



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA
PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”**

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
GRADO DE INGENIERO COMERCIAL.

AUTOR:

Edison Manuel Castañeda Arrobo.

DIRECTOR:

Ing. Eduardo Pulla Carrión.

LOJA – ECUADOR

2013

CERTIFICACIÓN

Ing. Eduardo Pulla

CATEDRÁTICO DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CERTIFICA:

Que la presente tesis de grado titulado “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA**”; realizado por el postulante: **Edison Manuel Castañeda Arrobo**, cumple con los requisitos establecidos por las normas generales para la graduación en la Universidad Nacional de Loja, tanto en aspectos de forma como de fondo, por lo cual autorizo su presentación.

Loja, 26 Noviembre 2012

Atentamente,

.....

Ing. Eduardo Pulla Carrión

Director de Tesis

AUTORÍA

El presente proyecto de tesis con cada una de sus observaciones, análisis, evaluaciones, conclusiones y recomendaciones emitidas, es de absoluta responsabilidad del autor.

Además, es necesario indicar que la información de otros autores empleada en el presente trabajo está debidamente especificada en fuentes de referencia y apartados bibliográficos.

.....

Edison Manuel Castañeda Arrobo.

POSTULANTE

DEDICATORIA

A mis queridos padres Manuel Castañeda y Teresa Arrobo por su apoyo incondicional en este camino de superación, a mis hermanos Carina, Yésica, Yhonatan, Teresa y a Marianela por su motivación de seguir siempre adelante, y a mis demás familiares por sus consejos, a mis amigos y principalmente a Dios por darme la fuerza y la capacidad para lograr con éxito el desarrollo de este proyecto de tesis.

Edison C.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento y gratitud en primer lugar a Dios por haberme concedido la vida, la capacidad y sabiduría necesaria, para cumplir con éxito este proyecto con el cual da inicio mi vida profesional.

A mis padres, hermanos, abuelitos, tíos y demás familiares, por haberme dado su apoyo incondicional durante el proceso de desarrollo de la tesis.

Al Ing. Eduardo Pulla, Director de Tesis, por su gran sentido de responsabilidad al guiarme con la ayuda de sus conocimientos y experiencias en el desarrollo de este trabajo investigativo.

A las autoridades y docentes de la Universidad Nacional de Loja, a los Ingenieros de la Carrera de Administración de Empresas, quienes impartieron su sabiduría y forjaron en mí el conocimiento necesario para responder de la mejor manera en mi vida profesional y ayudándome con algunas actividades indispensables para cumplir con los objetivos de este trabajo.

A mis amigos, compañeros y a todas aquellas personas que de una u otra manera, formaron parte del desarrollo de este proyecto de investigación.

Edison Castañeda

1. TITULO.

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA
PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”**

2. RESUMEN

En un mundo en que prevalece la incertidumbre, con economías y mercados en constante cambio, la actividad del empresario actual debe estar cada vez más sistematizada y basada en adecuados instrumentos de control de gestión; por esta razón hemos creído conveniente ofrecer una de las alternativas de inversión, como es la creación de una empresa dedicada a la venta de todo tipo de cristalería para el hogar en a la ciudad de Loja que ayudara especialmente con nuevas fuentes de trabajo, así como el de satisfacer a las familias lojanas a su comodidad, confortabilidad y elegancia en sus hogares.

Es importante, realizar estudios de inversión, los mismos que garanticen a través de estrategias y planes, un eficiente comportamiento del mercado, y aseguren un adecuado desarrollo y rentabilidad empresarial.

El presente estudio permitió llegar a establecer, la importancia que presenta para el sector la implementación de la empresa dedicada a la venta de todo tipo de productos de cristal para el hogar. Cabe recalcar que el área de influencia para la venta de nuestros productos de cristal es la ciudad de Loja.

La metodología empleada en la investigación abarca todo lo correspondiente a métodos y técnicas de estudio, los fundamentos para la venta de nuestros productos de cristal muestra, a fin de aplicar una encuesta, la misma que mediante sus respuestas es determinante a la hora de analizar los elementos que inciden en la toma de decisiones.

En el análisis y exposición de resultados cuenta con las siguientes etapas; estudio de mercado, estudio técnico, inversión y financiamiento, costos e ingresos, evaluación financiera y la estructura organizacional de la empresa.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

En el estudio de mercado se determina la demanda, oferta, análisis de precio y comercialización del producto.

Los productos se comercializarán en la ciudad de Loja y como observaremos cada uno de nuestros productos tendrán un precio fijado desde \$0,50 en adelante en los diferentes tipos de cristalería para el hogar como son: cristalería para cocina, dormitorio, sala.

En el estudio técnico se analiza el tamaño de las instalaciones y la localización de la ingeniería; la empresa que brindará todo tipo de cristalería para el hogar estará ubicada en la Provincia de Loja, Cantón Loja, en la ciudad de Loja, en las calles 18 de Noviembre entre Miguel Riofrío y Azuay en la parte céntrica de la ciudad.

La inversión y financiamiento estimado para montar el proyecto requerido es de 122398.46 dólares, y la forma como se va a financiar es a través de la aportación del socio; aportando con 22398.46 dólares; y, el restante será financiado mediante un crédito que se obtendrá en el Banco del Fomento, ya que este por ser un banco del estado ofrece préstamos muy rentables para la creación de nuevas empresas y desarrollo local y nacional. Este crédito será de 100000 dólares para 5 años con un interés del 10%.

La evaluación del proyecto sirve para medir la rentabilidad del proyecto utilizando parámetros de medición como son: Valor Actual Neto positivo, que es de **1622.74**; una Tasa Interna de Retorno de 12.46%; la Relación Beneficio – Costo es de **1,28** dólares.

El presente proyecto es sensible de acuerdo a los estudios realizados, lo que permite a los inversionista tener la posibilidad de determinar si emprenden o no en la creación de la empresa.

ABSTRACT.

In a world where uncertainty prevails, when economies and markets change, the activity of entrepreneurship should be increasingly based on systematic and appropriate instruments of management control, by its reason we have offer one of the alternatives investment, such as the creation of a company that sells all kinds of glassware for home in the city of Loja to help especially with new jobs and the families to your comfort and elegance in their homes.

It is important, investment studies, the same to ensure through strategies and plans an efficient market behavior, and it's ensure proper development and business profitability.

This study allowed establishing at the importance that the sector presents the implementation of the company that sells all kinds of glass products for the home. It should be noted that the area of influence for the sale of our glass products is the city of Loja.

The methodology used in the investigation covers all methods and techniques for the study, the rationale for the sale of our glass products.

The analysis and presentation of results has the following stages: market research, technical study, investment and financing, costs and income, financial evaluation and the organizational structure of the company.

The market research, determine the demand, supply, price analysis and marketing. The products are marketed in the city of Loja will be priced from \$ 0.50 set forth in the different types of glassware for the home such as: glassware for kitchen, bedroom, living room.

The technical study, is analyzed plant size and location of the engineering, the company that offers all kinds of glassware for the home will be located in

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

the Province of Loja, in the city of Loja, 10 November between Miguel Riofrio and Azuay streets in the central part of the city.

The estimated investment and financing to mount the required project is \$ 122398.46, and the way it is going to fund through the contribution of the partner, bringing \$ 22398.46, and the remaining will be financed through a loan to be obtained in FomentoBank as, this being a state bank offers loans very profitable for the creation of new enterprises and local and national development. This credit will be \$ 100000 for 5 years with interest at 10%.

The evaluation of the project is to measure its profitability using metrics such as: positive Net Present Value, which is 1622.74, an Internal Rate of Return of 12.46%, the relation benefit- cost is 1.28 dollars.

3. INTRODUCCIÓN

Se entiende por Proyecto de Factibilidad al conjunto de acciones mediante las cuales los inversionistas realizan diferentes procesos como estudio de mercado, estudio técnico, estudio legal y estudio financiero para determinar si es o no factible la inversión en cualquier tipo de empresa, sea esta de carácter privado para recibir a cambio dinero o de carácter público con la finalidad de ayudar de manera social.

Para el desarrollo del mismo se debe tener en cuenta la ejecución por parte de personas especializadas en proyectos, hay que determinar antes de nada un perfil, señalando partes importantes de este, como el tema del proyecto, la problemática, justificación, objetivos, metodología, materiales a utilizar, establecer un cronograma de actividades señalando fechas para su pronto cumplimiento, etc.,

Dentro de la ciudad de Loja, encontramos locales que brindan algunos artículos de cristal para el hogar, esto nos hace pensar que debe tener una gran rentabilidad por lo que no tiene competidores directos que ofrezcan todo tipo de productos de cristalería para el hogar; con esto realizamos encuestas en donde determinamos que las personas desean que se implemente una empresa donde brinden todo tipo de cristalería para el hogar ofreciendo confortabilidad, comodidad y elegancia a las familias lojanas.

La cristalería en el hogar es fundamental para la comodidad de las familias; esta posibilidad de la creación de un lugar en la que encuentren todo tipo de cristalería es por causa que en nuestra ciudad solo encuentran algunos

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

productos de cristalería para el hogar en deferentes supermercados dificultando a las familias de adquirir totalmente esta clase de productos, es por ello que se hace necesario el contar con una nueva infraestructura que posibilite que las familias obtengan estela cristalería de todo tipo para el hogar sin estar expuestas a sus necesidades insatisfechas.

Por esta razón y con el ánimo de intervenir positivamente en el fomento del desarrollo empresarial y la creación de fuentes de trabajo se realiza el presente estudio.

1. ESTUDIO DE MERCADO
2. ESTUDIO TÉCNICO
3. ESTUDIO FINANCIERO
4. EVALUACIÓN FINANCIERA

En lo relacionado al estudio de mercado se analiza básicamente las condiciones de oferta, demanda, preciosa y características del producto; si existe demanda el proyecto avanza, caso contrario culmina.

En el estudio técnico se determina la capacidad instalada y cuánto de ella se utilizará normalmente; se determina la ingeniería del proyecto desde cuándo el componente tecnológico y el proceso de venta, finalmente se determina la estructura organizativa que tendrá la nueva unidad productiva.

En el estudio financiero se establece el monto de las inversiones y cuál será la fuente para ellos; se establece los precios de venta que regirán durante la vida útil del proyecto; se presentan el estado de pérdidas y ganancias para tener una visión de las posibles utilidades para socios y accionistas,

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

finalmente se determina el producto de equilibrio que hará posible que la empresa labore sin ocasionar pérdidas.

En la evaluación financiera mediante el cálculo de indicadores como el VAN, TIR, se determina la factibilidad del presupuesto; calculan además otros indicadores como el análisis de sensibilidad, el periodo de recuperación de capital y la relación beneficio-costos que permiten reforzar la validez de la propuesta sin que de ellos dependa básicamente la aceptación o no del proyecto.

A través de estos estudios llegaremos a la conclusión si es o no rentable **“La creación de una empresa dedicada a la venta de todo tipo de cristalería para el hogar en la ciudad de Loja”**, observando los aspectos positivos, negativos y las limitaciones que vendrán consigo al crear la empresa.

4. REVISIÓN DE LITERATURA

4.1. HISTORIA DE LA CRISTALERÍA.

Para beber y saciar su sed, el hombre primitivo ponía sus manos en forma de copa. A medida que la civilización progresó, sintió la necesidad de encontrar otro medio para llevarse las bebidas a la boca

Primero, adoptó para su uso cuernos, cáscaras de frutas, trozos de madera ahuecados, potes de arcilla cocida que luego complementó con un asa. Servían para contener agua, leche, miel o algunos alimentos que luego colocaban sobre la llama para cocerlos. En la Roma antigua, el modoliulus era lo más parecido a la actual copa y tenía la medida de un tercio de ánfora.

Otro recipiente particular, llamado mastos en griego, reproducía la forma del seno de una dama, y fue el primer diseño de lo que hoy llamamos copa para vinos espumantes.

Los materiales con que se fabricó esta vajilla fueron varios: la cerámica y el metal se vieron adornados por arabescos, cincelados o grabados sobre estructuras cada vez más complejas y diversas.

En la época del Renacimiento el trabajo sobre el cristal y el oro llegó a alcanzar un altísimo nivel. A fines del siglo XIX y principios del XX, estuvo de moda tallar las copas sobre cristales de colores.

La copa de Néstor, tal vez el más antiguo de los vasos fue la llamada "copa de Néstor", descubierta por el arqueólogo alemán Schliemann en una de las tumbas de la antigua ciudad griega de Micenas.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

Se trataba de una copa de oro que pertenecía al rey Néstor, en forma de tronco cónico apoyado sobre un alto pedestal con dos asas que se unían en la base¹.

ANTECEDENTES DE LA ELEGANCIA Y COMODIDAD DE LA CRISTALERÍA EN EL HOGAR.

La cristalería, al igual que la vajilla, marca y distingue una mesa. Se desea poner una mesa elegante por diseños sencillos y de cristal transparente.

Las cristalerías de color, debería ser utilizada solamente para ocasiones más informales, aunque hay diseños verdaderamente preciosos. También en la medida de lo posible, debemos evitar formas complicadas, o diseños demasiado vanguardistas que nos hacen dudar cual es la copa de agua o la de vino.

EL CRISTAL.

Es un material de construcción y de decoración inigualable, ya que combina los atributos de solidez y transparencia -que le dota de una aparente fragilidad-. Muy utilizado en la decoración del hogar, y con precios asequibles, es importante conocer los distintos tipos que existen y para qué usos deben destinarse para conseguir aunar belleza, utilidad y seguridad doméstica.

El más utilizado en las casas es el cristal común, un cristal plano, de una sola lámina, que puede ser translúcido, de fantasía (con ribetes y dibujos) o impreso. Es uno de los cristales más económicos, con un precio aproximado

¹http://www.protocolo.org/social/en_la_mesa/la_cristaleria_tipos_de_copas_y_su_colocacion.html

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

de 66 euros para un metro cuadrado con un grosor de 6 milímetros. Los fabricantes lo recomiendan para las mesas bajas y las estanterías, con un espesor que no sea menor de 5 milímetros. El cristal común se emplea también en ventanas altas, pero no se recomienda colocarlo en lugares donde haya riesgo de impactos violentos.

FABRICACIÓN.

Mediante la mezcla y fusión de arena, piedra caliza y carbonato de sodio, y su principal problema es que si se rompe -independientemente del espesor que tenga- se fractura en grandes astillas agudas y filosas, lo que puede provocar heridas de consideración.

Los cristales de seguridad son el tipo de cristal más aconsejado ya que, en caso de caída o golpe, no se fracturan en forma de astillas filosas. Los cristales de seguridad son recomendables para los hogares donde hay niños y animales. Existen varias clases, todas ellas fabricadas a partir del cristal común, y según su fabricación, su precio supera al del cristal común entre 25 euros y 90 euros, por ejemplo, un cristal laminado de 5 milímetros de espesor cuesta cerca de 110 euros el metro cuadrado.

Para fabricar este tipo de cristal se utilizan dos láminas de cristal común entre las que se intercala una lámina de plástico especial. Aunque ante un golpe uno o ambos cristales pueden romperse, la lámina plástica evita el desprendimiento de los trozos, minimizando así el riesgo de producir heridas.

Se recomienda su uso para los bajos de las barandas de los balcones, por su dificultad para ser atravesado. Además, su aplicación en techos es

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

también muy útil debido a que impide que cualquier objeto que impacte lo traspase. Una de las ventajas que ofrece este tipo de cristal es que, en caso de roturas, no es necesario proceder a su reemplazo con urgencia, ya que se mantiene fijo en su sitio.

Otro tipo de cristal, el armado, se emplea generalmente en las claraboyas o como aplicaciones en puertas de madera, ya que no es transparente, cualidad que limita su aplicación estética. Se fabrica introduciendo una malla de alambre dentro del cristal común durante el proceso de fabricación. A pesar de que se rompe como cualquier otro, generalmente tiende a mantener unidos los pedazos rotos. No resulta adecuado en áreas donde existe riesgo de impactos violentos, pero se emplea mucho en puertas y cerramientos contra incendios, ya que permite detener la propagación del fuego durante una hora. Su precio final ronda los 72 euros el metro cuadrado.

El cristal templado es uno de los más caros del mercado, cuyo metro cuadrado de 6 milímetros de espesor cuesta 150 euros, y es el que menos se emplea en las viviendas. Se fabrica mediante una técnica de calentado y enfriado rápido, lo que le confiere una gran resistencia.

Su ventaja en cuanto a la seguridad es que si se rompe ante un fuerte impacto, se fragmenta en muchos y pequeños pedazos, motivo por el que las posibilidades de sufrir heridas cortantes y profundas son mínimas. En las casas se suele colocar en aplicaciones verticales como puertas, puertas corredizas, mamparas de baño, vidrieras².

❖ ²www.gestiopolis.com

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

Es frecuente que se produzcan accidentes domésticos por la utilización de elementos de cristal en el hogar. Para evitarlos basta con tomar una serie de medidas:

Colocar en las grandes áreas con cristales tiras autoadhesivas de color u otros recursos decorativos similares para señalar la presencia del cristal. Sobre todo, deben estar bien iluminadas durante la noche, para que sean perfectamente visibles a nivel de los ojos, tanto de los niños como de los adultos.

Para evitar impactos deben protegerse los cristales o espejos mediante barandas perimetrales, muebles o plantas colocadas en forma estratégica, que hagan de contención para llegar a ellos.

No se deben colocar felpudos cercanos y hay que asegurarse de que los escalones y alfombras estén en buenas condiciones para evitar resbalones.

Cuando se emplea el cristal en estanterías y mesas bajas, hay que controlar que los bordes estén pulidos o al menos redondeados para evitar posibles cortes.

4.2. PROYECTO DE INVERSIÓN³

El proyecto de inversión, está constituido por un conjunto determinado de recursos materiales y humanos que, produce bienes y servicios y contribuye a la consecución del objetivo del mismo. La idea esencial es que se trata de una unidad de inversión que tiene una magnitud y autonomía tales que por sí misma puede ser objeto de análisis financiero y, eventualmente, de otros tipos de análisis.

❖ *3*[Http://www.monografias.com/trabajo 16/componentes – proyecto.](http://www.monografias.com/trabajo/16/componentes-proyecto)

PREPARACIÓN Y PRESENTACIÓN DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN

La estructura e intensidad del documento de "proyecto de inversión", se prepara teniendo en cuenta varios factores, como naturaleza (sector) y complejidad del proyecto, requisitos solicitados por la entidad a quien se dirige el proyecto y función esperada del documento, esta puede ser una solicitud de 36 crédito, solicitud de recursos presupuéstales, justificar la autorización, entre otros.

Si bien hay especificidades por tipología del proyecto por requerimientos institucionales, hay guías generales que sirven de pauta para la presentación de documentos de proyecto.

REALIZACIÓN DEL PROYECTO

En esta estructura general de los proyectos de inversión, se distinguen tres niveles de profundidad. Al más simple se le llama "perfil", "gran visión" o "identificación de la idea", el cual se elabora a partir de la información existente, el juicio común y a la opinión que da la experiencia. En términos monetarios sólo presenta cálculos globales de las inversiones, los costos y los ingresos, sin entrar en investigaciones de terreno.

El siguiente nivel se denomina "estudio de pre factibilidad" o anteproyecto. En estos proyectos se profundiza la investigación en fuentes secundarias y primarias en investigaciones de mercado, detalla la tecnología que se empleará, determina los costos totales y la rentabilidad económica del proyecto, y es la base en que se apoyan los inversionistas para tomar una decisión.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

El nivel más profundo y final es conocido como "proyecto definitivo". Contiene básicamente toda la información del anteproyecto, pero aquí son tratados los puntos finos. Aquí no solo deben presentarse los canales de comercialización más adecuados para el producto, sino que deberá presentarse una lista de contratos de ventas ya establecidos, se deben 37 analizar y preparar por escrito las cotizaciones de la inversión, presentar los planos arquitectónicos de la construcción, etc. La información presentada en el "proyecto definitivo" no debe alterar la decisión tomada respecto a la inversión, siempre que los cálculos hechos en el "anteproyecto" sean confiables y hayan sido bien evaluados.

COMPONENTES DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PROYECTO

Los componentes de este estudio profundiza la investigación por medio de los Análisis de Mercado Técnico y Financiero, los cuales son la base por medio del cual se apoyan los inversionistas para tomar una decisión.

