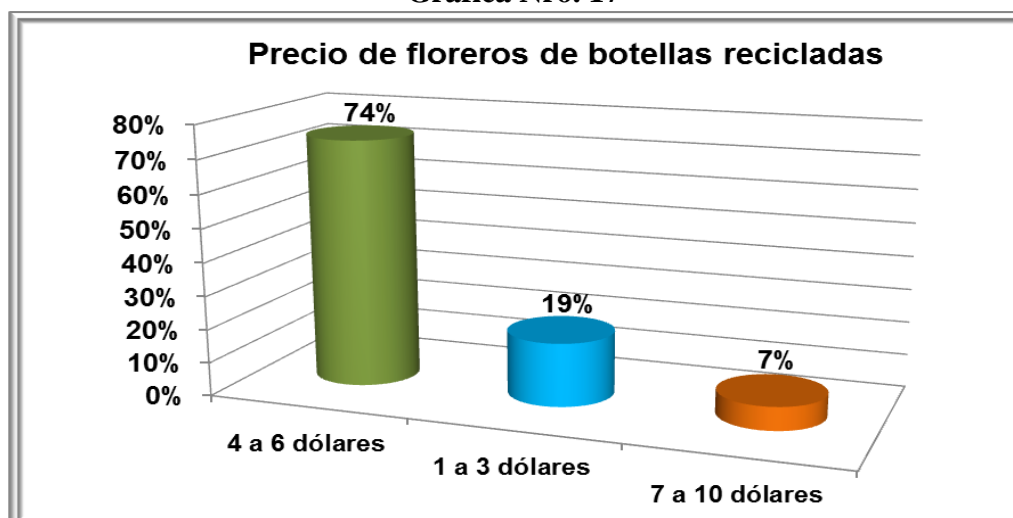
Cuadro Nro. 08

| Precio de floreros de botellas recicladas | | |
|--|-------------------|-------------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| De 1 a 4 dólares | 66 | 19% |
| De 4.1 a 7 dólares | 252 | 74% |
| De 7.1 a 11 dólares | 23 | 7% |
| Total | 341 | 100% |

Fuente: Familias del cantón Piñas.

Elaboración: Autora.

Gráfica Nro. 17



Análisis e Interpretación:

El 74% que equivalen a 252 encuestados, contestaron que el precio que han pagado por un florero de botella reciclada es de 4.1 a 7 dólares; mientras que el 19% mencionaron que han pagado de uno a cuatro dólares y finalmente el 7% indicaron los vals de 7.1 a 11 dólares. Como se puede observar el precio de un florero oscila entre el valor de 4 a 6 dólares; por lo que se debe considerar estos precios y comparar con los precios que se obtienen al realizar el estudio financiero.

Pregunta Nro. 8: Los floreros de botellas recicladas que adquiere, cumple con sus expectativas de compra:

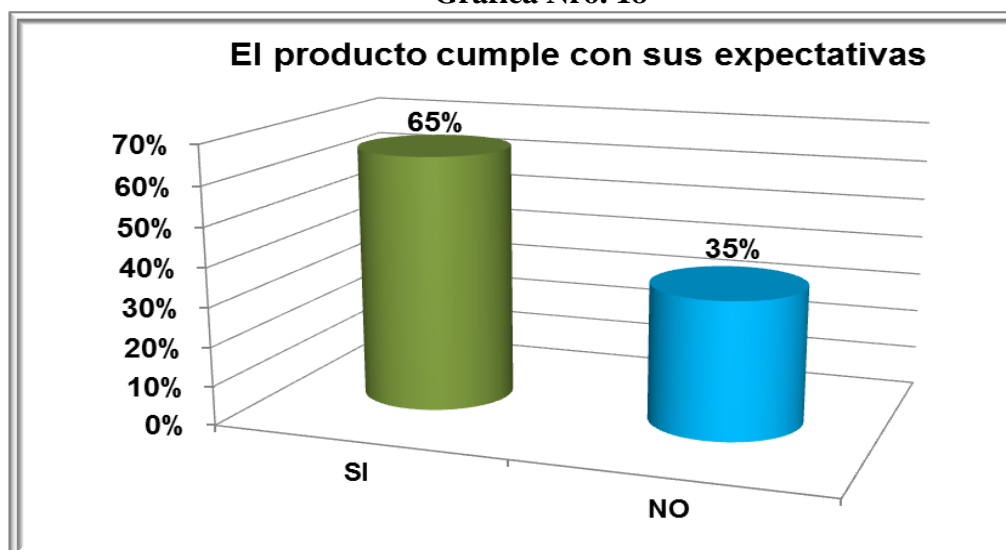
Cuadro Nro. 09

| El producto cumple con sus expectativas | | |
|--|-------------------|-------------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| SI | 222 | 65% |
| NO | 119 | 35% |
| Total | 341 | 100% |

Fuente: Familias del cantón Piñas.

Elaboración: Autora.

Gráfica Nro. 18



Análisis e Interpretación:

El 65% que equivalen a 222 encuestados, contestaron que los floreros que compran si cumplen con sus expectativas; mientras que el 35% mencionaron que el producto no cumple con sus expectativas. Como se puede observar existe una cantidad considerable de personas a las que no les gustan los floreros de botellas recicladas encontrados en almacenes, mercado o supermercados.

Pregunta Nro. 9: ¿Qué características considera que debería tener los floreros de botellas recicladas que Ud. adquiere?

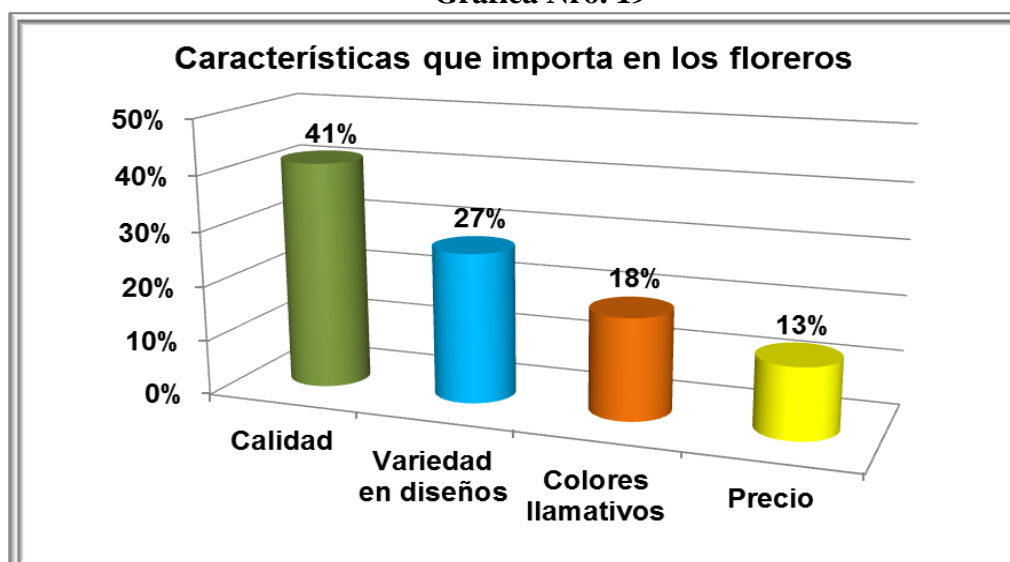
Cuadro Nro. 10

| Características de los floreros de botellas recicladas | | |
|---|-------------------|-------------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| Variedad en diseños | 93 | 27% |
| Calidad | 141 | 41% |
| Colores llamativos | 63 | 18% |
| Precio | 44 | 13% |
| Total | 341 | 100% |

Fuente: Familias del cantón Piñas..

Elaboración: Autora.

Gráfica Nro. 19



Análisis e Interpretación:

El 41% que equivalen a 141 encuestados, contestaron que la característica que más le interesa en un florero de botella reciclada es la calidad del mismo; así mismo el 27% mencionó que le interesa la variedad en diseños; el 18% les llama más la atención los colores de los floreros y finalmente el 13% mencionaron al precio como una característica importante. Sin duda entre todas estas características la calidad es la más importante; sin embargo el precio les podría interesar a las personas que quieran al por mayor del producto para poderlo comercializar en sus locales.

Pregunta Nro. 10: Si se creara una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de floreros de botellas recicladas. ¿Usted adquiriría este producto?

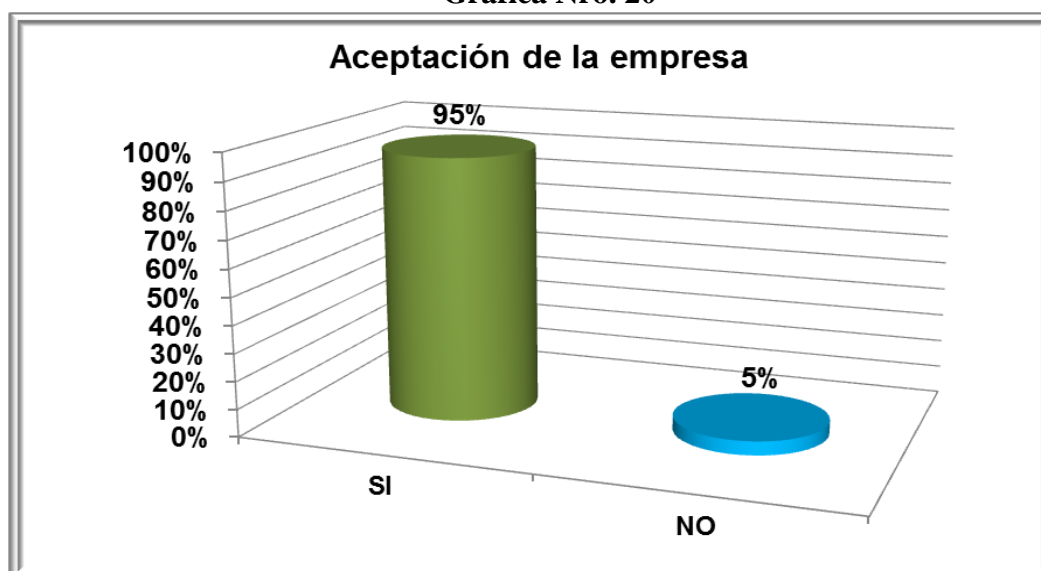
Cuadro Nro. 11

| Aceptación de la empresa | | |
|--------------------------|------------|-------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| SI | 325 | 95% |
| NO | 16 | 5% |
| Total | 341 | 100% |

Fuente: Familias del cantón Piñas.

Elaboración: Autora.

Gráfica Nro. 20



Análisis e Interpretación:

El 95% que equivalen a 325 encuestados, contestaron que si comprarían el producto en caso de crearse una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de floreros de botellas recicladas; mientras que el 5% mencionó no lo harían. Como se puede observar en los resultados la mayoría de encuestados están dispuestos a comprar el producto, este valor de porcentaje se lo toma en cuenta para determinar la demanda efectiva del presente proyecto.

Pregunta Nro. 11: De los siguientes lugares en el cantón Piñas. ¿En dónde le gustaría que esté ubicada esta nueva microempresa?

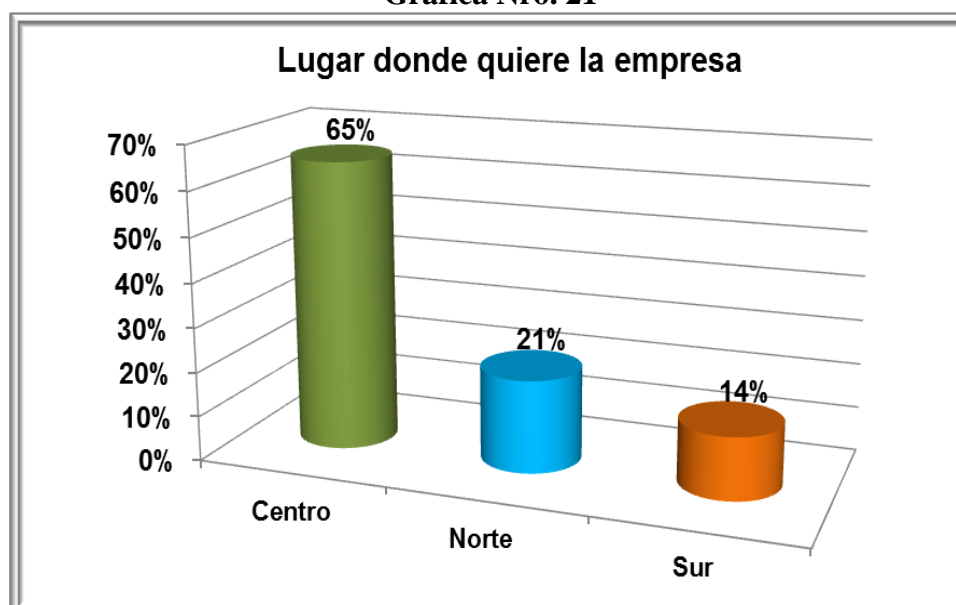
Cuadro Nro. 12

| Lugar donde quiere la empresa | | |
|--------------------------------------|-------------------|-------------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| Centro | 210 | 65% |
| Al Norte | 68 | 21% |
| Al Sur | 47 | 14% |
| Total | 325 | 100% |

Fuente: Familias del cantón Piñas.

Elaboración: Autora.

Gráfica Nro. 21



Análisis e Interpretación:

El 65% que equivalen a 224 encuestados, contestaron que les gustaría que la nueva microempresa esté ubicada en el centro; el 21% mencionaron que les gustaría el norte; y finalmente el 14% indicaron el sur. La mayoría de las personas prefieren que la microempresa esté ubicada en el centro del cantón de Piñas, por lo que se tomará en cuenta este factor a la hora de decidir la micro localización de la misma.

Pregunta Nro. 12: ¿Por qué medio de comunicación Usted prefiere que se haga publicidad de la nueva microempresa de floreros de botellas recicladas?

Cuadro Nro. 13

| Medios de comunicación | | |
|------------------------|------------|-------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| Televisión | 95 | 29% |
| Prensa escrita | 35 | 11% |
| Radio | 41 | 13% |
| Web o Redes Sociales | 154 | 47% |
| Total | 325 | 100% |

Fuente: Familias del cantón Piñas..

Elaboración: Autora.

Gráfica Nro. 22



Análisis e Interpretación:

El 47% que equivalen a 154 encuestados, contestaron que el medio publicitario que prefieren es la Web o redes sociales; el 29% mencionaron que les gusta más la televisión; el 13% manifestaron que se inclinan por la prensa escrita y finalmente el 11% supo indicar la radio. Como se puede observar, hoy en día la mayoría prefiere las redes sociales o visitar una página web; por lo que se debe considerar realizar la mayor publicidad de la venta de floreros a base de botellas recicladas por la web y aprovechar las redes sociales.

Pregunta Nro. 13: ¿En qué horarios usualmente tiene acceso a estos medios publicitarios?

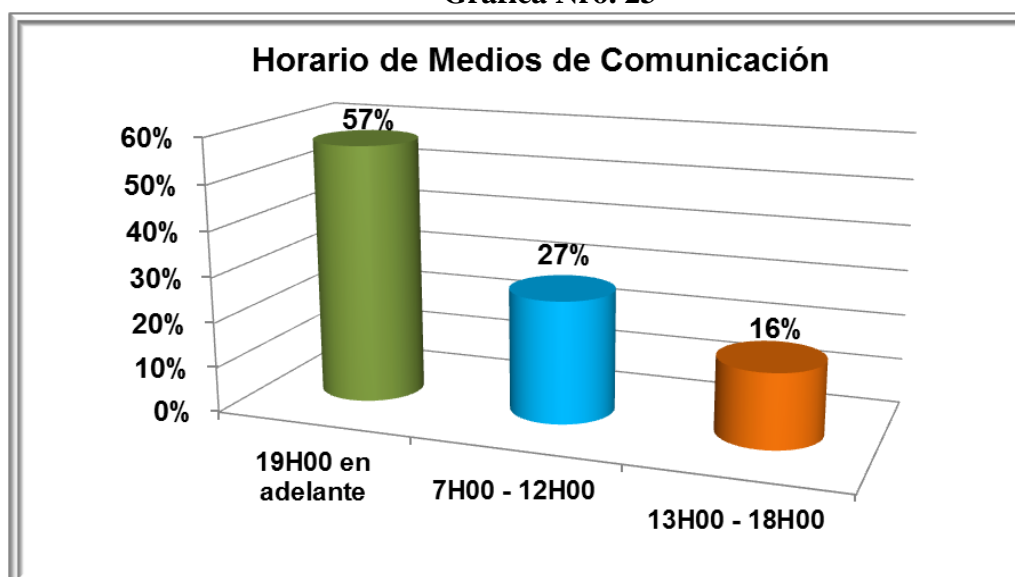
Cuadro Nro. 14

| Horario de medios de comunicación | | |
|--|-------------------|-------------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| 7H00 - 12H00 | 87 | 27% |
| 13H00 – 18H00 | 51 | 16% |
| 19H00 en adelante | 187 | 57% |
| Total | 325 | 100% |

Fuente: Familias del cantón Piñas..

Elaboración: Autora.

Gráfica Nro. 23



Análisis e Interpretación:

El 57% que equivalen a 187 encuestados, contestaron que tienen acceso a estos los medios publicitarios de 19H00 en adelante; el 27% indicaron que tienen acceso de 07H00 a 12H00 y finalmente el 16% tiene acceso de 13H00 - 18H00 del día. Como se puede observar, la mayoría puede acceder a los medios a partir de la 7 de la noche, por lo que se debe considerar las Redes Sociales como el principal medio de comunicación para ofertar los floreros de botellas recicladas.

Pregunta Nro. 14: ¿Qué promociones desearía que ofrezca la microempresa?

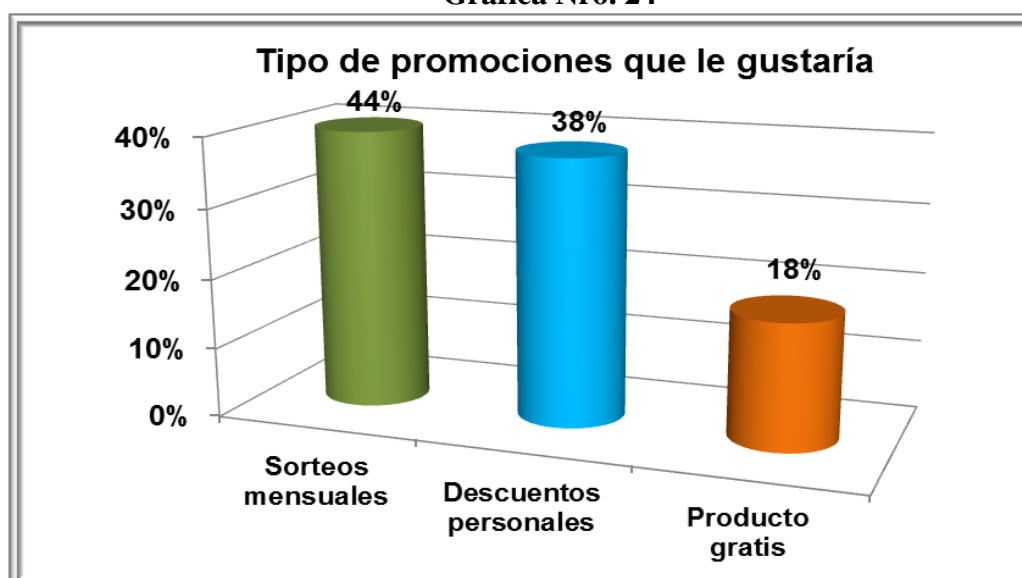
Cuadro Nro. 15

| Tipo de promociones que le gustaría | | |
|--|-------------------|-------------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| Sorteos mensuales | 145 | 44% |
| Descuentos personales | 123 | 38% |
| Producto gratis | 57 | 18% |
| Total | 325 | 100% |

Fuente: Familias del cantón Piñas.

Elaboración: Autora.

Gráfica Nro. 24



Análisis e Interpretación:

El 44% que equivalen a 145 encuestados, contestaron que como promoción les gustaría los sorteos mensuales; el 38% indicaron q les gustaría descuentos personales en sus compras y finalmente el 18% opta por que existan productos gratis. Las promociones que ofrezca la empresa, son muy importantes; siendo que se estaría enganchando a más compradores en el cantón de Piñas.

ENCUESTA APLICADA A LOS OFERENTES

Pregunta Nro. 1: ¿En la actualidad su empresa está legalmente constituida de acuerdo con las reglamentaciones exigidas para el efecto?

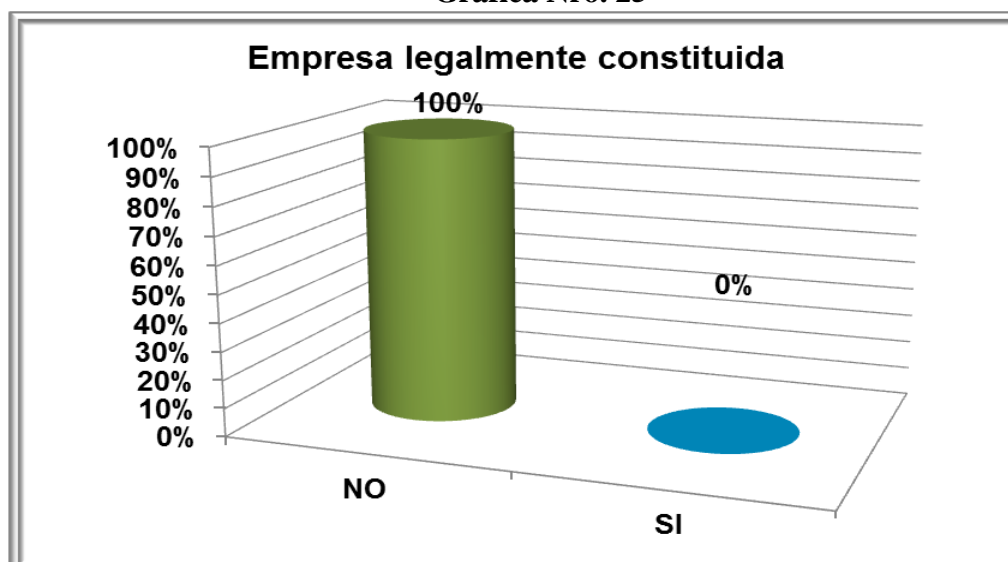
Cuadro Nro. 16

| Empresa legalmente constituida | | |
|--------------------------------|------------|-------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| SI | 23 | 100% |
| NO | 0 | 0% |
| Total | 23 | 100% |

Fuente: Empresas del cantón Piñas.

Elaboración: Autora.

Gráfica Nro. 25



Análisis e Interpretación:

El 100% que equivalen a los 23 oferentes, contestaron que su empresa si está legalmente constituida. Hoy en día toda empresa tiene derechos pero así mismo tiene obligaciones que cumplir como el pagar impuestos para que la empresa esté legal y no tener problemas durante la operatividad.

Pregunta Nro. 2: ¿En su negocio vende floreros?

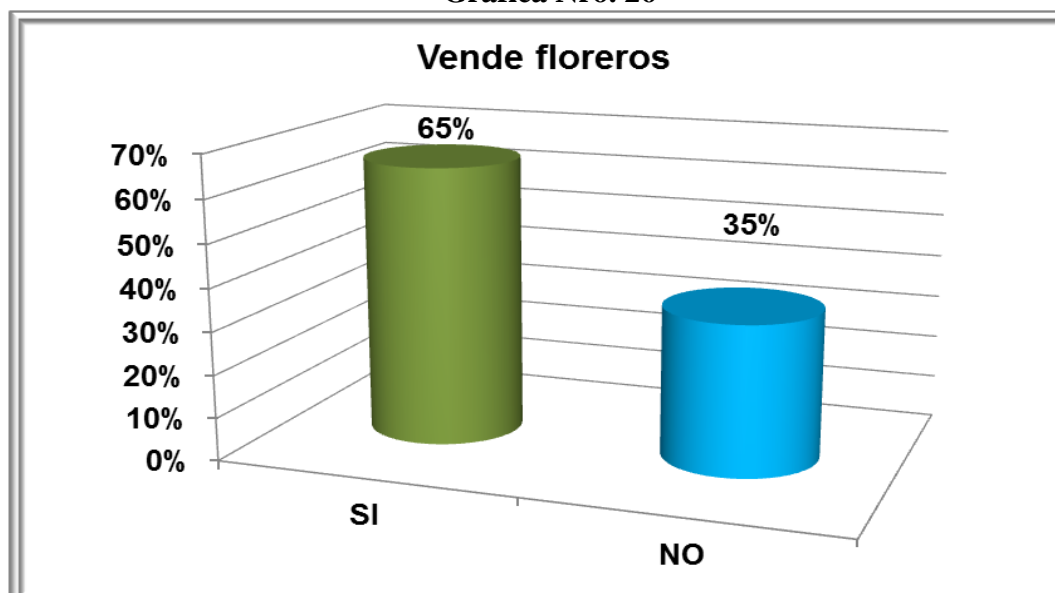
Cuadro Nro. 17

| Vende floreros | | |
|-----------------------|-------------------|-------------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| SI | 15 | 65% |
| NO | 8 | 35% |
| Total | 23 | 100% |

Fuente: Empresas del cantón Piñas.

