

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

TÍTULO

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA DE ARTESANIAS DE Balsa Y SU COMERCIALIZACION
A LOS TURISTAS DE LA PROVINCIA DE PASTAZA”**

**TESIS PREVIA A LA
OBTENCIÓN DEL GRADO
DE INGENIERA COMERCIAL.**

AUTORA:

MARIA ESTHER ABRIL ABENDAÑO

DIRECTOR:

ING. GALO SALCEDO LÓPEZ

LOJA – ECUADOR

2015

CERTIFICACION

Ing. Galo Salcedo

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Que he revisado el presente trabajo de tesis titulado: "**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ARTESANIAS DE Balsa Y SU COMERCIALIZACION A LOS TURISTAS DE LA PROVINCIA DE PASTAZA**", realizado por la egresada **María Esther Abril Abendaño**, el mismo que cumple con todos los requisitos que determina el Reglamento para el Sistema de Graduación en la Universidad Nacional de Loja, por lo cual autorizo su presentación y defensa.

Loja, agosto del 2015



Ing. Galo Salcedo López

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, María Esther Abril Abendaño, declaro ser autora del trabajo y eximo expresarme a la Universidad Nacional de Loja y sus representantes de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.

Autora: María Esther Abril Abendaño

Firma:



Cedula: 110475285-0

Fecha: Loja, agosto de 2015

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

Yo, María Esther Abril Abendaño declaro ser autora de la tesis titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ARTESANIAS DE BALSA Y SU COMERCIALIZACION A LOS TURISTAS DE LA PROVINCIA DE PASTAZA”**, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 14 días del mes de agosto del 2015, firma la autora.

FIRMA:



AUTORA: María Esther Abril Abendaño

CÉDULA: 110475285-0

DIRECCIÓN: Puyo barrio el Recreo

CORREO ELECTRÓNICO: mabrilabendano@gmail.com

TELÉFONO: 0995594858

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Galo Salcedo López

TRIBUNAL DE GRADO: Dr. Luis Quizhpe Salinas

Mg. Carlos Rodríguez Armijos

Mg. Edison Espinoza Bailón

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja a la Modalidad de Estudios a Distancia, Carrera de Administración de Empresas por darme la oportunidad de formarme en sus aulas y al personal docente quienes de manera muy profesional impartieron sus conocimientos a lo largo de la carrera universitaria.

Así como también a mi familia quienes me apoyaron en todo momento, a los docentes de la carrera de Administración de Empresas, de manera especial al Ingeniero Galo Salcedo Director de mi tesis mi gratitud por su asesoramiento, experiencia y conocimientos para dirigir el presente trabajo.

AUTORA

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedico de manera especial a toda mi familia quienes fueron mi apoyo, de manera especial a mi Esposo e Hijos Valentina y Juanito que fueron mi inspiración y me dieron la fortaleza de seguir adelante. A mi familia mi madre y hermanos quienes estuvieron presentes en todo momento y para mis queridos sobrinitos.

María Esther Abril Abendaño

a. TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ARTESANIAS DE BALSA Y SU COMERCIALIZACION A LOS TURISTAS DE LA PROVINCIA DE PASTAZA”

b. RESUMEN

El objetivo principal de este estudio es elaborar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de artesanías de balsa y su comercialización a los turistas de la provincia de Pastaza. Para ello fue necesario recurrir a diferentes métodos como: el método Inductivo; se lo utilizo para en base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado inferirlos a la población en estudio en este caso a los turistas y habitantes de la ciudad de Puyo, Método Deductivo; se lo utilizó en el estudio de mercado para analizar los gustos y preferencias de los turistas y habitantes de la ciudad de Puyo, Método Descriptivo; este método permitió conocer las características, gustos y preferencias de los demandantes, así la producción y puesta en marcha de la empresa, Método Analítico; este método se lo utilizo para analizar la información obtenida en la investigación de campo y luego relacionarla con la realidad del fenómeno de investigación, con el objeto de sintetizarla y usarla para los estudios de mercado, técnico, administrativo y financiero del proyecto, estableciendo las conclusiones y recomendaciones. También se recurrió al uso de técnicas como: la Bibliográfica; sirvió para la recolección de información de fuentes secundarias, Observación; esta técnica permitió realizar el análisis acerca de las diferentes necesidades en la ciudad y encuestas. También está el análisis de las encuestas aplicadas a los demandantes y oferentes con sus respectivos cuadros y gráficos estadísticos. En la discusión constan los datos que determinan el plan de inversión misma que se describen a continuación:

En el estudio de mercado se obtuvo una demanda efectiva de 6381 llaveros, 5282 servilleteros y 3447 adornos decorativos; con una oferta de 1380 llaveros, 720 servilleteros y 2400 adornos; cuya diferencia es de 5001 llaveros, 4562 servilleteros y 1047 adornos que es la demanda insatisfecha.

En el estudio técnico esta la capacidad instalada de 4752 llaveros, 3696 servilleteros y 792 adornos; la capacidad utilizada para el primer año es de 4039 llaveros, 3142 servilleteros y 673 adornos decorativos.

La inversión del proyecto es de 31839.37 dólares y está financiado por mi persona, y estará destinado para la adquisición de activos fijos.

El presupuesto de costos para el primer año es de 42800.13 dólares para producir 7854 artesanías en donde se producirá 4039 llaveros, 3142 servilleteros y 673 adornos; el precio unitario de los llaveros son de 3.46 más el 50% de margen de utilidad da un valor total de 5.19 dólares, el costo de los servilleteros son de 4.54 + 50% MU es de 6.81 y finalmente lo adornos 21.64 + 50% MU da el PVP de 32.46 dólares.