- **ESTUDIO DE MERCADO**³

Es una herramienta de mercadeo, aspecto clave del proyecto ya que determina los bienes o servicios que serán demandados por la comunidad, además incluye un diagnóstico de los principales factores que inciden sobre el servicio en el mercado, como: Oferta, Demanda, precio, calidad, canales de comercialización, publicidad, plaza, promoción, etc., es decir se determinará cuanto, a quién, cómo y dónde se venderá el servicio.

³MODULO X Elaboración y evaluación de proyectos.

DEMANDA.

Es la cantidad de bien y servicio que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir sus necesidades o deseos quienes además tienen la capacidad de pago para realizar la transacción en un lugar determinado y establecido.

Distribución y tipología de los consumidores: En el proyecto se tiene que señalar las características de los clientes que demandan y/o demandarán (comprarán) el producto (edad, sexo, cantidad, ubicación geográfica, nivel de instrucción, status social, etc.).

Comportamiento actual: Se tiene que identificar a los demandantes del producto, cuántas unidades de productos están en capacidad de adquirir y señalar la frecuencia de compra: anual, mensual o diaria. Indicar la posibilidad de exportación del producto.

Fracción de la demanda que atenderá el proyecto: Indicar la demanda estimada a cubrir por el proyecto y justificar el mercado a abarcar.

Factores que condicionan la demanda futura: Señalar y explicar los factores que condicionan el consumo de los productos contemplados en el proyecto. (Ejemplo: precio, calidad, importaciones, políticas económicas, durabilidad, presentación, poder adquisitivo de la población, etc.).

VARIABLES QUE LA DETERMINAN.

La **cantidad de demanda** de un bien es el número de unidades de ese bien que los consumidores desean y pueden adquirir a un determinado precio y

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

durante un determinado periodo de tiempo (ej: litros de leche al mes). En general, no nos interesará un consumidor aislado, sino el conjunto de todos los consumidores. Existen varias variables que determinan la cantidad demandada. Entre ellas, tal vez la primera que nos llama la atención es el **precio**. Así pues, sin tener en cuenta otras variables (que consideraremos constantes), la cantidad demandada de un bien disminuye cuando sube el precio de ese bien y aumenta cuando el precio disminuye.

La relación matemática entre ambas: cantidad demandada - precio da lugar a una **función matemática**: $Q = d(P)$, donde Q es la cantidad demandada, y P es el precio por unidad. La representación gráfica de esta función es la **curva de demanda**. Se pueden revisar estos conceptos en el tema Funciones. Las variaciones del precio del bien provocarán movimientos a lo largo de la curva de demanda. Esta curva tiene pendiente negativa, es decir, existe una relación inversa entre el precio y la cantidad. Esta relación constituye la llamada "**Ley de la Demanda**".

OFERTA.

Cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado a un precio determinado.

La ley de la oferta establece que, ante un aumento en el precio de un bien, la cantidad ofertada que exista de ese bien va a ser mayor; es decir, los productores de bienes y servicios tendrán un incentivo mayor.

Distribución y tipología de los oferentes: Señala dónde se encuentran localizados, las principales características de la competencia, indicando

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

mecanismos que se utilizan para lograr la satisfacción del cliente, productos que ofrecen, cantidad de productos que venden anual, mensual o diariamente, mercado que abarcan, precios que ofertan.

Comportamiento actual: Indica los factores que influyen en el comportamiento de la oferta, por ejemplo: si es estacional, políticas de venta de la competencia, etc.

Importaciones: Considera los volúmenes y características de las importaciones y su impacto en la oferta.

Factores que condicionan la oferta futura: Menciona los factores que limitan o favorecen el aumento o disminución de la oferta en el mercado.

VARIABLES QUE DETERMINAN LA OFERTA.

Como acabamos de ver, la cantidad ofrecida de un bien es el número de unidades de ese bien que los productores desean y pueden producir a un determinado precio y en un determinado periodo de tiempo. En general, no nos interesará un productor aislado, sino el conjunto de los productores. Al igual que con la demanda, existen distintas variables (factores determinantes) que condicionan la cantidad ofrecida.

ESTRATEGIA DE MERCADO⁴

El plan de mercadeo es un plazo. El plan de mercadeo es un plan diseñado para poner en ejecución las estrategias.

⁴MODULO X Elaboración y evaluación de proyectos.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

La importancia del plan estratégico en este caso es que básicamente constituye el documento a largo plazo, mientras que el plan de mercadeo cubre los objetivos a corto plazo.

PRODUCTO.- Es todo aquel bien material o inmaterial que puesto en el mercado viene a satisfacer la necesidad de un determinado cliente. Al bien material se le denomina producto y al inmaterial servicio, de ahí que la principal característica diferenciadora sea la tangibilidad del bien en cuestión.

PRECIO.- Es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores dispuestos a comprar, un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio. El precio se lo fija o determina con el costo de producción más un porcentaje de ganancia. Pero actualmente por la fuerte competencia existente, los precios si dependen del equilibrio que se dé en el mercado.

Las decisiones sobre precio son de una importancia capital en la estrategia de marketing tanto para las de consumo como para servicios. Se detectó que el precio, en opinión de los ejecutivos, era la variable de marketing más importante y la de mayor frecuencia en la toma de decisiones.

PLAZA.-Es la manera como hacer llegar el producto o servicio. Define si entregará sus productos directamente o por medio de distribuidores. Seleccione si venderá en bodega o a domicilio. Defina, si usa un local comercial, dónde se ubicará.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

Todas las organizaciones, ya sea que produzcan tangibles o intangibles, tienen interés en las decisiones sobre la plaza (también llamada canal, sitio, entrega, distribución, ubicación o cobertura). Es decir, cómo ponen a disposición de los usuarios las ofertas y las hacen accesibles a ellos. La plaza es un elemento de la mezcla del marketing que ha recibido poca atención en lo referente a los servicios debido a que siempre se la ha tratado como algo relativo a movimiento de elementos físicos.

PROMOCIÓN.- Es dar a conocer el producto al consumidor, se debe persuadir a los clientes a que adquieran productos que satisfagan sus necesidades a través de los medios masivos de comunicación, es necesario combinar estrategias de promoción para lograr objetivos.

La promoción en los servicios puede ser realizada a través de cuatro formas tradicionales, de tal manera de poder influir en las ventas de los servicios como productos.

Promoción de ventas: actividades de marketing distintas a la publicidad, venta personal y relaciones públicas que estimulan las compras de los clientes y el uso y mejora de efectividad del distribuidor.

Estos tipos de promoción pueden constituir una de las herramientas más efectivos de influencia y comunicación con los clientes. Sin embargo, existen evidencias en las investigaciones de que en algunas clases de mercados de servicios estas formas pueden no ser las más efectivas dado que pueden no utilizarse en forma correcta.

PUBLICIDAD._ Formas impersonales de comunicación transmitida a través de medios pagados por un patrocinador conocido.

- **ESTUDIO TÉCNICO**

Representa las características de la planta comprendiendo: el tamaño de la planta, localización e ingeniería del proyecto.

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos

TAMAÑO DE LA EMPRESA.- Es la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerando normal para la naturaleza del proyecto que se trate se refiere a la capacidad instalada y utilizada que se miden en unidades producidas por año.⁵

La capacidad de producción normal es la que bajo las condiciones de producción que se estimen registrarán durante el mayor tiempo a lo largo del período considerado al costo unitario mínimo y por último la capacidad máxima se refiere a la mayor producción que se puede obtener sometiendo los equipos al máximo esfuerzo, sin tener en cuenta los costos de producción.

CAPACIDAD UTILIZADA.-Es la fracción de la capacidad instalada que se emplea, es decir el rendimiento o nivel con que se hace trabajar la maquinaria, está en función por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado.

CAPACIDAD INSTALADA.-Corresponde a la capacidad máxima disponible que pueda alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

determinado. En los proyectos de inversión está en función de la demanda a cubrir en el periodo de vida de la empresa.

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.- Se orienta a analizar, los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto con el fin de determinar el lugar donde finalmente se ubicará el proyecto, utilizando una mayor utilidad, minimización de costos y mayor nivel de beneficio para los usuarios y comunidad.

Con el estudio de microlocalización se seleccionará la ubicación más conveniente para el proyecto, buscando la minimización de los costos y el mayor nivel de beneficios.

Factores que determinan la Localización: Los factores que inciden más vigorosamente son:

- Ubicación del mercado de consumo.
- La localización de las fuentes de materia prima.
- Disponibilidad y características de la mano de obra.
- Facilidades de transporte y vías de comunicación adecuadas
- Disponibilidad y costo de energía eléctrica y combustible
- Disposiciones legales, fiscales o de política de localización de la industria manufacturera
- Disponibilidad de servicios públicos, agua, teléfono, vialidad, infraestructura, eliminación de desechos.

La Localización de la Industria deberá estar en concordancia con la normativa establecida por el Ministerio del Ambiente y de los Recursos

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

Naturales Renovables y/o del Ministerio de Sanidad y Asistencia Social, dirigidos a la conservación, defensa y mejoramiento del ambiente.

INGENIERÍA DEL PROYECTO.- Es la forma técnica de disponer de la mejor ubicación de los equipos y demás elementos físicos de la empresa para facilitar la circulación de los materiales y de las personas, comprende la descripción del proceso productivo, flujo grama de procesos, descripción de requerimientos y distribución de la planta.

MACROLOCALIZACION.- Ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional, para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

El estudio de factibilidad se basará en la documentación técnica del proyecto elaborado a nivel de Ingeniería Básica, equivalente al proyecto técnico.

El establecimiento de relaciones contractuales para los trabajos de proyectos, construcciones y suministros es un factor determinante para el logro de la eficiencia del proceso inversionista que se analiza.

MICROLOCALIZACION.- Tiene como propósito seleccionar el sitio puntual para la instalación del proyecto, luego de haber realizado el análisis de macro localización, su representación gráfica es realizada en planos urbanísticos.

FLUJOGRAMA DE PROCESOS.- Constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

Los símbolos más utilizados significan operación, transporte, demora, almacenamiento, inspección, operación combinada entre otros.⁶

- **ESTUDIO FINANCIERO**

Comprende de manera general el análisis de factibilidad económica del proyecto. Procedimiento que se sigue para evaluar información cuantitativa, cuya finalidad es averiguar el rendimiento financiero de la empresa. El análisis puede ser Ex Ante, cuando los datos corresponden a estimaciones antes de ejecutar el proyecto, y Ex Post, cuando los datos corresponden a resultados reales al ejecutar el proyecto. Los indicadores o evaluadores más utilizados son: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Costo Beneficio y Periodo de recuperación.

Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión.

ACTIVO FIJO.- Representa aquellos bienes tangibles adquiridos por la empresa, no con el ánimo de venderlos sino que, dedicarlos a la explotación de la empresa que son necesarios y se utilizan en el proceso de transformación de los insumos., bajo esta cuenta se integra los siguientes bienes: terreno, edificio, vehículo, maquinaria y equipo, herramientas, muebles y enseres de la producción y oficina sujetos a depreciación a excepción del terreno.

⁶www.monografías.com

CAPITAL DE TRABAJO O ACTIVO CIRCULANTE._ La inversión en capital de trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal de una empresa.

BENEFICIO COSTO.- El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, para su análisis se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- $B/C > 1$ se puede realizar el proyecto.
- $B/C = 1$ es indiferente realizar el proyecto.
- $B/C < 1$ se debe rechazar el proyecto.

AMORTIZACIÓN.- Consiste en redimir o extinguir el capital de un censo de préstamo u otra deuda, es decir recupera o compensa los fondos invertidos en alguna empresa. La amortización se aplica a los activos diferidos o intangibles.⁷

EVALUACIÓN FINANCIERA. Parte final de toda secuencia de análisis de factibilidad de un proyecto, se determina un lugar óptimo para la localización del proyecto y tamaño más adecuado, de acuerdo con las restricciones del medio, se conocerá y dominará el proceso de producción, así como todos los costos, además de que se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto.

FLUJO DE CAJA._ Para efectuar la evaluación, debe partirse de un procedimiento para establecer los valores correspondientes al flujo de caja (cash flow), que son la base de los demás procesos evaluativos, obtenidos

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

con operaciones aritméticas, considerando los datos de los años de vida del proyecto.

INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA.

VALOR ACTUAL NETO (VAN)⁸.-Indicador o evaluador financiero que indica la diferencia entre los ingresos y egresos actualizados, o sea en moneda actual, deducidos de la inversión, son positivos o negativos, permite definir con exactitud las mejores opciones de utilidad entre dos alternativas. El criterio de decisión es que si este resultado es positivo, el proyecto debe ejecutarse, en cambio si el resultado es negativo, las posibilidades de obtener utilidad son menores.

La fórmula se interpreta así:

VAN= Valor Actual Neto

BN = Beneficios o ingresos netos valorados a una tasa de actualización

$$VAN = \sum \left(\frac{BN_t}{(1+i)^t} \right) - INVERSIÓN$$

TASA INTERNA DE RETORNO. (TIR)⁹

Permite evaluar el proyecto en función de una única tasa de rendimiento con la cual la totalidad de los beneficios actualizados, son exactamente iguales a los egresos actualizados, indica hasta que tasa de interés la empresa puede pagar sin perjudicar sus ganancias, o sea la tasa más alta que puede pagar

⁸PASACA MORA, Manuel Enrique. Manual para la elaboración de proyectos de graduación a nivel superior

⁹PASACA MORA, Manuel Enrique. Manual para la elaboración de proyectos de graduación a nivel superior

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

el inversionista sin perder dinero.

La fórmula se interpreta así:

TIR = Tasa Interna de Retorno

Tm = Tasa menor

Dt = Diferencia de tasas

VAN menor = Valor actual neto calculado con la menor tasa de actualización

VAN Mayor = Valor actual neto calculado con la mayor tasa de actualización

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

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Se llama a menudo índice de valor actual, ésta relación compara a base de razones, el valor actual de las entradas de efectivo futuras con el valor actual del desembolso original y de cualquier otro que se haga con el futuro, dividiendo el primero por el segundo. Dicho de otra forma, se divide el total de los ingresos actualizados para el total de egresos actualizados a la misma tasa de actualización del valor actual neto.

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos actualizados}}{\sum \text{Costos actualizados}}$$

CRITERIO DE DECISIÓN.

B/C > 1 = Acepta el proyecto

B/C = 1 Es indiferente

B/C < 1 = Rechaza el proyecto

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL (PRC)

El periodo de recuperación de capital no es más que el tiempo que debe transcurrir desde la puesta en marcha del proyecto hasta que los ingresos se igualen con la inversión medidos en términos de tiempo.

Inversión - Sumatoria Primeros Flujos

PRC = Año supera la inv. + -----

Flujo del año que supera la inversión

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL PROYECTO.

La TIR obtenida para el proyecto se da lugar solamente si se cumplen los pronósticos anuales de ventas. Con el análisis de sensibilidad se determina cuál es el nivel mínimo de ventas que puede tener la empresa para seguir siendo económicamente rentable. El objetivo fundamental del análisis de sensibilidad es medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto frente al cambio imprevisto de una variable, asumiendo que el resto de variables permanezcan constantes.

El criterio de sensibilidad es el siguiente:

- Si el coeficiente es > 1 el proyecto es sensible.
- Si el coeficiente es < 1 el proyecto no es sensible.
- Si el coeficiente es $= 1$ no hay efectos sobre el proyecto.

Con los flujos anteriores se tiene que obtener el valor presente neto y la TIR, tomando en cuenta el rendimiento esperado por el inversionista. En base a

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

los resultados obtenidos se analizará el rendimiento de la inversión y sus riesgos para así tomar una decisión sobre bases firmes.

- **ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL**

Corresponde a decisiones internas del proyecto se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de la administración: organización, procedimientos administrativos y aspectos legales.

ORGANIZACIÓN LEGAL.- Los analistas al comenzar los procesos de formulación deben identificar el ámbito institucional y legal sobre el cual opera el proyecto en sus diferentes fases identificando clara y completamente las principales normas que inciden sobre los resultados económicos de la inversión.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.- Parte fundamentalmente en la etapa de operación de la empresa, ya que una buena educación permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma.

La organización administrativa hace posible que los recursos y especialmente el talento humano sean manejados eficientemente.

La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones en ellos se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

NIVELES JERÁRQUICOS¹⁰ Para lograr un buen funcionamiento de nuestra empresa, la organización administrativa se basará en los siguientes cinco niveles jerárquicos:

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

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

Nivel Asesor: Lo integra el Asesor Jurídico, en nuestra empresa cumplirá trabajos temporales, en caso de requerirse se solicitará sus servicios profesionales, su función básica será el asesoramiento para la constitución legal y asuntos judiciales de la empresa.

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

¹⁰PASACA MORA, Manuel Enrique. Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Loja. Ecuador. 2004.

Nivel Operativo: Lo integran los responsables de ejecutar las actividades básicas operativas como los obreros.¹¹

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

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.- Es la representación gráfica de todas las unidades de una organización como sus relaciones de jerarquía o dependencia.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL.- Detalla la relación de autoridad y dependencia entre cada una de las unidades administrativas así como sus funciones principales. Es de utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general.

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

PASACA MORA, Manuel Enrique. Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Loja. Ecuador. 2004.

5. MATERIALES Y MÉTODOS

Al desarrollar una metodología con fines de investigación, esto no solo nos implica señalar los métodos que se han utilizado en la misma, sino conocer su proceso, de aplicación y desarrollo para facilitarnos posteriormente en nuestro trabajo investigativo y no tener inconvenientes en el mismo.

Para la realización del presente trabajo investigativo se sigue un orden metodológico que permitió obtener la información necesaria y precisa proporcionándonos facilidad en nuestra investigación, además se utilizará métodos, técnicas y procedimientos de acuerdo a las necesidades de nuestro proceso investigativo.

Con nuestro trabajo investigativo cuyo tema es ***“Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa dedicada a la venta de todo tipo de cristalería para el hogar en la ciudad de Loja”*** para poder entenderlo, analizarlo y estudiarlo nos basamos en lo siguiente:

MATERIALES

Utilizamos los siguientes materiales de investigación:

- Equipo de Oficina
- Computadora
- Agenda de Apuntes
- Cámara Fotográfica
- Copias
- Mapificaciones
- Planos

MÉTODOS

Método Científico

Es el conjunto de procedimientos lógicos, que sigue la investigación para descubrir las relaciones internas y externas de los procesos de realidad natural y social, el cual me ayudará a obtener información de la Organización de Desarrollo Empresarial, conociendo así la veracidad del tema a investigar, proporcionando datos reales, oportunos y concretos.

Se lo utilizará como soporte para recopilar información de documentos de consulta y así poder dar alternativas de solución a las necesidades que tiene los clientes en el momento de consumir el producto. Además nos ayudará para guiarnos y ordenar la planeación y ejecución de nuestro trabajo. Así también nos permitirá acabar información lógica sistemática acerca de nuestro producto.

Método Deductivo

Permitirá generalizar conceptos, principios definiciones, leyes o normas generales, de las cuales se extrae conclusiones o consecuencias en las que se aplica; o se examinan casos particulares sobre la base de las afirmaciones generales de nuestro problema en estudio. Se utiliza principalmente en el manejo de concepciones; las cuales son generalmente aceptadas; y por medio de las mismas utilizamos herramientas administrativas que faciliten el análisis del presente proyecto de tesis.

Método Inductivo

Es un proceso analítico-sintético mediante el cual se parte del estudio de hechos o fenómenos particulares para llegar a un principio o ley general.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

Permitirá partir de observaciones específicas encontradas en nuestra empresa, hacia amplias generalizaciones teóricas las que aplicaremos cuando iniciemos con la recolección de información. Este método se lo utiliza principalmente en el manejo de los resultados obtenidos a través de las encuestas; considerando criterios individuales y generalizando su concepción.

Método Estadístico:

Es el que nos va a permitir saber cuántas encuestas se debe realizar y así mismo nos ayudará a sacar el porcentaje de las respectivas encuestas.

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Observación.

Es el procedimiento de investigación más antiguo y a la vez más moderno, consiste en ver, oír hechos y fenómenos que se desean investigar.

Se hará una observación directa e indirecta, la misma que nos ayudara a ver las satisfacciones de nuestro producto en los diferentes sitios a investigar.

Consultas Bibliográficas.

Es una técnica que nos ayuda a mejorar e incrementar los conocimientos del marco teórico.

De igual manera servirá de base para sustentar el marco teórico del presente proyecto esto a través de la recolección de información como en libros, revistas, periódicos e internet.