Elaboración: Autora.

Gráfica Nro. 26



Análisis e Interpretación:

El 65% que equivalen a 15 oferentes, contestaron que en su empresa si venden floreros; mientras que el 35% mencionaron que no venden este tipo de producto. Existen diferente tipos de materiales en los floreros; esto significa que muchos almacenes ofrecen este producto pero serán muy pocos los que vendan floreros de algún tipo de material reciclable.

Pregunta Nro. 3: ¿Cuál es la actividad principal de su empresa?

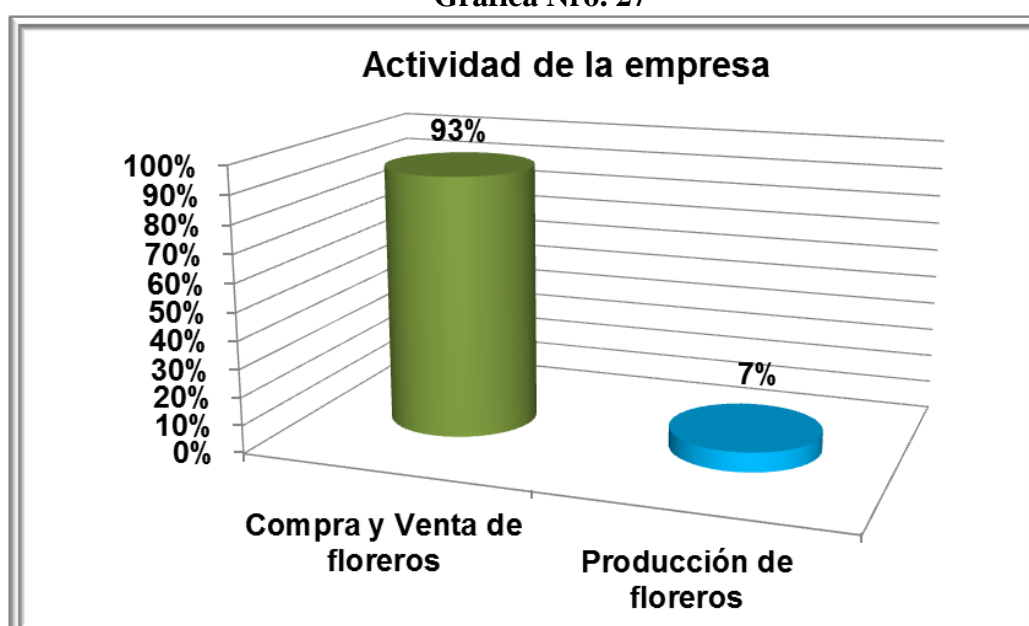
Cuadro Nro. 18

| Actividad de la empresa | | |
|----------------------------|------------|-------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| Producción de floreros | 1 | 7% |
| Compra y Venta de floreros | 14 | 93% |
| Total | 15 | 100% |

Fuente: Empresas del cantón Piñas.

Elaboración: Autora.

Gráfica Nro. 27



Análisis e Interpretación:

El 93% que equivalen a 14 oferentes, contestaron que en su empresa sólo compran y venden floreros; el 7% mencionaron que sólo se dedican a la producción de floreros. En el cantón Piñas la mayoría de almacenes tienen sus propios proveedores de todos sus productos; sin embargo se debe aprovechar este factor ya que se podría ofrecer los floreros de botellas recicladas a todos los almacenes del cantón.

Pregunta Nro. 4: ¿En su empresa vende floreros de botellas recicladas?

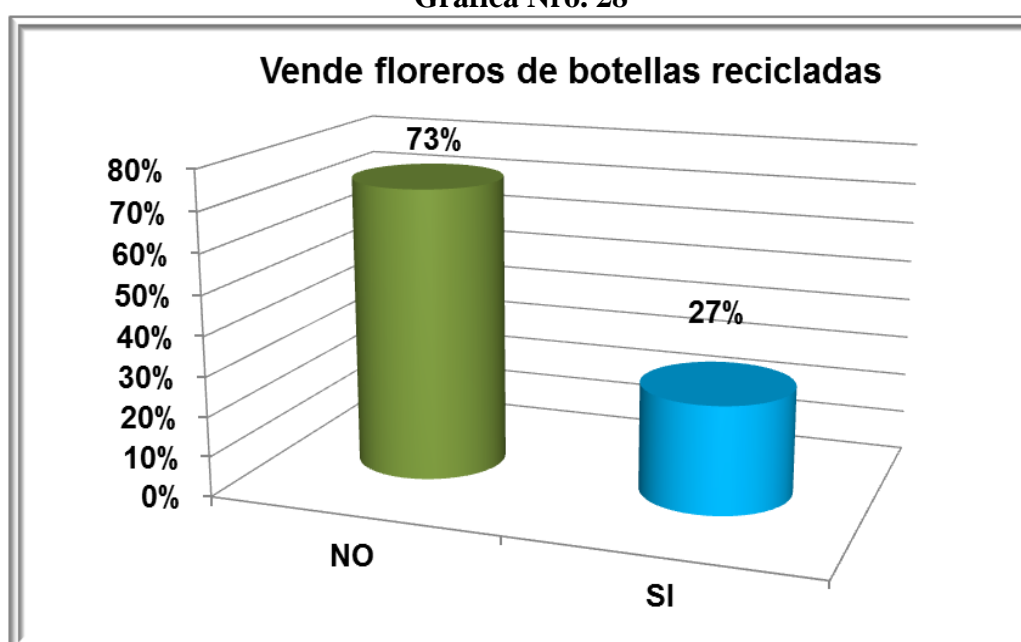
Cuadro Nro. 19

| Vende floreros de botellas recicladas | | |
|--|-------------------|-------------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| SI | 11 | 73% |
| NO | 4 | 27% |
| Total | 15 | 100% |

Fuente: Empresas del cantón Piñas.

Elaboración: Autora.

Gráfica Nro. 28



Análisis e Interpretación:

El 73% que equivalen a 11 oferentes, contestaron que en su empresa no venden floreros de botellas recicladas; el 27% indicaron que si venden este tipo de productos. Como se puede observar los resultados de la oferta de este producto es baja; puesto que no hay la suficiente oferta de floreros de botellas recicladas.

Pregunta Nro. 5: ¿De los siguientes tipos de floreros, cuáles son los que más vende en su empresa?

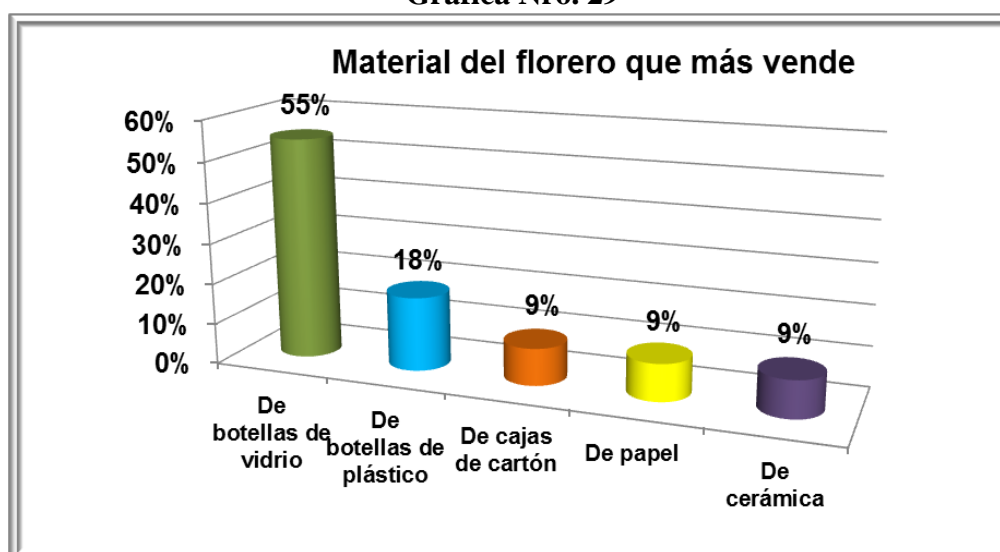
Cuadro Nro. 20

| Material del florero que más vende | | |
|---|-------------------|-------------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| Floreros de botellas de plástico | 2 | 18% |
| Floreros de botellas de vidrio | 6 | 55% |
| Floreros de cajas de cartón | 1 | 9% |
| Floreros de papel | 1 | 9% |
| Floreros de cerámica | 1 | 9% |
| Total | 11 | 100% |

Fuente: Empresas del cantón Piñas.

Elaboración: Autora.

Gráfica Nro. 29



Análisis e Interpretación:

Como se puede observar en la gráfica, el 55% de oferentes, respondieron que venden más floreros a base botellas de vidrio; el 18% venden más de plástico; y el 9% venden más floreros de cartón, papel y cerámica. Sin duda las personas prefieren más un florero hecho de una botella de vidrio; por lo que esta microempresa se orientará por este tipo de florero.

Pregunta Nro. 6: ¿En qué cantidad mensual Usted vende los floreros de botellas recicladas?

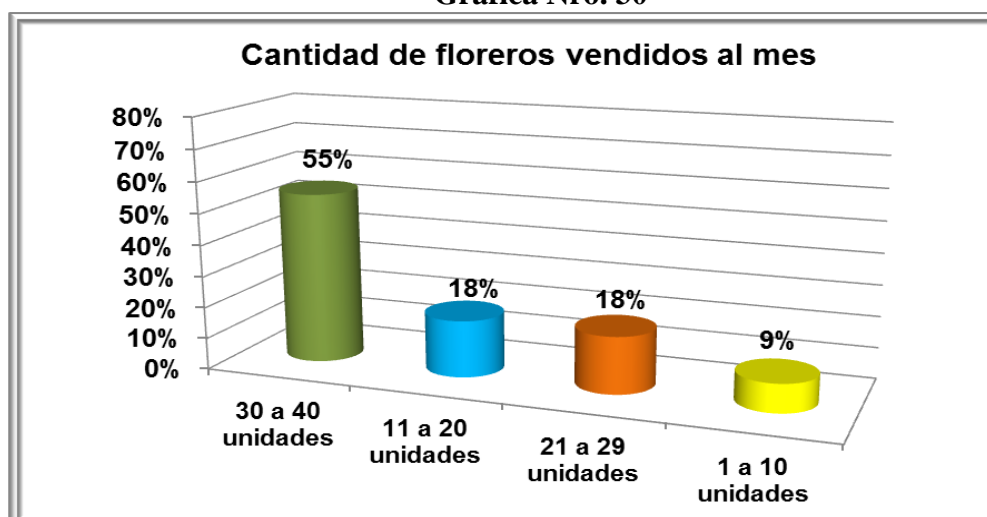
Cuadro Nro. 21

| Cantidad de floreros vendidos mensual | | |
|--|-------------------|-------------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| De 1 a 10 unidades | 1 | 9% |
| De 11 a 20 unidades | 2 | 18% |
| De 21 a 30 unidades | 2 | 18% |
| De 31 a 40 unidades | 6 | 55% |
| Total | 11 | 100% |

Fuente: Empresas del cantón Piñas.

Elaboración: Autora.

Gráfica Nro. 30



Análisis e Interpretación:

El 78% que equivalen a 7 oferentes, contestaron que al mes venden de 30 a 40 unidades; el 18% mencionaron que venden de 11 a 20 y de 21 a 29 unidades; y finalmente el 9% venden de 1 a 10 unidades al mes. Según los resultados los oferentes no venden la cantidad necesaria de floreros para mantener una empresa en el mercado; esto se debe a la poca publicidad que se da al producto, a la calidad y precio del mismo.

Pregunta Nro. 7: ¿En qué medio de publicidad Usted realiza, la promoción de sus productos?

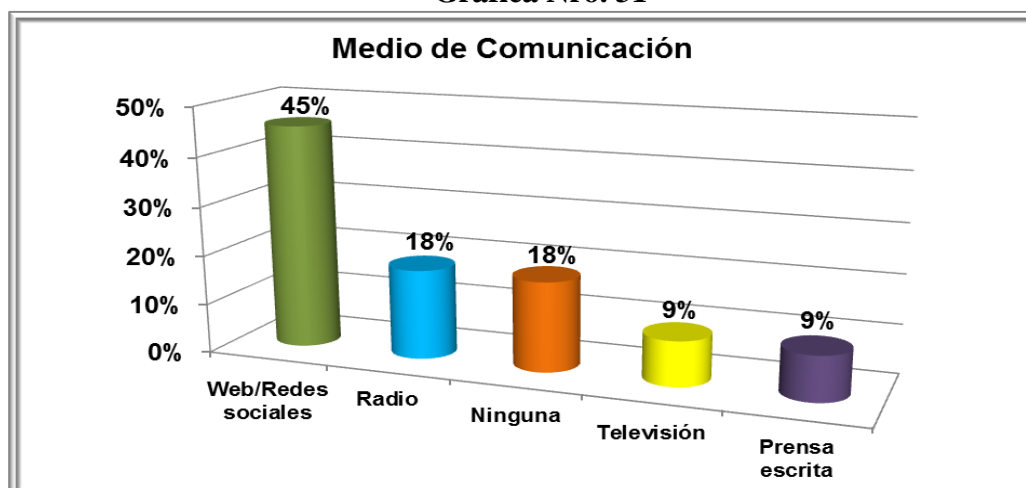
Cuadro Nro. 22

| Medios de Comunicación | | |
|------------------------|------------|-------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| Televisión | 1 | 9% |
| Radial | 2 | 18% |
| Prensa Escrita | 1 | 9% |
| Web o Redes Sociales | 5 | 45% |
| Ninguna | 2 | 18% |
| Total | 11 | 100% |

Fuente: Empresas del cantón Piñas.

Elaboración: Autora.

Gráfica Nro. 31



Análisis e interpretación:

El 45% que equivalen a 5 oferentes, contestaron que medio de comunicación utilizado para su promocionar sus productos es la Web y Redes Sociales; el 18% mencionaron la radio y otro 18% indicaron que no hacen publicidad de su empresa; así mismo el 9% lo hace por la televisión; y últimamente el otro 9% mencionaron la prensa escrita. Sin duda la publicidad es el factor que mantiene a una empresa, para que así pueda vender sus productos.

Pregunta Nro. 8: ¿Cuál es el precio que Usted vende los floreros de botellas recicladas?

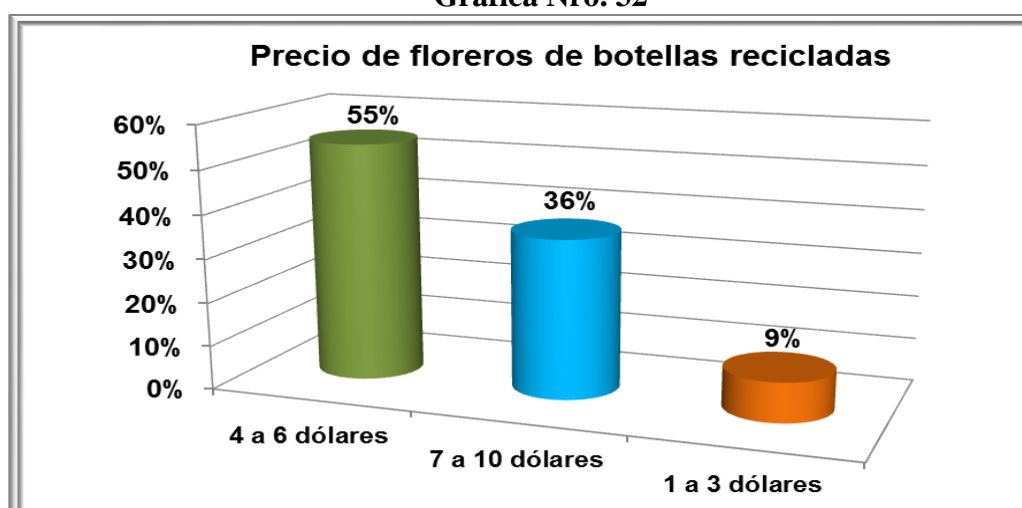
Cuadro Nro. 23

| Precio de floreros de botellas recicladas | | |
|--|-------------------|-------------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| De 1 a 4 dólares | 1 | 9% |
| De 4.1 a 7 dólares | 6 | 55% |
| De 7.1 a 11 dólares | 4 | 36% |
| Total | 11 | 100% |

Fuente: Empresas del cantón Piñas.

Elaboración: Autora.

Gráfica Nro. 32



Análisis e Interpretación:

El 55% que equivalen a 6 oferentes, contestaron que el precio del florero que venden es de 4 a 6 dólares; el 33% mencionaron que venden a 7 o 10 dólares; el 9% indicaron que los floreros que venden están entre el dólar a tres dólares. El precio de un producto depende mucho del costo de su materia prima, mano de obra etc.; sin embargo se debe considerar que el material es reciclable por lo que el precio debería ser accesible para el cliente.

Pregunta Nro. 9: ¿Cuál es el mercado que Usted cubre en la región?

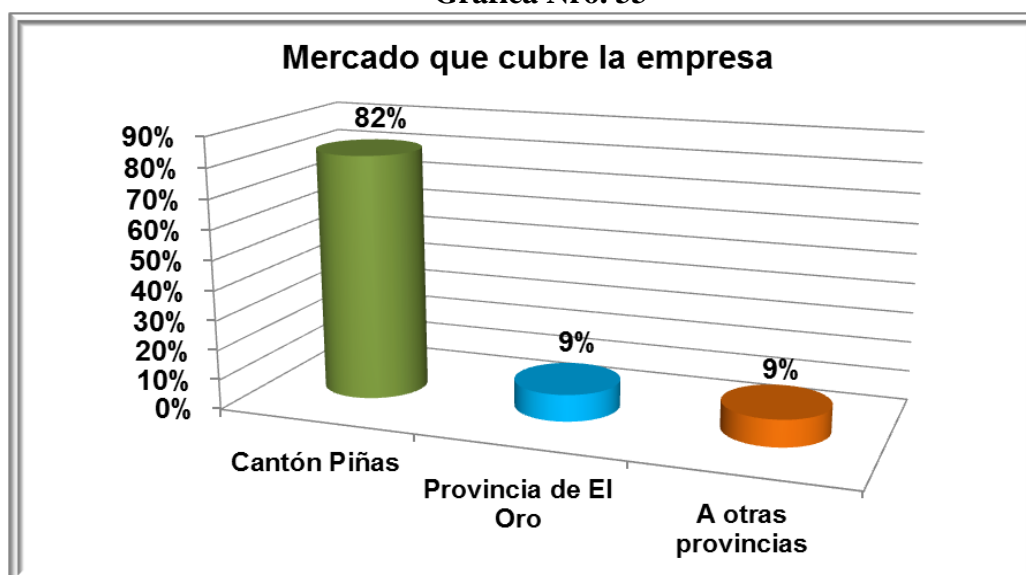
Cuadro Nro. 24

| Mercado que cubre la empresa | | |
|-------------------------------------|-------------------|-------------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| Cantón Piñas | 9 | 82% |
| Toda la provincia de El Oro | 1 | 9% |
| A otras provincias | 1 | 9% |
| Total | 11 | 100% |

Fuente: Empresas del cantón Piñas.

Elaboración: Autora.

Gráfica Nro. 33



Análisis e Interpretación:

El 82% que equivalen a 9 oferentes, contestaron que cubren todo el cantón de Piñas; el 9% mencionaron que cubren toda la provincia de El Oro; y finalmente el 9% manifestaron que cubren a otras provincias. La visión de todas las empresas debería ser expandirse a otras provincias con sus productos, y si el producto se enfoca a línea artesanal y a la ayuda de cuidado del medio ambiente, la acogida sería muy buena.

Pregunta Nro. 10. Según su criterio. ¿Qué tipo de aceptación tiene su empresa en el cantón de Piñas?

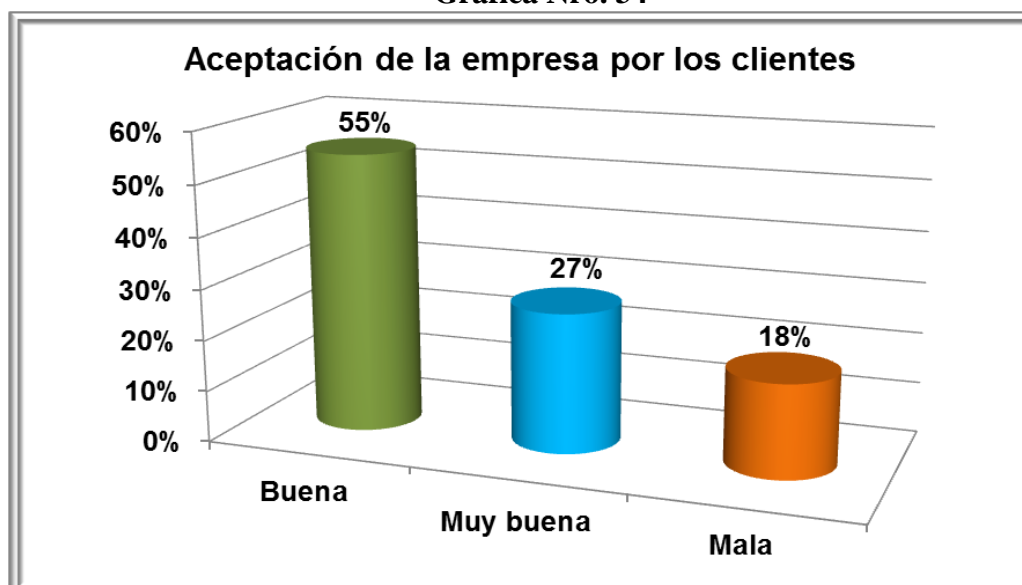
Cuadro Nro. 25

| Aceptación de la empresa por los clientes | | |
|--|-------------------|-------------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| Muy buena | 3 | 27% |
| Buena | 6 | 55% |
| Mala | 2 | 18% |
| Total | 11 | 100% |

Fuente: Empresas del cantón Piñas.

Elaboración: Autora.

Gráfica Nro. 34



Análisis e Interpretación:

El 55% que equivalen a 6 oferentes, contestaron que la aceptación de su empresa por los clientes es Buena; el 27% mencionaron que su empresa tiene una aceptación de Muy Buena; y finalmente el 18% manifestaron que la aceptación por parte de los habitantes del cantón Piñas es Mala. La aceptación de una empresa en un determinado sector depende de algunos factores, entre ellos la publicidad del producto, la calidad, su costo, la forma de atender etc.

Pregunta Nro. 11: ¿Qué tipo de promociones ofrece a sus clientes?

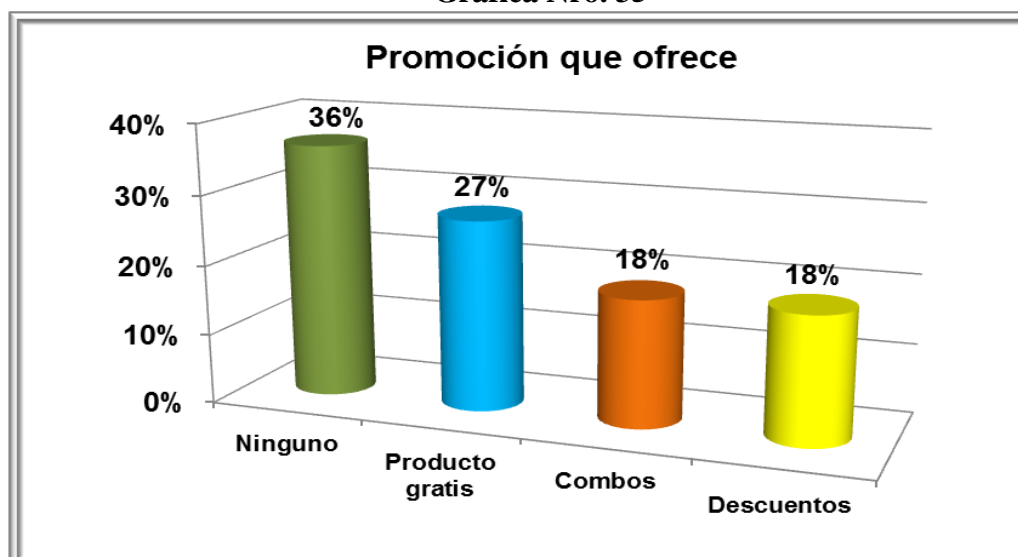
Cuadro Nro. 26

| Promoción que ofrece | | |
|-----------------------------|-------------------|-------------------|
| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje |
| Combos | 2 | 18% |
| Descuentos | 2 | 18% |
| Productos gratis | 3 | 27% |
| Ninguno | 4 | 36% |
| Total | 11 | 100% |

Fuente: Empresas del cantón Piñas.

Elaboración: Autora.

Gráfica Nro. 35



Análisis e Interpretación:

El 37% que equivalen a 4 oferentes, contestaron no tienen ningún tipo de promoción; el 27% tiene la promoción de dar productos gratis; el 18% mencionaron que su empresa tiene como promoción combos; y finalmente otro 18% manifestaron los descuentos. Las promociones que ofrecen las empresas son muy importantes; ya que las mismas se convierten en marketing y publicidad, reflejando los resultados en las ventas diarias.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE LA DEMANDA

La demanda está en función de una serie de factores como son: su precio en términos reales, el nivel de ingreso de la población, los precios de sus sustitutos o de sus servicios complementarios, entre otros.

DEMANDA POTENCIAL

La población para el presente estudio es de 6.905 familias del cantón Piñas, siendo este el mercado objetivo. En tal sentido se procede a realizar la proyección de los mismos para 10 años de vida útil del proyecto, utilizando la siguiente fórmula:

Fórmula de proyección:

$$Pd = Dt (1+r)^t$$

En donde:

Pd = Proyección de la Demanda

Dt = Demanda Total

r = Índice de crecimiento

t = Tiempo en Años

Cuadro Nro. 27
Población

| Año 2015 | Familias |
|-----------------|-----------------|
| Cantón de Piñas | 6.905 |

Fuente: Investigación directa.

Elaboración: Autora.

Cuadro Nro. 28
Proyección de la población

| AÑO | Familias (1.18%) |
|------------|-------------------------|
| 2015 | 6.905 |
| 2016 | 6.986 |
| 2017 | 7.068 |
| 2018 | 7.151 |
| 2019 | 7.235 |
| 2020 | 7.320 |
| 2021 | 7.406 |
| 2022 | 7.493 |
| 2023 | 7.581 |
| 2024 | 7.670 |
| 2025 | 7.760 |

Fuente: cuadro N° 27

Elaboración: Autora.

Fórmula:

$$D_p = Q_p * M\%$$

En donde:

D_p = Demanda Potencial

Q_p = Población Proyectada

M% = Porcentaje de la demanda Muestral

Cuadro Nro. 29
Proyección de la Demanda Potencial

| AÑO | Familias | 95% | Demanda Potencial |
|------------|-----------------|------------|--------------------------|
| 2015 | 6.905 | 95% | 6.559 |
| 2016 | 6.986 | | 6.636 |
| 2017 | 7.068 | | 6.714 |
| 2018 | 7.151 | | 6.793 |
| 2019 | 7.235 | | 6.873 |
| 2020 | 7.320 | | 6.954 |
| 2021 | 7.406 | | 7.035 |
| 2022 | 7.493 | | 7.118 |
| 2023 | 7.581 | | 7.201 |
| 2024 | 7.670 | | 7.229 |
| 2025 | 7.760 | | 7.372 |

Fuente: Cuadro Nro. 03 y 28

Elaboración: Autora.

Se determina una demanda potencial para el año 2016 de 7.372

ADQUISICIÓN DE FLOREROS DE BOTELLAS RECICLADAS

Para calcular el consumo per-cápita aplicamos la siguiente fórmula.

$$X = \frac{\sum f.x}{N}$$

En Donde:

X = Utilización promedio semestral

F = Frecuencia

Xm = Punto medio

N = Población total

Σ = Sumatoria Total

Cuadro Nro. 30
Adquisición Per cápita

CANTIDAD DE FLOREROS QUE ADQUIEREN SEMESTRAL

| Alternativas | X | F | Xm.f |
|-------------------|-----|------------|---------------|
| De 1 a 2 unidades | 1,5 | 285 | 427,5 |
| De 3 a 4 unidades | 3,5 | 44 | 154 |
| De 5 a 6 unidades | 5,5 | 12 | 66 |
| Total | | 341 | 647.50 |

Fuente: Cuadro Nro. 06

Elaboración: Autora.

Adquisición Per cápita

$$X = \frac{647.50}{341} = 1.8988 \text{ floreros de botellas recicladas mensuales}$$

Promedio per cápita = 1.8988

Promedio per cápita semestral = 2 floreros de botellas recicladas

Promedio per cápita anual = 2x 2 semestres

Promedio per cápita anual = 4 floreros anuales

Con ello se tiene que por familia compraría 4 floreros anuales

DEMANDA REAL

Para calcular la demanda real se toma en consideración la demanda potencial de los habitantes que compran floreros de botellas recicladas. A esta demanda real se la proyecta para los diez años de vida útil del proyecto.

Cuadro Nro. 31
Proyección de la Demanda Real

| AÑO | Demanda Potencial | Adquirido floreros de botellas recicladas | Demanda Real | Uso Per cápita | Demanda real floreros |
|------------|--------------------------|--|---------------------|-----------------------|------------------------------|
| 2015 | 6.559 | 97% | 6.362 | 4 floreros | 25.448 |
| 2016 | 6.636 | 97% | 6.436 | | 25.744 |
| 2017 | 6.714 | 97% | 6.512 | | 26.048 |
| 2018 | 6.793 | 97% | 6.589 | | 26.356 |
| 2019 | 6.873 | 97% | 6.666 | | 26.664 |
| 2020 | 6.954 | 97% | 6.745 | | 26.980 |
| 2021 | 7.035 | 97% | 6.823 | | 27.292 |
| 2022 | 7.118 | 97% | 6.904 | | 27.616 |
| 2023 | 7.201 | 97% | 6.984 | | 27.936 |
| 2024 | 7.229 | 97% | 7.012 | | 28.048 |
| 2025 | 7.372 | 97% | 7.150 | | 28.600 |

Fuente: Cuadro Nro. 5 y 30

Elaboración: Autora.

DEMANDA EFECTIVA

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones producto de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impedirán que puedan adquirir el producto.

La demanda efectiva corresponde a la aceptación de las personas que si van a comprar el producto, en este caso los floreros a base de botellas recicladas, cuyo porcentaje corresponde a 95%.

Cuadro Nro. 32
Proyección de la Demanda Efectiva

| AÑO | Demanda Real en unidades | Aceptación | Demanda Efectiva |
|------------|---------------------------------|-------------------|-------------------------|
| 2015 | 25.448 | 95% | 24.176 |
| 2016 | 25.744 | | 24.457 |
| 2017 | 26.048 | | 24.746 |
| 2018 | 26.356 | | 25.038 |
| 2019 | 26.664 | | 25.331 |
| 2020 | 26.980 | | 25631 |
| 2021 | 27.292 | | 25.927 |
| 2022 | 27.616 | | 26.235 |
| 2023 | 27.936 | | 26.539 |
| 2024 | 28.048 | | 26.646 |
| 2025 | 28.600 | | 27.170 |

Fuente: Cuadro Nro. 11 y 31

Elaboración: Autora.

Se determina una demanda efectiva para el año 2016 de 24.457

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para determinar la oferta de floreros de botellas recicladas, se recolectó la información mediante la aplicación de una encuesta a una población significativa de oferentes del producto en estudio, en el cantón Piñas.

| OFERENTES | UBICACIÓN |
|----------------------|----------------------------------|
| ➤ Humberto Apolo | calle Sucre y José Joaquín de O. |
| ➤ Celeste Marín | Av. Ángel Salvador |
| ➤ Rosario Romero | Av. Independencia |
| ➤ Patricia Espinoza | calle Juan José Loayza |
| ➤ Galo Aguilar | calle Juan José Loayza y García |
| ➤ Polibio Aguilar | Av. Independencia y José J O. |
| ➤ Karla Olmedo | Loja y Eliseo Romero. |
| ➤ Andrea Loayza | 8 de Noviembre Y José J.O. |
| ➤ José Macas | Loja Y José Joaquín de O. |
| ➤ Patricio Cuenca | Bustamante Celi |
| ➤ Johnson Campoverde | García Moreno y Juan José L. |

Cuadro Nro. 33
Cantidad de Floreros que Venden mensualmente

| Alternativas | X | F | Xm.f |
|---------------------|----------|-----------|--------------|
| De 1 a 10 unidades | 5,5 | 1 | 5.5 |
| De 11 a 20 unidades | 15,5 | 2 | 31 |
| De 21 a 30 unidades | 25,5 | 2 | 51 |
| De 31 a 40 unidades | 35,5 | 6 | 213 |
| Total | | 11 | 300.5 |

Fuente: Cuadro N° 21.

Elaboración: Autora.

PROMEDIO DE VENTA DE FLOREROS ANUAL

Producto Ofertado Mensual

Se calcula:

$$F = \frac{300.50}{11} = 27.3118$$

Venta per cápita mensual= 27.31

Venta per cápita anual = 27.31x12 = 328 floreros anuales

Venta per cápita anual= 328 anual

El promedio de venta de los floreros por parte de los oferentes en el Cantón Piñas es de 27 floreros mensuales, esto multiplicado para los 12 meses que tiene el año es igual a 328 floreros vendidos por parte de los oferentes

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Para la proyección de la oferta se ha tomado datos de la tasa de crecimiento del Cantón de Piñas, en el cual estos negocios crecen en un porcentaje del 2% anual datos al 2015.

ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

El análisis de la oferta y la demanda permite determinar la demanda insatisfecha para el producto.

Se denomina demanda insatisfecha el análisis entre la demanda efectiva y la oferta, siendo esta la cantidad de bienes y servicios, sobre la cual se ha determinado que ningún producto podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.

En el siguiente cuadro se puede observar la diferencia entre la oferta y la demanda efectiva que da como resultado la demanda insatisfecha.13.454

Cuadro Nro. 34
Proyección de la Oferta

| Años | Oferta Tasa de crecimiento (2%) |
|-------------|--|
| 2015 | 328.00 |
| 2016 | 335.00 |
| 2017 | 342.00 |
| 2018 | 349.00 |
| 2019 | 356.00 |
| 2020 | 363.00 |
| 2021 | 370.00 |
| 2022 | 377.00 |
| 2023 | 385.00 |
| 2024 | 393.00 |
| 2025 | 401.00 |

Fuente: (SRI) (TC 2, %) y Cuadro 33.

Elaboración: Autora.

Cuadro Nro. 35
Demanda Insatisfecha

| Año | D. Efectiva Total | Oferta total proyectada | Demanda Insatisfecha |
|------------|--------------------------|--------------------------------|-----------------------------|
| 2015 | 24.176 | 328.00 | 23.848 |
| 2016 | 24.457 | 335.00 | 24.122 |
| 2017 | 24.746 | 342.00 | 24.404 |
| 2018 | 25.038 | 349.00 | 24.639 |
| 2019 | 25.331 | 356.00 | 24.375 |
| 2020 | 25631 | 363.00 | 25.268 |
| 2021 | 25.927 | 370.00 | 25.557 |
| 2022 | 26.235 | 377.00 | 25.858 |
| 2023 | 26.539 | 385.00 | 26.154 |
| 2024 | 26.646 | 393.00 | 26.253 |
| 2025 | 27.170 | 401.00 | 26.769 |

Fuente: Cuadro Nro. 32 y 34

Elaboración: Autora.

La demanda insatisfecha actual del proyecto es de 24.122 unidades de floreros de botellas recicladas para el año base; para el año 2020 año es de 25.268 y para el año 2025 es de 26.769 para su posible implementación se tomará estrategias o alternativas convenientes para su comercialización.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

El objetivo del Plan de Comercialización es el realizar el análisis de las cuatro Ps, como es producto, precio, plaza y promoción, el cual permitirá comercializar floreros de botellas recicladas, a la población del cantón Piñas, con una excelente calidad y variedad, con el propósito de satisfacer las necesidades de todos los clientes.

Producto

El producto que se plantea en este proyecto para su posterior elaboración y comercialización en el cantón Piñas, son floreros de botellas recicladas. Al producto que se pretende elaborar e ingresar al mercado, será de alta calidad, procesado de acuerdo a las normas de higiene y calidad, que marque la diferencia en calidad con respecto a los existentes ya en el mercado.

Gráfica Nro. 36
Ejemplo de Floreros de Botellas Recicladas



Fuente: botellas decoradas
Elaborado: autora

Marca

La marca es la imagen a través de la cual se diferencia el producto de la competencia, cuyo objetivo es crear fidelidad por parte de los clientes. Es muy importante darle un nombre al producto el mismo que debe ser registrado y aplicado a la estrategia de comunicación. Para diferenciar el producto de la competencia se procedió a ponerle un nombre a la microempresa, al producto y a elaborar el logotipo con el que se identificará:

Nombre de la microempresa

Gráfica Nro. 37
Nombre de la Microempresa



Nombre del Producto

- Floreros de botellas recicladas.

Logotipo

Gráfica Nro. 38
Logotipo de la Microempresa



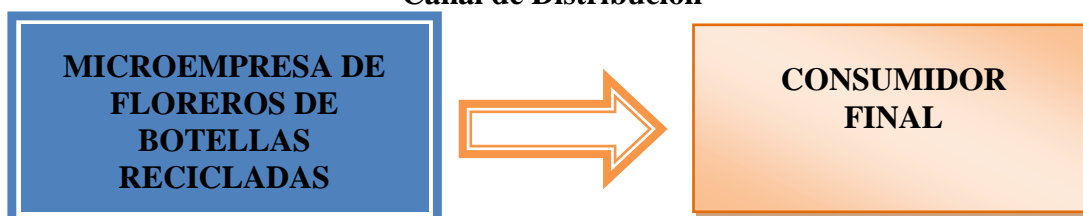
PRECIO

Para poder determinar el precio del producto se debe analizar los costos de producción, los precios que tienen la competencia, el precio que los consumidores están dispuestos a pagar considerando el margen de utilidad, el mismo que servirá a la microempresa para seguir produciendo. El precio de venta al público está determinado en el estudio financiero.

PLAZA

Una vez que se ha determinado el producto y el precio, es necesario conocer el canal de distribución para poner a disposición de los consumidores, el cual presenta el siguiente sistema de comercialización.

Gráfica Nro. 39
Canal de Distribución



El canal de distribución que la microempresa utilizará es el canal directo; es decir productor y consumidor final.

PROMOCIÓN O COMUNICACIÓN

De acuerdo a las encuestas realizadas la publicidad y promoción del producto se lo realizará a través de la televisión, radio y prensa escrita de la localidad.

Será mediante la televisión, a través de un canal de televisión vigente en el cantón Piñas dos cuñas en la mañana, dos cuñas en la tarde y 2 cuñas en la noche. En la radio se pasará 2 cuñas en la mañana y tarde. También en el periódico La Hora con dos cuñas a la semana de 40cm x 45cm. Y también se dará publicidad por las Redes Sociales, para la cual se creará una página para la microempresa Faby's Diseños y Creaciones.

Cuadro Nro. 36
Presupuesto para Publicidad y Propaganda

| Detalle | Cantidad mes | Costo Unitario | Costo mensual | Costo Anual |
|--------------------|---------------------|-----------------------|----------------------|--------------------|
| Cuñas Televisivas | 20 | 0,4 | 8 | 96.00 |
| Cuñas Radiales | 10 | 0,25 | 2,5 | 30.00 |
| Prensa Escrita | 5 | 0,75 | 3,75 | 45.00 |
| TOTAL ANUAL | | | | 171.00 |

Fuente: Medios de Comunicación.

Elaboración: Autora.

ESTUDIO TÉCNICO

En el estudio técnico del proyecto se determina que la función de producción óptima es a través de la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción de los bienes o servicios.

Los objetivos son parte fundamental del estudio técnico por lo cual deben ser claros y precisos.

Además verificar si el producto o servicio a ofrecer se puede llevar a cabo estableciendo el tamaño y localización óptima, si cuenta con la materia prima adecuada, mano de obra calificada, equipos y herramientas necesarias e instalaciones óptimas para su producción.

TAMAÑO

El tamaño del proyecto mide la relación de capacidad productiva durante un periodo considerado. Las variables determinantes del tamaño son: dimensión del mercado, tecnología del proceso productivo, disponibilidad de insumos, la localización, también se encuentran íntimamente ligados con la oferta y demanda del producto y con todos los demás aspectos del proyecto.

Al definir el tamaño del proyecto como una función de la capacidad, se hace necesario diferenciar la capacidad instalada y utilizada.

CAPACIDAD INSTALADA

Está determinada por el nivel máximo de producción que se puede obtener con la utilización de determinado componente de producción, independientemente de los costos de producción que genere. Se refiere al tamaño total de la planta, es decir que recursos humanos, materiales se estiman en la producción.

Se ha determinado ofrecer floreros de botellas recicladas la cantidad de veces para cubrir la demanda insatisfecha, viendo también las ofertas que se reciben por parte de los otros locales y el costo que se tenga que pagar por ellos.

En el presente proyecto se tomara en cuenta el resultado del balance demanda menos oferta que permite determinar la capacidad de oferta por parte de la empresa; para ello tomara en cuenta los presupuestos de venta y la rotación de clientes por negocio que se identificaron como parte del estudio de mercado.

Para la capacidad instalada se tomó según el análisis del proceso productivo el tiempo que lleva la confección de un florero de botellas recicladas que es de 48 minutos.

La jornada de trabajo será de ocho horas diarias lo que corresponde a (8 horas x 60 min=480) ósea 480 minutos diarios de trabajo, entonces diariamente se realizarán 10 procesos (**480 min/48 min por proceso = 10 floreros de botellas recicladas diarios**).

Se contrata 3 obreras por lo que a la vez se confeccionarán 10 floreros. Por lo tanto en el día se realizarán 30 floreros de botellas recicladas por jornada de trabajo (**10 floreros x 3 obreras 30 floreros diarios**).

Para conocer el número de floreros de botellas recicladas se producirán en el año se considera que a la semana se trabajara cinco días de lunes a viernes, por lo tanto (10 floreros de botellas recicladas por 5 días = 50 x 52 semanas que tiene el año= 2.600 unidades por cada obrera) 2.600 x 3 obreras = 7.800

Por lo tanto la capacidad instalada es de 7.800 floreros.

Cuadro Nro. 37
Determinación de la Capacidad Instalada

| No | Recurso Humano | Horas a trabajar | Semanas anuales | Nro. floreros realizados a la semana | Unidades a producir al año |
|--------------|-----------------|------------------|-----------------|--------------------------------------|----------------------------|
| 1 | Obrera 1 | 8 Horas diarias | 52 semanas | 50 floreros | 2.600 unidades |
| 2 | Obrera 2 | 8 Horas diarias | 52 semanas | 50 floreros | 2.600 unidades |
| 3 | Obrera 3 | 8 Horas diarias | 52 semanas | 50 floreros | 2.600 unidades |
| TOTAL | | | | | 7.800 Unidades |

Fuente: Elaboración propia.

Elaboración: Autora

Cuadro Nro. 38
Atención al Mercado

| Año | Demanda Insatisfecha | % | Capacidad Instalada |
|------|----------------------|-------|---------------------|
| 2016 | 24.122 | 32.34 | 7.800 |

Fuente: Cuadro Nro.35, 37

Elaboración: Autora

TAMAÑO DEL MERCADO

Siendo la capacidad máxima de 7.800 floreros y frente a la demanda insatisfecha de 24.122 se logrará cubrir el 32.34% de este segmento de mercado.

CAPACIDAD UTILIZADA

Cuadro Nro. 39
Capacidad Utilizada

| Años | Capacidad Instalada | % de la Capacidad Instalada | Capacidad Utilizada |
|-------------|----------------------------|------------------------------------|----------------------------|
| 2016 | 7.800 | 70% | 5.460 |
| 2017 | 7.800 | 73% | 5.694 |
| 2018 | 7.800 | 76% | 5.928 |
| 2019 | 7.800 | 79% | 6.162 |
| 2020 | 7.800 | 82% | 6.396 |
| 2021 | 7.800 | 85% | 6.630 |
| 2022 | 7.800 | 88% | 6.864 |
| 2023 | 7.800 | 91% | 7.098 |
| 2024 | 7.800 | 94% | 7.332 |
| 2025 | 7.800 | 95% | 7.410 |

Fuente: Cuadro Nro. 38.

Elaboración: Autora

Uno de los motivos principales para establecer los porcentajes que se establecerán en la capacidad utilizada el que al tratarse de un proceso artesanal, es conveniente mantener porcentajes prudentes con el fin de no sobrestimar los ingresos.

Como este producto se lo considera como un producto nuevo que requiere de cierto tiempo para posicionarse en el mercado y por no disponer de los recursos necesarios se considera prudente iniciar con el 70% de la capacidad instalada, porcentaje que se irá incrementando en un 3% anual hasta el noveno año, luego se dejara 1% para el décimo año ya que en su totalidad contara con un 100% de su capacidad.

Se reservará el 5% de la capacidad instalada por efectos de mantenimiento de la planta y equipos de producción.

LOCALIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

La localización adecuada de la microempresa que se desea implementar depende de la aprobación del proyecto que puede determinar el éxito o fracaso del negocio. Por ello, la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto obedecerá no solo a criterio económico, sino también a criterios estratégicos, institucionales e incluso de preferencias emocionales. Sin embargo, se busca determinar aquella localización que maximice la rentabilidad del proyecto y que se puede ejecutar.

Factores de Localización

El lugar donde se ubicará la microempresa tendrá todas las comodidades y facilidades, predisponiendo especialmente de todos los servicios básicos como son: agua, energía eléctrica, alcantarillado, etc., debido a que el sitio estará ubicado en un sector estratégico que permitirá un mejor acceso a los clientes.

Medios y costo de transporte.- Se cuenta con los medios de transporte necesarios para abastecer todos los recursos y los costos no son elevados.

Disponibilidad de personal capacitado.- Cuenta con un personal capacitado y especializado en cada una de las funciones, lo que genera que el trabajo a realizarse se lo haga con eficiencia y eficacia.

Mercado.- Se ha procedido con anticipación a realizar el estudio de mercado dentro de ello se confirmó que existe demanda de nuestro producto, su distancia, medios de transporte, demanda en volumen, calidad y precios.

Macro localización de la Planta

La microempresa elaboradora de floreros de botellas recicladas, funcionará en el cantón Piñas, provincia El Oro.

Gráfica Nro. 40
Macro localización de la Microempresa
“Faby’s Diseños y Creaciones”

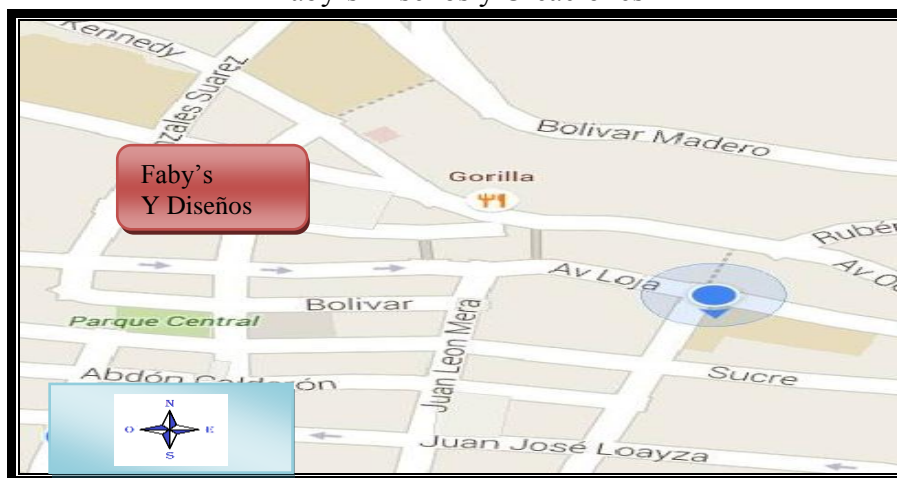


Elaborado: Autora

MICRO LOCALIZACIÓN

La microempresa funcionará en el cantón Piñas, ubicada en la Avenida Loja y Gonzales Suarez. Se ha elegido este lugar porque cumple con todos los requerimientos necesarios para su implementación y cuenta con todos los servicios básicos: agua, energía eléctrica, alcantarillado, teléfono, transporte, etc.

Gráfica Nro. 41
Micro localización de la Microempresa
“Faby’s Diseños y Creaciones”



Elaborado: Autora.

FACTORES DE LOCALIZACION

Para determinar el mejor desempeño de la microempresa es importante tomar en cuenta los siguientes factores de localización:

Disponibilidad de acceso para el cliente

Factor clave, para la distribución de floreros de botella recicladas, serán de manera directa para el consumidor final, por lo tanto el sitio elegido debe prestar facilidades para el cliente.

Materia Prima

La microempresa contará con la disponibilidad de materia prima, los cuales deben estar disponibles con la finalidad de garantizar la producción sin contratiempos

Disponibilidad y costo de mano de obra

Para desarrollar esta microempresa, se buscará mano de obra calificada, la misma que será remunerada de acuerdo a las leyes establecidas en el país.

Disponibilidad de servicios básicos

El área donde se ubicará el proyecto cuenta con todos los servicios básicos que contribuirán al funcionamiento eficiente de la microempresa dentro de estos tenemos: agua potable, luz eléctrica, alumbrado público, servicios telefónico, alcantarillado, etc.

Matriz de Ponderación para la Micro localización

Para poder determinar la ubicación de la microempresa se realizó una matriz de ponderación, para lo cual se escogió tres sectores del cantón Piñas, con el fin de analizar el lugar más apto para la ubicación de la microempresa “Faby’s Diseños y Creaciones”.