Encuesta.

Será aplicada a los posibles consumidores, tomando como base fundamental el número de familias de la ciudad de Loja con el fin de obtener más información.

De la misma manera es una técnica que se caracteriza por el procedimiento a través del cual el investigador busca llegar a la obtención de la información de un grupo de individuos en base a un conjunto de preguntas, mediante las cuales se busca llegar a la indagación que se desea obtener en forma escrita.

Esta técnica que servirá para realizar el sondeo a la población económicamente activa que brindaran información, que permitirá llegar al cumplimiento satisfactorio de los objetivos del proyecto.

PROCEDIMIENTO

MUESTREO ESTADÍSTICO

Cuando la población estudiada es un pequeño número, puede hacerse la investigación con cada miembro. Pero cuando el estudio es en poblaciones grandes, la investigación se hace muy difícil debido a las dificultades que entraña el disponer de suficientes recursos técnicos y humanos. Por esta razón como investigador se debe tomar una muestra o un grupo de elementos o sujetos que representan a la población. La técnica empleada para seleccionar dicha muestra se llama técnica del muestreo.

DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA¹²

Con el propósito de conocer el tamaño de la población económicamente activa (PEA) de la ciudad de Loja, se utiliza información suministrada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, con datos recolectados del censo realizado en noviembre del año 2010, que es de (118,432) se proyectó para el año 2011 con una tasa de crecimiento anual del 2.08.

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE LA CIUDAD DE LOJA.¹³

Cuadro No 1

AÑO	POBLACIÓN
2010	118,532
2011	145.627
Familias	29125

Para la realización de este estudio se consideraron las familias de la ciudad de Loja.

FORMULA: $P_f = P_i (1+i)^n$

DATOS:

$$P_{2011} = 118,532 (1+0,0208)^1$$

$$P_{2001} = 118,532$$

$$P_{2011} = 118,532(1,22859)$$

$$i = 2.08\%...$$

$$P_{2011} = 145627$$

$$n = 10$$

NUMERO DE FAMILIAS: se considera que las familias del cantón Loja están compuestas en promedio por cinco integrantes

¹²MODULO X Elaboración y evaluación de proyectos.

¹³www.INEC.com

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

$$145627/4= 32361$$

TAMAÑO DE LA MUESTRA

DATOS:

$$Z = 95\%$$

$$N = 32361$$

$$P = 50\%$$

$$Q = 50\%$$

$$e = 5\%$$

Con los datos obtenidos se procedió a aplicar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(z)^2 N P Q}{e^2 (N - 1) + z^2 P Q}$$
$$n = \frac{(1.96)^2 32631 (0.5)(0.5)}{(0.05)^2 32631 + (1.96)^2 (0.5)(0.5)} = \frac{31.338,81}{81,58 + 0.9604}$$
$$= 380 \text{ ENCUESTAS}$$

La utilización de las técnicas y métodos, permitió realizar la exposición de resultados, el cual consiste en efectuar el diagnóstico de los aspectos generales de la empresa y las respectivas propuestas así como las conclusiones y recomendaciones.

6. RESULTADO

6.1. ESTUDIO DE MERCADO

CUADRO N°2. ¿A USTED LE GUSTA LA CRISTALERÍA PARA EL HOGAR?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	380	100%
NO	0	0%
TOTAL	380	100%

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Edison Castañeda

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Tenemos que tener en cuenta que la cristalería para el hogar es fundamental para la comodidad de las familias, mediante las encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Loja llegamos a la conclusión que el 100% compran cristalería para el hogar; las encuestas desarrolladas nos demuestran que la mayoría de las familias lojanas prefieren este tipo de productos; de acuerdo a lo analizado existe en su mayoría familias que usan estos productos de cristal por su variedad, comunidad y elegancia que le da la cristalería.

CUADRO N°3. ¿DÓNDE ADQUIERE CRISTALERIA PARA SU HOGAR?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MICROMERCADOS	212	56%
ALMACENES	153	40%
FUERA DE LA CIUDAD	15	4%
OTROS	0	0%
TOTAL	380	100%

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Edison Castañeda

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La base primordial para la comodidad de las familias son los productos para su hogar y por ende se preocupan por la facilidad de adquisición que exista en la ciudad de Loja; de acuerdo a las encuestas desarrolladas a las familias lojanas el 56% nos mencionan que adquieren sus productos de cristal en micromercados, el 40% en almacenes y el 4% fuera de la ciudad; en vista de lo analizado las personas prefieren adquirir productos de calidad en micromercados.

CUADRO N°4. ¿USTED COMPRA CRISTALERÍA PARA SU HOGAR?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	380	100%
NO	0	0%
TOTAL	380	100%

FUENTE: Estudio de Mercado
ELABORACIÓN: Edison Castañeda

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Se puede determinar claramente la necesidad de comprar cristalería; el 100% de las familias entrevistadas requieren actualmente cristalería, esto se debe a que es muy común que estas se rompan o muy por lo general son atractivos para regalos.

CUADRO N°5. ¿CADA QUE TIEMPO ADQUIERE LOS PRODUCTOS DE CRISTAL PARA SU HOGAR?

ALTERNATIVA	X	FRECUENCIA	PORCENTAJE	X.F
MENSUALMENTE	12	85	22%	1020
SEMESTRALMENTE	2	216	57%	432
ANUALMENTE	1	64	17%	64
MAS TIEMPO	1	15	4%	15
TIEMPO		380	100%	1531

FUENTE: Estudio de Mercado
ELABORACIÓN: Edison Castañeda

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

$$\bar{x} = \frac{\sum XF}{n} = \bar{x} = \frac{1531}{380} = 4$$

COMPRA PROMEDIO CADA 4 MESES

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Debido a la facilidad de adquirir los productos de cristal y por ende cubrir la demanda de las familias nos manifiestan las personas que adquieren cada 4 meses de esta clase de productos, a través del promedio identificado.

CUADRO N°6. ¿QUE TIPO DE CRISTALERÍA USTED COMPRA?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CRISTALERÍA PARA DORMITORIO	49	13%
CRISTALERÍA PARA COCINA	220	58%
CRISTALERÍA BAÑO	19	5%
CRISTALERÍA SALA	70	18%
CRISTALERÍA JARDÍN	22	6%
OTROS	0	0%
TOTAL	380	100%

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Edison Castañeda

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La variedad de artículos de cristalería para el hogar facilita la comodidad de las familias de la ciudad de Loja; de acuerdo a las encuestas desarrolladas el 13% nos manifiesta que adquieren cristalería para dormitorio, el 58% mencionó que adquiere cristalería de cocina, el 5% cristalería de baño, el 18% cristalería de sala, el 6% cristalería de patio; es relevante mencionar que la cristalería para cocina tiene la mayor acogida, debido a que es el lugar donde mayor cristalería existe.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

CUADRO N°7. ¿CUÁNTO INVIERTE EN LA COMPRA DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR?

ALTERNATIVA	XM	FRECUENCIA	PORCENTAJE	XM.F
\$ 10-40	25	133	35%	3325
\$ 41-70	55	114	30%	6270
\$ 71-100	85	45	12%	3825
\$ 100-150	125	54	14%	6750
\$ 151-200	175	34	9%	2975
TOTAL		380	100%	23145

FUENTE: Estudio de Mercado
ELABORACIÓN: Edison Castañeda

$$\bar{x} = \frac{\sum XM.F}{n} = \frac{23145}{380} = 60 \quad \text{DOLARES} \quad \text{EN}$$

PROMEDIO

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Tomando en cuenta la economía de hoy en día en el país de las familias al comprar esta clase de productos de cristalería para el hogar a través de las encuestas realizadas llegamos a la conclusión que invierten 60 dólares en promedio.

CUADRO N° 8. ¿SI SE IMPLEMENTARA UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA, USTED COMPRARÍA SUS PRODUCTOS?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	310	82%
NO	70	18%
TOTAL	380	100%

FUENTE: Estudio de Mercado
ELABORACIÓN: Edison Castañeda

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Debido a la carencia de lugares donde se pueda adquirir productos de todo tipo de cristal, es factible la implementación de una empresa que brinde estos tipos de cristalería para el hogar de las familias de la ciudad de Loja,

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

de acuerdo a las encuestas desarrolladas en las familias Lojanas el 82% nos mencionan que si comprarían los productos de esta nueva unidad de venta, y el 18% ya tienen su empresa preferida para adquirir estos artículos de cristal.

CUADRO N°9. ¿CON QUE FRECUENCIA COMPRARÍA CRISTALERÍA EN NUESTRA EMPRESA A CREARSE?

ALTERNATIVA	X	FRECUENCIA	PORCENTAJE	X.F
MENSUALMENTE	12	130	34%	1560
SEMESTRALMENTE	2	156	41%	312
ANUALMENTE	1	65	17%	65
MAS TIEMPO	1	29	8%	29
TIEMPO		380	100%	1966

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Edison Castañeda

$$\bar{x} = \frac{\sum XF}{n} = \bar{x} = \frac{1966}{380} = 5,17$$

COMPRA PROMEDIO CADA 5 MESES

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Existe gran facilidad de adquisición de artículos de cristal en cualquiera de los supermercados de la ciudad de Loja, pero es muy difícil encontrar toda clase de artículos de cristal en estos locales por esta razón las personas encuestadas nos manifiestan que adquieren cada 5 meses promedio esta clase de productos.

CUADRO N°10. ¿QUE TIPO DE CRISTALERÍA COMPRARÍA EN NUESTRA EMPRESA?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CRISTALERÍA PARA DORMITORIO	90	24%
CRISTALERÍA PARA COCINA	140	37%
CRISTALERÍA BAÑO	24	6%
CRISTALERÍA SALA	76	20%
CRISTALERÍA JARDÍN	50	13%
OTROS	0	0%
TOTAL	380	100%

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Edison Castañeda

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Debido a que existe gran variedad de cristalería para brindar a las familias de la ciudad de Loja, mediante las encuestas desarrolladas nos menciona el 24% que compraría cristalería para dormitorio, el 37% cristalería para cocina, el 6% cristalería para baño, el 20% cristalería para sala y el 13% que compraría cristalería para jardín.

CUADRO N°11. ¿CUANTO INVERTIRÍA EN LA COMPRA DE LA CRISTALERIA PARA EL HOGAR EN NUESTRA EMPRESA A CREARSE?

ALTERNATIVA	XM	FRECUENCIA	XM.F	PORCENTAJE
\$ 10-40	25	157	3925	42%
\$ 41-70	55	95	5225	25%
\$ 71-100	85	35	2975	9%
\$ 100-150	125	58	7250	15%
\$ 151-200	175	35	6125	9%
TOTAL		380	25500	100%

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Edison Castañeda

$$\dot{x} = \frac{EXm.F}{n} = \frac{25500}{380} = 67 \text{ DOLARES}$$

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Tomando en cuenta la economía de hoy en día en el país de las familias al comprar esta clase de productos de cristalería para el hogar a través de las encuestas realizadas llegamos a la conclusión que invierten 67 dólares en promedio.

CUADRO N°12. ¿EN QUE MEDIO DE COMUNICACIÓN DESEARIA QUE SE DEN A CONOCER NUESTROS PRODUCTOS DE CRISTAL PARA EL HOGAR.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RADIO	145	38%
TELEVISIÓN	98	26%
HOJAS VOLANTES	72	19%
PERIÓDICOS	65	17%
OTROS	0	0%
TOTAL	380	100%

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Edison Castañeda

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Como todos tenemos presente que la publicidad es el ente más importante para que los productos de una unidad de venta nueva haga conocer sus productos, por esta razón y a través de las encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Loja nos manifestó el 38% que quieren conocer los productos de cristal mediante radiodifusión, el 26% por televisión, el 19% por hojas volantes y el 17% quiere conocer los productos de cristal por periódicos.

CUADRO N°13. ¿EN QUÉ LUGAR LE GUSTARÍA QUE ESTE UBICADA LA NUEVA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE ARTÍCULOS DE CRISTAL EN LA CIUDAD DE LOJA?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PARTE CÉNTRICA	360	95
FUERA DE LA CIUDAD	20	5
OTROS	0	0
TOTAL	380	100%

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Edison Castañeda

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Para la ubicación de la empresa consideramos puntos estratégicos para tener acogida y rentabilidad y gracias a los demandantes identificamos en un 95% que les gustaría que la nueva empresa comercializadora de artículos de cristal se encuentre en la parte céntrica de la ciudad y un 5% que representan a 20 personas que localicemos nuestra empresa fuera de la ciudad.

CUADRO N°14 ¿QUÉ DÍAS DE ATENCIÓN LE GUSTARÍA QUE LA NUEVA UNIDAD COMERCIALIZADORA TENGA?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Lunes-Viernes.	87	23%
Lunes-Sábado.	280	74%
Lunes-Domingo.	13	3%
OTROS	0	0%
TOTAL	380	100%

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Edison Castañeda

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Para tener rentabilidad en la nueva unidad comercializadora de artículos de cristal debemos tener nuestros días de atención bien establecidos, por esta razón de acuerdo a las encuestas desarrolladas tenemos un 23% que desean un de lunes a viernes que nuestra empresa brinde sus servicios, de la misma manera tenemos un 74% que desean de lunes a sábado y un 3% de lunes a domingo.

CUADRO N°15. ¿QUÉ HORARIOS DE ATENCIÓN SERIAN PARA USTED CONVENIENTES QUE TUVIERA NUESTRA EMPRESA?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
7am-7pm	84	22
8am-8pm	126	33
9am-10pm	170	45
OTROS	0	0
TOTAL	380	100%

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Edison Castañeda

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El horario de atención siempre debe considerarse adecuado para las familias que van a adquirir nuestros productos ya que por el tiempo se les impide asistir a cualquier hora, a través de las encuestas identificamos que un 22% requiere que atiendan de 7am a 7pm, el 33% de 8am a 8pm y un 45% de 9am a 10pm ya que es un horario flexible para poder adquirir sus productos.

PROPUESTA

ANÁLISIS DE DEMANDA

Para este proyecto se considera como el principal mercado las familias de la ciudad de Loja, económicamente activos con un gran sentido de la decoración y atracción hacia la cristalería; para registrar el crecimiento de la demanda se establece que la tasa de crecimiento poblacional según el INEC es del 2,08 en la ciudad de Loja y el número de integrantes de una familia es estima que son 4 personas; debiendo dividir para este número para obtener el número de familias.

CUADRO N°16. DEMANDANTES.

AÑO	POBLACIÓN TOTAL	FAMILIAS
2012	148656	37164
2013	151748	37937
2014	154904	38726
2015	158126	39531
2016	161415	40353

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Edison Castañeda

Al determinar la demanda es importante la aceptación del proyecto y la capacidad adquisitiva de los demandantes; en todo caso se debe considerar adecuadamente la demanda potencial, la demanda real y la demanda efectiva.

La demanda potencial considera el universo del segmento seleccionado, la demanda real considera a la proporción que manifiesta su aceptación al producto y la demanda efectiva considera el segmento que manifiesta aceptación al producto y efectivamente puede adquirirlo.

DEMANDA POTENCIAL

Se consideran demandantes potenciales de nuestra empresa a todas aquellas familias que tienen preferencia o gusto por la adquisición de cristalería; para lo cual nos basamos en el cuadro N°2; siendo el 100% los potenciales consumidores a reflejarse en el cuadro N° 17

DEMANDA REAL

Se considera demanda real del proyecto a todas aquellas personas que por diferentes circunstancias se encuentran comprando en la actualidad algún

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

tipo de cristalería; esto podemos definir en el cuadro N° 4 que consulta si compra o no cristalería, el mismo que se puede verificar en el cuadro N° 17.

DEMANDA EFECTIVA

Para determinar la demanda efectiva que es la que condiciona la capacidad instalada o tamaño de la planta, se debe considerar básicamente 2 aspectos de los demandantes:

- Aquellos que manifiestan su predisposición o aceptación para los productos.
- Aquellos que manifestando su aceptación al producto están en condiciones de adquirirlo.

Las familias que demuestran su predisposición se ven reflejadas en cuadro N° 8; en el cual se menciona que el 81% de estas familias están dispuestas a adquirir cristalería en nuestra empresa; como se lo demuestra en el cuadro N° 17.

CUADRO N°17. DEMANDA

AÑO	DEMANDA FAMILIAS	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL	DEMANDA EFECTIVA
2012	37164	37164	37164	30474
2013	37937	37937	37937	31247
2014	38726	38726	38726	32036
2015	39531	39531	39531	32841
2016	40353	40353	40353	33663

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Edison Castañeda

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

La relación que se mantiene con el volumen de ventas lo obtenemos del cuadro N° 9 donde se puede definir la frecuencia de compra, estableciendo que en promedio la compra se repetirá cada 5 meses aproximadamente, representando al año 2,4 veces.

CUADRO N°18. DEMANDA

AÑO	DEMANDA FAMILIAR	DEMANDA PRODUCTOS
2012	37.164	89.194
2013	37.937	91.049
2014	38.726	92.942
2015	39.531	94.874
2016	40.353	96.847

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Edison Castañeda

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

La empresa “MARITA” pretende lanzar al mercado su nuevo producto **“PRODUCTOS DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR”**. Para esto ha desarrollado un completo y exhaustivo plan de comercialización, para ver la viabilidad del negocio. A lo largo de este estudio se analizarán los distintos factores que componen un marketing mix.

Este trabajo se encargará de demostrar todos los puntos para un efectivo y eficiente marketing mix.

PRODUCTO

PRODUCTO PRINCIPAL.

Los productos principales que se venderá en la nueva unidad de venta son los productos de cristal para el hogar como son: cristalería para cocina, dormitorio y sala ya que son aquellos productos que mayor demanda mantiene, con 37%, 24% y 20% respectivamente (CUADRO N° 10); el producto comercializable será de todo tamaño y variedad de modelos para ser utilizados en el hogar; considerando los requerimientos de adquisición del cliente

Estos productos por sus características están listos para utilizarlos en el hogar.



SUBPRODUCTOS.

Debido a que estos productos ya vienen fabricados, no existe residuos que puedan utilizarse para elaborar otros productos, sin embargo si se rompen los residuos son para reciclar.

PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS.

Para que puedan ser utilizados los productos de cristal para el hogar y puedan cumplir su objetivo en la adornación y comodidad en los hogares se

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

necesita alimentos para la cristalería de sala, adornos para cristalería de sala, dormitorio, flores artificiales y naturales para cristalería de patio y jardín y adornos para cristalería de baño y de los demás sitios del hogar que puede determinarse como actividades complementarias para nuestro producto comercializable principal.

PRODUCTOS SUSTITUTOS

Para el caso de estos tipos de productos de cristal para adornar y comodidad de las familias, en el mercado existen productos de loza y porcelana; en vista de sus precios no están al alcance de las familias con escasos recursos económicos.

Marca:

El nombre Comercial de nuestra empresa, en la cual sea representativo de los productos de cristal que ofreceremos a nuestros clientes con una identidad propia será:

“CRISTALERÍA MARITA”

Logo:

La imagen que usaremos en nuestras publicidades para que las personas puedan identificar nuestros productos, donde se demuestra el dinamismo, prestigio, confianza y respaldo que nuestra empresa representará es el siguiente.



Elaborado: Autor

Slogan:

El slogan es la frase clave con él cual nuestra empresa reflejará su filosofía ya su vez le permitirá recordar comúnmente a los consumidores. Nuestro slogan es el siguiente:

“ROMPIENDO ESQUEMAS EN CALIDAD Y ELEGANCIA”

Este slogan indica que la empresa brinda una variedad de cristalería para el hogar para la comodidad y elegancia de las viviendas lojanas, con excelente calidad lo que brindará mayor gusto y confianza al consumidor al momento de arreglar su casa.

Atributos de nuestros productos:

- **Calidad:** Los proveedores serán definidos mediante un proceso de selección que garantice su calidad y cumplimiento en el medio

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

- **Diferenciación:** Nuestros productos se diferencian por los métodos y técnicas de venta para llegar al cliente y por la gran variedad de productos que ofrecemos.

PRECIO

El precio ha sido fijado tomando en cuenta los precios de la competencia, los costos en los cuales se incurren para la realización del proyecto y en base a las respuestas obtenidas en la encuesta sobre cuanto estarían dispuestos a pagar por los diferentes tipos de cristalería que ofreceremos, no podemos fijar un precio demasiado alto debido a que la competencia tendría ventajas, tampoco podemos fijar un precio demasiado bajo ya que la calidad tiene estrecha relación con el precio, por lo tanto si el precio es muy bajo se tiende a pensar que el producto no es de calidad.