Los lugares que se escogieron son:

- Sector 1: Avenida Loja y Gonzalo Suarez
- Sector 2: Avenida Independencia y cinco esquinas

Cuadro Nro. 40
Matriz de Ponderación

| Factores de Localización | Peso Asignado | Sector 1 | | Sector 2 | |
|--|---------------|--------------------------------|--------------|--|--------------|
| | | Avenida Loja y Gonzales Suarez | | Avenida independencia y cinco esquinas | |
| | | Calif. | Calif. Pond. | Calif. | Calif. Pond. |
| Disponibilidad de acceso para el cliente | 0.25 | 10 | 2.5 | 10 | 2.5 |
| Disponibilidad de materia prima | 0.30 | 10 | 3.0 | 9 | 2.7 |
| Mano de obra | 0.25 | 10 | 2.5 | 10 | 2.5 |
| Servicios generales | 0.20 | 10 | 2.0 | 10 | 2.0 |
| TOTAL | 1.00 | | 10.0 | | 9.7 |

Elaboración: Autora

Como se observa la opción del sector 1, tiene mayor puntuación. Es por esto que la microempresa se ubicará en la avenida Loja y Gonzales Suarez.

Ingeniería del Proyecto

En este aspecto se da a conocer el proceso productivo en la elaboración de floreros de botellas recicladas y también la distribución de la planta y os requerimientos necesarios para emprender en el nuevo negocio. Por medio de este estudio determinamos las características del proceso de producción a través de la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles (infraestructura, tecnología, distribución de la planta, proceso de producción y el diseño del producto).

Requerimiento

Para la elaboración de floreros de botellas recicladas se requiere los siguientes recursos:

**Cuadro N° 41
REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO**

| Cargo | Personal |
|------------------------|-----------------|
| Gerente | 1 |
| Asesor Jurídico | 1 |
| Secretaria / Contadora | 1 |
| Obreras | 3 |
| Vendedor | 1 |
| TOTAL | 7 |

Elaborado por: Autora

**Cuadro N°42
REQUERIMIENTO DE HERRAMIENTAS**

| Detalle | Cantidad | Costo Unitario | Total |
|----------------------|-----------------|-----------------------|---------------|
| Tijeras | 6 | 8.00 | 48.00 |
| Pinceles | 20 | 2.00 | 40.00 |
| Estiletes | 6 | 1.00 | 6.00 |
| Pistola para silicón | 3 | 5.00 | 15.00 |
| TOTAL | | | 109.00 |

Elaborado por: Autora

Cuadro N°43
REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENSERES

| Detalle | Cantidad | Costo Unitario | Total |
|-------------------|-----------------|-----------------------|-----------------|
| Escritorios | 1 | 100 | 100 |
| Vitrinas | 3 | 150 | 450 |
| Sillas Giratorias | 5 | 45 | 225 |
| Silla | 4 | 25 | 100 |
| Mesón | 1 | 150 | 150 |
| TOTAL | | 470 | 1.025,00 |

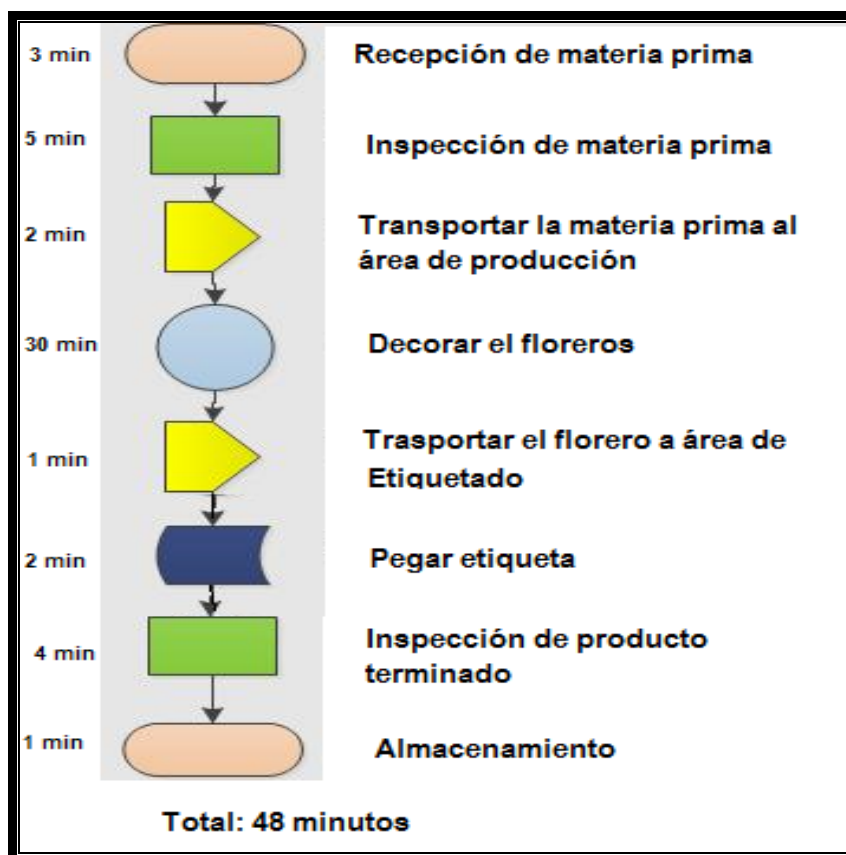
Elaborado por: Autora

Proceso Productivo

El proceso de elaboración de floreros de botellas recicladas es el siguiente:

1. Selección de materia prima (botellas recicladas)
2. Inspección de la materia prima para escoger el modelo de la botella de acuerdo al decorado que se le realice.
3. Transportar la materia prima al área de producción
4. Pintar con aerosol dejar secar luego decoráramos con cabuya el modelo que se desea
5. Decorar las botellas con cabuya y adornos
6. Transportar el florero al área de etiquetado
7. Pegar etiqueta
8. Inspección del producto terminado
9. Exhibición y almacenado.

Gráfica Nro. 42
Flujo grama del Proceso Productivo



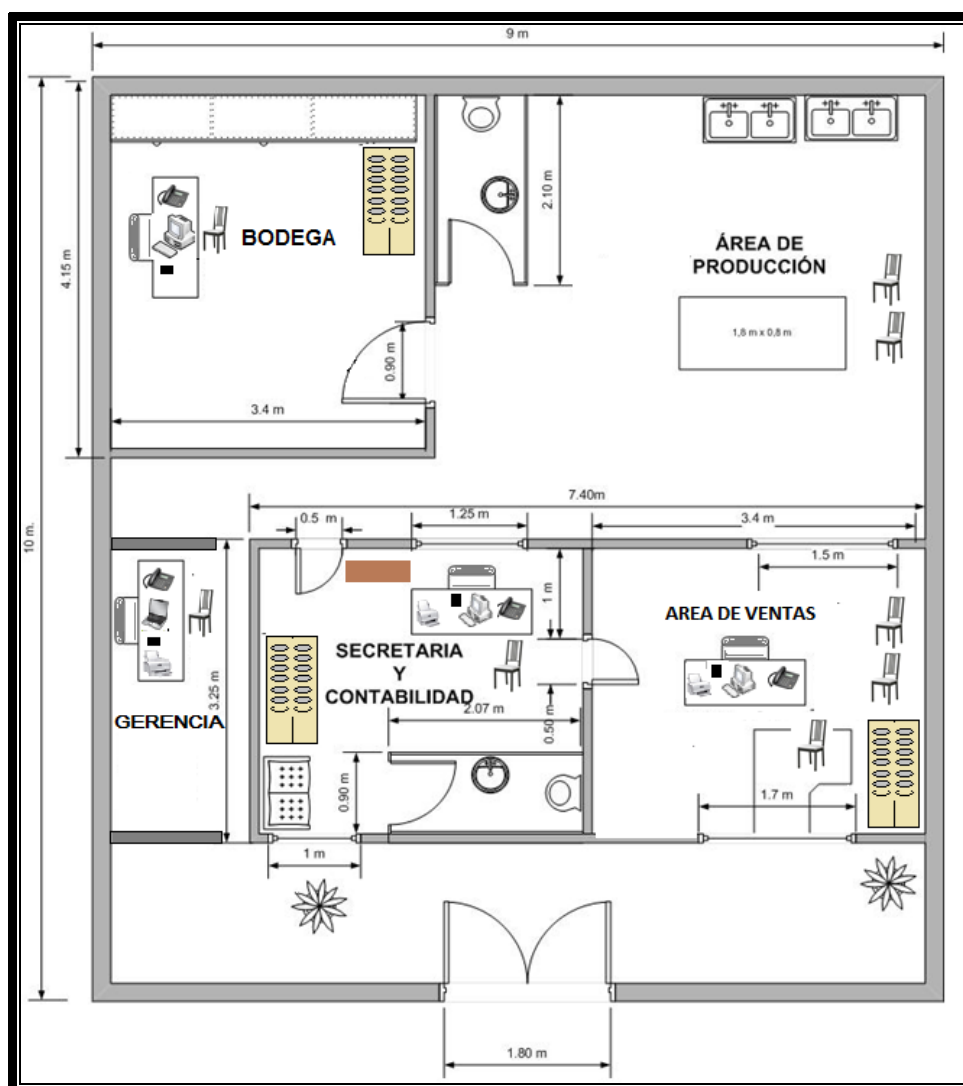
INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Hace referencia al espacio físico necesario para la operación de la microempresa, en este caso se iniciará las actividades en una planta industrial recién construida, cuya estructura física se define de la siguiente manera:

DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA MICROEMPRESA

El espacio físico con que contará esta microempresa será de 90 m², los mismos que estarán debidamente distribuidos de acuerdo a las necesidades empresariales.

Gráfica Nro. 43



Elaboración: Autora

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

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

ORGANIZACIÓN LEGAL

Uno de los aspectos más importantes dentro del estudio administrativo corresponde a los requisitos que debe reunir la microempresa de acuerdo con la ley, por lo que la

microempresa elaboradora de floreros de botellas recicladas estará conformada como una Compañía de Responsabilidad Limitada.

La microempresa será una organización jurídica, legalmente constituida, de carácter privado, con fines de lucro y ajena a todo proselitismo político y religioso, que tendrá como fin la elaboración de floreros de botellas recicladas con el objetivo de fomentar el comercio y desarrollo de la población del cantón Piñas.

La Razón Social o Denominación.- Es el nombre bajo el cual la microempresa tendrá su representación y operará en el mercado, de acuerdo como lo establece la Ley. Por lo tanto, la razón social de la microempresa es: “Faby’s Diseños y Creaciones”

Esta compañía limitada se constituirá mediante escritura pública de acuerdo a las disposiciones emitidas por la Superintendencia de Compañías, así mismo será inscrita en el Registro Mercantil.

Domicilio.- Toda microempresa para operar debe establecer claramente la dirección domiciliaria en donde debe ser ubicada tanto por los clientes como por los organismos de control por lo tanto la microempresa elaboradora de floreros de botellas recicladas “Faby’s Diseños y Creaciones” Cía. Ltda. Estará ubicado en el cantón Piñas, en la avenida Loja y Gonzalo Suarez **Objeto de la sociedad.-** Para construir una microempresa se debe determinar el objetivo principal, esto puede ser producir y comercializar un bien u ofrecer un determinado servicio, estableciendo en forma clara el sector productivo al que pertenecerá. Por lo expuesto, el objeto de la microempresa es de producir y comercializar floreros dentro de cantón Piñas.

Tiempo de duración de la Sociedad.- Una compañía debe establecer su tiempo de duración, tal como lo determina la Ley Compañías; por lo tanto, y con el propósito de

medir los resultados esperados de la microempresa se ha planificado que el tiempo de vida útil de la misma sea de diez años, a partir de la fecha de inscripción en el Registro Mercantil.

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Niveles Jerárquicos

El ordenamiento de todas y cada una de las áreas de la microempresa es una de las funciones principales que le atañe a la administración en forma permanente, porque con ello es muy seguro lograr los resultados que se esperan, por ello la microempresa cuenta con los siguientes niveles Jerárquicos.

De Autoridad

Los niveles jerárquicos se determinan de acuerdo al tipo de microempresa y en cumplimiento de la Ley de Compañías, la cual define la forma de administración y ejecución, a fin de cumplir con los objetivos y metas propuestas con mayor eficiencia, precisión y destreza. El servicio y la atención se ligan a las buenas.

Relaciones humanas que se debe aplicar para el buen funcionamiento de tal o cual actividad.

Nivel Legislativo o Directivo.- Está representado por los dueños de la microempresa, quienes constituyen el máximo nivel de la misma, puesto que son quienes determinan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará.

Nivel Ejecutivo.- Está representado por el Gerente, que es nombrado por el nivel Directivo; está encargado de gestionar, planificar, coordinar y poner en marcha todas las actividades de la compañía y será el responsable de la gestión operativa.

Nivel Asesor.- La conforma el Asesor Jurídico, quien no tiene autoridad de mando, pero cuya función es la de asesorar e informar en materia jurídica para que se tomen las mejores decisiones en beneficio de la microempresa y sus recursos.

Nivel de Apoyo o Auxiliar.- Tiene que ver con secretaria, archivo, biblioteca, contabilidad, se limita a cumplir órdenes de los niveles ejecutivos y ayuda a los otros niveles administrativos a la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia.

Nivel Operativo.- Está conformado por los Jefes Departamentales y sus respectivas dependencias, encargados de la marcha de la microempresa. Este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas y es el ejecutor material de las órdenes emanadas del órgano directo.

Acta de Constitución

ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA DE
RESPONASABILIDAD
“ Faby’s Diseños y Creaciones Cía. Ltda.”

Señor Notario:

En el registro de escrituras públicas a su cargo insertar una que contenga la constitución de la Compañía de Responsabilidad Limitada “Microempresa de elaboración y comercialización de floreros de botellas recicladas, “Faby’s Diseños y Creaciones Cía. Ltda.”, de acuerdo con las siguientes estipulaciones.

PRIMERA: Otorgantes, concurren al otorgamiento de la escritura de constitución de la Compañía de Responsabilidad Limitada la señora: Autora, portador de la cédula de ciudadanía 070506691-8; de nacionalidad ecuatoriana, mayor de edad, con domicilio en

el cantón Piñas, sin prohibición para establecer esta compañía, y quienes comparecen por sus propios derechos.

SEGUNDA: Las comparecientes convienen en constituir la microempresa, “Faby’s Diseños y Creaciones Cía. Ltda.”, que se registrará por las leyes del Ecuador y el siguiente estatuto.

TERCERA: ESTATUTO DE LA MICROEMPRESA “FABY’S DISEÑOS Y CREACIONES” CÍA LTDA

CAPÍTULO PRIMERO.- RAZÓN SOCIAL, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL Y PLAZO DE DURACIÓN.

ARTICULO UNO.- La microempresa llevará la razón social de Faby’s Diseños y Creaciones.

ARTÍCULO DOS.- El domicilio principal de la microempresa es en el cantón Piñas, provincia El Oro; y, por resolución de la Junta General de Socios, podrá establecer sucursales, agencias, oficinas y representaciones en cualquier lugar del país o del exterior, conforme a la Ley.

ARTÍCULO TRES.- La microempresa tiene como objeto social principal el fomentar la producción de floreros de botellas recicladas a través de ofrecer un producto a la ciudadanía.

ARTICULO CUATRO.- El plazo de duración de la microempresa es de cuarenta años contados a partir de la fecha de inscripción del contacto constitutivo en el registro mercantil; pero, la Junta General de Socios, podrá disolver en cualquier tiempo o

prorrogar un plazo de duración en la forma prevista en este estatuto y en la ley de Compañías.

CAPITULO SEGUNDO.- DEL CAPITAL SOCIAL

ARTÍCULO CINCO.- El capital social de la compañía es de la compañía es de veinte mil dólares americanos. El capital está íntegramente suscrito y pagado en forma y proporción que es específica en las declaraciones.

ARTÍCULO SEIS.- La compañía puede aumentar su capital social por resolución de la junta general de socios. Los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento de capital en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la junta general de socios.

ARTÍCULO SIETE.- El aumento de capital podrá hacerse en numerario, en especie, por compensación de crédito por capitalización de utilidades, por capitalización de las reservas provenientes de la revalorización del patrimonio o por los demás medios provistos en la ley.

ARTÍCULO OCHO.- La compañía puede reducir el capital social por resolución de la junta general de socios, en la forma que ésta lo determine y de acuerdo a la ley.

ARTÍCULO NUEVE.- Las aportaciones a esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requerimiento para ello el consentimiento unánime de los socios, que la sesión o venta celebre por escritura pública, que se margine en la matriz de la escritura constitutiva y se inscriba en el Registro Mercantil y se observe las pertinentes disposiciones legales.

Las socias tienen derecho preferente para adquirir las aportaciones de los otros socios a con de los suyos, salvo resolución en contrario de la junta general de socios.

ARTÍCULO DIEZ.- Las resoluciones de aumento y reducción de capital se tomarán con el sentimiento unánime de los socios y las modificaciones correspondientes a la escritura pública constitutiva se harán sujetándose a las solemnidades previstas por la ley para una fundación de la compañía en nombre de la sociedad anónima.

CAPÍTULO TERCERO.- DE LOS SOCIOS: OBLIGACIONES Y DERECHOS

ARTÍCULO ONCE.- Son obligaciones de los socios: a) tomar a su cargo funciones que le fueren encomendadas por la junta general de socios, por el gerente general y por el presidente administrativo, según sus atribuciones; b) cumplir con las encomiendas y deberes que asignaren la junta general de socios, el presidente administrativo y el gerente general; c) cumplir con las obligaciones de los socios previstas en la ley de compañías; d) las demás que señale el estatuto.

ARTÍCULO DOCE.- Las socias de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones: a) intervenir con voz y voto en las sesiones de la Junta General de Socios y en las deliberaciones de la compañía, personal o mediante mando a un socio o extraño con poder notarial o carta poder.

ARTICULO TRECE.- La responsabilidad de los socios o las obligaciones sociales es la que determina la ley. No se recomendará a favor de ninguno de los socios beneficios económicos ni intereses a sus aportes.

CAPITULO CUARTO.- DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

ARTÍCULO CATORCE.- El gobierno y administración de la compañía se ejerce por medio de la Junta General de Socios, el Presidente Administrativo y el Gerente General.

SECCIÓN UNO.- DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

ARTÍCULO QUINCE.- La junta General de Accionistas es el órgano supremo de la compañía integrado por los accionistas convocados y reunidos en número suficiente para formar un quórum.

ARTÍCULO DIECISÉIS.- Las sesiones ordinarias y extraordinarias serán en el domicilio principal para su validez.

ARTÍCULO DIECISIETE.- Las Juntas Ordinarias se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los meses posteriores del ejercicio económico de la compañía; y, las Extraordinarias en cualquier tiempo que fuera convocadas.

ARTÍCULO DIECIOCHO.- Las Juntas Generales Ordinarias y Extraordinarias serán convocadas por el Presidente de la Compañía por escrito y personalmente a cada uno de los socios con ocho días de anticipación. La convocatoria indicará el lugar, fecha, hora, el orden del día y el objeto de la sesión.

ARTÍCULO DICINUEVE.- El quórum para las sesiones en la primera convocatoria será más de la mitad del número de socios, en la segunda sesionará con el número de socios presentes.

ARTÍCULO VEINTE.- Las resoluciones se tomarán con la mayoría absoluta de votos, los votos blancos se sumarán a la mayoría.

SECCIÓN DOS: DEL PRESIDENTE ADMINISTRATIVO ARTÍCULO

VEINTIUNO.- El Presidente Administrativo será nombrado por la Junta General de Socios para el período de dos años, pudiendo ser relegido y percibirá la remuneración que señale la Junta.

ARTÍCULO VEINTIDOS.- Son deberes y atribuciones del Gerente General de la compañía: a) Representar legalmente a la compañía en forma judicial y extrajudicial; b) Dirigir la gestión económica-financiera de la compañía; c) Gestionar, planificar, coordinar y poner en marcha las actividades de la compañía; d) Realizar inversiones y adquisiciones para la compañía; e) Nombrar al personal y contratar al personal técnico que se requiere; f) Inscribir su nombramiento o razón social en el Registro Mercantil; g) Manejar cuentas de la compañía; h) Presentar a la Junta General el informe administrativo y económico, balances, cuentas de pérdidas y ganancias.

CAPITULO QUINTO.- DE LA FISCALIZACIÓN Y ASESORÍA CONTABLE

ARTÍCULO VEINTITRES.- Los socios de la compañía nombrarán entre ellos a un interventor que vigile, inspeccione y controle los actos de los Administradores y las operaciones sociales, éste durará dos años en sus funciones y puede ser relegido.

ARTÍCULO VEINTICUATRO.- Sin perjuicio a lo dispuesto en los artículos anteriores, la Junta General de socios podrá contratar la asesoría contable o auditora de cualquier persona natural o jurídica especializada.

CAPÍTULO SEXTO.- DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LACOMPAÑIA.

ARTICULO VEINTICINCO.- La disolución y liquidación de la compañía se regla por las disposiciones de la Ley de Compañías y de este Estatuto. El encargado de la liquidación será el Gerente General de la Compañía, o en su falta la persona que la Junta designa.

ARTÍCULO VEINTISÉIS.- A la muerte de un socio la compañía continuara con los supervivientes y con los herederos.

ARTÍCULO VEINTESIETE.- En la liquidación de la compañía el remanente del Patrimonio será distribuido entre los socios una vez cumplida las obligaciones sociales.

ARTÍCULO VEINTIOCHO.- DISPOSICIÓN GENERAL.- Todo lo previsto en este estatuto y en los reglamentos de la compañía será conocido y resuelto por la Junta General de Socios.

ARTÍCULO VEINTINUEVE.- DECLARACIONES

UNO.- Los Accionistas fundadores por unanimidad nombran la señora Autora de la compañía para un período determinado en este Estatuto y autorizan para que gestione los trámites necesarios para la legalización y aprobación de la Escritura constitutiva de la compañía y su inscripción en el registro mercantil y los trámites correspondientes para que pueda operar la compañía.

Hasta aquí la minuta: Ud. Señor Notario se servirá agregar las demás cláusulas de estilo que aseguren la plena validez de la constitución de la compañía antes nombrada.

ORGANIGRAMAS

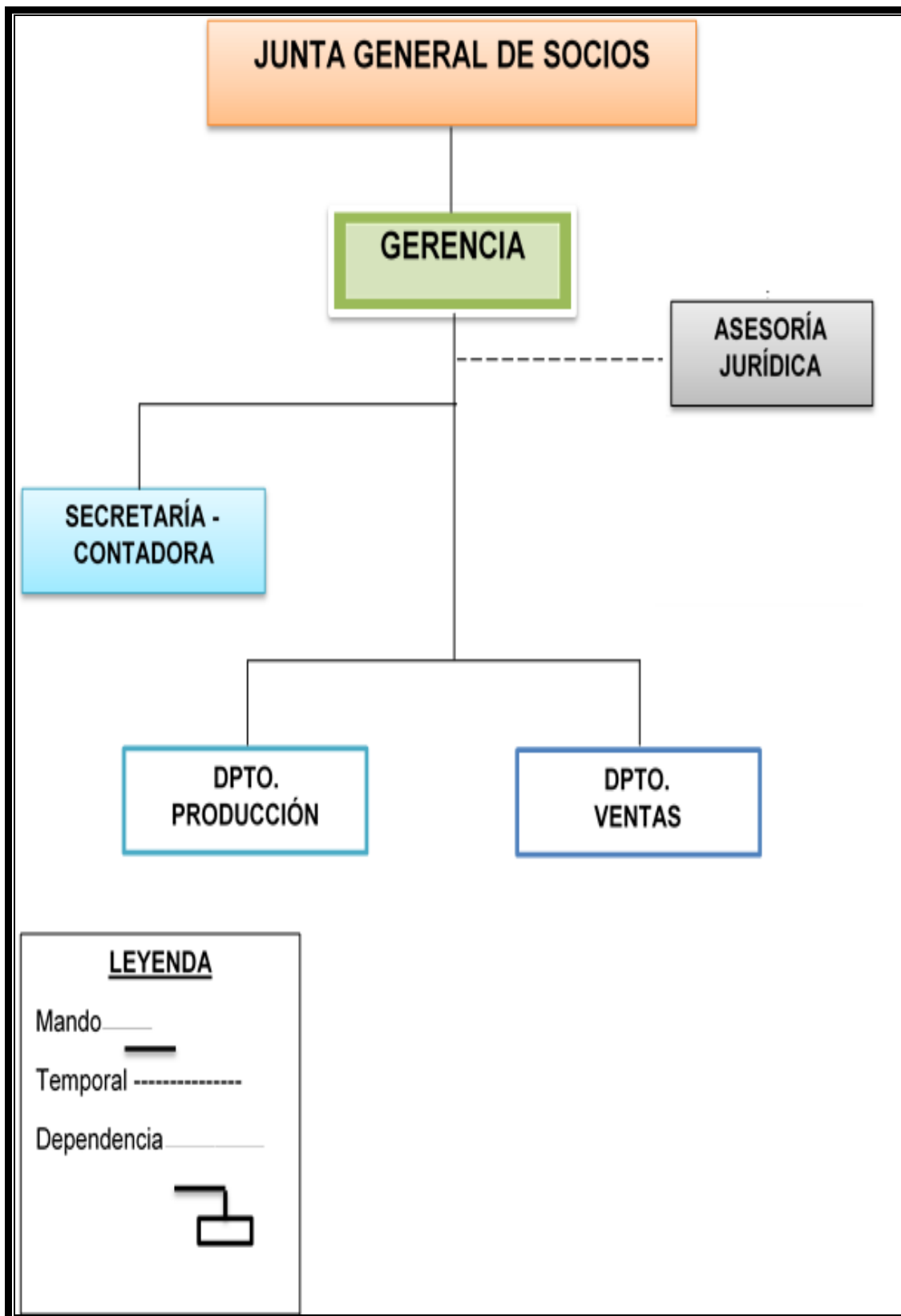
La microempresa contará con los departamentos necesarios para su funcionamiento de acuerdo con los requerimientos; por lo tanto, se recurre al uso de organigramas que demuestran la representación gráfica de la estructura organizacional, comercial, administrativa, política, etc., en la que se indica en forma esquemática la posición de las áreas que la integran, sus líneas de autoridad, relaciones de personal, comités permanentes, líneas de comunicación y de asesoría.