Factores que condicionan el precio

Métodos fijación precios:

- Basados en los costes
- Basados en la demanda
- Basados en la competencia

PLAZA

Los productos serán comercializados en la ciudad de Loja

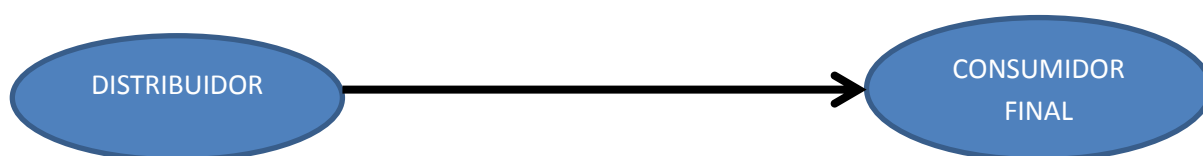
Estrategia de cobertura,

Todas las empresas tienen mayor interés sobre la cobertura, también llamada canal, sitio, entrega, distribución, ubicación o plaza, es decir

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

consiste en localizar el lugar adecuado para poner a disposición de los clientes los productos ofrecidos, y de esta manera hacerlo accesible a ellos.

De acuerdo a la investigación de mercado nos dio como resultado que las familias que adquieren los productos de cristal para su hogar lo hacen en supermercados y almacenes por esta razón nuestra empresa establecerá su propio local comercial ; donde se comercializara la cristalería; estará ubicada en la zona céntrica de la ciudad de Loja para que a los clientes se les facilite obtener estos productos de cristal y dar mayor accesibilidad, comodidad y ahorro en la compra de estos productos.



PROMOCIÓN

La promoción para quienes adquieran nuestros productos será por cada 20 dólares que compren se les obsequiará un juego de vasos, también se les obsequiará un llavero con el nombre de la empresa.

PUBLICIDAD

La publicidad es el componente imprescindible para la venta de un producto, ya que no basta con dirigirlo al mercado correcto, a un precio atractivo; sino que se debe crear conciencia e interés en el producto o servicio que ofrece la empresa, comunicando sus beneficios y atributos para diferenciarlo de la competencia, y así persuadir a los clientes que lo adquieran.

Estrategia de comunicación

Nuestra empresa difundirá los productos a través de los diferentes medios de comunicación masivos como en TV y radio y prensa, con el fin de hacer conocer los productos que ofrece.

CUADRO N° 19. COSTOS PUBLICITARIOS

Medio de comunicación	Detalle	Total
Ecotel TV	Spot publicitario de 30 segundos	270
UV televisión	Spot publicitario de 30 segundos	230
Radio Boquerón	22 cuñas mensuales	95
Total		595

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACIÓN: Edison Castañeda

Que la empresa “**MARITA CRISTALERÍA**” anuncie sus productos en vallas publicitarias lo cual le permita tener un mejor conocimiento de la misma a los consumidores tanto de la ciudad de Loja como del resto de la provincia.

La misma se la presenta a continuación:

“CRISTALERÍA MARITA”

VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA
PARA QUE TE SIENTAS CÓMODO EN TU

Ofrecemos: HOGAR

Cristalería para: COCINA
DORMITORIO
SALA
PATIO
BAÑO

Teléfono: 2588853
Celular: 092499927
Correo: flaquitoedison@yahoo.es

Así también se realizará trípticos de hojas volantes en la introducción del producto:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

Se lo presenta a continuación:



LO MEJOR DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR

Ofrecemos lo mejor en cristalería para el hogar, y para la comodidad, elegancia y satisfacción de las familias lojanas.

NUESTROS PRODUCTOS SON DE CALIDAD.



Ofreceremos:

- Cristalería para cocina.
- Cristalería para dormitorio.
- Cristalería sala.
- Cristalería para patio.
- Cristalería para baño.

Dirección:
15 de Noviembre entre Miguel Riestra y Anaya

Teléfono:
2553972—092499927

ANÁLISIS DE LA OFERTA.- En la ciudad de Loja no existe un lugar especializado en la venta de cristalería, la venta normalmente se la realiza en supermercados o almacenes de la localidad como un producto complementario o suplementario de venta; adicional a ello el proceso de venta será personalizado lo cual nos permite enfrentar al mercado como únicos proveedores especializados en cristalería, por lo que se considera que no existe competencia actual.

Al carecer de competencia directa para la comercializadora “Marita” la Demanda Insatisfecha será igual a la demanda efectiva.

6.2. ESTUDIO TÉCNICO

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

CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA.

Para determinar la capacidad instalada del “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la venta de todo tipo de cristalería para el hogar en la ciudad de Loja” tomaremos en cuenta lo siguiente:

- 1 local comercial para la venta de todo tipo de cristalería para el hogar.
- 3 personas.

La capacidad instalada la que puede generar el local en la venta de todo tipo de cristalería para el hogar es de 24 horas diarias.

Mediante el proceso de compra que se presenta en los diferentes locales por parte de los demandantes en cuanto a cristalería para el hogar es de 25 minutos por decisión de compra, por tal motivo el número de productos diarios comprados es de 600diarios.

CAPACIDAD UTILIZADA

La capacidad utilizada que genera el local en la venta de todo tipo de cristalería para el hogar es de 8 horas diarias.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

Ventas diarias.

$$(8 \times 60) / 25 = 20 \text{ diaria}$$

$$20 \text{ventas} * 3 \text{ vendedores} = 180 \text{ ventas diarias}$$

Ventas anuales.

$$180 \times 264 = 47520 \text{ al año.}$$

PLAN DE VENTAS: Es una estimación de ventas que hace relación a la capacidad utilizada con relación al funcionamiento de la empresa; este porcentaje de ventas mantendrá una tendencia de crecimiento en virtud de los efectos publicitarios y de posicionamiento; consideramos un crecimiento del 10% en virtud del promedio del crecimiento de los negocios en la ciudad de Loja

AÑO	CAPACIDAD	% DE CAPACIDAD	VENTAS ANUALES
2011	47520	45%	21384
2012	47520	55%	26136
2013	47520	65%	30888
2014	47520	75%	35640
2015	47520	75%	35640

LOCALIZACIÓN

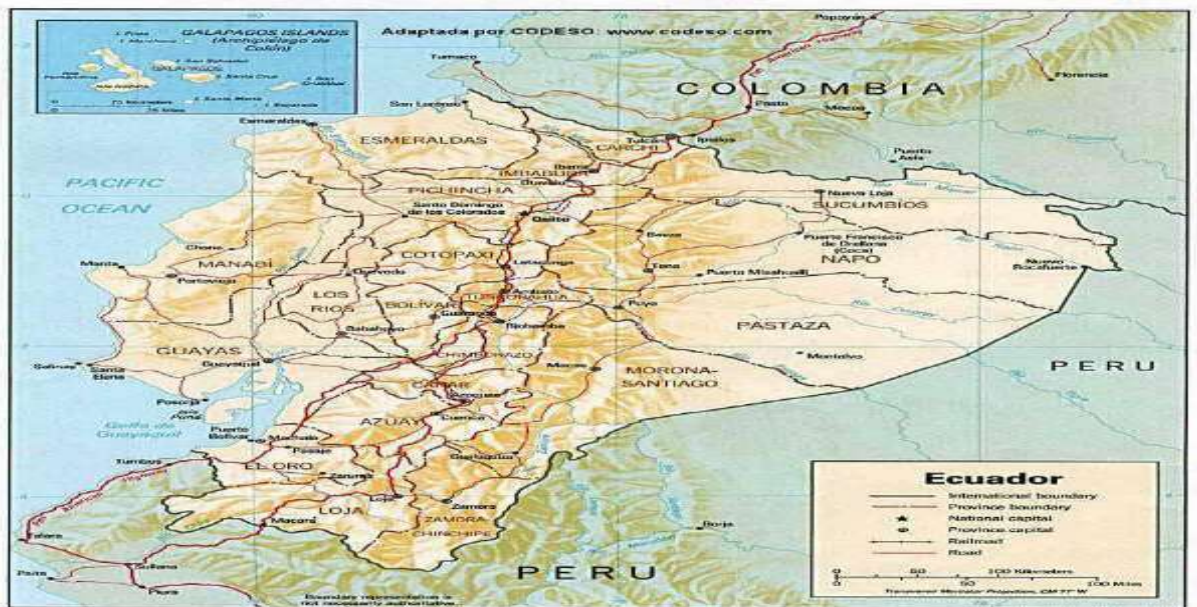
La selección del proyecto se define en dos ámbitos: el de la Macro Localización donde se elige la región o zona más atractiva para el proyecto y el del micro localización que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

EL CANTÓN LOJA LIMITA:

- Al Norte con la provincia del Azuay.
- Al Sur con la República del Perú.
- Al Este con Zamora Chinchipe.
- Al Oeste con la provincia de el Oro.

GRÁFICO N°1. MAPA DEL ECUADOR



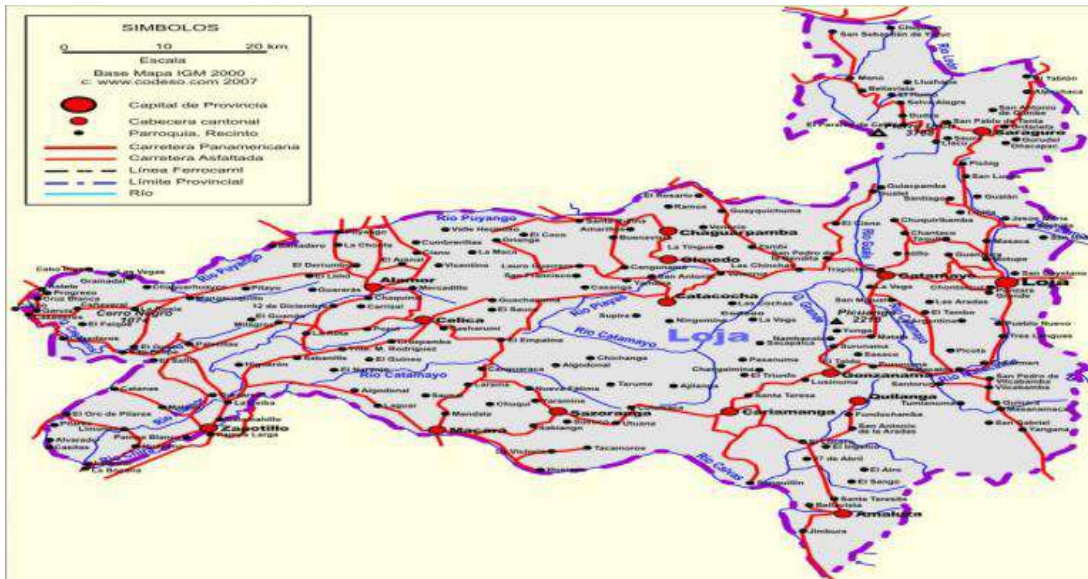
MACROLOCALIZACION.

Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional.

Para su representación recurrimos a mapas geográficos y políticos de nuestro país.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

GRÁFICO N°2. MAPA DE LOJA



Loja Tiene una superficie de 10.793 km², que en términos de extensión es similar a la de Líbano, siendo la provincia más extensa de la sierra ecuatoriana.

Como principales centros de atracción turística, se resaltan las catedrales que prosperan por toda la ciudad de Loja, los valles y los hermosos paisajes llenan a esta hermosa provincia, llena de encanto y verde. El Bosque Petrificado de Puyango el cual es compartido conjuntamente con la provincia de El Oro posee un gran valor científico, y forma parte de unos de los pocos bosques secos tropicales del mundo.

Aparte de su gente que goza de una educación y cultura excepcional y una característica típica en su forma de hablar que lo diferencia del resto del Ecuador. Loja tiene una variedad de platos típicos únicos en la región, el famoso repe lojano, el grano, los tamales, humitas lojanas, la cecina, fritada son delicias que deleitan a propios y extraños. El Canguil de Loja

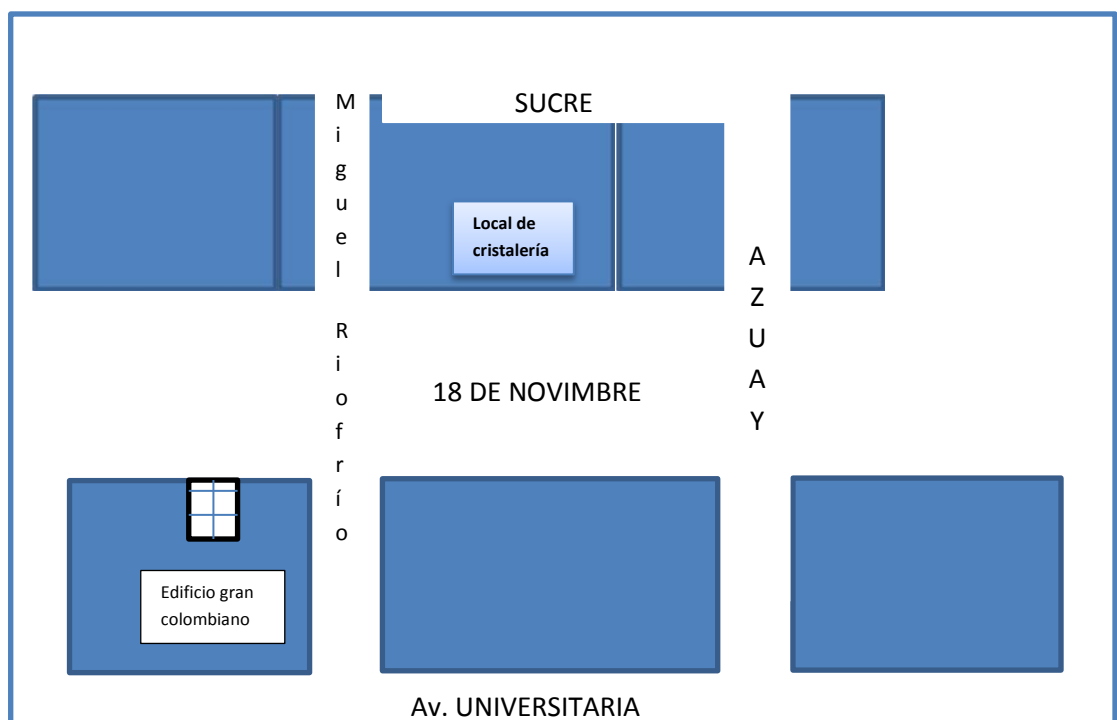
MICROLOCALIZACIÓN

En este punto y apoyados preferentemente en la representación gráfica como planos urbanísticos se indica el lugar exacto en el cual se implementara la empresa dentro de un mercado local

Hemos tomado la decisión de implementar una empresa dedicada a la venta de todo tipo de cristalería para el hogar en la ciudad de LOJA.

Esta empresa estará ubicada en el centro de la ciudad en un local amplio para acoger a muchas personas.

GRÁFICO N°3. MICRO LOCALIZACIÓN



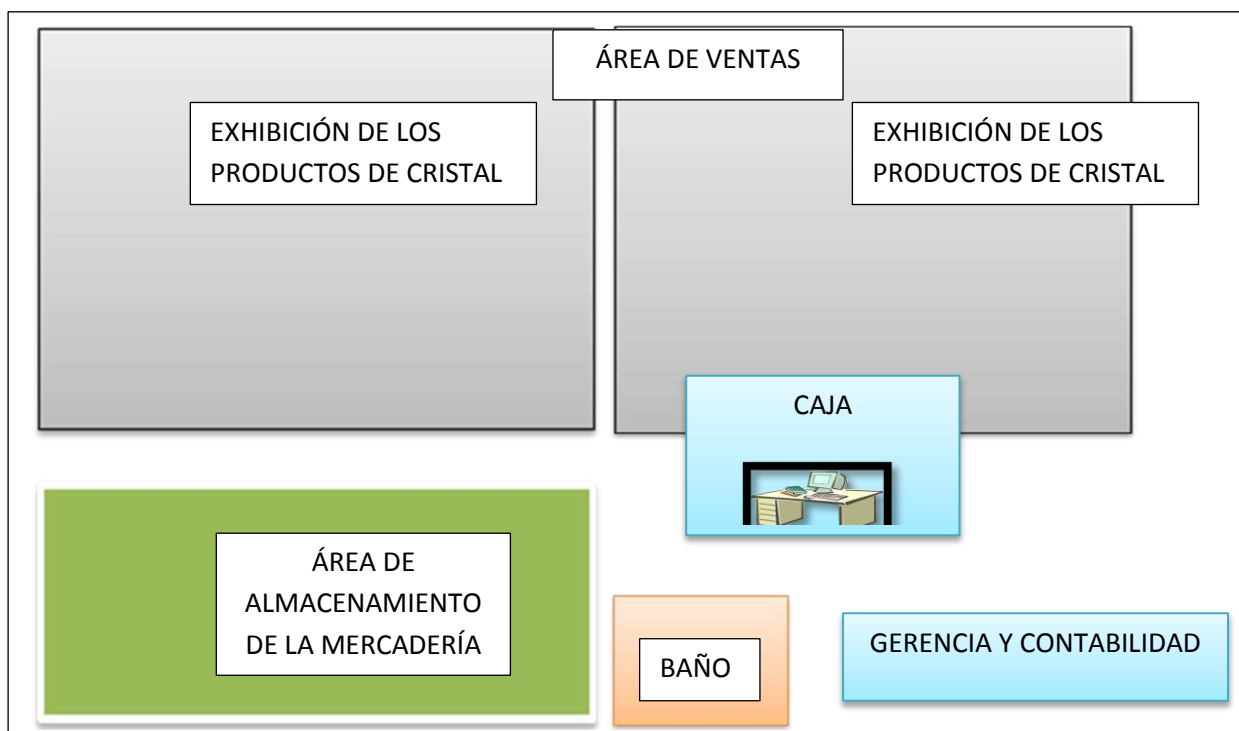
Dando cumplimiento a las normas municipales, las cuales establecen que para este tipo de establecimientos se requiere un local amplio de gran magnitud para la comodidad de los clientes en su acceso a la empresa.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

La ubicación establecida se basa en el hecho que los requerimientos de compra están en supermercados y almacenes, estos en su mayoría se encuentran en el centro de la ciudad; además se goza con todos los servicios básicos y se ejerce gran presión sobre la competencia al mantener local especializado en cristalería.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

GRÁFICO N°4. INFRAESTRUCTURA FÍSICA



“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

GRÁFICO N°5. DISTRIBUCIÓN EN EL PROCESO DE VENTA DE LOS PRODUCTOS DE CRISTALERÍA.

BIENVENIDA DEL CLIENTE.



REVISIÓN DE LA CRISTALERÍA.



BUSQUEDA DE LA CRISTALERÍA.



ELECCION Y ENTREGA DEL PRODUCTO.



FACTURACION DEL PRODUCTO

PROCESO DE VENTA.

GRÁFICO N°6. PRODUCTOS DE CRISTALERÍA PARA SU VENTA.