Organigrama Estructural.- En la microempresa “Faby’s Diseños y Creaciones”, se ha representado el organigrama, utilizando un modelo vertical, donde la máxima autoridad se encuentra en la parte superior, desde donde descienden los diferentes niveles que tiene la microempresa, de acuerdo con el orden de autoridad.

Organigrama Funcional.- Representa gráficamente las unidades administrativas, detallando cada una de las funciones básicas según el orden de importancia

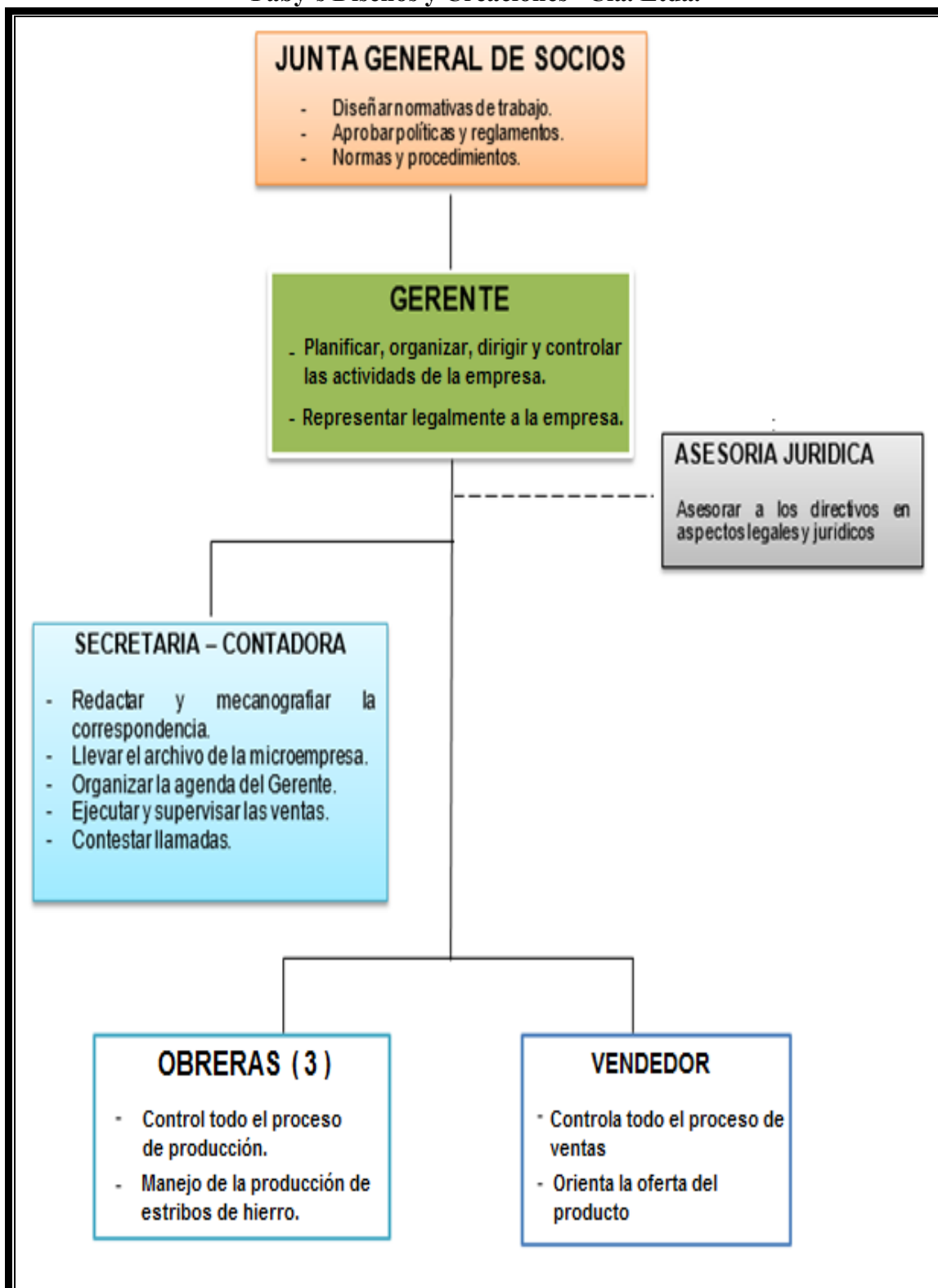
Organigrama Posicional.- Recopila los nombres de los cargos y determina los niveles a los que pertenecen cada uno de los niveles estructurales y funcionales

Gráfica Nro. 44
Organigrama Estructural de la Microempresa
“Faby’s Diseños y Creaciones” Cía. LTDA.



Elaboración: La autor

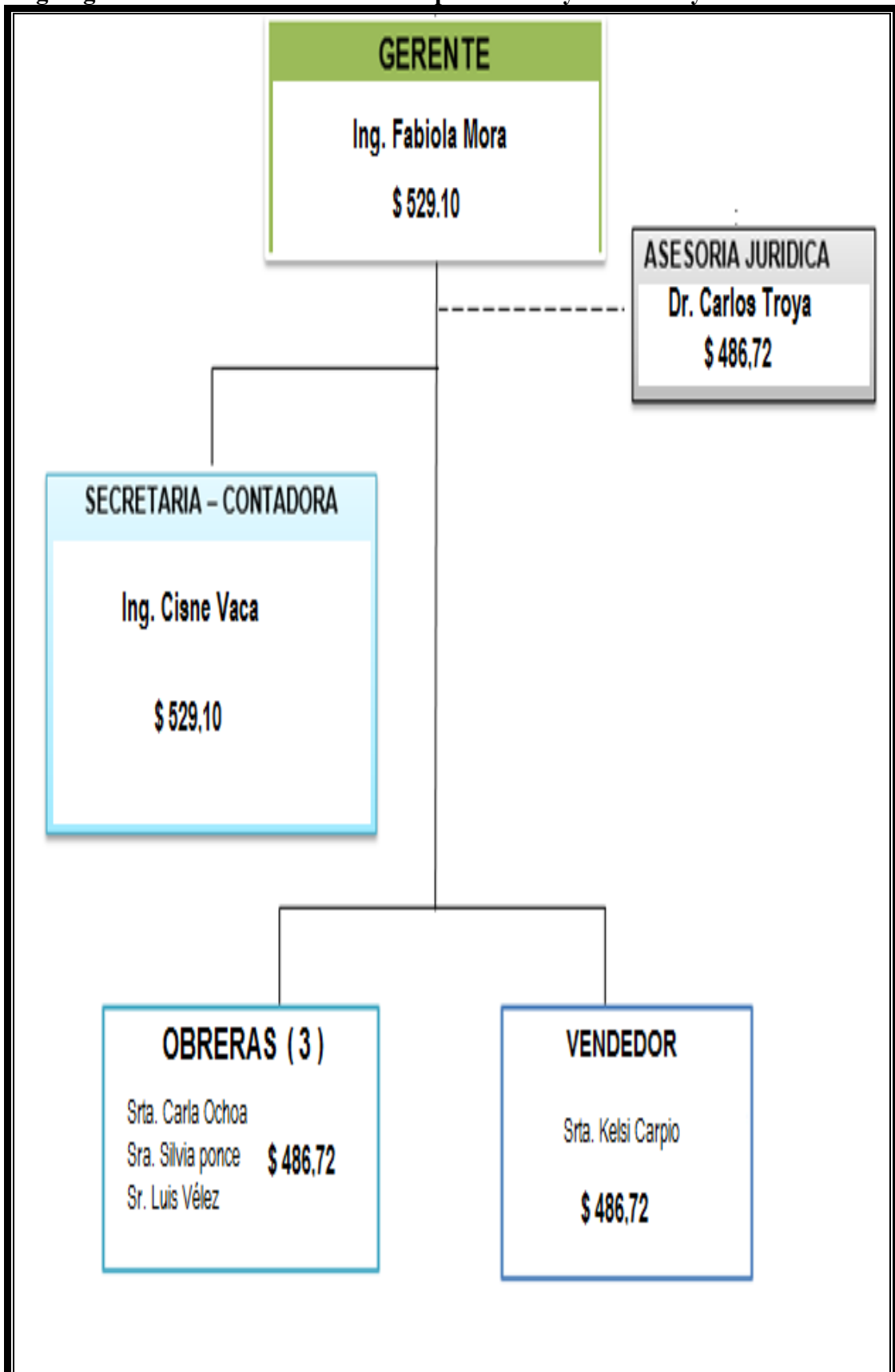
Gráfica Nro. 45
Organigrama Funcional de la Microempresa
“Faby’s Diseños y Creaciones” Cía. Ltda.



Elaboración: La autora

Gráfica Nro. 46

Organigrama Posicional de la Microempresa “Faby’s Diseños y Creaciones”



Elaboración: La autora

MANUAL DE FUNCIONES

El manual de funciones se convierte en un instrumento necesario para el reclutamiento, selección, inducción y hasta capacitación del personal que laborara dentro de la empresa de Floreros “**Fabys Diseños y Creaciones**”. Cia.Ltda.

Los puestos que empezaran con la empresa serán:

- 1.- Gerente
- 2.- Secretaria Contador
- 3.- Asesor Jurídico
- 4.- Obreras
- 5-. Vendedora.

A continuación se presenta la hoja de funciones para cada puesto que requiere la empresa a crearse.

| MICROEMPRESA PRODUCTORA DE FLOREROS DE BOTELLAS RECICLADAS “FABY’S DISEÑOS Y CREACIONES” CÍA. LTDA. | |
|---|-------------------------|
| CÓDIGO | 01 |
| Título Del Puesto | Gerente |
| Nivel De Mando | Ejecutivo |
| Supervisa a | Todo el Personal |
| Naturaleza del Puesto: Administrar las actividades y recursos de la empresa con eficiencia y eficacia. | |
| <p>Funciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades. 2.- Reclutar, seleccionar, contratar, inducir, capacitar, y evaluar al personal. 3.- Realizar las compras de los insumos necesarios para la producción 4.- Establecer buenas relaciones con los clientes internos y externos y proveedores 5.- Cumplir y hacer cumplir las actividades emanadas por la Junta General de Socios. 6.- Velar por el cumplimiento de los objetivos 7.- Revisar y aprobar la información financiera. 8.- Tomar decisiones oportunas para mejorar el producto 9.- Solicitar los informes al personal operativo de forma diaria | |
| <p>Requisitos:</p> <p>Edad: de 26 a 50 años</p> <p>Sexo: Indiferente</p> <p>Título: Ing. En Administración de empresas o carreras a fines</p> <p>Experiencia: mínima 1 año a 2 años</p> | |
| <p>Comunicación:</p> <p>Ascendente: Junta General de Socios</p> <p>Descendente: Asesores, personal auxiliar y operativo</p> <p>Externa: Clientes, proveedores y demás entidades relacionadas</p> | |
| Aptitudes: Liderazgo, buenas relaciones personales, manejo de conflictos y habilidad de negociación | |
| <p>Condiciones de trabajo:</p> <p>ambiente: Buen ambiente</p> <p>Tipo de contrato: Permanente sujeto a evaluación</p> <p>Horarios de trabajo: de lunes a Viernes</p> | |

| MICROEMPRESA PRODUCTORA DE FLOREROS DE BOTELLAS RECICLADAS “FABY’S DISEÑOS Y CREACIONES” CÍA. LTDA. | |
|--|------------------------|
| CÓDIGO | 02 |
| Título Del Puesto | Asesor Jurídico |
| Nivel De Mando | Asesor |
| Supervisa a | No supervisa |
| Naturaleza del Puesto: Asesorar en los trámites Judiciales | |
| <p>Funciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Elaborar la minuta y acta de constitución de la microempresa 2.- Elaborar los contratos laborales y registrarlos en el ministerio laboral. 3.- Comunicar los procesos judiciales al gerente 4.- Asistir a reuniones de la Junta General de Socios si lo solicitan 5.- Informar de forma mensual las actividades realizadas 6.- Representar a la microempresa judicialmente 7.- Emitir opiniones y dictámenes de naturaleza jurídica | |
| <p>Requisitos:</p> <p>Edad: de 30 a 50 años</p> <p>Sexo: indiferente</p> <p>Título: Dr. en Jurisprudencia</p> <p>Experiencia: mínima 1 año a 2 años</p> | |
| <p>Comunicación:</p> <p>Ascendente: Gerente, Junta General de Socios.</p> <p>Descendente: Con el personal si lo cree conveniente</p> <p>Externa: Clientes, proveedores y demás entidades relacionadas</p> | |
| Aptitudes: Buenas relaciones personales, manejo de conflictos y habilidad de mediación | |
| <p>Condiciones de trabajo:</p> <p>ambiente: Buen ambiente</p> <p>Tipo de contrato: Temporal</p> <p>Horarios de trabajo: Cuando se requiera de sus servicios</p> | |

| MICROEMPRESA PRODUCTORA DE FLOREROS DE BOTELLAS RECICLADAS “FABY’S DISEÑOS Y CREACIONES” CÍA. LTDA. | |
|---|-------------------------------|
| CÓDIGO | 03 |
| Título Del Puesto | Secretaria – Contadora |
| Nivel De Mando | Operativo |
| Supervisa a | Ninguno |
| Naturaleza del Puesto: Asesor en materia contable y financiera al gerente y la Junta General de Socios. | |
| <p>Funciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades contables. 2.- Recibir y clasificar todos los documentos de compras y venta del producto 3.- Examinar y analizar la información de los documentos 4.- Diseñar el plan y manual de cuentas de la microempresa 5.- Elaborar comprobantes y retenciones de IVA e IR 6.- Preparar los roles de pago y el de provisiones 7.- Realizar estados financieros 8.- Presentar los resultados económicos al gerente para su aprobación 9.- Hacer declaraciones al SRI. 10.-Organizar y mantener los archivos de documentos | |
| <p>Requisitos:</p> <p>Edad: de 25 a 50 años</p> <p>Sexo: Indiferente</p> <p>Título: Ing. En Contabilidad Y Auditoria</p> <p>Experiencia: No necesita</p> | |
| <p>Comunicación:</p> <p>Ascendente: Gerente, Junta General de Socios</p> <p>Descendente: Con el personal si lo necesita</p> <p>Externa: Clientes, proveedores y demás entidades relacionadas</p> | |
| Aptitudes: Responsabilidad , buenas relaciones personales, manejo de conflictos y discreción con la información de la microempresa | |
| <p>Condiciones de trabajo:</p> <p>ambiente: Buen ambiente</p> <p>Tipo de contrato: Temporal</p> <p>Horarios de trabajo: Por lo menos dos horas semanales</p> | |

| MICROEMPRESA PRODUCTORA DE FLOREROS DE BOTELLAS RECICLADAS “FABY’S DISEÑOS Y CREACIONES” CÍA. LTDA. | |
|--|---------------------|
| CÓDIGO | 04 |
| Título Del Puesto | Vendedora |
| Nivel De Mando | Operativo |
| Supervisa a | No supervisa |
| Naturaleza del Puesto: Comercializar los floreos de botellas recicladas producidos | |
| Funciones: 1.- Planificar, organizar, dirigir y controlar las ventas 2.- Llenar las facturas que se originan de las ventas 3.- Receptar el dinero por la venta del producto. 4.- Entregar lo recaudado por la venta diariamente al Gerente. 5.- Entregar los documentos de ingresos y egresos de dinero al secretaria - contador para su registro 6.- Mantener limpias las instalaciones y el mobiliario de la empresa 7.- Decorar la sala de venta para que atraiga al cliente 8.- Coordinar con el departamento de producción | |
| Requisitos: Edad: De 18 a 25 años Sexo: Femenino Título: Bachiller Experiencia: No la necesita | |
| Comunicación: Ascendente: Gerente y Secretaria – contadora Descendente: Obreras Externa: Clientes | |
| Aptitudes: Carisma para la venta, cordial, atenta , buenas relaciones personales | |
| Condiciones de trabajo: ambiente: Buen ambiente Tipo de contrato: Permanente sujeto a evaluación Horarios de trabajo: de lunes a Viernes | |

| MICROEMPRESA PRODUCTORA DE FLOREROS DE BOTELLAS RECICLADAS “FABY’S DISEÑOS Y CREACIONES” CÍA. LTDA. | |
|---|---------------------|
| CÓDIGO | 05 |
| Título Del Puesto | Obreras |
| Nivel De Mando | Operativo |
| Supervisa a | No supervisa |
| Naturaleza del Puesto: Realizar todo el proceso productivo de los floreros de botellas recicladas en el área de producción | |
| Funciones: <ol style="list-style-type: none"> 1.- Realizar los procesos productivos 2.- Examinar el producto y etiqueta 3.- Verifica que el producto este bien terminado 4.- Cumplir con las normas y procedimientos de seguridad 5.- Mantener, ordenar y limpiar los materiales a utilizar 6.- Cumplir con las órdenes del gerente 7.- Cumplir las actividades designadas 8.- Creatividad de diseño | |
| Requisitos: Edad: De 18 a 50 años Sexo: Femenino Título: Bachiller Experiencia: En diseños y artes | |
| Comunicación: Ascendente: Gerente y Secretaria – contadora Descendente: Vendedora | |
| Aptitudes: Creatividad para los diseños de los floreros, discreción con la información de la microempresa | |
| Condiciones de trabajo: ambiente: Buen ambiente Tipo de contrato: Permanente sujeto a evaluación Horarios de trabajo: de lunes a Viernes | |

ESTUDIO FINANCIERO

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

INVERSIONES

El estudio financiero del presente proyecto determinara el monto total y su financiamiento de la empresa productora de floreros de botellas recicladas.

Las inversiones que se aplicarán en el presente proyecto son: Inversión en Activos Fijos, Inversión en Activos Diferidos e Inversión en Activo Circulante.

ACTIVOS FIJOS

La maquinaria, equipos de oficina, muebles y enseres, etc.

Muebles y enseres: registra los bienes muebles y enseres que se adquirirán para la empresa, los cuales se utilizaran tanto en el área administrativa como en el área operativa.

Cuadro Nro. 44
Presupuesto para Muebles y Enseres

| Detalle | Cantidad | Costo Unitario | Total |
|-------------------|-----------------|-----------------------|-----------------|
| Escritorios | 1 | 100 | 100 |
| Vitrinas | 3 | 150 | 450 |
| Sillas Giratorias | 5 | 45 | 225 |
| Silla | 4 | 25 | 100 |
| Mesón | 1 | 150 | 150 |
| TOTAL | | 470 | 1.025,00 |

Fuente: Proformas de casas comerciales.

Elaboración: Autora.

Cuadro Nro. 45
Depreciación de Muebles y Enseres

| Valor del activo: | | 1.025,00 | | |
|--------------------------|--------------------|----------------------|---------------------|--------------------|
| Año de vida útil: | | 10 | | |
| Depreciación: | | 10% | | |
| Años | Val. Activo | Val. Residual | Depreciación | Val. Actual |
| 0 | 1025,00 | 102,50 | | 922,50 |
| 1 | 922,50 | | 92,25 | 830,25 |
| 2 | 830,25 | | 92,25 | 738,00 |
| 3 | 738,00 | | 92,25 | 645,75 |
| 4 | 645,75 | | 92,25 | 553,50 |
| 5 | 553,50 | | 92,25 | 461,25 |
| 6 | 461,25 | | 92,25 | 369,00 |
| 7 | 369,00 | | 92,25 | 276,75 |
| 8 | 276,75 | | 92,25 | 184,50 |
| 9 | 184,50 | | 92,25 | 92,25 |
| 10 | 92,25 | | 92,25 | 0,00 |

Fuente: La tabla tributaria y laboral. Año 2012

Elaboración: Autora.

Equipo de Oficina: registra el valor que la empresa debe cancelar por la adquisición de equipos que facilitan el trabajo administrativo de la entidad.

Cuadro Nro. 46
Presupuesto para Equipos de Oficina

| Detalle | Cantidad | Costo Unitario | Total |
|----------------------|-----------------|-----------------------|--------------|
| Teléfono Fax | 1 | 150 | 150 |
| Sumadora | 1 | 20 | 20 |
| Teléfono inalámbrico | 1 | 20 | 20 |
| TOTAL | | 190 | 190 |

Fuente: Proformas de casas comerciales.

Elaboración: Autora.

Cuadro Nro. 47
Depreciación de Equipos de Oficina

| Valor del activo: | 190,00 | | | |
|--------------------------|--------------------|----------------------|---------------------|--------------------|
| Año de vida útil: | 10 | | | |
| Depreciación: | 10% | | | |
| Años | Val. Activo | Val. Residual | Depreciación | Val. Actual |
| 0 | 190,00 | 19,00 | | 171,00 |
| 1 | 171,00 | | 17,10 | 153,90 |
| 2 | 153,90 | | 17,10 | 136,80 |
| 3 | 136,80 | | 17,10 | 119,70 |
| 4 | 119,70 | | 17,10 | 102,60 |
| 5 | 102,60 | | 17,10 | 85,50 |
| 6 | 85,50 | | 17,10 | 68,40 |
| 7 | 68,40 | | 17,10 | 51,30 |
| 8 | 51,30 | | 17,10 | 34,20 |
| 9 | 34,20 | | 17,10 | 17,10 |
| 10 | 17,10 | | 17,10 | 0,00 |

Fuente: La tabla tributaria y laboral. Año 2012

Elaboración: Autora.

Herramientas: comprende el valor que la empresa debe cancelar por la adquisición de herramientas para facilitar el proceso productivo.

Cuadro Nro. 48
Presupuesto para Herramientas

| Detalle | Cantidad | Costo Unitario | Total |
|----------------------|-----------------|-----------------------|---------------|
| Tijeras | 6 | 8.00 | 48.00 |
| Pinceles | 20 | 2.00 | 40.00 |
| Estiletes | 6 | 1.00 | 6.00 |
| Pistola para silicón | 3 | 5.00 | 15.00 |
| TOTAL | | | 109.00 |

Fuente: Proformas de casas comerciales.

Elaboración: Autora.

Equipo de Computación.- El sistema de información que se va a manejar en la nueva microempresa será en lo posible automatizada, por ello se requiere de sistemas computacionales.

Cuadro Nro. 49
Inversión en Equipo de Cómputo

| Detalle | Cantidad | Costo Unitario | Total |
|---------------------------|----------|-----------------|-----------------|
| Computadora de Escritorio | 1 | 800.00 | 800.00 |
| Computador Portátil | 1 | 900.00 | 900.00 |
| Impresora EPSON | 1 | 250.00 | 250.00 |
| TOTAL | | 1.950,00 | 1.950,00 |

Fuente: Proformas de casas comerciales.

Elaboración: Autora.

Cuadro Nro. 50
Depreciación de Equipo de Computación

| Valor del activo: | 1.780,00 | | | |
|--------------------------|-------------|---------------|--------------|-------------|
| Año de vida útil: | 3 | | | |
| Depreciación: | 33,33% | | | |
| Años | Val. Activo | Val. Residual | Depreciación | Val. Actual |
| 0 | 1950.00 | 649.94 | | 1300.06 |
| 1 | 1300.06 | | 433.31 | 866.75 |
| 2 | 866.75 | | 433.31 | 433.31 |
| 3 | 433.31 | | 433.31 | 0,00 |

Fuente: La tabla tributaria y laboral. Año 2012

Elaboración: Autora.

Cuadro Nro. 51
Resumen de Inversiones en Activos Fijos

| INVERSIONES | TOTAL |
|-----------------------|-----------------|
| Muebles y enseres | 1.025,00 |
| Equipo de oficina | 190,00 |
| Herramientas | 109,00 |
| Equipo de computación | 1.950,00 |
| TOTAL | 3.274,00 |

Fuente: Cuadros del Nro.44, 46, 48,49

Elaboración: Autora.

Reinversión de activo fijo.- Para el cuarto año se reinvertirá en equipos de computación, ya que los mismos tienen solo una vida útil de tres años, por lo tanto se tomó el valor del costo inicial que es \$ 1.950,00 y se lo incrementó en un 5% anual.