ACTIVOS FIJOS

CUADRO N° 20. EQUIPAMIENTO

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO	VALOR
		UNITARIO	TOTAL
6	Perchas Metálicas	150,00	900,00
4	Vitrinas	300,00	1200,00
4	Mesas de Cristal	40,00	160,00
4	Exhibidores	35,00	140,00
TOTAL			2400,00

Elaboración: El Autor

CUADRO N° 21. EQUIPO DE OFICINA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Teléfono Panasonic	50,00	50,00
1	Grapadora	5,00	5,00
1	Sumadora	55,00	55,00
1	Máquina Registradora	100,00	100,00
Total			210,00

Fuente: El Autor

Elaboración: El Autor

CUADRO N° 22. EQUIPO DE CÓMPUTO

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Computador más complementos	850,00	850,00
Total			850,00

Fuente: Master PC

Elaboración: El Autor

CUADRO N° 23. MUEBLES Y ENSERES

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Escritorio estilo Ejecutivo	250,00	250,00
1	Sillón Gerencial	200,00	200,00
3	Sillas	12,00	36,00
2	Porta papeles	25,00	50,00
1	Archivador	160,00	160,00
Total			

Fuente: Mueblería Iñiguez

Elaboración: El Autor

CUADRO N° 24. READECUACIONES

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
4	Adecuación de Exhibidores	600,00	2400,00
4	Adecuación de perchas	300,00	1200,00
1	Línea telefónica	98,56	98,56
1	Medidor de Energía Eléctrica	120,00	120,00
1	Medidor de Agua	80,00	80,00
Total			

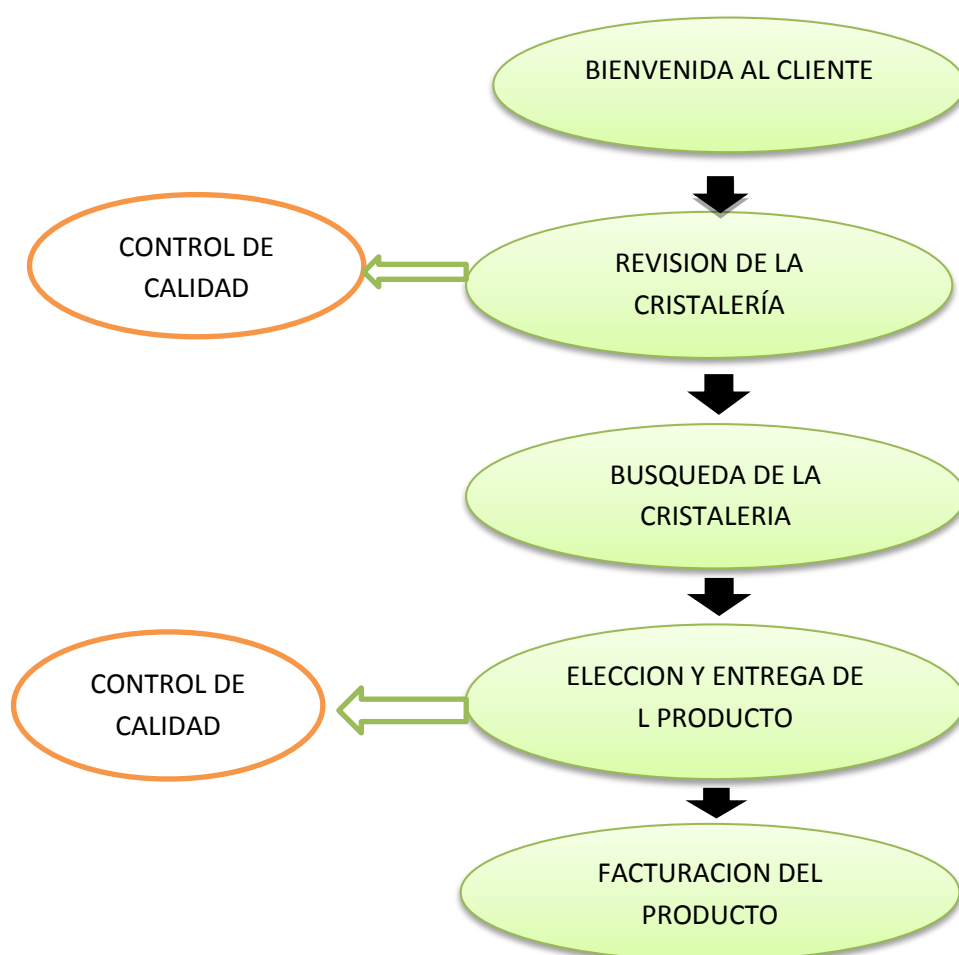
Fuente: El Autor

Elaboración: El Autor

CUADRO N°25. DESCRIPCION DEL PROCESO DE VENTA

DESCRIPCION	TIEMPO
Bienvenida del cliente	5 min.
Revisión de la cristalería	5 min
Búsqueda de la cristalería en el almacén	5 min.
Elección y entrega del producto	5 min.
Facturación del producto	5 min

GRÁFICO N°7. DIAGRAMA DE LA VENTA DE LA CRISTALERÍA



“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

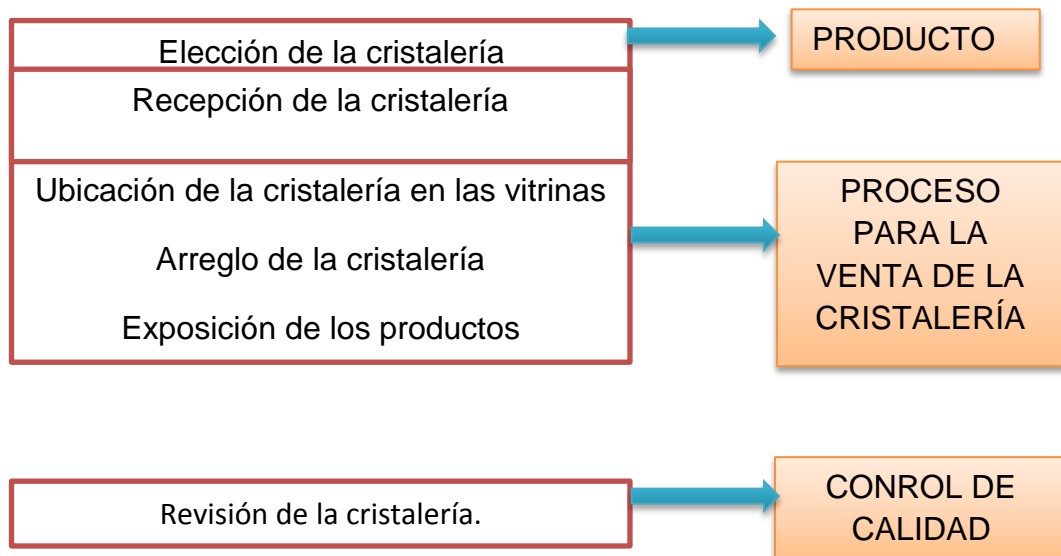
CUADRO N°26. DIAGRAMA DEL PROCESO DE RECORRIDO

FASE	OPER.	INSPECCIÓN	TRANSP	DEMORA	ALMACENAJE	FUNCIONES	DESCR. DEL PROC.	(M)	(MIN.)
1	●					A	Bienvenida del cliente	1	5
2				■		B	Revisión de la cristalería	1	5
3	●	■			▼	A	Búsqueda de la cristalería	3	5
4	●					B	Elección y entrega del producto	1	5
5	●	■				A	Facturación del producto	2	5

A= VENDEDOR

B= GERENTE

GRÁFICO N°8. GRAFICACIÓN DEL PROCESO DE VENTA



CUADRO N°27. HOJA DE RUTA DEL PROCESO DE VENTA

OPERACIÓN	DESCRIPCIÓN	HERRAMIENTAS	TIEMPO
1	Bienvenida del cliente	Folleto informativo de productos.	5 min.
2	Revisión de la cristalería	Área de almacenamiento	5 min
3	Búsqueda de la cristalería en almacén	Perchas, vitrinas	5 min.
4	Elección y entrega de los productos	Área de caja.	5 min.
5	Facturación del producto	Caja.	5 min.
TOTAL			25 min

ESTRUCTURA DE LA VENTA DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR.

TIPOS DE CRISTALERÍA

Para iniciar la venta de todo tipo de cristalería para el hogar en la ciudad de Loja tenemos que tener una gran variedad de productos de cristal para todos los lugares del hogar y por ende dar más elegancia, acogida y comodidad a los hogares de las familias de la ciudadanía lojana, a continuación se presenta algunos tipos de cristalería.

GRÁFICO N°9. CRISTALERÍA PARA COCINA



“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

GRÁFICO N°10.CRISTALERÍA PARA DORMITORIO.



GRÁFICO N°11.CRISTALERÍA PARA SALA.



ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.

Para decidir cómo será la figura con la cual funcionará el proyecto se debe hacer un estudio de qué tipo de asociación es la más conveniente desde el punto jurídico y comercial, por ejemplo no es igual una sociedad que una asociación y cada figura tiene efectos diferentes sobre la tributación.

La agrupación de personas con fines de adelantar labores mancomunados, ya sea con fines de lucro o no, se suelen denominar “sociedades”, y que una vez constituida legalmente forman una persona jurídica distinta de los socios individualmente considerados.

Estructura Empresarial

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

NIVELES JERÁRQUICOS DE AUTORIDAD.

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

Nivel Legislativo-Directivo

Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomaran el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido. Es el órgano máximo de dirección de la empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos. Para su actuación está representado por la Presidencia.

Nivel Ejecutivo

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

Nivel asesor

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

Nivel Operativo

Este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa. Es el ejecutor material de las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo. Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo, así como también las tareas de la venta, o todo lo relacionado con La comercialización o tareas de marketing.

Nivel Auxiliar

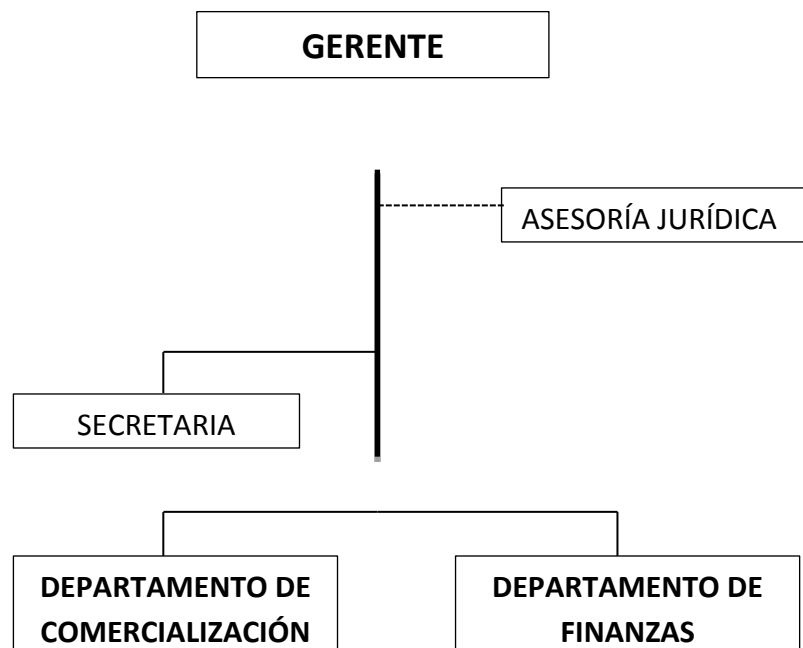
El nivel auxiliar ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidades y eficiencia.

Organigramas

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

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

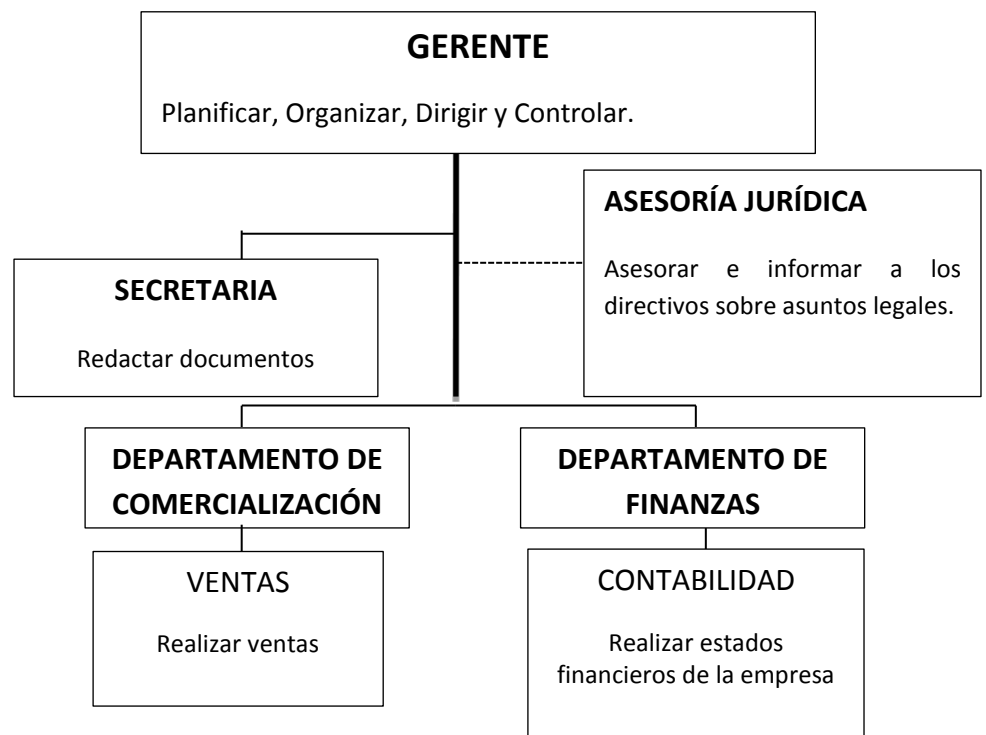
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA “MARITA CIA



“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

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

GRÁFICO N°15 ORGANIGRAMA FUNCIONAL “MARITA CIA. LTDA”



ELABORACIÓN: El autor

MANUAL DE FUNCIONES

El manual de funciones contiene las responsabilidades y obligaciones específicas de los diferentes puestos que integran la estructura organizacional, a través de la descripción de las funciones rutinarias de trabajo para cada uno de ellos.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

Se utiliza generalmente en aquellas empresas estructuradas de manera funcional, es decir que están divididas en sectores en donde se agrupan los especialistas que tienen entrenamiento e intereses similares, definiendo las características de cada puesto de trabajo, delimitando las áreas de autoridad y responsabilidad, esquematizando las relaciones entre cada función de la organización.

Contiene información sobre la estructura orgánica y funcional de una unidad administrativa; detalla las funciones que deben realizar las unidades administrativas, mismas que se derivan de un ordenamiento legal; deslinda responsabilidades, evita duplicidades y detecta omisiones en las tareas; es un instrumento flexible ya que lo expide el titular de cada dependencia y no tiene que ser publicado en el periódico oficial.

EMPRESA “CRISTALERÍA MARITA”

CÓDIGO: 001

TÍTULO DEL PUESTO: GERENTE

DEPARTAMENTO GERENCIA

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Planificar, organizar, dirigir y controlar todos los recursos y procesos de la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Diseñar planes estratégicos para el mejoramiento de la empresa
- Ejercer la representación legal de la empresa

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

- Contratar y seleccionar trabajadores
- Interceder por la buena marcha en contratos laborales entre empleados y empresa

DESTREZAS ESPECÍFICAS REQUERIDAS

- Asignar tareas a sus subordinados, teniendo en cuenta sus capacidades.
- Capacidad de toma de decisiones.
- Responsable de toda la empresa.

REQUISITOS MÍNIMOS

Educación: Título de Ingeniero comercial.

Experiencia: 3 años.

Otros conocimientos: Cursos de relaciones humanas, computación.

Aptitudes: Agilidad, capacidad de análisis de problemas y soluciones y fluidez verbal, capacidad de prevenir y adaptarse a varias situaciones.

Sexo: Masculino o Femenino

Edad: mínimo 28 años

Sueldo básico: \$300,00

EMPRESA “CRISTALERÍA MARITA”

CÓDIGO: 002

TÍTULO DEL PUESTO: SECRETARIA – CONTADORA

DEPARTAMENTO: CONTABILIDAD Y RECEPCIÓN

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Encargada de llevar la contabilidad de la empresa, redactar, programar reuniones, presentar visitas y mantener archivos de la Gerencia de Recursos Humanos de la organización.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Entregar cheques de los sueldos de los trabajadores
- Las aperturas de contabilidad.
- Estudios de estados financieros.
- Certificación de planillas para pago de impuestos.
- Aplicación de beneficios y reportes de dividendos.
- Elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones.

DESTREZAS ESPECÍFICAS REQUERIDAS

- Se requiere alto grado de responsabilidad individual en el manejo de documentos confidenciales.
- Destreza para la utilización de programas de computación.
- Es responsable por equipos a su cargo.

REQUISITOS MÍNIMOS:

Título: Ingeniería en Contabilidad y Auditoría.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

Experiencia: 2 años.

Otros conocimientos: Ley Tributaria, Contabilidad, Ley de Compañías

Aptitudes: Agilidad numérica; Agudeza visual.

Sexo: Femenino

Edad: mínimo 25 años

Sueldo básico: \$294,00

EMPRESA “CRISTALERÍA MARITA”

CÓDIGO: 003

TITULO DEL PUESTO: VENDEDOR

DEPARTAMENTO: VENTAS

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Responsable del asesoramiento al cliente, utilizando los medios y las técnicas a su alcance para conseguir que este cliente adquiera el servicio ofrecido.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Atender bien a sus clientes
- Argumentación y cierre de ventas.
- Preparación de ofertas y presupuestos

DESTREZAS ESPECÍFICAS REQUERIDAS

- Está obligado responder individualmente por su propio trabajo.
- Responde de las ventas de la empresa.

REQUISITOS MÍNIMOS

Educación: Bachiller en cualquier especialidad

Experiencia: 1 año en funciones similares

Aptitudes: Buena presencia, fluidez verbal.

Sexo: Masculino o Femenino.

Edad: mínimo 18 años

Sueldo básico: \$294,00

Estructura Legal

Una de las primeras cosas que deberá hacer quien decida afrontar una actividad empresarial es decidir cuál es la forma legal más adecuada para el desarrollo de la misma.

Desde luego, lo fundamental es la propia idea empresarial, la planificación del negocio, el estudio y análisis de los costes iniciales y de producción, pero la elección de la forma legal de la empresa marcará desde un principio una serie de situaciones, que hacen que sea importante acertar en el modelo elegido.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

Cuestiones como los límites de la responsabilidad, el compromiso de los bienes previos al inicio de la actividad, la fiscalidad del negocio, el cumplimiento del mayor o menor de los requisitos, la necesidad de financiación externa, etc. Son todos ellos factores que deben tener en cuenta a la hora de esa elección.

Base Legal

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

Acta constitutiva

Es el documento certificador de la conformación legal de la empresa, en él se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.

La razón social o denominación

Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley.

Domicilio

Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo el cliente u otra persona natural o jurídica.

Objeto de la sociedad

Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir, generar o comercializar bienes y servicios, ello debe estar

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.

Capital social

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

Tiempo de duración de la sociedad

Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.

Administradores

Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quién responda por las sanciones de la misma.

Base Legal

Uno de los aspectos más importantes dentro del estudio administrativo corresponde a la parte de cómo se compone legalmente la empresa, por lo que se ha creído conveniente constituir a la presente como empresa de Responsabilidad Limitada. La razón social de la empresa es “**MARITA**” Cía. Ltda.”. A continuación se describe la escritura de constitución:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

**ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA DE
RESPONSABILIDAD LIMITADA**

“MARITA” Cía. Ltda.

Señor Doctor

Suad Raquel Massur Villagrán

Superintendente de Compañías Regional Loja

En el Registro de Compañías a su cargo, sírvase iniciar el trámite respectivo en la que conste la constitución de una Compañía de Responsabilidad Limitada, al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA:

COMPARECIENTES:

Comparecen a suscribir esta escritura a, EDISON MANUEL CASTAÑEDA ARROBO, de nacionalidad ecuatoriana, quien, por su propio derecho, acuerde constituir una compañía de responsabilidad limitada, que se registrará por las disposiciones de la Ley de Compañías y de los presentes estatutos;

SEGUNDA:

ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA:

Art. 1.- DENOMINACIÓN: La compañía que se constituye mediante este contrato se denominará

“EMPRESA MARITA CIA. LTDA.”;

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

Art. 2.- OBJETO: “**MARITA CIA LTDA.**”, se dedicará ala venta de todo tipo de cristalería para el hogar en la ciudad de Loja, pudiendo además aportar capital para la formación de otras compañías;

Art. 3.- DOMICILIO: El domicilio principal de la compañía es en el cantón Loja de la provincia de Loja, República del Ecuador, pero podrá establecer sucursales en cualquier lugar del país, con previa autorización de la Junta General de Socios.

Art. 4.- PLAZO: El plazo por el cual se constituye la compañía es de diez (10) años que se contarán a partir de la fecha de inscripción del contrato en el Registro Mercantil y autorizados por la Superintendencia de Compañías, plazo que podrá ser ampliado o restringido procediendo en la forma que determina la Ley de Compañías y estos estatutos.

Art. 5.- CAPITAL: El capital de la compañía es de US\$ 9821 Dólares que estará representado por un crédito de \$10.000 en el Banco de Loja.