Cuadro Nro. 52
Reinversión de en Activos Fijos

| Años | costo | valor incremento 5% | costo incremento anualmente |
|-------------|--------------|----------------------------|--|
| 1 | 1950.00 | 97.50 | 1852.50 |
| 2 | 1852.50 | 92.63 | 1945.13 |
| 3 | 1945.13 | 97.26 | 2059.71 |
| 4 | 2059.71 | 102.99 | 2162.70 |
| 5 | 2162.70 | 108.14 | 2270.84 |
| 6 | 2270.84 | 113.54 | 2384.38 |
| 7 | 2384.38 | 119.22 | 2503.60 |
| 8 | 2503.60 | 125.18 | 2628.78 |
| 9 | 2628.78 | 131.44 | 2760.22 |
| 10 | 2760.22 | 138.02 | 2898.24 |

Fuente: Cuadro del Nro.49

Elaboración: Autora.

Cuadro Nro. 53
Resumen de Reinversión de Equipo de Cómputo

| Año | REINVERSIÓN ACTIVO | VALOR |
|------------|---------------------------|----------------|
| 4 | Equipos de Computación | 2162,70 |
| 7 | Equipos de Computación | 2503.60 |
| 10 | Equipos de Computación | 2898.24 |
| | TOTAL | 7565.44 |

Fuente: Cuadro del Nro.52

Elaboración: Autora.

Cuadro Nro. 54
Resumen de depreciación con Reinversión de Activos Fijos

| Detalle | % Depre. | Vida útil | Valor | Valor Residual | Valor a depreciar | Depreciación |
|----------------------------|---------------------|----------------------|--------------|---------------------------|------------------------------|---------------------|
| Muebles y enseres | 10% | 10años | 1025.00 | 102.50 | 922.50 | 92.25 |
| Equipo de oficina | 10% | 10años | 190.00 | 19.00 | 171.00 | 17.10 |
| Equipos de computación1 | 33.33% | 3 años | 1950.00 | 649.94 | 1300.06 | 433.31 |
| Equipo de computación4 | 33.33% | 3 años | 2162.70 | 720.82 | 1441.88 | 480.62 |
| Equipo de computación7 | 33.33% | 3 años | 2503.60 | 834.45 | 1669.15 | 556.38 |
| TOTAL | | | | | | 1579.66 |

Fuente: Cuadro del Nro.45, 47, 50,53.

Elaboración: Autora

ACTIVO DIFERIDO

En este rubro se tomó en cuenta los gastos realizados en el estudio del proyecto y otros gastos relacionados con los mismos, los que se distribuyen de la siguiente manera:

Cuadro Nro. 55
Inversiones del Activo Diferido

| Detalle | Costo |
|---------------------------|-----------------|
| Estudio de Factibilidad | 500.00 |
| Gasto de constitución | 500.00 |
| Estudios Legales | 100.00 |
| Permiso de Funcionamiento | 100.00 |
| Subtotal | 1.200,00 |

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: Autora.

Este estudio está proyectado a diez años, por lo tanto la amortización de este activo es del 10% de amortización y se detalla a continuación:

Cuadro Nro. 56
Amortización de Activo Diferido

| Años | Val. Activo Diferido | Amortización | Val. Total |
|------|----------------------|--------------|------------|
| 0 | | | 1.200,00 |
| 1 | 1.200,00 | 120,00 | 1.080,00 |
| 2 | 1.080,00 | 120,00 | 960,00 |
| 3 | 960,00 | 120,00 | 840,00 |
| 4 | 840,00 | 120,00 | 720,00 |
| 5 | 720,00 | 120,00 | 600,00 |
| 6 | 600,00 | 120,00 | 480,00 |
| 7 | 480,00 | 120,00 | 360,00 |
| 8 | 360,00 | 120,00 | 240,00 |
| 9 | 240,00 | 120,00 | 120,00 |
| 10 | 120,00 | 120,00 | 0,00 |
| | | | |

Fuente: Cuadro Nro. 55.

Elaboración: Autora.

INVERSIÓN DEL ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

La inversión del activo circulante está constituida por todos los valores necesarios para la normal operación del proyecto durante un ciclo de producción, los que son susceptibles de proyección y son los siguientes:

Costo Primo

Materia Prima Directa.- Para poder determinar estos costos tomamos como indicador la producción del año 2016 de ejecución del proyecto que corresponde a 7800 floreros de botellas recicladas, con una capacidad utilizada de 70%.

Cuadro Nro. 57
Presupuesto de Materia Prima Directa

| Detalle | Cantidad Anual | V. unitario | Valor Total |
|---------------------|----------------|-------------|-------------|
| Botellas recicladas | 7800 | 0,20 | 1560 |
| TOTAL | | | 1560 |

Fuente: Bodegas del cantón Piñas

Elaboración: Autora.

Materiales Indirectos: Para determinar los costos del material de empaque se lo hace en base al número de unidades a producir en el año 2016, como se deben producir 7.800 unidades, se necesitará la misma cantidad de bolsas de plástico y etiquetas.

Cuadro Nro. 58
Presupuesto de Materiales Indirectos

| Detalle | Cantidad anual | Costo Unitario | Costo Total |
|--------------------|----------------|----------------|-----------------|
| Bolsas | 7800 | 0,05 | 390,00 |
| Adornos | 7800 | 0,10 | 780,00 |
| Cabuyas por rollos | 12 | 6,00 | 72,00 |
| Aerosoles | 36 | 10,00 | 360,00 |
| Etiquetas | 7800 | 0,06 | 468,00 |
| TOTAL | | | 2.070,00 |

Fuente: Casas Comerciales

Elaboración: Autora.

Mano de Obra Directa.- Constituye a los sueldos y salarios del personal que participa directamente en la producción y utiliza la materia prima existente, dando un uso adecuado a los productos, para la ejecución de nuestro proyecto hemos definido que prestarán sus servicios en el área productiva tres obreras, su función es confeccionar floreros de botellas recicladas en todo cumpliendo con todas las fases del proceso productivo.

Cuadro Nro. 59
Presupuesto de Mano de Obra Directa

| Denominación | Valores |
|-----------------------------------|-----------------|
| Sueldo Básico Unificado | 366,00 |
| Décimo Tercero | 30,50 |
| Décimo Cuarto | 30,50 |
| Vacaciones | 15,25 |
| Aporte Patronal IESS 11,15% | 40,81 |
| Aporte IECE 0.5% | 1,83 |
| Aporte SECAP 0.5% | 1,83 |
| Remuneración Unificada | 486,72 |
| Números de Operarias | 3 |
| Total Remuneración Mensual | 1460,16 |
| Total Remuneración Anual | 17521,88 |

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaboración: Autora.

El rubro asignado para mano de obra directa en el primer mes es de \$1460,16 y para el primer año asciende a \$17521,88; valores que corresponden al sueldo del personal operativo.

Mano de Obra Indirecta: Es la fuerza laboral que no participa directamente en el proceso de transformación de la materia prima, en el presente caso se considera como mano de obra indirecta.

Cuadro Nro. 60
Mano de Obra Indirecta (vendedora)

| Denominación | Vendedor |
|---------------------------------|----------------|
| Sueldo Básico | 366,00 |
| Décimo Tercero | 30,50 |
| Décimo Cuarto | 30,50 |
| Vacaciones | 15,25 |
| Aporte Patronal IESS 11,15% | 40,81 |
| Aporte IECE 0.5% | 1,83 |
| Aporte SECAP 0.5% | 1,83 |
| Remuneración Mensual | 486,72 |
| Total Remuneración Anual | 5840,63 |

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaboración: Autora.

Suministros de oficina: en este rubro están contempladas los valores correspondientes al gasto proveniente del uso de implementos para oficina.

Cuadro Nro. 61
Suministro de Oficina

| Detalle | Medida | Cantidad | V. Unitario | V. total |
|----------------------|----------|----------|-------------|--------------|
| Papel bond | unidades | 3 | 3,00 | 9,00 |
| Esferos | cajas | 2 | 4,00 | 8,00 |
| Perforadora | unidades | 2 | 7,50 | 15,00 |
| Grapadoras | unidades | 2 | 3,00 | 6,00 |
| Grapas | cajas | 1 | 1,50 | 1,50 |
| Correctores | unidades | 1 | 1,50 | 1,50 |
| Cuadernos | unidades | 2 | 2,00 | 4,00 |
| Total Anual | | | | 45,00 |
| Total Mensual | | | | 3,75 |

Fuente: Locales Comerciales

Elaboración: Autora.

Útiles de Aseo y Limpieza: en este rubro se incluye los valores correspondientes al gasto por concepto de materiales utilizados en la limpieza de las instalaciones.

Cuadro Nro. 62
Útiles de Aseo y Limpieza

| Detalle | Medida | Cantidad | V. Unitario | V. total |
|----------------------|---------------|-----------------|--------------------|-----------------|
| Escobas | unidades | 2 | 2,50 | 5,00 |
| Trapeador | unidades | 1 | 3,25 | 3,25 |
| Rec. Basura | unidades | 1 | 2,00 | 2,00 |
| Bot. Basura | unidades | 2 | 4,00 | 8,00 |
| Toallas | unidades | 4 | 1,50 | 6,00 |
| Desinfectante | unidades | 2 | 5,00 | 10,00 |
| Total Anual | | | | 34,25 |
| Total Mensual | | | | 2,85 |

Fuente: Locales Comerciales

Elaboración: Autora.

Gastos Administrativos

Los gastos administrativos son aquellos que no intervienen directamente en la producción, pero que son muy importantes para la ejecución del proyecto; dentro de este grupo encontramos: los sueldos, amortizaciones, y depreciaciones.

Cuadro Nro. 63
Presupuesto de Sueldo Personal Administrativo

| Denominación | Gerente | Secretaria- Contadora | Asesor jurídico |
|--------------------------------------|----------------|----------------------------------|----------------------------|
| Sueldo Básico | 400,00 | 400,00 | 366,00 |
| Décimo Tercero | 33,33 | 33,33 | 30,50 |
| Décimo Cuarto | 30,50 | 30,50 | 30,50 |
| Vacaciones | 16,67 | 16,67 | 15,25 |
| Aporte Patronal IESS 11,15% | 44,6 | 44,6 | 40,809 |
| Aporte IECE 0.5% | 2 | 2,00 | 1,83 |
| Aporte SECAP 0.5% | 2 | 2,00 | 1,83 |
| Remuneración Mensual | 529,10 | 529,10 | 486,72 |
| Total Remuneración Anual | 6349,20 | 6349,20 | 5840,63 |
| Total Sueldos Administrativos | | | 18539,03 |

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaboración: Autora.

El rubro asignado para el personal administrativo en el primer mes es de \$**5840,63** y para el primer año asciende a \$**18539,03**.

Cuadro Nro. 64
Servicios Básicos

| Detalle | Cantidad | Valor Unitario | Valor Mensual | Valor Anual |
|---------------------------------|-----------------|-----------------------|----------------------|--------------------|
| Servicio de Energía | 290kwh. | 0,082 | 23,20 | 278,40 |
| Agua potable | 20m3 | 0.155 | 3,10 | 37,20 |
| Servicio de Teléfono e internet | 1 | 27,00 | 27,00 | 324,00 |
| TOTAL ANUAL | | | | 639,60 |

Fuente: EERSSA, CNT, GAD Piñas y Empresa Eléctrica

Elaboración: Autora.

Cuadro Nro. 65
Presupuesto para Arriendo de Local

| Detalle | Costo Mensual | Valor Anual |
|--------------------|----------------------|--------------------|
| Arriendo de Local | 200,00 | 2.400,00 |
| TOTAL ANUAL | | 2.400,00 |

Fuente: Locales del Cantón Piñas

Elaboración: Autora.

Gastos de Ventas

Son erogaciones que están directamente relacionadas con la comercialización de los floreros de botellas recicladas.

Publicidad y propaganda.- abarca el valor de la empresa cubrirá por gastos de difusión de la imagen de la marca.

Cuadro Nro. 66
Presupuesto para Publicidad y Propaganda

| Detalle | Cantidad mes | Costo Unitario | Costo mensual | Costo Anual |
|--------------------|---------------------|-----------------------|----------------------|--------------------|
| Cuñas Televisivas | 20 | 0,40 | 8,00 | 96,00 |
| Cuñas Radiales | 10 | 0,25 | 2,50 | 30,00 |
| Prensa Escrita | 5 | 0,75 | 3,75 | 45,00 |
| TOTAL ANUAL | | | | 171,00 |

Fuente: Medios de Comunicación.

Elaboración: Autora.

Cuadro Nro. 67
Resumen de Inversiones del Activo Circulante O del Capital de Trabajo

| RESUMEN DE INVERSIONES DEL ACTIVO CIRCULANTE O DEL CAPITAL DE TRABAJO | | |
|--|--------------------|----------------------|
| Detalle | Total Anual | Total Mensual |
| Gastos de Producción | | |
| Materia Prima Directa | 1560,00 | 130,00 |
| Materiales Indirectos | 2070,00 | 172,50 |
| Mano de Obra Directa | 17.521,88 | 1460,16 |
| Mano de Obra Indirecta | 5.840,63 | 486,72 |
| Total Gastos De Producción | 26.992,51 | 2.249,38 |
| Gastos De Administración | | |
| Sueldos Administrativos | 18.539,03 | 1544,92 |
| Servicios Básicos | 639,60 | 53,30 |
| Gasto Arriendo | 2.400,00 | 200,00 |
| Suministro de oficina | 45,00 | 3,75 |
| Útiles de aseo y limpieza | 34,25 | 2,85 |
| Total Gatos Administrativos | 21.635,88 | 1.804,82 |
| Gastos De Venta | | |
| Publicidad | 171,00 | 14,25 |
| Total Gastos De Venta | 171,00 | 14,25 |
| TOTAL ACTIVO CIRCULANTE | 48.729,39 | 4.068,45 |

Fuente: Cuadros Nro. 57 al 66

Elaboración: Autor

Cuadro Nro. 68
Inversión Total Del Proyecto

| ACTIVOS FIJOS | MONTO | % |
|------------------------------------|-----------------|--------------|
| Maquinaria | 0,00 | |
| Muebles y enseres | 1.025,00 | |
| Equipo de oficina | 190,00 | |
| Equipo de computación | 1.950,00 | |
| Herramientas | 109,00 | |
| Total activo fijo | 3274,00 | 38.00 |
| ACTIVO DIFERIDO | | |
| Estudio de factibilidad | 500,00 | |
| Gasto de constitución | 500,00 | |
| Estudios legales | 100,00 | |
| Permiso de funcionamiento | 100,00 | |
| Total activo Diferido | 1200,00 | 13.93 |
| ACTIVO CIRCULANTE | | |
| Gastos de Producción | | |
| Materia Prima Directa | 130,00 | |
| Materiales Indirectos | 172,50 | |
| Mano de Obra Directa | 1460,16 | |
| Mano de Obra Indirecta | 486,72 | |
| Total Gastos De Producción | 2.249,38 | |
| Gastos De Administración | | |
| Sueldos Administrativos | 1544,92 | |
| Servicios Básicos | 53,30 | |
| Gasto Arriendo | 200,00 | |
| Suministro de oficina | 3,75 | |
| Material de limpieza | 2,85 | |
| Total Gatos Administrativos | 1.804,82 | |
| Gastos De Venta | | |
| Publicidad | 14,25 | |
| Total Gastos De Venta | 14,25 | |
| TOTAL ACTIVO CIRCULANTE | 4.068,45 | 48.07 |
| INVERSION TOTAL | 8.615,10 | 100% |

Fuente: Cuadros Nro.51, 55, 57

Elaboración: Autora.

El total de inversión de este proyecto es: \$ **8.615.10**

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Para financiar el monto de la inversión se hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

Fuentes Internas.- Es la que comprende el valor que van aportar los socios con un porcentaje del 7.14% el cual corresponde al de 615.10 dólares.

Fuentes Externas.- Para continuar con el financiamiento del proyecto se hará un crédito en el Banco del Pichincha de 8.000.00 dólares con una tasa de interés anual del 15% para 4 años plazo.

Cuadro Nro. 69
Financiamiento

| Detalle | Porcentaje | Valor |
|------------------------|----------------|-----------------|
| Capital Propio | 7.14% | 615,10 |
| Préstamo Bancario | 92.86% | 8.000,00 |
| TOTAL INVERSIÓN | 100,00% | 8.615,10 |

Fuente: Cuadro Nro. 68

Elaboración: Autora

Cuadro Nro. 70
Cuadro de Amortizaciones del Préstamo
Al Banco del Pichincha

| AMORTIZACION DEL PRESTAMO | | | | |
|---------------------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|
| Capital | 8.000.00 | Tiempo | 4 años | |
| tasa de interés | 15% | Pagos | Anuales | |
| ANUAL | CAPITAL | INTERES | DIVIDENDO | CAPITAL REDUCIDO |
| 0 | | | | 8.000,00 |
| 1 | 2.000,00 | 1.200,00 | 3.200,00 | 6.000,00 |
| 2 | 2.000,00 | 900,00 | 2.900,00 | 4.000,00 |
| 3 | 2.000,00 | 600,00 | 2.600,00 | 2.000,00 |
| 4 | 2.000,00 | 300,00 | 2.300,00 | - |
| TOTALES | 8.000,00 | 3.000,00 | 11.000,00 | |

Fuente: Banco del Pichincha.

Elaboración: Autora.

PRESUPUESTO DE COSTOS E INGRESOS

Es indispensable proyectar los costos obtenidos en el primer año de operatividad de la empresa al tiempo de vida útil del proyecto (10 años), y de esta manera poder conocer los flujos que se generaran por concepto de egresos.

Para poder realizar esta proyección de los costos futuros se tomara en cuenta los datos estimados por el BCE con respecto al crecimiento económico e inflación de nuestra nación en el año 2015 el 3.38%

Cuadro Nro. 71
Presupuestos de Operación

| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| COSTO DEL PRODUCTO | | | | | | | | | | |
| COSTO PRIMO | | | | | | | | | | |
| Materia prima | 1.560,00 | 1.612,73 | 1.667,24 | 1.723,59 | 1.781,85 | 1.842,07 | 1.904,34 | 1.968,70 | 2.035,25 | 2.104,04 |
| Mano de obra directa | 17.521,88 | 18.114,12 | 18.726,38 | 19.359,33 | 20.013,68 | 20.690,14 | 21.389,47 | 22.112,43 | 22.859,83 | 23.632,49 |
| Total Costo Primo | 21.421,88 | 22.145,94 | 22.894,48 | 23.668,31 | 24.468,30 | 25.295,33 | 26.150,31 | 27.034,19 | 27.947,94 | 28.892,58 |
| COSTO INDIRECTO DE FABRICACION | | | | | | | | | | |
| Materia prima indirecta | 2.070,00 | 2.139,97 | 2.212,30 | 2.287,07 | 2.364,38 | 2.444,29 | 2.526,91 | 2.612,32 | 2.700,61 | 2.791,90 |
| Mano de obra indirecta | 5.840,63 | 6.038,04 | 6.24,13 | 6.453,11 | 6.671,23 | 6.896,71 | 7.129,82 | 7.370,81 | 7.619,94 | 7.877,50 |
| Depreciación de maquinaria | 00,00 | 00,00 | 00,00 | 00,00 | 00,00 | 00,00 | 00,00 | 00,00 | 00,00 | 00,00 |
| Amortización de activos diferidos | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 |
| Total Costo De Fabricación | 8.030,63 | 8.298,01 | 8.574,43 | 8.860,18 | 9.155,61 | 9.461,00 | 9.776,73 | 10.103,13 | 10.440,55 | 10.789,40 |
| TOTAL COSTO DE PRODUCCION | 29.452,51 | 30.443,95 | 31.468,91 | 32.52,49 | 33.623,91 | 34.756,33 | 35.927,04 | 37.137,32 | 38.388,49 | 39.681,98 |
| GASTO DE ADMINISTRACION | | | | | | | | | | |
| Depreciación de muebles y Enseres | 92,25 | 92,25 | 92,25 | 92,25 | 92,25 | 92,25 | 92,25 | 92,25 | 92,25 | 92,25 |
| Depreciación de equipos de computación | 433,31 | 433,31 | 433,31 | 480,62 | 480,62 | 480,62 | 556,38 | 556,38 | 556,38 | 644,09 |
| Depreciación equipos de oficina | 17,10 | 17,10 | 17,10 | 17,10 | 17,10 | 17,10 | 17,10 | 17,10 | 17,10 | 17,10 |
| Sueldo de personal administrativo | 18.539,03 | 19.165,65 | 19.813,45 | 20.483,14 | 21.175,47 | 21.891,20 | 22.631,12 | 23.396,06 | 24.186,84 | 25.004,36 |
| Suministro de oficina | 45,00 | 46,52 | 48,09 | 49,72 | 51,40 | 53,14 | 54,93 | 56,79 | 58,71 | 60,69 |
| Material de limpieza | 34,25 | 35,41 | 36,60 | 37,84 | 39,12 | 40,44 | 41,81 | 43,22 | 44,68 | 46,19 |
| Arriendo de local | 2400,00 | 2.481,12 | 2.564,98 | 2.651,68 | 2.741,30 | 2833,96 | 2.929,75 | 3028,77 | 3131,15 | 3236,98 |
| Energía eléctrica | 278,40 | 287,81 | 297,54 | 307,59 | 317,99 | 328,74 | 339,85 | 351,34 | 363,21 | 375,49 |
| Agua | 37,20 | 38,46 | 39,76 | 41,10 | 42,49 | 43,93 | 45,41 | 46,95 | 48,53 | 50,17 |
| Teléfono | 324,00 | 334,95 | 346,27 | 357,98 | 370,08 | 382,58 | 395,52 | 408,88 | 422,70 | 436,99 |
| TOTAL GASTO DE ADMINISTRACION | 22.200,54 | 22.932,58 | 23.689,35 | 24.519,02 | 25.327,82 | 26.163,96 | 27.104,12 | 27.997,74 | 28.921,55 | 29.964,31 |
| GASTO DE VENTA | | | | | | | | | | |
| Publicidad | 171,00 | 176,78 | 182,75 | 188,93 | 195,32 | 201,92 | 208,74 | 215,73 | 223,09 | 230,63 |
| GASTOS FINANCIEROS | | | | | | | | | | |
| Intereses por préstamo | 1200,00 | 900,00 | 600,00 | 300,00 | 00,00 | 00,00 | 00,00 | 00,00 | 00,00 | 00,00 |
| Total Gastos Financieros | 1200,00 | 900,00 | 600,00 | 300,00 | 00,00 | 00,00 | 00,00 | 00,00 | 00,00 | 00,00 |
| TOTAL GASTO DE OPERACIÓN | 23.571,54 | 24.009,36 | 24.472,10 | 25.007,95 | 25.523,14 | 26.365,88 | 27.312,86 | 28.213,47 | 29.144,64 | 30.194,94 |
| COSTOS TOTALES DE PRODUCCION | 53.024,05 | 54.453,31 | 55.941,01 | 57.536,44 | 59.147,05 | 61.122,21 | 63.239,90 | 65.350,79 | 67.533,13 | 69.876,92 |

Fuente: 45, 47, 50, 56, 57, 58, 59, 60, 51, 62, 64, 65, 66, 70.

Elaborado: Autora

CLASIFICACION DE COSTOS

La clasificación de costos en el mencionado proyecto nos permite conocer los valores económicos que se desembolsarán durante un periodo contable, con el fin de poder distribuir eficientemente sus recursos. Los costos se clasifican en:

Costos fijos

Los costos fijos son aquellos valores que debe cubrir la empresa, por estar en funcionamiento, pero, sin tomar en cuenta los ingresos generados por la producción y venta del producto.