Art. 6.- DE LA JUNTA GENERAL: La Junta General de Socios es el organismo supremo de la compañía y se integrará por los socios de la misma en número suficiente para formar quórum, por lo que las decisiones que ella tome conforme la Ley y estos estatutos obliga que se haya o no contribuido con sus votos o hayan o no asistido a la sesión;

Art. 7.- SESIONES: Las sesiones de Junta General son ordinarias o extraordinarias, y en uno u otro caso se reunirán en el domicilio principal de la compañía previa convocatoria hecha en forma legal.- En el caso que

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

estuvieren juntos los socios que representen la totalidad del capital social podrán constituirse en Junta General, sin requerir convocatoria previa, siempre que así lo resolvieren por unanimidad y estuvieren de acuerdo en los asuntos a tratarse. Las Juntas Ordinarias se reunirán por lo menos una vez al año dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico; las extraordinarias cuantas veces fueren convocadas. En las Juntas Generales solo podrán tratarse los asuntos puntualizados en la convocatoria;

Art. 8.- CONVOCATORIA: Las Juntas Generales serán convocadas por el Presidente o el Gerente de la Compañía, por medio de la prensa, en uno de los periódicos de mayor circulación, en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación por lo menos al fijado para la reunión, o mediante comunicación por escrito a todos los socios con anticipación de por lo menos cuarenta y ocho horas al día fijado para la sesión. En todo lo relacionado al quórum y a las decisiones se estará a lo dispuesto a Ley de Compañías;

Art. 9.- CONCURRENCIA: A las sesiones de Junta General los socios podrán concurrir personalmente o por apoderado, que en caso de no serlo por escritura pública, requerirá el poder por escrito que tendrá el carácter de especial para cada sesión. Las sesiones serán presididas por el Presidente y a falta de éste por el socio designado en cada caso y actuará como Secretario el Gerente y en su falta el socio que la Junta elija. Todos los acuerdos de Junta general serán asentados en el correspondiente libro de actas y serán firmados por el Presidente y el Secretario de la Junta.

Art. 10.- ATRIBUCIONES DE LA JUNTA GENERAL: Son atribuciones de la Junta General las siguientes: a) Designar y remover Presidente, Gerente y Administradores de la compañía; b) Señalarles sus remuneraciones, c) Nombrar Fiscalizador de la compañía y determinar la forma en que organizará la fiscalización; d) Aprobar las cuentas y los balances que presenten los Administradores y Gerentes; e) Resolver el reparto de utilidades, la formación de los fondos de reserva generales y especiales, el aumento o reducción del capital y la reforma de los estatutos; f) Acordar la prórroga o reducción del plazo de la compañía o su liquidación anticipada; g) Consentir en la cesión de las partes sociales y en la admisión de nuevos socios; h) Acordar la exclusión del socio o de los socios de acuerdo a las causales establecidas por la Ley; i) Resolver sobre el establecimiento de Sucursales o Agencias; j) Resolver la venta o gravamen de los inmuebles de la compañía; k) Interpretar en forma obligatoria las disposiciones de estos estatutos

Art. 11.- ADMINISTRACIÓN: La administración de la compañía corresponde conjuntamente al Presidente y al Gerente, no siendo necesario ser socio de la compañía para poder ser elegido para estos cargos, y durarán dos años en el ejercicio de los mismos.

Art. 12.- DEL GERENTE: El Gerente es la máxima autoridad ejecutiva de la compañía y tendrá la representación legal, judicial y extrajudicial de la misma, correspondiéndole las siguientes atribuciones: a) Convocar e intervenir como Secretario en las sesiones de Junta General y suscribir con

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

el Presidente las actas correspondientes; b) Suscribir los certificados de aportaciones a cada ejercicio económico; c) Administrar y representar legalmente a la compañía y obligarla en toda clase de actos y contratos del giro ordinario de la compañía, necesitando autorización de la Junta General para vender o gravar los inmuebles de ella; d) Las demás establecidas en la Ley de Compañías. A falta de Gerente, éste será subrogado por el Presidente con todas sus atribuciones hasta que la Junta General resuelva lo conveniente;

Art. 13.- DEL PRESIDENTE: Le corresponde conjuntamente con el Gerente la administración de la compañía y deberán suscribir las actas de Junta General y los certificados de aportaciones;

Art. 14.- REEMPLAZO DE FUNCIONARIOS: Los funcionarios elegidos por los períodos señalados en estos estatutos continuarán en el desempeño de sus cargos hasta ser legalmente reemplazados aun cuando haya vencido el plazo para el cual fueron elegidos, salvo el caso de destitución;

Art. 15.- DISOLUCIÓN DE LA COMPAÑÍA: Las causas de disolución de la compañía serán las determinadas por la Ley, y para su liquidación actuará como liquidador el Gerente con las atribuciones determinadas por la Ley;

Art. 16.- FONDO DE RESERVA: La compañía formará un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, para lo cual se destinará de las utilidades líquidas de cada año cuando menos el cinco por ciento;

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

Art. 17.- AUMENTO DE CAPITAL: De acordarse el aumento de capital social los socios constituyentes tendrán preferencia para suscribirlo en proporción a su participación, igual preferencia tendrá la adquisición de las aportaciones del socio o socios que deseen transferirlas;

Art. 18.- FISCALIZACIÓN: Anualmente, la Junta General designará un Fiscalizador, que podrá ser socio o no, con derecho ilimitado de inspección y vigilancia sobre todas las operaciones sociales;

Art. 19.- REPRESENTACIÓN LEGAL DE LA COMPAÑÍA: De conformidad con lo establecido en el Artículo decimocuarto de estos estatutos, la representación legal de la Compañía corresponde al Gerente, en este al Sr. Edison Castañeda Arrobo quien manifiesta aceptar su cargo, quedando expresamente facultados para obtener la aprobación legal de la Compañía y su respectiva inscripción.

6.3. ESTUDIO FINANCIERO

La última etapa del análisis de la viabilidad financiera de un proyecto es el estudio financiero. En esta etapa se ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.

La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que pueden deducirse de los estudios previos. Sin embargo, y debido a que no se ha proporcionado toda la información necesaria para la evaluación, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero.

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

Esta parte del estudio se refiere a las erogaciones que ocurren o se presentan en la fase pre operativa y operativa en la vida de un proyecto y representan desembolsos de efectivo para adquisición de activos como son: edificios máquinas, terrenos, para gastos de constitución y para capital de trabajo, etc. Gran parte de estas inversiones deben realizarse antes de la fase de operación del proyecto, puede darse de que aun en esta fase sea necesario el realizar inversiones ya sea para renovar activos desgastados o por que sea necesario incrementar la capacidad de producción o venta.

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS.- Representan las inversiones que se realizan en bienes tangibles y que se utilizaran en el proceso productivo o son el complemento necesario para la operación normal de la empresa.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

Entre esta clase de activos tenemos: adecuación de la planta, equipamiento de la planta, infraestructura entre otros.

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

Cuadro No 28 ACTIVOS FIJOS

RUBRO	
EQUIPAMIENTO	2.400,00
EQUIPO DE OFICINA	210,00
EQUIPO DE CÓMPUTO	850,00
MUEBLES Y ENSERES	696,00
READECUACIONES	3.898,56
TOTAL ACTIVOS FIJOS	8.054,56

Fuente: Investigación

Elaboración: El Autor

ACTIVOS DIFERIDOS

Son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, constituyen inversiones intangibles susceptibles de amortizar y, al igual que la depreciación afectarán al flujo de caja indirectamente por la vía de una disminución en la renta imponible, y por lo tanto de los impuestos pagaderos. Los principales ítems que configuran esta inversión son los gastos de organización, las patentes y licencias, los gastos de puesta en marcha, capacitación, los imprevistos, los intereses y cargos financieros pre-operativos, etc.

Cuadro No 29 Presupuesto de Activos Diferidos

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Estudio Preliminar	2.500,00	2.500,00
1	Constitución de la empresa	400,00	400,00
1	Permiso de Funcionamiento	600,00	600,00
	TOTAL		3.500,00

Fuente: Investigación

Elaboración: El Autor

CAPITAL DE TRABAJO.

Corresponde a las inversiones que la empresa debe realizar para atender los requerimientos de operación entre los que tenemos: materia prima directa, mano de obra directa, materiales indirectos, materiales de aseo, servicios básicos, gastos administrativos, gastos de publicidad, mantenimiento e imprevistos.

Estos gastos deben realizarse al inicio de operaciones y están calculados para el primer ciclo de actividades.

COSTO PRIMO

MATERIA PRIMA DIRECTA

Son todos los materiales sujetos a la venta, que se pueden identificar o cuantificar plenamente.

CUADRO N° 30

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO PROMEDIO	VALOR TOTAL
5132	Cristalería para dormitorio	4,00	20.528,00
7912	Cristalería para sala	5,00	39.560,00
4277	Cristalería para cocina	2,50	10.692,50
4063	otros cristales	2,00	8.126,00
TOTAL			78.906,50

Fuente: Investigación

Elaboración: El autor

MANO DE OBRA DIRECTA

Son las personas que intervienen directamente en el proceso de venta, en este caso tres vendedores con un salario de \$294.

Cuadro No 31

RUBROS/CARGO	VENDEDOR
Salario	294
Décimo tercer sueldo 1/12	24,5
Décimo cuarto sueldo SBA/12	24,5
Vacaciones 1/24	12,25
Aporte patronal 11,15%	32,781
Aporte IECE 0,50%	1,47
Aporte SECAP 0,50%	1,47
Fondos de reserva 1/12	24,5
COSTO REAL DEL TRABAJO	415,471
Nº de Empleados	3
Total Mensual	1246,41
Total Anual	14956,92

Fuente: MRL – IESS
Elaboración: el autor

GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN

MATERIAL INDIRECTO

Son todos los materiales que intervienen en la fabricación del producto o forman parte de él y que no pueden medirse con exactitud cuánto corresponde a cada unidad de producto terminado.

Cuadro No 32 MATERIAPRIMA INDIRECTA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
20000	Fundas de empaque	0,08	1600
15000	Embalaje	0,05	750
Total Anual			2350

Fuente: supermercados de la localidad
Elaboración: el autor

ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA

En toda empresa es necesaria la utilización de materiales de aseo y limpieza que ayuden a mantener en buen estado las instalaciones tanto en el área administrativa como en el área de producción. Éste presupuesto se considera para ambas áreas, es decir para toda la planta.

PRESUPUESTO DE ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA

CUADRO N°33

DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. MENSUAL	V. ANUAL
Trapeadores	2	2,50	5,00	60,00
Desinfectante	2/mes	6,00	12,00	144,00
Detergente	2/mes	5,00	10,00	120,00
Tacho de Basura	1	5,00	5,00	60,00
Escobas	2	2,00	4,00	48,00
TOTAL			36,00	432,00

ENERGÍA ELÉCTRICA Y AGUA POTABLE

Son los costos por servicio de energía eléctrica y agua potable, elementos indispensables en el proceso de producción.

PRESUPUESTO DE ENERGÍA ELÉCTRICA Y AGUA POTABLE

CUADRO N°34

DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. MENSUAL	V. ANUAL
Energía Eléctrica	150 Kw/h	0,18	27,00	324,00
Agua	1m/día	0,17	5,10	61,20
TOTAL			23,10	385,20

Fuente: EERSA, Municipio.

Elaborado: El Autor

COSTOS DE OPERACIÓN

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Incluyen los gastos necesarios e indispensables para las actividades administrativas, tales como sueldos del personal administrativo.

Cuadro No 35

RUBROS/CARGO	GERENTE	SECRETARIA/ CONTADORA
Salario	450,00	294
Décimo tercer sueldo 1/12	37,50	24,50
Décimo cuarto sueldo SBA/12	37,50	24,50
Vacaciones 1/24	18,75	12,25
Aporte patronal 11,15%	50,18	32,78
Aporte IECE 0,50%	2,25	1,47
Aporte SECAP 0,50%	2,25	1,47
Fondos de reserva 1/12	37,50	24,50
COSTO REAL DEL TRABAJO	635,93	415,47
Nº de Empleados	1	1
Total Mensual	635,93	415,47
Total Anual	7.631,10	4.985,65

Fuente: La investigación

Elaboración: el autor

ÚTILES DE OFICINA

Son aquellos útiles que nos servirán para el óptimo desarrollo de la empresa

Cuadro No 36

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL
RESMAS DE PAPEL BOND	0,5	4	2	24
ESFEROS	2	0,25	0,5	6
GRAPAS	100	0,02	1,5	18
CINTA	2	0,25	0,5	6
BLOCK DE FACTURAS	1	5	5	60
CORRECTOR	2	0,5	1	12
GOMA	2	0,7	1,4	16,8
TOTAL			11,9	142,8

Fuente: La investigación

Elaboración: el autor

MANTENIMIENTO

El mantenimiento del activo será del 5% del valor del mismo

Cuadro No 37

DETALLE	VALOR	MANTENIM.	VALOR TOTAL
EQUIPAMIENTO	2.400,00	5%	120,00
EQUIPO DE OFICINA	210,00	5%	10,50
EQUIPO DE CÓMPUTO	850,00	5%	42,50
MUEBLES Y ENSERES	696,00	5%	34,80
READECUACIONES	3.898,56	5%	194,93
TOTAL			402,73

Fuente: La investigación

Elaboración: el autor

PUBLICIDAD

Cuadro No 38

Medio de comunicación	Detalle	Total
Ecotel TV	Spot publicitario de 30 segundos	270
UV televisión	Spot publicitario de 30 segundos	230
Radio Boquerón	22 cuñas mensuales	95
hojas volantes	1000 Hojas	50
Total		645

Fuente: La investigación

Elaboración: el autor

RESUMEN DE ACTIVOS CORRIENTES

Cuadro No 39

DETALLE	VALOR ANUAL
COSTO PRIMO	
Materia Prima Directa	78.906,50
Mano de Obra Directa	14.956,92
GASTOS GENERALES DE FABRICACION	
Materiales Indirectos	2.350,00
Energía y Agua Potable	385,20
Útiles de Aseo y Limpieza	432,00
COSTOS DE OPERACIÓN	
Útiles de Oficina	148,80
Sueldos y Salarios	12.616,75
Publicidad	645,00
Gastos de Mantenimiento	402,73
TOTAL	110.843,90

Fuente: La investigación

Elaboración: el autor

TOTAL PLAN DE INVERSIÓN

Cuadro No 40

ACTIVOS FIJOS	8.054,56
ACTIVOS DIFERIDOS	3.500,00
ACTIVOS CORRIENTES	110.843,90
INVERSION TOTAL	122.398,46

Fuente: La investigación

Elaboración: el autor

DEPRECIACIONES

Comprende los bienes de larga duración, que sufren un desgaste a lo largo de la vida útil. Para el cálculo de las depreciaciones se utiliza el método de la línea recta en función de los años de vida útil de los activos fijos, tomando en referencia lo establecido para el efecto.

Cuadro No 41

ACTIVO	VALOR	DEPREC.	DEPREC. ANUAL
EQUIPAMIENTO	2400	10%	240,00
EQUIPO DE OFICINA	210	10%	21,00
EQUIPO DE CÓMPUTO	850	33,33%	283,31
MUEBLES Y ENSERES	696	10%	69,60
READECUACIONES	3898,56	5%	194,93
TOTAL DEPRECIACIÓN			808,83

Fuente: La investigación

Elaboración: el autor

FINANCIAMIENTO

Entre las fuentes de financiamiento que se pueden utilizar para financiar un proyecto, pueden ser:

Fuentes Internas

Es el uso de recursos propios o autogenerados, así tenemos: el aporte de socios, utilidades no distribuidas, incorporar a nuevos socios, etc.

Fuentes Externas

Es el uso de recursos de terceros, es decir endeudamiento, así tenemos: préstamo bancario, crédito con proveedores, leasing, prestamistas, etc.

Objetivo: Identificar las fuentes de recursos financieros necesarios para la ejecución y operación del proyecto, y asegurar los mecanismos a través de los cuales fluirán esos recursos hacia los usos específicos.

CUADRO N° 42

DENOMINACIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Capital Propio	22.398,46	18%
Capital Externo	100.000,00	82%
Total	122.398,46	100%

Fuente: La investigación

Elaboración: el autor

AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA:

Se obtiene el crédito en el Banco Nacional de Fomento; el mismo que facilita créditos a una tasa de interés del 10%; con pagos semestrales

Cuadro No 43

semestre	Saldo inicial	pago programado	Capital	Interés	saldo final
1	100.000,00	12.950,46	7.950,46	5.000,00	92.049,54
2	92.049,54	12.950,46	8.347,98	4.602,48	83.701,56
3	83.701,56	12.950,46	8.765,38	4.185,08	74.936,18
4	74.936,18	12.950,46	9.203,65	3.746,81	65.732,53
5	65.732,53	12.950,46	9.663,83	3.286,63	56.068,70
6	56.068,70	12.950,46	10.147,02	2.803,41	45.921,68
7	45.921,68	12.950,46	10.654,37	2.296,08	35.267,31
8	35.267,31	12.950,46	11.187,09	1.763,37	24.080,21
9	24.080,21	12.950,46	11.746,45	1.204,01	12.333,77
10	12.333,77	12.950,46	11.717,08	616,69	-

Fuente: La investigación

Elaboración: el autor

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

Es la devolución de los recursos utilizados para la constitución empresarial, el mismo que será prorrateado durante el ciclo de vida del proyecto; es decir 5 años.

Cuadro No 44

AÑOS	ACTIVOS DIFERIDOS	AMORTIZACIÓN	SALDO
1	3500	700	2800
2	2800	700	2100
3	2100	700	1400
4	1400	700	700
5	700	700	0

Fuente: La investigación

Elaboración: el autor

ANÁLISIS DE COSTOS.

Es el conjunto de pagos, obligaciones contraídas, consumos, depreciaciones, amortizaciones y aplicaciones atribuibles a un periodo determinado, relacionado con las funciones de producción, distribución, administración y financiamiento. Para los cálculos correspondientes se tomara en cuenta los valores calculados en el capital de trabajo a los que se sumarán lo que corresponde a gastos financieros y otros gastos.

GASTOS DE OPERACIÓN

Gastos Administrativos

Son todos los gastos relacionados con la administración de la empresa, por ejemplo la planilla de empleados que corresponda, gastos de energía eléctrica, gastos telefónicos y otros insumos de administración.

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS PARA EL PRIMER AÑO

**Cuadro No 45
COSTOS PRIMER AÑO**

DESCRIPCIÓN	C. TOTAL MENSUAL	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
COSTO DE PRODUCCIÓN			
Costo Primo	93.863,42		
Materia Prima Directa	78.906,50		78.906,50
Mano de Obra Directa	14.956,92	14.956,92	
Gastos de Fabricación	3.561,56		
Materiales Indirectos	2.350,00	2.350,00	
Gastos de Mantenimiento	402,73	402,73	
Depreciaciones	808,83	808,83	
SUBTOTAL	97.424,98		
COSTO DE OPERACIÓN			
Gastos Administrativos	18.376,70		
Energía y Agua Potable	385,20	385,20	
Sueldos y Salarios	12.616,70	12.616,70	
Telecomunicaciones	1.440,00	1.440,00	
Arriendo	3.360,00	3.360,00	
Útiles de Aseo y Limpieza	432,00	432,00	
Útiles de Oficina	142,80	142,80	
Otros Gastos			
Amortización de Activos Dif.	700,00	700,00	
Gastos de Ventas			
Publicidad	645,00	645,00	
Gastos Financieros			
Devolución del capital e intereses	25.900,92	25.900,92	
SUBTOTAL	45.622,62		
COSTO TOTAL	143.047,60	64.141,10	78.906,50

Fuente: La investigación

Elaboración: el autor

PRESUPUESTO DE INGRESOS

Costo Unitario del Producto

Para calcular el costo unitario del producto, se establece la relación entre el costo total y el número de libras de almidón a producir por la empresa, para lo cual se aplica la siguiente fórmula:

Costo Unitario = Costo producción/N° de unidades producidas

Cuadro No 46

AÑOS	COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	N° DE UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO UNITARIO
1	143.047,60	21.384,00	6,69
2	147.811,09	26.136,00	5,66
3	152.733,20	30.888,00	4,94
4	157.819,21	35.640,00	4,43
5	163.074,59	35.640,00	4,58

Fuente: La investigación

Elaboración: El autor

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

Para establecer el precio de venta se debe considerar como base el costo unitario de producción, sobre el cual le agregamos un margen de utilidad, en este caso existe variación en el precio de venta al público, debido a la elevada inflación por la que atraviesa el país, es por ello que el producto no tiene el mismo precio para todos los años de vida útil del proyecto, para determinar este cálculo se utiliza la siguiente fórmula: para el primer año de acuerdo al estudio de mercado se empezará trabajando con un 20% de margen de utilidad.

PVP=CUP+MU

Cuadro No 47

Año	costo	Margen utilidad	Precio
1	6,69	15%	7,69
2	5,66	39%	7,86
3	4,94	63%	8,06
4	4,43	75%	7,75
5	4,58	76%	8,05

Fuente: La investigación

Elaboración: el autor

INGRESO POR VENTA

Para este cálculo se multiplicó el precio de venta al público por el número de unidades producidas para cada año de vida útil del proyecto.

Cuadro No 48 Ingresos por venta

Año	Precio	Unidades	Ingresos
1	8,00	21384	171.072,00
2	8,00	26136	209.088,00
3	8,00	30888	247.104,00
4	8,00	35640	285.120,00
5	8,00	35640	285.120,00

Fuente: La investigación

Elaboración: el autor

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es el estado de resultado o estado de pérdidas y ganancias muestra los ingresos y gastos, así como la utilidad o pérdida resultante de las operaciones de la empresa durante un periodo determinado.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA
DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

Cuadro No 49

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. Ingresos					
Ventas	171.072,00	209.088,00	247.104,00	285.120,00	285.120,00
Valor residual					4.576,92
Total de Ingresos	171.072,00	209.088,00	247.104,00	285.120,00	289.696,92
2. Egresos					
Total Costos de Fabricación	97.424,98	118.761,56	141.667,79	165.733,98	171.224,99
Costos de Operación	45.622,62	46.279,35	46.957,95	47.659,15	49.246,20
Reinversion			940,00		
Total Egresos	143.047,60	165.040,92	189.565,74	213.393,14	220.471,20
(1-2) utilidad bruta en ventas	28.024,40	44.047,08	57.538,26	71.726,86	69.225,72
(-) 15% para Trabajadores	4.203,66	6.607,06	8.630,74	10.759,03	10.383,86
(=) Utilidad antes de impuestos	23.820,74	37.440,02	48.907,52	60.967,83	58.841,87
(-25%) Impuesto a la Renta	5.955,18	9.360,01	12.226,88	15.241,96	14.710,47
(=) Utilidad antes de Reserva Legal	17.865,55	28.080,02	36.680,64	45.725,87	44.131,40
(-) 10% de Reservas	1.786,56	2.808,00	3.668,06	4.572,59	4.413,14
(=) Utilidad Líquida	16.079,00	25.272,01	33.012,58	41.153,29	39.718,26

Fuente: La investigación

Elaboración: el autor

PRESUPUESTOS PROFORMADOS

En la fase de operación de un proyecto es importante estimar los ingresos y egresos que se puedan ocasionar a fin de contar con cierta información que permita tomar decisiones adecuadas. En este proyecto se considera el incremento de costos en los precios de adquisición del 3,33% así como el incremento en los costos variables de acuerdo al volumen de producción

CLASIFICACIÓN DE COSTOS

Los costos se distribuyen en costos fijos y variables, de acuerdo con la relación que tienen con la capacidad productiva de la empresa.

Costos Fijos

Está representado por los gastos en los cuales incurre la empresa, independientemente si produce o no, entre los cuales se cuentan los gastos administrativos y otros que generalmente sirven para realizar las operaciones no productivas.

Costos Variables

Están representados por todos los componentes incluidos en el proceso de producción, están en relación directa con los niveles de producción de la empresa.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

DESCRIPCIÓN	AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	COSTO	FIJO	VARIABLE	COSTO	FIJO	VARIABLE	COSTO	FIJO	VARIABLE	COSTO	FIJO	VARIABLE
COSTO DE PRODUCCIÓN												
Costo Primo	115.108,34			137.663,59			161.593,39			166.974,45		
Materia Prima Directa	99.653,35		99.653,35	121.693,96		121.693,96	145.091,96		145.091,96	149.923,52		149.923,52
Mano de Obra Directa	15.454,99	15.454,99		15.969,64	15.969,64		16.501,43	16.501,43		17.050,92	17.050,92	
Gastos de Fabricación	3.653,22			4.004,19			4.140,60			4.250,55		
Materiales Indirectos	2.428,26		2.428,26	2.765,37		2.765,37	2.857,45		2.857,45	2.952,61		2.952,61
Gastos de Mantenimiento	416,14	416,14		430,00	430,00		444,32	444,32		459,11	459,11	
Depreciaciones	808,83	808,83		808,83	808,83		838,83	838,83		838,83	838,83	
SUBTOTAL	118.761,56			141.667,79			165.733,98			171.224,99		
COSTO DE OPERACIÓN												
Gastos Administrativos	18.988,64			19.620,97			20.274,34			20.949,48		
Energía y Agua Potable	398,03	398,03		411,28	411,28		424,98	424,98		439,13	439,13	
Sueldos y Salarios	13.036,84	13.036,84		13.470,96	13.470,96		13.919,55	13.919,55		14.383,07	14.383,07	
Telecomunicaciones	1.487,95	1.487,95		1.537,50	1.537,50		1.588,70	1.588,70		1.641,60	1.641,60	
Arriendo	3.471,89	3.471,89		3.587,50	3.587,50		3.706,97	3.706,97		3.830,41	3.830,41	
Útiles de Aseo y Limpieza	446,39	446,39		461,25	461,25		476,61	476,61		492,48	492,48	
Útiles de Oficina	147,56	147,56		152,47	152,47		157,55	157,55		162,79	162,79	
Otros Gastos		-		-	-		-	-		-	-	
Amortización de Activos Dif.	723,31	723,31		747,40	747,40		772,28	772,28		798,00	798,00	
Gastos de Ventas		-		-	-		-	-		-	-	
Publicidad	666,48	666,48		688,67	688,67		711,61	711,61		735,30	735,30	
Gastos Financieros		-		-	-		-	-		-	-	
Devolución del capital e intereses	25.900,92	25.900,92		25.900,92	25.900,92		25.900,92	25.900,92		25.900,92	25.900,92	
SUBTOTAL	46.279,35			46.957,95			47.659,15			48.383,70		
COSTO TOTAL	165.040,92	62.959,31	102.081,61	188.625,74	64.166,42	124.459,32	213.393,14	65.443,72	147.949,41	219.608,70	66.732,57	152.876,13

DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el punto de producción en el que los ingresos cubren solamente los egresos de la empresa y por tanto no existe ni utilidad ni pérdida, se lo puede calcular por medio de los siguientes métodos:

EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

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

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

En Función de la Capacidad Instalada

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

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

En Función de la Producción

Se basa en la determinación del número de unidades que la empresa debe producir para no tener pérdidas.

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

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

Pvu = Precio de Venta Unitario

Cvu = Costo Variable Unitario

$$CVu = \frac{CVT}{N^{\circ} \text{ Unidades Producidas}}$$

Representación Gráfica

Consiste en representar gráficamente las curvas de costos y de ingresos dentro de un plano cartesiano.

En el presente trabajo determinaremos el punto de equilibrio para el primer año en forma matemática y en forma gráfica.

CF = Costos Fijos	\$ 102.081,61
CV = Costos Variables	\$ 62.959,31
UC = Unidades comerciables	21384
CT = Costos Totales	\$ 165.040,92
VT = Ingresos Totales	\$ 171.072,00
PVP = Precio de Venta	\$8,00
MU = Margen de Utilidad	15%

1. Método Matemático.

PUNTO DE EQUILIBRO PARA EL PRIMER AÑO DE VIDA ÚTIL DEL PROYECTO

PE en función de la Capacidad Instalada.

Se basa en la capacidad de producción de la planta, determina el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la maquinaria para que su producción pueda cubrir los costos; se utiliza la siguiente fórmula.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$$

$$PE = \frac{102.081,61}{171.072,00 - 62.959,31} \times 100$$

$$PE = \frac{102.081,61}{108.112,69} \times 100$$

$$PE = 94,42\%$$

Punto de Equilibrio en función de los Ingresos (ventas)

Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que la actividad genera; se aplica la fórmula siguiente.

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$PE = \frac{102.081,61}{1 - \frac{62959,31}{171.072,00}}$$

$$PE = \frac{102.081,61}{1 - \frac{62959,31}{171.072,00}}$$

$$PE = \frac{102.081,61}{1 - 0,368}$$

$$PE = \frac{102.081,61}{1 - 0,368}$$

$$PE = 161.521,53$$

PE en función de las Unidades Producidas

Se basa en las unidades que la planta debe producir para cubrir sus costos; para su cálculo se utiliza la fórmula siguiente.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

$$\text{Costo Vu} = \frac{CV}{UP}$$

$$CVu = \frac{62959,31}{21384} \quad CVu = 2,94$$

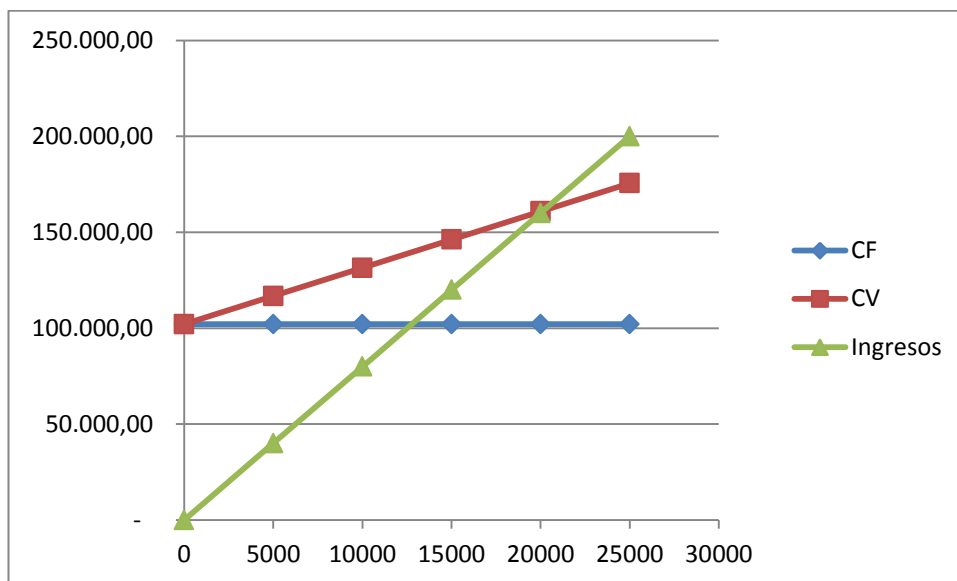
$$PE = \frac{CF}{PVu - CVu}$$

$$PE = \frac{102.081,61}{8 - 2,94}$$

$$PE = 20.174,00$$

2. Método Gráfico

PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO



7. DISCUSIÓN.

7.1. EVALUACIÓN FINANCIERA

Consiste en decidir si el proyecto es factible o no, combinando operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación. Lo cual se basa en la obtención de valores actuales de los ingresos y gastos para luego proyectarlos al futuro, fundamentalmente en los criterios más utilizados como son: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Análisis de Sensibilidad.

- Pasos a seguir en la evaluación

1. Definición de los Flujos de Fondos del Proyecto

- Los egresos e ingresos iniciales de fondos
- Los ingresos y egresos de operación
- El horizonte de vida útil del proyecto
- La tasa de descuento
- Los ingresos y egresos terminales del proyecto.

2. Resultado de la evaluación del proyecto de inversión en condiciones de certeza, el cual se mide a través de distintos criterios que, más que optativos, son complementarios entre sí. Los criterios que se aplican:

- El Valor Actual Neto (VAN)
- La Tasa Interna de Retorno (TIR)
- El Período de recuperación de la inversión (PR)

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

- La relación Beneficio / Costo (BC).
 - Análisis de sensibilidad
3. Análisis bajo condiciones de incertidumbre y/o riesgo del proyecto. A través del método de: Análisis de la sensibilidad,

Flujo de Caja

Representa la diferencia entre los ingresos y los egresos, los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activos. Para su cálculo no se incluyen como egresos las depreciaciones ni las amortizaciones. El flujo de caja para el proyecto se presenta en el cuadro siguiente.

La evaluación del proyecto se realiza sobre la base de la estimación del flujo de caja de los costos e ingresos generados por el proyecto durante su vida útil. Al proyectarlo, será necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente, con los efectos tributarios de la depreciación del activo nominal, valor residual, utilidades y pérdidas.

El flujo de caja típico de cualquier proyecto se compone de cinco elementos básicos: egresos e ingresos iniciales de fondos, ingresos y egresos de operación, horizonte de vida útil del proyecto, tasa de descuento e ingresos y egresos terminales del proyecto.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

Cuadro No 50

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. Ingresos						
Ventas	-	171.072,00	209.088,00	247.104,00	285.120,00	285.120,00
Valor residual						4.576,92
Total de Ingresos	-	171.072,00	209.088,00	247.104,00	285.120,00	289.696,92
2. Egresos						
Total Costos de Fabricación		97.424,98	118.761,56	141.667,79	165.733,98	171.224,99
Costos de Operación		45.622,62	46.279,35	46.957,95	47.659,15	49.246,20
Reinversion				940,00		
Inversion	122.398,46					
Total Egresos	122.398,46	143.047,60	165.040,92	189.565,74	213.393,14	220.471,20
utilidad bruta en ventas	- 122.398,46	28.024,40	44.047,08	57.538,26	71.726,86	69.225,72
(-) 15% para Trabajadores		4.203,66	6.607,06	8.630,74	10.759,03	10.383,86
(=) Utilidad antes de impuestos	- 122.398,46	23.820,74	37.440,02	48.907,52	60.967,83	58.841,87
(-25%) Impuesto a la Renta		5.955,18	9.360,01	12.226,88	15.241,96	14.710,47
(=) Utilidad antes Reserva Legal	- 122.398,46	17.865,55	28.080,02	36.680,64	45.725,87	44.131,40
(+) depreciaciones		808,83	808,83	808,83	838,83	838,83
(+) amortizacion act. Diferidos		700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
FLUJO DE CAJA TOTAL	- 122.398,46	19.374,38	29.588,85	38.189,47	47.264,70	45.670,23

Fuente: Investigación

Elaboración: el autor

La construcción del flujo de caja puede basarse en una estructura general que se aplica a cualquier finalidad del estudio de proyectos.

El resultado de la evaluación se mide a través de distintos criterios que, más que optativos, son complementarios entre sí. Los criterios que se aplican con mayor frecuencia son: el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Período de recuperación de la inversión (PR) y la razón Beneficio / Costo (BC).

EL VALOR ACTUAL NETO

El Valor Actual Neto (VAN) de una inversión se define como el valor actualizado de la corriente de los flujos de caja que la misma promete generar a lo largo de su vida.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

Una inversión es efectuarle cuando el $VAN > 0$, es decir, cuando la suma de todos los flujos de caja valorados en el año 0 supera la cuantía del desembolso inicial (si éste último se extendiera a lo largo de varios períodos habrá que calcular también su valor actual).

Por su parte, siguiendo este criterio, de entre diferentes inversiones alternativas son preferibles aquellas cuyo VAN sea más elevado, porque serán los proyectos que mayor riqueza proporcionen a los apostadores de capital y, por tanto, que mayor valor aportan a la empresa.

Para ver por qué, supongamos que un proyecto tiene un VAN igual a cero, ello querrá decir que el proyecto genera los suficientes flujos de caja como para pagar: los intereses de la financiación ajena empleada, los rendimientos esperados (dividendos y ganancias de capital) de la financiación propia y devolver el desembolso inicial de la inversión.

Por tanto, un VAN positivo implica que el proyecto de inversión produce un rendimiento superior al mínimo requerido y ese exceso irá a parar a los apostadores de la empresa, quiénes verán el crecimiento del capital exactamente en dicha cantidad. Es esta relación directa entre la riqueza de los accionistas y la definición del VAN es la que hace que este criterio sea tan importante a la hora de valorar un proyecto de inversión.

Para aplicar el factor de actualización se considera las tasas básicas de mercado sumando tasas de riesgo y tasas de oportunidad; siendo aproximadamente las siguientes:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

Tasa activa: 8,75%

Tasa de Riesgo: 3,25%

Tasa de Oportunidad: 12%

Fórmula

VAN = Σ Flujos Actualizados - Inversión.

Cuadro No 51

Años	Flujos	Factor actualización	Valor actualizado
-	-	1,0000	-
	122.398,46		122.398,46
1	19.374,38	1,1200	17.298,56
2	29.588,85	1,2544	23.588,05
3	38.189,47	1,4049	27.182,51
4	47.264,70	1,5735	30.037,57
5	45.670,23	1,7623	25.914,51
VALOR ACTUAL NETO			1.622,74

Fuente: Investigación

Elaboración: el autor

El Valor Actual Neto del proyecto, de los productos de cristalería para el hogar es de 1.622,74, valor positivo por lo tanto la decisión de invertir en el proyecto es conveniente, ya que los inversionistas tendrán beneficios al finalizar la vida útil del proyecto.

Tasa Interna de Retorno (TIR).

La tasa interna de rendimiento (TIR) es la tasa de descuento para la que un proyecto de inversión tendría un VAN igual a cero. La TIR es, pues, una medida de la rentabilidad relativa de una inversión.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

Por lo que se define la TIR con mayor propiedad que es la tasa de interés compuesto al que permanecen invertidas las cantidades no retiradas del proyecto de inversión.

Esta es la alternativa más utilizada después del VAN. Como se verá la tasa interna de rendimiento (TIR) tiene una relación íntima con el VAN. Esta técnica trata de expresar una sola tasa de rendimiento que resuma las bondades de la inversión. La palabra "interna" significa que dicha tasa será inherente a un solo proyecto, debido a que depende únicamente, al igual que el VAN, de los parámetros propios del proyecto de que se trate.

Como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como eficiencia lo siguiente:

Si la TIR es mayor que el costo de oportunidad o de capital, se acepta el proyecto.

Si la TIR es igual al costo de oportunidad o de capital, la realización de la inversión es criterio del inversionista.

Si la TIR es menor que el costo de oportunidad o de capital se rechaza el proyecto.

Fórmula

$$TIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN_{T_m}}{VAN_{T_m} - VAN_{T_M}} \right)$$

T_m = Tasa menor

Dt = Diferencia de tasas

VAN T_m = Valor actual de la tasa menor

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

VAN TM = Valor actual de la tasa mayor.

CUADRO N 52

Años	flujos	FACTOR ACTUALIZACION	VALOR ACTUALIZADO	FACTOR ACTUALIZACION	VALOR ACTUALIZADO
		13%		11%	
-	- 122.398,46	1,0000	- 122.398,46	1,0000	- 122.398,46
1	19.374,38	1,1300	17.145,47	1,1100	17.454,40
2	29.588,85	1,2769	23.172,41	1,2321	24.014,97
3	38.189,47	1,4429	26.467,22	1,3676	27.923,81
4	47.264,70	1,6305	28.988,33	1,5181	31.134,73
5	45.670,23	1,8424	24.787,97	1,6851	27.103,06
		VAN TM	- 1.837,06	VAN Tm	5.232,51

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

$$TIR = 11\% + (13\% - 11\%) \left(\frac{5232,51}{5232,51 - (-1837,06)} \right)$$

$$TIR = 12,46\%$$

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 inversiones. Por su facilidad de cálculo y aplicación 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. Consiste en medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo.

Cuadro No 53

años	flujos	factor Actualización		
-	- 122.398,46	1,0000	- 122.398,46	
1	19.374,38	1,1200	17.298,56	124.021
2	29.588,85	1,2544	23.588,05	
3	38.189,47	1,4049	27.182,51	
4	47.264,70	1,5735	30.037,57	
5	45.670,23	1,7623	25.914,51	

Fuente: Investigación

Elaboración: el autor

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

$$PRC = 4 + \left(\frac{122.398,46 - 98.106,69}{25914,51} \right)$$

PRC = 4,93

El capital se recupera en 4 años 11 meses

Relación Beneficio Costo

La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad. Toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto.

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

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

Si la relación ingreso sobre egreso es igual a uno el proyecto es indiferente.

Si la relación es mayor que uno el proyecto es rentable.

Si la inversión es menor que uno el proyecto no es rentable.