Costo variable

Los costos variables son aquellos valores que debe incurrir la empresa, en relación a su capacidad de producción y está relacionado con los ingresos generados por las ventas del producto tal como indicamos en el siguiente cuadro

Cuadro Nro. 72
Estructura de Costos

| DESCRIPCIÓN | Año 1 | | | Año 5 | | | Año 10 | | |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | Costo fijo | Costo variable | Costos Totales | Costo fijo | Costo variable | Costos Totales | Costo fijo | Costo variable | Costos Totales |
| COSTO DEL PRODUCTO | | | | | | | | | |
| COSTO PRIMO | | | | | | | | | |
| Materia prima | | 1.560,00 | | | 1.781,85 | | | 2.104,04 | |
| Mano de obra directa | | 17.521,88 | | | 20.013,68 | | | 23.632,49 | |
| Total Costo Primo | | 19.081,88 | 19.081,88 | | 21.794,85 | 21.794,85 | | 25.736,53 | 25.736,53 |
| COSTO INDIRECTO DE FABRICACION | | | | | | | | | |
| Materia prima indirecta | | 2.070,00 | 2.070,00 | | 2.364,32 | 2364,32 | | 2.791,90 | 2.791,90 |
| Mano de obra indirecta | 5.840,63 | | 5.840,63 | 6.671,23 | | 6.671,23 | 7.877,50 | | 7.877,50 |
| Depreciación de maquinaria | | | | | | | | | |
| Amortización de activos diferidos | 120,00 | | 120,00 | 120,00 | | 120,00 | 120,00 | | 120,00 |
| Total Costo De Fabricación | 6.301,87 | 21.151,88 | | 6.791,23 | 24.159,23 | | 7.997,50 | 28.528,43 | |
| TOTAL COSTO DE PRODUCCION | 6.301,87 | 21.151,88 | 27.112,51 | 6.791,23 | 24.159,23 | 30.950,46 | 7.997,50 | 28.528,43 | 36.525,93 |
| GASTO DE ADMINISTRACION | | | | | | | | | |
| Depreciación de muebles y enseres | 92,25 | | | 92,25 | | | 92,25 | | |
| Depreciación de equipos de computación | 433,31 | | | 480,62 | | | 644,09 | | |
| Depreciación equipos de oficina | 17,10 | | | 17,10 | | | 17,10 | | |
| Sueldo de personal administrativo | 18.539,03 | | | 21.175,47 | | | 25.004,36 | | |
| Suministro de oficina | 45,00 | | | 51,40 | | | 60,69 | | |
| Material de limpieza | 34,25 | | | 39,12 | | | 46,19 | | |
| Arriendo de local | 2.400,00 | | | 2.741,30 | | | 3236,98 | | |
| Energía eléctrica | 278,40 | | | 317,99 | | | 375,49 | | |
| agua | 37,20 | | | 42,49 | | | 50,17 | | |
| Teléfono | 324,00 | | | 370,08 | | | 436,99 | | |
| TOTAL GASTO DE ADMINISTRACION | 22.200,54 | | 22.200,54 | 25.327,82 | | 25.327,82 | 29.964,31 | | 29.964,31 |
| GASTO DE VENTA | | | | | | | | | |
| Publicidad | 171,00 | | 171,00 | 195,32 | | 195,32 | 230,63 | | 230,63 |
| GASTOS FINANCIEROS | | | | | | | | | |
| Intereses por préstamo | 1.200,00 | | 1.200 | 00,00 | | | 00,00 | | |
| Total Gastos Financieros | 1.200,00 | | | 00,00 | | | 00,00 | | |
| TOTAL GASTO DE OPERACIÓN | 23.571,54 | | | 25.523,14 | | | 30.194,94 | | |
| COSTO TOTAL | 29.532,17 | 21.151,88 | 50.684,05 | 32.314,37 | 24.159,23 | 56.473,60 | 38.192,44 | 28.528,43 | 66.720,87 |

Fuente: 45, 47, 50,56,57,58,59,60,51, 62,64,65,66,70.

Elaborado: Autora

Cuadro Nro. 73
Costo Unitario de Producción

| Años | Costo de Operación | Capacidad Utilizada | Costo Unitario de Fabricación |
|-------------|---------------------------|----------------------------|--------------------------------------|
| 1 | 53.024,05 | 5.460 | 9,71 |
| 2 | 54.453,31 | 5.694 | 9,56 |
| 3 | 55.941,01 | 5.928 | 9,44 |
| 4 | 57.536,44 | 6.162 | 9,34 |
| 5 | 59.147,05 | 6.396 | 9,25 |
| 6 | 61.122,21 | 6.630 | 9,22 |
| 7 | 63.239,90 | 6.864 | 9,21 |
| 8 | 65.350,79 | 7.098 | 9,21 |
| 9 | 67.533,13 | 7.332 | 9,21 |
| 10 | 69.876,92 | 7.410 | 9,43 |

Fuente: Cuadro Nro. 71 y 39

Elaboración: Autora.

Precio de Venta

Para el precio de nuestro producto, se consideró el precio unitario de producción o fabricación, más un margen de utilidad del 10% para el primer año incrementando el 3% para cada año terminado con un margen del 37% para el último año.

Cuadro Nro. 74
Costo Unitario de Venta

| Años | Costo Unitario de Fabricación | % de Utilidad | Precio de Venta |
|-------------|--------------------------------------|----------------------|------------------------|
| 1 | 9,71 | 0,97 | 10,68 |
| 2 | 9,56 | 1,24 | 10,80 |
| 3 | 9,44 | 1,51 | 10,95 |
| 4 | 9,34 | 1,77 | 11,11 |
| 5 | 9,25 | 2,04 | 11,29 |
| 6 | 9,22 | 2,31 | 11,53 |
| 7 | 9,21 | 2,58 | 11,79 |
| 8 | 9,21 | 2,86 | 12,07 |
| 9 | 9,21 | 3,13 | 12,34 |
| 10 | 9,43 | 3,49 | 12,92 |

Fuente: Cuadro Nro. 73

Elaboración: Autora.

Una vez conocido el precio de venta del producto es necesario determinar los ingresos totales del proyecto.

Cuadro Nro. 75
Ingresos y Ventas Anuales

| Años | Precio de Venta | Capacidad Utilizada | Ingresos |
|-------------|------------------------|----------------------------|-----------------|
| 1 | 10,68 | 5.460 | 58.312,80 |
| 2 | 10,80 | 5.694 | 61.495,20 |
| 3 | 10,95 | 5.928 | 64.911,60 |
| 4 | 11,11 | 6.162 | 68.459,82 |
| 5 | 11,29 | 6.396 | 72.210,84 |
| 6 | 11,53 | 6.630 | 76.443,90 |
| 7 | 11,79 | 6.864 | 80.926,56 |
| 8 | 12,07 | 7.098 | 85.672,86 |
| 9 | 12,34 | 7332 | 90.476,88 |
| 10 | 12,92 | 7.410 | 95.737,20 |

Fuente: 74

Elaboración: Autora.

PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO 1

a) Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada.

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{29.532.17}{58.312.80 - 21.151.88} \times 100$$

$$PE = \mathbf{79.47\%}$$

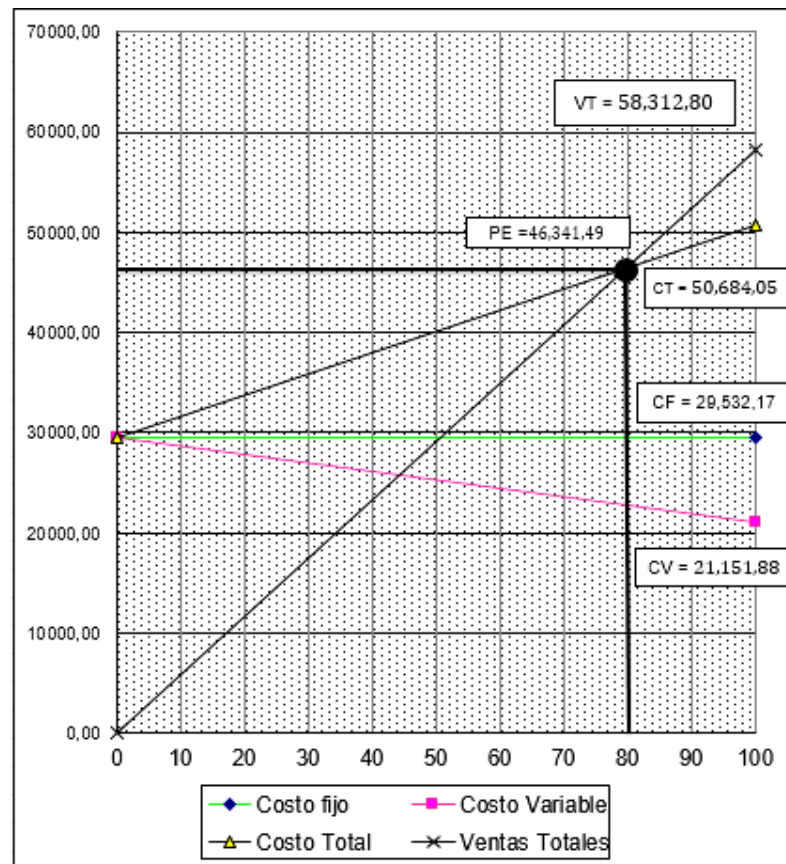
b) Punto de equilibrio en función a las ventas.

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

$$PE = \frac{29.532.17}{1 - 21.151.88 / 58.312.80}$$

$$PE = \mathbf{46.341.79}$$

Gráfica Nro. 47
Punto de Equilibrio Año 1



ANÁLISIS:

El punto de equilibrio para el año 1 se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del **79.47%**, tiene ventas de **46.341.79** dólares.

AÑO 5

a) Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada.

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{32.314.37}{72.210.84 - 24.159.23} \times 100$$

$$PE = 67.25\%$$

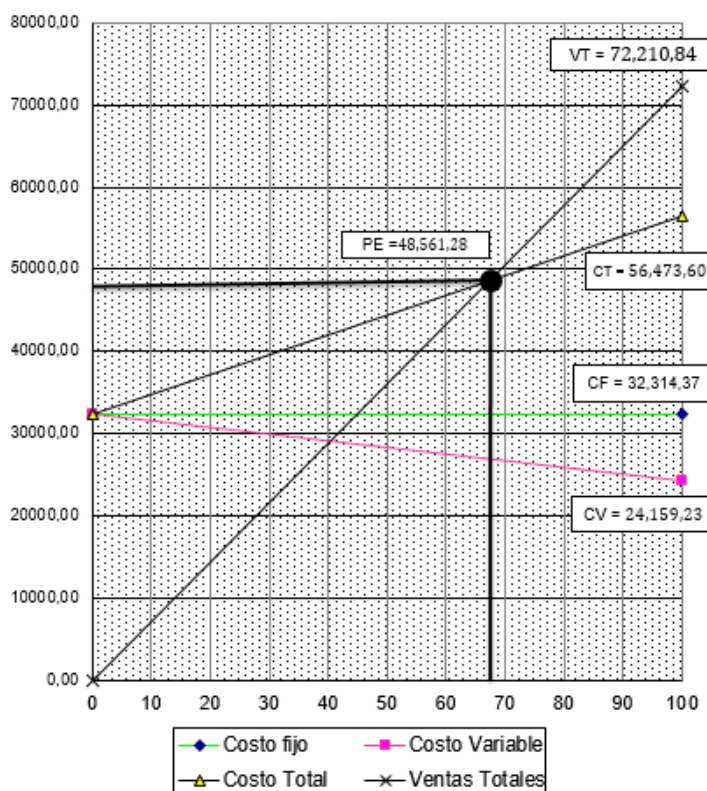
b) Punto de equilibrio en función a las ventas.

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

$$PE = \frac{32.314,37}{1 - 24.159,23 / 72.210,84}$$

$$PE = 48.561,28$$

Gráfica Nro. 48
Punto de Equilibrio Año 5

**ANÁLISIS:**

El punto de equilibrio para el año 5 se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del **67.25%**, tiene ventas de **48.561.28** dólares.

AÑO 10

a) Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada.

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{38.192.44}{95.737.20 - 28.528.43} \times 100$$

$$PE = 56.83\%$$

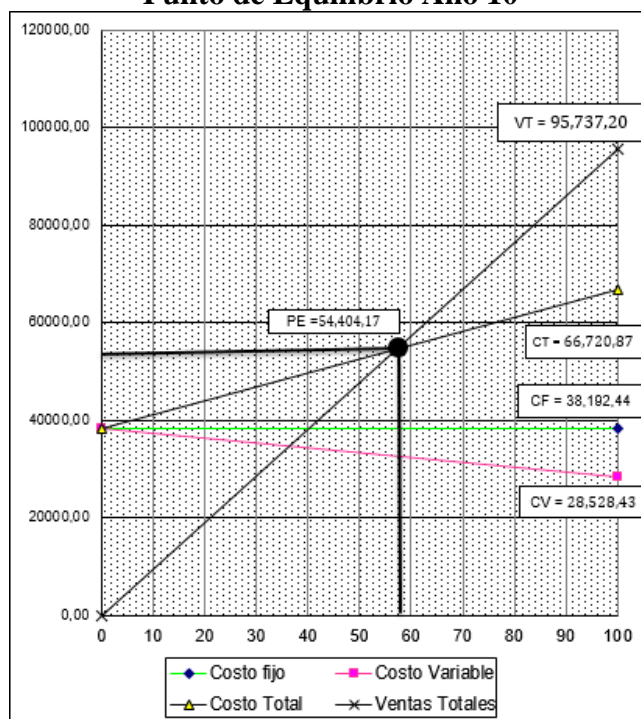
b) Punto de equilibrio en función a las ventas.

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

$$PE = \frac{38.192.44}{1 - 28.528.43 / 95.737.20}$$

$$PE = 54.404.17$$

Gráfica Nro. 49
Punto de Equilibrio Año 10



ANÁLISIS:

El punto de equilibrio para el año 10 se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del **56.83%**, tiene ventas de **54.404.17** dólares.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias permitió determinar las utilidades o pérdidas obtenidas en el transcurso de la ejecución del proyecto, muestra la forma en que dichos resultados se desarrollaron, además sirvió para la proyección y evaluación del proyecto.

En el presente caso se realizaron las proyecciones anualmente; es decir para los diez años de vida útil del proyecto.

Cuadro Nro. 76
Estado de Pérdidas y Ganancias

| CONCEPTO | AÑO1 | AÑO2 | AÑO3 | AÑO4 | AÑO5 | AÑO6 | AÑO7 | AÑO8 | AÑO9 | AÑO10 |
|---------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| INGRESOS | | | | | | | | | | |
| Ingreso por Ventas | 58.312,80 | 61.495,20 | 64.911,60 | 68.459,82 | 72.210,84 | 76.443,90 | 80.926,56 | 85.672,86 | 90.476,88 | 95.737,20 |
| Total de ingresos | 58.312,80 | 61.495,20 | 64.911,60 | 68.459,82 | 72.210,84 | 76.443,90 | 80.926,56 | 85.672,86 | 90.476,88 | 95.737,20 |
| EGRESOS | | | | | | | | | | |
| (-)Costo de Operación | 53.024,05 | 54.453,31 | 55.941,01 | 57.536,44 | 59.147,05 | 61.122,21 | 63.239,90 | 65.650,79 | 67.533,13 | 69.876,92 |
| (=)Utilidad bruta en Ventas | 5.288,75 | 7.041,89 | 8.970,59 | 10.923,38 | 13.063,79 | 15.321,69 | 17.686,66 | 20.022,07 | 22.943,75 | 25.860,28 |
| 15% Utilidad a trabajadores (-) | 793,31 | 1.056,28 | 1.345,59 | 1.638,51 | 1.959,57 | 2.298,25 | 2.653,00 | 3.003,31 | 3.441,56 | 3.879,04 |
| (=) utilidad antes IR | 4.495,44 | 5.985,61 | 7.625,00 | 9.284,87 | 11.104,22 | 13.023,44 | 15.033,66 | 17.018,76 | 19.502,19 | 21.981,24 |
| 22% Impuesta a la Renta (-) | 989,00 | 1.316,83 | 1.677,50 | 2.042,67 | 2.442,93 | 2.865,16 | 3.307,41 | 3.744,13 | 4.290,48 | 4.835,87 |
| (=) utilidad antes de Reserva | 3.506,44 | 4.668,78 | 5.947,50 | 7.242,20 | 8.661,29 | 10.158,28 | 11.726,25 | 13.274,63 | 15.211,71 | 17.145,37 |
| 10% Reserva Legal (-) | 350,64 | 466,88 | 594,75 | 724,22 | 866,13 | 1.015,83 | 1.172,63 | 1.327,46 | 1.521,17 | 1.714,54 |
| UTILIDAD LÍQUIDA DEL EJERCICIO | 3.155,80 | 4.201,90 | 5.352,75 | 6.517,98 | 7.795,16 | 9.142,45 | 10.553,62 | 11.947,17 | 13.690,54 | 15.430,83 |

Fuente: 75

Elaboración: Autora.

Cuadro Nro. 77
Flujo de Caja Proyectada

| CONCEPTO | AÑO1 | AÑO2 | AÑO3 | AÑO4 | AÑO5 | AÑO6 | AÑO7 | AÑO8 | AÑO9 | AÑO10 |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| 1.-INGRESOS | | | | | | | | | | |
| Ingreso por Ventas | 58.312,80 | 61.495,20 | 64.911,60 | 68.459,82 | 72.210,84 | 76.443,90 | 80.926,56 | 85.672,86 | 90.476,88 | 95.737,20 |
| Valor Residual | | | 649,94 | | | 720,82 | | | 834,45 | 109,35 |
| TOTAL INGRESOS | 58.312,80 | 61.495,20 | 65.561,54 | 68.459,82 | 72.210,84 | 77.164,72 | 80.926,56 | 85.672,86 | 91.311,33 | 95.846,55 |
| 2.-EGRESOS | | | | | | | | | | |
| Costo de Producción y Operación | 53.024,05 | 54.453,31 | 55.941,01 | 57.536,44 | 59.147,05 | 61.122,21 | 63.239,90 | 65.650,79 | 67.533,13 | 69.876,92 |
| Reinversión | 0.0 | 0.00 | 0.00 | 2.162,06 | 0.00 | 0.00 | 2.503,60 | 0.00 | 0.00 | 2.898,24 |
| (-)Amortización del Crédito | 1.200,00 | 1.200,00 | 1.200,00 | 1.200,00 | | | | | | |
| TOTAL EGRESOS | 54.224,05 | 55.653,31 | 57.141,01 | 60.898,50 | 59.147,05 | 61.122,21 | 65.743,50 | 65.650,79 | 67.533,13 | 72.775,16 |
| (1-2)Ganancias Gravables | 4.088,75 | 5.841,89 | 8.420,53 | 7.561,32 | 13.063,79 | 16.042,51 | 15.183,06 | 20.022,07 | 23.778,20 | 23.071,39 |
| 15% Utilidad a trabajadores (-) | 613,31 | 876,29 | 1.263,08 | 1.134,20 | 1.959,57 | 2.406,38 | 2.277,46 | 3.003,11 | 3.566,73 | 3.460,71 |
| (=) UTILIDAD ANTES IR | 3.475,44 | 4.965,60 | 7.157,45 | 6.427,12 | 11.104,22 | 13.636,13 | 12.905,60 | 17.018,96 | 20.211,47 | 19.610,68 |
| 22% Impuesta a la Renta (-) | 764,60 | 1.092,43 | 1.574,64 | 1.413,94 | 2.442,93 | 2.999,95 | 2.839,23 | 3.744,17 | 4.446,52 | 4.314,35 |
| (=) Utilidad antes de la Reserva | 2.710,84 | 3.873,17 | 5.582,81 | 5.013,18 | 8.661,32 | 10.636,18 | 10.066,37 | 13.274,79 | 15.764,95 | 15.296,33 |
| (-) 10% de Reservas | 271,09 | 387,32 | 558,28 | 501,32 | 866,13 | 1.063,62 | 1.006,64 | 1.327,48 | 1.576,50 | 1.529,63 |
| = UTILIDAD LIQUIDA | 2.439,75 | 3.485,85 | 5.027,53 | 4.511,86 | 7.795,19 | 9.572,56 | 9.059,73 | 11.947,31 | 14.188,45 | 13.766,70 |
| (+) Depreciaciones | 542,66 | 542,66 | 542,66 | 542,66 | 542,66 | 542,66 | 542,66 | 542,66 | 542,66 | 542,66 |
| (+) Amortizaciones de Activos diferidos | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 | 120,00 |
| FLUJO NETO DE CAJA | 3.102,41 | 4.148,51 | 5.690,19 | 5.174,52 | 8.457,85 | 10.235,22 | 9.722,39 | 12.609,97 | 14.851,11 | 14.429,36 |

Fuente: 76

Elaboración: Autora

Cuadro Nro. 94
Valor Actual Neto

| AÑOS | FLUJO NETO | TASA ACTUALIZADA 15% | VALOR ACTUALIZADO |
|--------------|-------------------|-----------------------------|--------------------------|
| 1 | 3.102,42 | 0,86956522 | 2.697,75 |
| 2 | 4.148,51 | 0,75614367 | 3.272,23 |
| 3 | 5.691,19 | 0,65751623 | 3.974,82 |
| 4 | 5.174,52 | 0,57175325 | 4.003,21 |
| 5 | 8.457,85 | 0,49717674 | 4.205,03 |
| 6 | 10.235,22 | 0,43232760 | 4.424,97 |
| 7 | 9.722,39 | 0,37593704 | 4.216,62 |
| 8 | 12.609,97 | 0,32690177 | 4.180,69 |
| 9 | 14.851,11 | 0,28426241 | 4.080,07 |
| 10 | 14.429,36 | 0,24718471 | 4.117,27 |
| TOTAL | 94.184,81 | | 39.172,68 |

Fuente: Cuadro Nro. 93.

Elaboración: Autora

$$VAN = \sum \text{Flujo Neto de Caja} - \text{Inversión}$$

$$VAN = 39.172.68 - 8.615.10$$

$$VAN = 30.557.58$$

ANÁLISIS.- El resultado obtenido del VAN es positivo y mayor a uno, por lo tanto nos demuestra que es conveniente realizar este proyecto.

Cuadro Nro. 95
Periodo de Recuperación de Capital (PCR)

| AÑOS | INVERSIÓN INICIAL | FLUJO NETO | FLUJOS NETOS ACUMULADOS |
|--------------|--------------------------|-------------------|--------------------------------|
| 0 | 8.615,10 | | |
| 1 | | 3.102,42 | 3.102,42 |
| 2 | | 4.148,51 | 7.429,94 |
| 3 | | 5.691,19 | 13.475,15 |
| 4 | | 5.174,52 | 20.476,78 |
| 5 | | 8.457,85 | 25.832,19 |
| 6 | | 10.235,22 | 31.739,89 |
| 7 | | 9.722,39 | 36.910,97 |
| 8 | | 12.609,97 | 42.698,18 |
| 9 | | 14.851,11 | 48.593,55 |
| 10 | | 14.429,36 | 55.014,98 |
| TOTAL | 8.615,10 | 94.184,81 | |

Fuente: Cuadro Nro. 88.

Elaboración: Autora

$$PCR = \text{Año que supera la Inversión} + \left(\frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo Neto del año que supera la Inversión}} \right)$$

$$PCR = 3 + \frac{(8.615,10 - 6.045,21)}{13.475,15}$$

$$PCR = 2,20 \qquad \qquad \qquad 2 \text{ AÑOS}$$

$$PCR = 0,20 \times 12 \text{ (Meses)} = 2,40 = \qquad \qquad 2 \text{ MESES}$$

$$PCR = 0,40 \times 30 \text{ (Días)} = 12 = \qquad \qquad 12 \text{ DÍAS}$$

ANÁLISIS.- El capital se recuperará en 2 años, 2 meses y 12 días.

Cuadro Nro. 96
Relación Beneficio Costo (B/C)

| AÑOS | COSTO | Factor %15 | Costo | Ingreso | Factor %15 | Ingreso |
|--------------|--------------|-------------------|--------------|----------------|-------------------|----------------|
| | Original | | Actualizado | Original | | Actualizado |
| 1 | 53.024,05 | 0,869565217 | 46.107,87 | 58.312,80 | 0,869565217 | 50.706,78 |
| 2 | 54.453,31 | 0,756143667 | 41.174,53 | 61.495,20 | 0,756143667 | 46.499,21 |
| 3 | 55.941,01 | 0,657516232 | 36.782,12 | 64.911,60 | 0,657516232 | 42.680,43 |
| 4 | 57.536,44 | 0,571753246 | 32.896,65 | 68.459,82 | 0,571753246 | 39.142,12 |
| 5 | 59.147,05 | 0,497176735 | 29.406,54 | 72.210,84 | 0,497176735 | 35.901,55 |
| 6 | 61.122,21 | 0,432327596 | 26.424,82 | 76.443,90 | 0,432327596 | 33.048,81 |
| 7 | 63.239,90 | 0,375937040 | 23.774,22 | 80.926,56 | 0,375937040 | 30.423,29 |
| 8 | 65.350,79 | 0,326901774 | 21.363,29 | 85.672,86 | 0,326901774 | 28.006,61 |
| 9 | 67.533,13 | 0,284262412 | 19.197,13 | 90.476,88 | 0,284262412 | 25.719,18 |
| 10 | 69.876,92 | 0,247184706 | 17.272,51 | 95.737,20 | 0,247184706 | 23.664,77 |
| TOTAL | 607.224,81 | | 294.399,67 | 754.647,66 | | 355.792,75 |

Fuente: Cuadro Nro. 88 y 89.

Elaboración: Autora

$$R (B/C). = \frac{\text{Ingreso Actualizado}}{\text{Costo Actualizado}}$$

$$R (B/C). = \frac{355.792.75}{294.399.67}$$

$$R (B/C). = 1.21 \text{ dólares}$$

Análisis.- Según el resultado obtenido la relación beneficio costo para el proyecto es mayor que uno (1.21), por lo tanto es financieramente aceptado lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrá 0, 20 centavos de rentabilidad o utilidad.