Fórmula:

$$RBC = \frac{\sum \text{INGRESOS.ACTUALIZADOS}}{\sum \text{COSTOS.ACTUALIZADOS}}$$

Cuadro No 54

	ingresos	COSTOS	FACTOR	INGRESOS	COSTOS
			ACTUALIZACION	ACTUALIZADOS	ACTUALIZADOS
1	171.072,00	143.047,60	1,1200	152.742,86	127.721,07
2	209.088,00	165.040,92	1,2544	166.683,67	131.569,61
3	247.104,00	188.625,74	1,4049	175.883,75	134.260,08
4	285.120,00	213.393,14	1,5735	181.198,91	135.615,20
5	285.120,00	219.608,70	1,7623	161.784,75	124.611,87
				838.293,94	653.777,82

Fuente: Investigación

Elaboración: el autor

$$RBC = \frac{\sum \text{INGRESOS.ACTUALIZADOS}}{\sum \text{COSTOS.ACTUALIZADOS}}$$

$$RBC = \frac{838.293,94}{653.777,82}$$

$$RBC = 1,28$$

Análisis de Sensibilidad

El aumento de costos y la disminución de ingresos provocan desajustes en la factibilidad de implementación de un negocio a futuro, el análisis de sensibilidad permite establecer la magnitud de los riesgos cuando estos se presentan.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

Según el análisis de sensibilidad, la aceptación de un proyecto se basa en:

- Coeficiente de sensibilidad $>$ a 1 el proyecto es sensible.
- Coeficiente de sensibilidad $=$ a 1 el proyecto no sufre ningún efecto.
- Coeficiente de sensibilidad $<$ a 1 el proyecto no es sensible.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

INCREMENTO DE COSTOS: 10%

	ingresos	COSTOS	COSTO INCREMENTADO	NUEVO FLUJO	ACTUALIZACION			
					11%	VAN	12%	VAN
1	171.072,00	143.047,60	157.352,36	13.719,64	1,1100	12.360,04	1,120	12.249,68
2	209.088,00	165.040,92	181.545,01	27.542,99	1,2321	22.354,51	1,254	21.957,11
3	247.104,00	188.625,74	207.488,31	39.615,69	1,3676	28.966,65	1,405	28.197,66
4	285.120,00	213.393,14	234.732,45	50.387,55	1,5181	33.191,84	1,574	32.022,20
5	285.120,00	219.608,70	241.569,56	43.550,44	1,6851	25.845,06	1,762	24.711,69
				INVERSIÓN		- 122.398,46		- 122.398,46
						319,64		- 3.260,13

$$NTIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN_{T_m}}{VAN_{T_m} - VAN_{T_M}} \right)$$

NUEVA TIR = 11,06%

TIR DEL PROYECTO: 12,46%

$$\text{variacion porcentual del TIR} = \frac{\text{TIR DEL PROYECTO} - \text{NUEVA TIR}}{\text{TIR DEL PROYECTO}} = 11,01\%$$

$$\text{SENSIBILIDAD} = \frac{\text{VARIACION PORCENTUAL}}{\text{NUEVA TIR}} = 0,9934$$

DECREMENTO DE INGRESOS 7,5%

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA"

	ingresos	COSTOS	INGRESO DECREMENTO	NUEVO FLUJO	ACTUALIZACION			
					11%	VAN	12%	VAN
1	171.072,00	143.047,60	158.241,60	15.194,00	1,1100	13.688,29	1,120	13.566,07
2	209.088,00	165.040,92	193.406,40	28.365,48	1,2321	23.022,06	1,254	22.612,79
3	247.104,00	188.625,74	228.571,20	39.945,46	1,3676	29.207,78	1,405	28.432,39
4	285.120,00	213.393,14	263.736,00	50.342,86	1,5181	33.162,40	1,574	31.993,80
5	285.120,00	219.608,70	263.736,00	44.127,30	1,6851	26.187,41	1,762	25.039,02
				INVERSION		- 122.398,46		- 122.398,46
						2.869,48		- 754,39

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

NUEVA TIR = 11,79%

TIR DEL PROYECTO: 12,46%

$$\text{variacion porcentual del TIR} = \frac{\text{TIR DEL PROYECTO} - \text{NUEVA TIR}}{\text{TIR DEL PROYECTO}} = 5,39\%$$

$$\text{SENSIBILIDAD} = \frac{\text{VARIACION PORCENTUAL}}{\text{NUEVA TIR}} = 0,4573$$

8. CONCLUSIONES

Después de realizar un detallado estudio de la factibilidad de implementar una empresa dedicada a la venta de todo tipo de cristalería para el hogar en la ciudad de Loja, estamos en capacidad de abordar lo siguiente:

- ✓ La segmentación del mercado en función de las familias de la ciudad de Loja, si es procedente, dado que la venta de cristalería para el hogar son compradas por todas las familias; sin embargo una segmentación efectuada en función a la posición socioeconómico de la gente si es relevante, pues permite conocer la capacidad de pago de cada segmento y las preferencias de consumo.
- ✓ En el estudio de mercado se determinó el siguiente comportamiento: demanda real de 37164.
- ✓ La capacidad instalada de la empresa será de 7200 productos de crista al año. La capacidad utilizada 47520 al año.
- ✓ La empresa estará ubicada en la ciudad de Loja, en las calles 18 de Noviembre entre Miguel Riofrío y Azuay.
- ✓ La inversión inicial requerida para la puesta en marcha del proyecto es de \$ 122398.46. Esta inversión se financiara con capital propio y con crédito en el Banco Nacional de Fomento.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

- ✓ Los ingresos por ventas para el primer año será de \$ 171.072,00 cuyos precios de venta por cada producto de cristal para el hogar serán: de 0.50 centavos americanos en adelante.

- ✓ La utilidad líquida a obtenerse en el primer año es de \$16.079,00.

- ✓ La evaluación financiera del proyecto proporcionó los siguientes resultados: VAN \$ 1622.74; TIR 12.46%, Relación beneficio costo \$1.28.

9. RECOMENDACIONES

Al finalizar el presente estudio de factibilidad nos permitimos sugerir lo siguiente:

- ✓ Se recomienda que los docentes de la Universidad Nacional de Loja de la carrera de Administración de Empresas dediquen e inviertan su tiempo en inculcar mejor y de manera más profunda sobre la factibilidad de implementar pequeños y medianos negocios en la ciudad de Loja, para aumenten el desarrollo empresarial y haya mayores fuentes de trabajo.
- ✓ De ponerse en ejecución este proyecto se deberá procurar, en base a las ventajas competitivas, que se maneje la fracción de mercado previsto y de ser posible incrementarla, con el afán de acrecentar los beneficios económicos.
- ✓ Se sugiere a los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas dedicar mayor tiempo e introducirse y empaparse de conocimientos referentes al emprendimiento de nuevos negocios en la ciudad, ya que en la actualidad debemos tomar en cuenta que el gobierno trabaja por medio de proyectos de cualquier índole.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

- ✓ Sugerimos a las autoridades encargadas realizar más seguido las simulaciones empresariales ya que son innovaciones, y experimentos de los estudiantes para emprender nuevos negocios.

- ✓ Finalmente le recomendamos a nuestro a las Autoridades locales para que apoyen y ayuden con el financiamiento para estas nuevas unidades productivas y de comercialización.

10. BIBLIOGRAFIA

- ❖ Dávila Carlos de Guevara "Teorías Organizacionales y Administración". Edit. McGraw-Hill. Colombia, 1994.
- ❖ Castro, Rodríguez Raúl, Mokate, Karen, Evaluación Económica y Social de Proyectos de Inversión, Bogotá, Colombia, 2006.
- ❖ PASACA MORA, Manuel Enrique. Manual para la elaboración de proyectos de graduación a nivel superior
- ❖ PASACA MORA, Manuel Enrique. Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Loja. Ecuador. 2004.
- ❖ MODULO X Elaboración y evaluación de proyectos.
- ❖ <http://www.inec.gov.ec>
- ❖ www.google.com
- ❖ www.gestiopolis.com
- ❖ www.monografias.com
- ❖ http://es.wikipedia.org/wiki/Historia_del_f%C3%lojal
- ❖ http://www.protocolo.org/social/en_la_mesa/la_cristaleria_tipos_de_copas_y_su_colocacion.html
- ❖ <http://www.ecuador.com/espanol/blog/provincia-de-tungurahua-de-ecuador-tierra-de-cuero-artes-y-artesantias>

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

- ❖ 14. <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/el-cuero-nacional-sale-y-la-produccion-baja-97674-97674.html>

- ❖ 15. <http://www.elmigrante.com.ec/articulo/turismo/lo-mejor-de-la-produccion-en-cuero-esta-en-cotacachi>

- ❖ 16. http://www.folkloretradiciones.com.ar/articulos/cuero_art_05.htm

11. ANEXOS.



Como estudiante de la Carrera de Administración de Empresas y con el compromiso de cumplir con los requerimientos académicos de mi tesis titulada “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERIA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA**” me dirijo a usted de la manera más respetuosa para solicitarle se digne responder las siguientes interrogantes, esperando su grata colaboración y desde ya anticipando mi agradecimiento.

ENCUESTA

1. ¿Cuál es su género?

Masculino Femenino

2. ¿Cuál es su edad?

15-25 () 26-35 () 36-46 ()
47-55 () 56-65 () 66 en adelante ()

3. ¿Usted trabaja?

SI NO

4. ¿De cuánto es su ingreso mensual?

50-150 () 151-250 () 251-350 ()
351-450 () 451-550 () 551 en adelante ()

5. ¿Cuál es su estado civil?

Soltero(a) Casado(a) Divorciado(a) Viudo(a)

Unión libre

6. ¿A usted le gusta la cristalería para el hogar?

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

SI

NO

7. ¿Usted compra cristalería para el hogar?

SI

NO

8. ¿Dónde adquiere cristalería para su hogar?

Micromercados

Almacenes

Fuera de la

ciudad

Otros.....

9. ¿Cada qué tiempo adquiere los productos de cristalería para su hogar?

Mensualmente Semestralmente Anualmente

Más tiempo

10. ¿Qué tipo de cristalería usted compra?

Cristalería para dormitorio Cristalería para cocina

Cristalería para baño Cristalería para sala

Cristalería para jardín

Otros.....

11. ¿Cuánto invierte en la compra de cristalería para el hogar?

\$ 10-40 \$ 41-70 \$ 71-100

\$ 100-150 \$ 151 en adelante

12. ¿Si se implementara una empresa dedicada a la venta de todo tipo de cristalería para el hogar en la ciudad de Loja usted compraría sus productos?

SI NO

13. ¿Con qué frecuencia compraría?

Mensualmente Semestralmente Anualmente

Más tiempo

14. ¿Qué tipo de cristalería compraría?

Cristalería para dormitorio Cristalería para cocina

Cristalería para baño Cristalería para sala

Cristalería para jardín

Otros.....

15. ¿Cuánto invertiría en la compra de cristalería para el hogar?

10-40 41-70 71-100

100-150 151 en adelante

16. ¿En qué medio de comunicación desearía que se den a conocer los productos de cristal para el hogar?

Hojas volantes Televisión Radio

Periódicos

Otros.....

17. ¿En qué lugar le gustaría que este ubicada la nueva empresa comercializadora de artículos de cristal en la ciudad de Loja?

Parte céntrica de Loja A las afueras de la ciudad

Otros.....

18. ¿Qué días de atención le gustaría que la nueva unidad comercializadora brinde?

Lunes-Viernes.

Lunes-Sábado.

Lunes-Domingo.

19. ¿Qué horarios de atención serian para usted convenientes que tuviera nuestra empresa?

7am-7pm

8am-8pm

9am-10pm

Otros.....

Gracias por su colaboración

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

DOCUMENTOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA

“CRISTALERIA MARITA” CIA. Ltda.

RUC DEL ESTABLECIMIENTO

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES

SRI
...le hace bien al país!

NUMERO RUC: 1104464399001

APELLIDOS Y NOMBRES: Edison Manuel Castañeda Arrobo

NOMBRE COMERCIAL:

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO

CALIFICACIÓN ARTESANAL: **NUMERO:**

FEC. NACIMIENTO: 02/01/1985 **FEC. ACTUALIZACIÓN:**

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 21/06/2010 **FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:** 21/06/2010

FEC. INSCRIPCIÓN: 21/06/2010 **FEC. REINICIO ACTIVIDADES:**

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

SERVICIOS PRESTADOS POR MUSICOS A TITULO INDIVIDUAL:

DOMICILIO TRIBUTARIO:
Provincia: LOJA Cantón: LOJA Parroquia: SUCRE Calle: COFANES Número: SN Intersección: PARAGUAY Referencia: A CINCO CUADRAS DE LA IGLESIA DEL BARRIO SAN PEDRO Teléfono: 072573024

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RSE)

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001 **ABIERTOS:** 1

JURISDICCIÓN: \ REGIONAL SUR LOJA **CERRADOS:** 0

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS


Usuario: APSE120606 Lugar de emisión: LOJA/BERNARDO Fecha y hora: 30/05/2011 16:06:13

Página 1 de 2

SRI.gov.ec

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”


PATENTE MUNICIPAL

 <p>ILUSTRE MUNICIPIO DE LOJA RUC: 1160000240001 DIRECCIÓN FINANCIERA DECLARACIÓN DEL IMPUESTO DEL 1.5 POR MIL SOBRES LOS ACTIVOS TOTALES Y PATENTES MUNICIPAL</p>	Especie Valorada USD. 0.50																																																												
	No 0117799																																																												
EJERCICIO ECONÓMICO DECLARADO DEL AÑO 2011																																																													
CONTRIBUYENTE O PROPIETARIO Edison Manuel Castañeda Arrobo	C.I. o RUC 1104464399																																																												
DIRECCIÓN DEL NEGOCIO Miguel Riofrio y 18 de Noviembre	(Colonias)																																																												
RESPONSABLE O REPRESENTANTE	Cédula Identidad 1104464399																																																												
ACTIVIDAD ECONÓMICA Venta de Cristaleria para el hogar.	Teléfono 543 - 024																																																												
DETERMINACION TRIBUTARIA																																																													
<table border="1"> <thead> <tr> <th>IMPUESTO 1.5 POR MIL SOLO OBLIGADOS A LLEVAR CONTABILIDAD</th> <th>IMPUESTO PATENTE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>TOTAL ACTIVOS \$</td> <td>TOTAL ACTIVOS \$</td> </tr> <tr> <td>MENOS PASIVO HASTA UN AÑO \$</td> <td>MENOS TOTAL PASIVO \$</td> </tr> <tr> <td>MENOS PASIVO CONTINGENTE \$</td> <td>PATRIMONIO</td> </tr> <tr> <td>BASE IMPONIBLE \$</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		IMPUESTO 1.5 POR MIL SOLO OBLIGADOS A LLEVAR CONTABILIDAD	IMPUESTO PATENTE	TOTAL ACTIVOS \$	TOTAL ACTIVOS \$	MENOS PASIVO HASTA UN AÑO \$	MENOS TOTAL PASIVO \$	MENOS PASIVO CONTINGENTE \$	PATRIMONIO	BASE IMPONIBLE \$																																																			
IMPUESTO 1.5 POR MIL SOLO OBLIGADOS A LLEVAR CONTABILIDAD	IMPUESTO PATENTE																																																												
TOTAL ACTIVOS \$	TOTAL ACTIVOS \$																																																												
MENOS PASIVO HASTA UN AÑO \$	MENOS TOTAL PASIVO \$																																																												
MENOS PASIVO CONTINGENTE \$	PATRIMONIO																																																												
BASE IMPONIBLE \$																																																													
ADJUNTAR OBLIGATORIAMENTE LA DECLARACIÓN DEL IMPUESTO A LA RENTA																																																													
REPARTO PROPORCIONAL DEL IMPUESTO 1.5 POR MIL SOBRE LOS ACTIVOS TOTALES (EN CASO DE SUCURSALES EN OTROS CANTONES)																																																													
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Cantón</th> <th>Ingresos Brutos Anuales</th> <th>%</th> <th>Base Imponible Porcentual</th> <th>Impuesto Causado para cada cantón</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr> <td>TOTALES</td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>		Cantón	Ingresos Brutos Anuales	%	Base Imponible Porcentual	Impuesto Causado para cada cantón																																																			TOTALES				
Cantón	Ingresos Brutos Anuales	%	Base Imponible Porcentual	Impuesto Causado para cada cantón																																																									
TOTALES																																																													
CON PLENO CONOCIMIENTO DE LAS PENAS POR OCULTAMIENTO O FALSEDAD, DECLARO QUE TODA LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN ESTE FORMULARIO ES VERDICA Y CORRECTA																																																													
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Nombres y Firma del Declarante</th> <th colspan="3">Datos años anteriores</th> </tr> <tr> <th>Patente</th> <th>Año</th> <th>\$</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>		Nombres y Firma del Declarante	Datos años anteriores			Patente	Año	\$																																																					
Nombres y Firma del Declarante	Datos años anteriores																																																												
	Patente	Año	\$																																																										
REVISADO POR:	FIRMA:																																																												
Fecha de Declaración																																																													
Emisión: 105001 - 125000 Fecha: Febrero/2011																																																													

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

APROBACIÓN DE LA COMPRA

COPIA
NOTARIA OCTAVA




REPUBLICA DEL ECUADOR
SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
ABSOLUCION DE DENOMINACIONES
OFICINA: QUITO

NÚMERO DE TRÁMITE: 7357202
TIPO DE TRÁMITE: CONSTITUCION
RESERVANTE: 1104131964 FEBRES EGUIGUREN JOSE PABLO
FECHA DE RESERVACIÓN: 14/04/2011

PRESENTE:


A FIN DE ATENDER SU PETICION, PREVIA REVISION DE NUESTROS ARCHIVOS LE INFORMO QUE SU CONSULTA PARA RESERVA DE NOMBRE DE COMPAÑIA HA TENIDO EL SIGUIENTE RESULTADO:

NOMBRE PROPUESTO: OPERADORA DE TURISMO JAIME AGUIRRE E HIJOS CIA. LTDA
RESULTADO: APROBADO
NÚMERO DE RESERVA: 7357202
ESTA RESERVA DE DENOMINACION SE ELIMINARA ÉL: 14/05/2011 17:28:08
PARTICULAR QUE COMUNICO A USTED PARA LOS FINES CONSIGUIENTES.


 SUPERINTENDENCIA
DE COMPAÑÍAS
INTENDENCIA DE LOJA

DRA. SUSANA CHISAGUANO
DELEGADA DEL SECRETARIO GENERAL

Para verificar la validez de la información contenida en este documento puede ingresar al sitio web de la Superintendencia de Compañías (www.supercias.gov.ec) y consultar los nombres que se encuentran aprobados.



“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE TODO TIPO DE CRISTALERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”

Se otorgó ante mí, en fe de ello, sello y firma, ésta primera copia, que la confiero en la ciudad de Loja, en la misma fecha de su celebración. Además certifico que las copias xérox que se adjuntan a la presente son auténticas y concuerdan con su original.

EL NOTARIO,



Dr. Eduardo Ortega Ordóñez
Dr. Eduardo Ortega Ordóñez
NOTARIO OCTAVO
DEL CANTON LOJA

RAZON: Siento razón al margen de la escritura de constitución de fecha veintiocho de abril del año dos mil once y en cumplimiento al contenido del Artículo Segundo de la Resolución Número SC.DIC.L.11.0108, firmada por la Doctora Cristina Guerrero Aguirre, Intendente de Compañías de Loja, de fecha 6 de mayo del año dos mil once. Loja, 19 de mayo del 2011.

EL NOTARIO,



Dr. Eduardo Ortega Ordóñez
Dr. Eduardo Ortega Ordóñez
NOTARIO OCTAVO
DEL CANTON LOJA



Edison Manuel Castañeda Arrobo. ÍNDICE DE CONTENIDOS

CONTENIDO	PAGINA
CERTIFICACIÓN	ii
AUDITORIA	iii
DEDICATORÍA	iv
AGRADECIMIENTO	v
APARTADOS	
1. TITULO	1
2. RESUMEN	2
3. INTRODUCCIÓN	6
4. REVISIN DE LITERATURA	9
4.1. Historia de la Cristalería.	9
4.2. Proyectos de inversión	13
5. MATERIALES Y METODOS	32
6. RESULTADOS	38
6.2. Estudio de Mercado	38
6.3. Estudio Técnico	57
6.4. Estudio Financiero	87
7. DISCUSIÓN	108
7.1. Evaluación Financiera	108
8. CONCLUSIONES	120
9. RECOMENDACIONES	122
10. BIBLIOGRAFÍA	124
11. ANEXOS	126
INDICE	135