Cuadro Nro. 97
Tasa Interna de Retorno (TIR)

| AÑOS | FLUJO NETO | FACTOR %60,20 | VAN1 | FACTOR %61,20 | VAN2 |
|--------------|-------------------|----------------------|------------------|----------------------|------------------|
| 0 | -8.615,10 | | -8.615,10 | | -8.615,10 |
| 1 | 3.102,42 | 0,624219725 | 1.936,59 | 0,620347395 | 1.924,58 |
| 2 | 4.148,51 | 0,389650266 | 1.686,22 | 0,38483089 | 1.665,37 |
| 3 | 5.691,19 | 0,243227382 | 1.470,36 | 0,23872884 | 1.443,17 |
| 4 | 5.174,52 | 0,151827329 | 1.063,04 | 0,148094814 | 1.036,91 |
| 5 | 8.457,85 | 0,094773614 | 801,58 | 0,091870232 | 777,02 |
| 6 | 10.235,22 | 0,059159559 | 605,51 | 0,056991459 | 583,32 |
| 7 | 9.722,39 | 0,036928564 | 414,20 | 0,035354503 | 396,55 |
| 8 | 12.609,97 | 0,023051538 | 294,80 | 0,021932074 | 280,49 |
| 9 | 14.851,11 | 0,014389225 | 206,53 | 0,013605505 | 195,28 |
| 10 | 14.429,36 | 0,008982038 | 149,61 | 0,00844014 | 140,58 |
| SUMAN | 94.184,81 | | 8.628,45 | | 8.443,25 |
| | | | 13,35 | | -171,85 |

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

$$TIR = 60,20 + 1 \left(\frac{13,35}{13,35 - (-171,85)} \right)$$

$$TIR = 60,27\%$$

ANÁLISIS.- El proyecto se acepta por cuanto el TIR es mayor al costo del capital.

Cuadro Nro. 98 Análisis de Sensibilidad con un Incremento de los Costos en un 9,81%

| AÑOS | COSTOS TOTAL ORIGINAL | COSTO TOTAL ORIGINAL + 9,81% | INGRESO ORIGINAL | ACTUALIZACION | | | | | |
|--------------|-----------------------|---------------------------------|------------------|---------------|--------------|-----------|--------------|-----------|--|
| | | | | FLUJO NETO | FACTOR ACT. | VAN MENOR | FACTOR ACT. | VAN MAYOR | |
| | | | | | 37,10% | | 38,10% | | |
| 0 | | | | | | | | | |
| 1 | 53.024,05 | 58.224,38 | 58.312,80 | 88,42 | 0,7017543860 | 62,05 | 0,6968641115 | 61,61 | |
| 2 | 54.453,31 | 59.793,82 | 61.495,20 | 1.701,38 | 0,4924592182 | 837,86 | 0,4856195899 | 826,22 | |
| 3 | 55.941,01 | 61.427,42 | 64.911,60 | 3.484,18 | 0,3455854163 | 1.204,08 | 0,3384108640 | 1.179,08 | |
| 4 | 57.536,44 | 63.179,33 | 68.459,82 | 5.280,49 | 0,2425160816 | 1.280,60 | 0,2358263861 | 1.245,28 | |
| 5 | 59.147,05 | 64.947,90 | 72.210,84 | 7.262,94 | 0,1701867239 | 1.236,06 | 0,1643389450 | 1.193,58 | |
| 6 | 61.122,21 | 67.116,77 | 76.443,90 | 9.327,13 | 0,1194292800 | 1.113,93 | 0,1145219129 | 1.068,16 | |
| 7 | 63.239,90 | 69.442,15 | 80.926,56 | 11.484,41 | 0,0838100210 | 962,51 | 0,0798062111 | 916,53 | |
| 8 | 65.350,79 | 71.760,07 | 85.672,86 | 13.912,79 | 0,0588140498 | 818,27 | 0,0556140844 | 773,75 | |
| 9 | 67.533,13 | 74.156,44 | 90.476,88 | 16.320,44 | 0,0412730174 | 673,59 | 0,0387554595 | 632,51 | |
| 10 | 69.876,92 | 76.730,10 | 95.737,20 | 19.007,10 | 0,0289635210 | 550,51 | 0,0270072888 | 513,33 | |
| TOTAL | | | | 87.869,28 | | 8.739,46 | | 8.410,06 | |
| | | | | | | 124,36 | | -205,04 | |

$$\text{TIR} = + \text{DT} \left[\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} - \text{VAN mayor}} \right]$$

NTIR = 37.70%

Diferencias TIR = TIR Proyecto – Nueva TIR

Diferencia TIR = 60.27 – 37.70

Diferencia TIR = 22.57%

Porcentaje de Variación = (Dit.TIR / TIR del Proyecto)*100

$$= 22.57 / 60.27 = 37.44$$

Coficiente de sensibilidad= Porcent. Var / Nueva TIR

$$= 37.44/37.70= 0.99$$

Cuadro Nro. 99 Análisis de Sensibilidad con un Decremento de los Ingresos en un 7,99%

| AÑOS | COSTOS TOTAL ORIGINAL | INGRESO TOTAL ORIGINAL | INGRESO ORIGINAL | ACTUALIZACION | | | | | |
|--------------|-----------------------------|------------------------------|---------------------|---------------|-----------------------|-----------------|--------------------------|-----------------|--|
| | | | | FLUJO NETO | FACTOR ACT. 37,20% | VALOR ACTUAL | FACTOR ACT. 38,20% | VALOR ACTUAL | |
| | | | 7,99% | | | | | | |
| 0 | | | | | | | | | |
| 1 | 53.024,05 | 58.312,80 | 53.655,95 | 631,90 | 0,6920415225 | 437,30 | 0,6872852234 | 434,29 | |
| 2 | 54.453,31 | 61.495,20 | 56.584,20 | 2.130,89 | 0,4789214689 | 1.020,53 | 0,4723609783 | 1.006,55 | |
| 3 | 55.941,01 | 64.911,60 | 59.727,77 | 3.786,76 | 0,3314335425 | 1.255,06 | 0,3246467205 | 1.229,36 | |
| 4 | 57.536,44 | 68.459,82 | 62.992,63 | 5.456,19 | 0,2293657733 | 1.251,46 | 0,2231248938 | 1.217,41 | |
| 5 | 59.147,05 | 72.210,84 | 66.444,09 | 7.297,04 | 0,1587306390 | 1.158,26 | 0,1533504425 | 1.119,00 | |
| 6 | 61.122,21 | 76.443,90 | 70.339,10 | 9.216,89 | 0,1098481931 | 1.012,46 | 0,1053954931 | 971,42 | |
| 7 | 63.239,90 | 80.926,56 | 74.463,77 | 11.223,87 | 0,0760195108 | 853,23 | 0,0724367650 | 813,02 | |
| 8 | 65.350,79 | 85.672,86 | 78.831,03 | 13.480,24 | 0,0526086580 | 709,18 | 0,0497847182 | 671,11 | |
| 9 | 67.533,13 | 90.476,88 | 83.251,41 | 15.718,28 | 0,0364073758 | 572,26 | 0,0342163012 | 537,82 | |
| 10 | 69.876,92 | 95.737,20 | 88.091,64 | 18.214,72 | 0,0251954158 | 458,93 | 0,0235163582 | 428,34 | |
| TOTAL | | | | 87.156,76 | | 8.728,67 | | 8.428,33 | |
| | | | | | | 113,57 | | -186,77 | |

$$TIR = + DT \left[\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right]$$

NTIR = 37.80%

Diferencias TIR = TIR Proyecto – Nueva TIR

Diferencia TIR = 60.27 – 37.80

Diferencia TIR = 22.47%

Porcentaje de Variación = (Dit.TIR / TIR del Proyecto)*100

$$= 22.47 / 60.27 = 37.28$$

Coefficiente de sensibilidad = Porcent.Var / Nueva TIR

$$= 37.28/37.80 = 0.99$$

El coeficiente de sensibilidad es menor a uno, significa que el proyecto es sensible a un INCREMENTO del 9.81% con este valor obtenemos una sensibilidad del 0.99 en los costos por lo tanto no sufre ningún efecto y es ejecutable

El coeficiente de sensibilidad es menor a uno, significa que el proyecto es sensible a un DECREMENTO DEL 7.99% con este valor obtenemos una sensibilidad del 0.99 en los Ingresos por lo tanto no sufre a ningún efecto y es ejecutable

h. CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos en la presente investigación, permitieron establecer las siguientes conclusiones:

- El estudio de mercado, se ha determinado una demanda efectiva de floreros de 24.457 unidades, y una oferta de 328 floreros, por lo total existe una demanda insatisfecha de 24.122 unidades.
- El Estudio Técnico se determinó la capacidad instalada de 7.800 floreros de botellas recicladas producidas anualmente y frente a la demanda insatisfecha de 24.122 con el 32.34% de segmentación y capacidad utilizada de 5.460 con el 70% incrementando un 3 % cada año hasta cubrir el 95% de capacidad instalada.
- La microempresa funcionará en el cantón Piñas, ubicada en la Calle Loja y Gonzales Suarez. Se ha elegido este lugar porque cumple con todos los requerimientos necesarios para su funcionamiento.
- En el estudio organizacional se decretó la necesidad de contratar a personal con capacidades para cumplir roles diferentes de acuerdo al perfil de requerimiento.
- Legalmente la empresa se constituirá como una Compañía de Responsabilidad Limitada se denominara “Fabys Diseños y Creaciones Cía. Ltda., su actividad económica elaborar floreros de botellas recicladas con una proyección de 10 años.

- El estudio financiero tendrá una inversión del 8.615.10, aportando un capital propio de 615.10 dólares que es el 7.14% y 8.00.00 dólares que es el 92.86.% financiado por el Banco del Pichincha con una tasa de interés del 15% anual.
- En el estado de Pérdidas y Ganancias se anuncia para el primer año hay un beneficio de 3.155.80 y un flujo de caja de 3.102.41 alcanzando para el último año del proyecto una utilidad de 15.430.83.
- El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad de 79.47% y tiene unas ventas de 46.341.79 dólares. En este punto de la empresa ni gana ni pierde
- Con lo que respecta a la valuación financiera tenemos resultados factibles quiere decir que podemos desarrollar el proyecto para la creación de la microempresa a través de los principales indicadores que son Valor Actual Neto de 30.557.58 el cual es positivo mayor a uno esto garantiza la rentabilidad del proyecto , Tasa Interna de Retorno 60.27%, Periodo Recuperación de Capitales en 2 años 2 meses y 12 días con un Beneficio Costo de 1.21 centavos de dólar; El análisis de sensibilidad con un incremento de 9.81% y una disminución de ingresos de 7.99%. Por lo tanto el estudio es favorable.

i. RECOMENDACIONES

Los resultados obtenidos en la presente investigación, permitieron establecer las siguientes recomendaciones:

- Cubrir con la demanda insatisfecha través de la creación de la microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de floreros de botellas recicladas, ya que según el estudio realizado en la ciudad de Piñas no existe una empresa de este ideal.
- Adecuar a la microempresa de acuerdo a los requerimientos establecidos para así lograr el máximo de la capacidad instalada.
- Ubicar la microempresa en el lugar establecido ya que por ende facilitamos al consumidor final libre acceso a la microempresa.
- Contratar personal con experiencia dentro de la rama artesanal y administrativa con la finalidad de lograr su buen funcionamiento.
- Formar la microempresa jurídicamente en la manera señalada de acuerdo a lo establecido dentro de la ley y así facilitar su funcionamiento.
- Gestionar el crédito en el Banco del Pichincha, ya que siempre otorga prestaciones para emprender pequeños y medianas microempresas.
- De acuerdo a los precios se cubrirá con los gastos que genera la producción y a la vez generara utilidades para el beneficiario.
- Considerar el punto de equilibrio en el presente estudio los cuales nos

permiten considerar la marcha del proyecto.

- Crear la microempresa en vista de que los resultados demuestran su factibilidad dentro de lo económico.

j. BIBLIOGRAFÍA.

- Aguilera R. y Sepúlveda F. (2011). Evaluación de proyectos de inversión.
- Alomía , P., y Paspuel , M. (2011). Creación de una empresa de acopio con desechos de cartón, papel, plástico y vidrio. Ibarra: Universidad Técnica del Norte.
- Anderson (2014). Metodos Cuantitativos para Negocios Mexico: Cengage Learning.
- Baca, G. (2010). Evaluación de proyectos. 6ta Edición. McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2011). Administración de Recursos Humanos. El Capital humano de las Organizaciones. 9na Edición. Mc Graw Hill.
- Durán, U. (2010). Diseño estratégico de la cadena de suministro de una recicladora de PET de México. México: Instituto Politécnico Nacional.
- Enciclopedia Financiera (2013). Tasa interna de retorno. [Citado en el 2015 JULIO 3. URL: <http://www.encyclopediainanciera.com/finanzas-corporativas/tasa-interna-de-retorno.htm>
- Insoctec(2011) Evolucion Y Situacion Actual De Las Pymes En Ecuador
- Gómez (2010). Psicología y Empresa. Citado en el 2015 Julio 03. URL:<http://psicologiayempresa.com/%C2%BFque-es-un-producto.html>
- Gonzáles N. (2010). Estudio Financiero. Citado en 2015 Julio 3. Url: http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudio_financiero.pdf
- Maldonado J, (2014). Fundamentos de Gestión de Proyectos.
- Meza, J. (2010). Evaluación Financiera de Proyectos. Segunda Edición, Editorial Linotipia Bolívar S. en C. Bogotá.

- Moreno (2010). El Flujo de Caja y su importancia en la toma de decisiones.
- Moyano (2013). Implementacion de la metodologia de análisis de vulnerabilidades a nivel cantonal. Cuenca.
- Resico (2012). Introduccion a la Economia Social de Mercado Argentina: Olav Jacob.
- Sapag N. y Sapag R. (2010). Preparación y Evaluación de Proyectos
- Sarmiento, R. (2010). Contabilidad de Costos. Segunda Edición. Impresos Andinos. Ecuador.
- Zapata, P. (2011). Contabilidad General, con base en las normas internacionales de la información financiera (NIIF). Séptima Edición.

k. ANEXOS

Anexo 1

a. TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FLOREROS DE BOTELLAS RECICLADAS EN EL CANTÓN PIÑAS, DE LA PROVINCIA DE EL ORO”

b. PROBLEMÁTICA

Nuestro planeta sufre de contaminación ambiental por los desechos que provienen de las industrias, la extinción de flora y fauna o la acumulación de basura. Por esta razón se ha hecho campañas de concientización para evitar la destrucción de nuestro entorno. Dentro de esas campañas se encuentra la de reciclaje, ya sea de cartón, aluminio, vidrio y plástico; esto mediante la creatividad de las personas, quienes le dan al objeto reciclado y considerado basura una segunda vida.

En el Ecuador, desde el año 1965 existe la empresa “Owens Illinois (O-I)”, antes llamada “Cridesa”, misma que diariamente fabrica aproximadamente un millón de botellas de vidrio, convirtiéndose en una de las instalaciones más grandes del país. La empresa comenzó una campaña denominada “Vidrio es vida”, en 12 legitimadores a nivel mundial.

Es importante considerar que en nuestro país existen las campañas de reciclado, especialmente se está haciendo este tipo de actividad a nivel de escuelas y colegios, proyectos ecológicos que vienen a constituirse en un camino para devolver el poder de la gente, para encontrar las piezas de ese gran rompecabezas en donde forma parte lo social, lo económico, la ecología, la salud y la educación.

El presente estudio parte en la problemática de que aún no se ha realizado un estudio para la creación de una microempresa que planifique la producción de floreros con botellas reciclables en el cantón Piñas de la provincia de El Oro, ya que en el entorno donde nos encontramos las personas que consumen una bebida en envases de vidrio, desechan el envase de manera continua y están aportando a la contaminación de ríos, alcantarillas, playas, y otros.

De todas las bebidas que se adquieren diariamente, el envase de vidrio es la opción más saludable y sostenible; por tanto se recomienda más este tipo de envase. El vidrio tiene la virtud de poderse reciclar infinitamente, manteniendo su pureza, es la opción más inteligente para economizar recursos y energía. Existe una infinidad de formas de envases de vidrio en tipo y color; mismos que no han sido aprovechados, en emprender una microempresa donde se haga uso de este material reciclado a fin de disminuir la contaminación y generar una idea de negocio rentable para el desarrollo productivo y social del cantón Piñas.

El cantón Piñas se caracteriza por ser comercial y productivo; puesto que el medio competitivo es muy alto, se ofrece productos hacia otras provincias. Es así que en este cantón se puede apreciar gran cantidad de botellas de vidrio recicladas, factor que facilitará la producción de floreros con este tipo de botellas y su comercialización, permitiendo presentar a la comunidad de Piñas un producto innovador, con excelente elaboración y de calidad.

Los problemas antes mencionados crean una perspectiva relevante de lo necesario que es de crear una microempresa dedicada y comercializadora de floreros de botellas recicladas en el cantón Piñas y por lo expuesto anteriormente, se ha determinado el siguiente problema: “La falta de innovación, creatividad y conocimientos en la elaboración de proyectos de factibilidad, por parte de los empresarios, han impedido aprovechar la oportunidad de crear una microempresa que elabore y comercialice floreros de botellas recicladas en el cantón de Piñas, con la finalidad de mejorar las condiciones de vida de las poblaciones receptoras y contribuir con el cuidado del medio ambiente mediante el reciclaje”

c. JUSTIFICACIÓN

Académica

El presente proyecto se basará en las definiciones teóricas que procedan de obras académicas realizadas por autores distinguidos, mismos que definirán el horizonte del presente trabajo. Así mismo, se sustenta esta investigación en los conocimientos adquiridos como estudiante de la carrera de Administración de Empresas de la Modalidad Abierta de la Universidad Nacional de Loja, la cual es un requisito para optar por el grado de Ingeniera Comercial.

Social

Este trabajo investigativo se justifica en la parte social, siendo que será un aporte para el desarrollo socio-económico del cantón Piñas, de la provincia de El Oro, ya que está encaminada a aprovechar al máximo la materia prima que existe en la localidad, e incentivar a la población de Piñas y ciudades aledañas a ser partícipes de este proyecto.

Además contribuirá y fomentará la creación de fuentes de trabajo, por lo que se orientará en la búsqueda de alternativas para el mejoramiento en el ejercicio de las labores diarias, como aporte para las posibles soluciones que minimicen los inconvenientes generados en la atención a los usuarios finales internos y externos de la microempresa.

En Piñas no existe una microempresa legal que se dedique a la elaboración y comercialización de floreros de botellas recicladas; afectando directamente al comercio en este cantón.

Económica

El trabajo de investigación se justifica desde el punto de vista económico por cuanto el buen manejo administrativo financiero dará lugar a que se generen fuentes de trabajo y su buena administración se reflejará en el buen servicio que prestará al cantón Piñas.

La Microempresa en cuestión tiene la finalidad de generar ingresos que permitan el cumplimiento del objetivo económico como lo es de toda microempresa privada, que proporcione su crecimiento y a su vez contribuya al desarrollo de la localidad y la región.

d. OBJETIVOS

General

- ✓ Determinar la factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de floreros de botellas recicladas en el cantón Piñas, de la provincia de El Oro.

Específicos

- ✓ Ejecutar el estudio de mercado, la oferta y la demanda de la microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de floreros de botellas recicladas en el cantón Piñas, de la provincia de El Oro.
- ✓ Realizar el estudio técnico para determinar el tamaño del proyecto, la localización y la determinación de la capacidad instalada y utilizada de la microempresa.
- ✓ Elaborar el estudio organizacional administrativo y legal de la microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de floreros de botellas recicladas en el cantón Piñas.
- ✓ Realizar el estudio financiero de la microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de floreros de botellas recicladas, determinando costos e ingresos además la evaluación financiera (VAN, TIR, PRI, R/C, Análisis de Costo).
- ✓ Efectuar la evaluación financiera que permitirá conocer si es conveniente o no la implementación de la microempresa.

Anexo 2

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
 MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
 ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS FAMILIAS EN EL CANTÓN PIÑAS

Como egresada de la carrera de Administración de Empresas me encuentro empeñada en elaborar un **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FLOREROS DE BOTELLAS RECICLADAS EN EL CANTÓN PIÑAS, DE LA PROVINCIA DE EL ORO”**, para lo cual pido de la manera más comedida y respetuosa se digne contestar las siguientes preguntas:

DATOS GENERALES:**Sexo**

Femenino ()

Masculino ()

1. Indique con una x de acuerdo a los ingresos mensuales promedio

De \$1 a \$354 () De \$355 a \$500 ()

De \$501 a \$1.000 () De \$1.001 a \$1.500 ()

De \$1.501 a \$2.000 () Más de 2.000 ()

2. ¿Le gusta a Usted comprar floreros para adornar su hogar o lugar de trabajo?

SI () NO ()

3. ¿En qué lugar adquiere los floreros para su hogar o lugar de trabajo?

Mercados ()

Supermercados ()

Almacenes de artículos para el hogar ()

Otros:.....

4. ¿Ud. Utiliza floreros de botellas recicladas?

SI () NO ()

5. ¿Qué cantidad de floreros de botellas recicladas adquiere usted semestralmente?

6. De 1 a 2 unidades ()

7. De 3 a 4 unidades ()

8. De 5 a 6 unidades ()

9. ¿Qué tipo de florero de botella reciclada, prefiere Usted?

Floreros de botellas de vidrio()

Floreros de botellas de plástico ()

Floreros de botellas de lata ()

10. Los floreros de botellas recicladas que normalmente compra qué precio tienen:

De 1 a 3 dólares ()

De 4 a 6 dólares ()

De 7 a 10 dólares ()

Otro:.....

11. ¿Los floreros de botellas recicladas que adquiere, cumple con sus expectativas de compra?

SI () NO ()

12. ¿Qué características considera Ud. que debería tener los floreros de botellas recicladas?

Variedad en diseños ()

Calidad ()

Colores llamativos ()

Precio ()

13. Si se creara una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de floreros de botellas recicladas. ¿Usted adquiriría este producto?

SI () NO ()

14. De los siguientes lugares en el cantón Piñas. ¿En dónde le gustaría que esté ubicada esta nueva microempresa?

Centro ()

Al Norte ()

Al Sur ()

15. ¿Por qué medio de comunicación Usted prefiere que se haga publicidad de los floreros de botellas recicladas?

Televisión ()

Prensa escrita ()

Radio ()

Web o Redes Sociales ()

16. ¿En qué horarios usualmente tiene acceso a estos medios publicitarios?

7H00 - 12H00 ()

13H00 – 18H00 ()

19H00 en adelante ()

17. ¿Qué promociones desearía que ofrezca la empresa?

Sorteos mensuales ()

Descuentos personales ()

Producto gratis ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS OFERENTES

Como egresada de la carrera de Administración de Empresas me encuentro empeñada en elaborar un **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FLOREROS DE BOTELLAS RECICLADAS EN EL CANTÓN PIÑAS, DE LA PROVINCIA DE EL ORO”**, para lo cual pido de la manera más comedida y respetuosa se digne contestar las siguientes preguntas:

- 1. En la actualidad su empresa está legalmente constituida de acuerdo con las reglamentaciones exigidas para el efecto.**

SI () NO ()

- 2. ¿En su negocio vende floreros?**

SI () NO ()

- 3. ¿Cuál es la actividad principal de su empresa?**

Elaboración y comercialización de floreros ()

Solo elaboración de floreros ()

Solo comercialización de floreros ()

- 4. ¿En su empresa vende floreros de botellas recicladas?**

SI () NO ()

- 5. ¿De los siguientes tipos de floreros, cuáles son los que más vende en su empresa?**

Floreros de botellas de plástico ()

Floreros de botellas de vidrio ()

Floreros de cajas de cartón ()

Floreros de papel ()

Floreros de cerámica ()

Otros:.....

6. ¿En qué cantidad mensualmente Usted vende los floreros de botellas recicladas?

De 1 a 10 unidades ()

De 11 a 20 unidades ()

De 21 a 29 unidades ()

De 30 a 40 unidades ()

7. ¿En qué medio de publicidad Usted realiza, la promoción de sus productos?

Televisión ()

Radial ()

Prensa Escrita ()

Web o Redes Sociales ()

Ninguna ()

8. ¿Cuál es el precio que Usted vende los floreros de botellas recicladas?

De 1 a 3 dólares ()

De 4 a 6 dólares ()

De 7 a 10 dólares ()

Otro:.....

9. ¿Cuál es el mercado que Usted cubre en la región?

Cantón Piñas ()

Toda la provincia de El Oro ()

A otras provincias ()

Otros ()

Especifique.....

10. Según su criterio. ¿Qué tipo de aceptación tiene su empresa en el cantón de Piñas?

Muy buena ()

Buena ()

Mala ()

11. ¿Qué tipo de promociones ofrece a sus clientes?

Combos ()

Descuentos ()

Productos gratis ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ÍNDICE

| | |
|---------------------------------|-----|
| PORTADA | i |
| CERTIFICACIÓN..... | ii |
| AUTORÍA..... | iii |
| CARTA DE AUTORIZACIÓN..... | iv |
| DEDICATORIA | v |
| AGRADECIMIENTO..... | vi |
| a. TÍTULO..... | 1 |
| b. RESUMEN..... | 2 |
| ABSTRACT..... | 4 |
| c. INTRODUCCIÓN..... | 6 |
| d. REVISIÓN DE LITERATURA | 8 |
| e. MATERIALES Y MÉTODOS..... | 47 |
| f. RESULTADOS | 51 |
| g DISCUSIÓN..... | 77 |
| h. CONCLUSIONES..... | 151 |
| i. RECOMENDACIONES..... | 153 |
| j. BIBLIOGRAFÍA..... | 155 |
| k. ANEXOS..... | 157 |
| INDICE | 167 |