La empresa en su primer año obtendrá un ingreso por ventas de 38436.26 dólares por ventas, contando que el punto de equilibrio es de 59.86% de su capacidad instalada, lo que significa que en el primer año la empresa no pierde ni gana.

Mediante la evaluación financiera se determinó que el proyecto es factible por los siguientes indicadores financieros encontrados:

El VAN del proyecto es 40444.31 positivo y mayor que uno por ello si es factible el proyecto.

La Tasa Interna de Retorno del proyecto es de 29.97% y mayor que el costo del capital por lo que el proyecto es aceptable.

Por cada dólar invertido en la ejecución del proyecto se tendrá un beneficio de 0.64 centavos de dólar, lo que significa la conveniencia de realizar el proyecto.

La inversión se recuperará en 4 años, 5 meses y 19 días.

El análisis de sensibilidad del proyecto es de 0.99, lo que indica que el proyecto soporta el 47.34379% del aumento en los costos, y el 29.16961% en la disminución de los ingresos.

En conclusión es recomendable implementar este proyecto, ya que contribuirá con el desarrollo empresarial de la ciudad de Puyo, por ende brindara fuentes de trabajo para sus habitantes.

ABSTRACT

The main objective of this study is to draft a feasibility for the creation of a producer of balsa and marketing handicrafts to tourists from the province of Pastaza. For this purpose it was necessary to resort to different methods such as: the inductive method; I use it on the basis of the results of the market study infer them to the population under study in this case tourists and inhabitants of the city of Puyo, deductive method; I use it in the market study to analyze the tastes and preferences of tourists and inhabitants of the city of Puyo, descriptive method; This method allowed to know the characteristics, tastes and preferences of the applicants, thus the production and implementation of the company, analytical method; I use this method is to analyse information obtained from field research and then relate it to the reality of the phenomenon of research, in order to synthesize it and use it for studies of market, technical, administrative and financial project, establishing the conclusions and recommendations. Also resorted to the use of techniques such as: the citation; It served for the collection of information from secondary sources, observation; This technique allowed the analysis about the different needs in the city and surveys. There is also the analysis of the surveys applied to claimants and employers with their respective tables and statistical graphics. The discussion you will find data that determine the investment plan in which are described below:

In the study of effective market demand keychains 6381, 5282 and 3447 decorative ornaments napkin was obtained; whose difference is 5001 keychains napkin rings 4562 and 1047 ornaments is unmed demand.

The technical study this installed capacity of 4752 keychains, napkin rings and 792 ornaments 3696; capacity utilization for the first year is 4039 keychains, napkin rings 3142 and 673 decorative ornaments.

The project investment is \$ 31839.37 and is funded by me and will be allocated for the purchase of fixed assets.

The budget cost for the first year is \$ 42800.13 to produce handicrafts in 7854 where 4039 keychains, napkin rings 3142 and 673 ornaments will occur; the unit price of the keychains are 3.46 plus 50% profit margin for a total of \$ 5.19, the cost of napkin rings are 4.54 + 50% MU is 6.81 and finally ornaments MU 21.64 + 50% gives list price of \$ 32.46.

The breakeven point for the first year is 59.86% of its installed capacity, obtained sales revenue of \$ 38436.26

Through financial evaluation found that the project is found feasible for the following financial indicators:

In conclusion it is recommended to implement this project as it will contribute to the business development of the city of Puyo therefore would provide jobs for its people.

c. INTRODUCCIÓN

En la ciudad de Puyo el desarrollo empresarial es muy limitado, ya que algunas empresas de la ciudad son implementadas de forma empírica por qué no se toman en cuenta técnicas indispensables para alcanzar el éxito, lo que impide el desarrollo de la ciudad.

Desde sus inicios en la ciudad de Puyo sus habitantes se dedicaron a la caza y a la elaboración de artesanías para su subsistencia, en especial las artesanías de balsa, mismas que llegaron a exportar hace años atrás, pero debido a que esta actividad la realizaron de forma empírica no fue incrementándose, es por ello que el presente proyecto tiene como TÍTULO: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ARTESANIAS DE BALSA Y SU COMERCIALIZACION A LOS TURISTAS DE LA PROVINCIA DE PASTAZA”**

La finalidad del trabajo de tesis es establecer la posibilidad de implementar una nueva empresa en la ciudad de Puyo que se dedique a la producción y comercialización de artesanías, aprovechando la mano de obra y la materia prima del medio

El presente trabajo consta CARATULA, CERTIFICACION, AUTORIA, AGRADECIMIENTO, DEDICATORIA, TITULO, RESUMEN: dentro de este se encuentra los datos más importantes de proyecto como los objetivos, que materiales y métodos se utilizó, que procedimientos, conclusiones y recomendaciones, etc.

Luego está la INTRODUCCION: en la que indica la estructura general de la tesis.

Siguiendo esta la REVISION DE LITERATURA: aquí constan todos los conceptos e información de los diferentes temas que se utilizó en la elaboración del proyecto de tesis.

Dentro de los MATERIALES Y METODOS: están todos los materiales que se utilizó para la realización del proyecto, así como también se especifica que métodos y técnicas se utilizó.

En cuanto a La EXPOSICION DE RESULTADOS: contiene todos los datos tabulados de forma matemática y gráfica, de acuerdo a los resultados obtenidas de las encuestas aplicadas a los clientes y oferentes de artesanías de balsa de la ciudad de Puyo.

A continuación esta la DISCUSION DE RESULTADOS: en la que se los cuatro estudios del proyecto de inversión.

Estudio de Mercado; sirvió para establecer las demandas: real, potencial y efectiva. Las estrategias de comercialización enfocadas al producto, precio, plaza y promoción.

Estudio Técnico; dentro de ella consta la macro y microlocalización del proyecto, la capacidad instalada.

Estudio Administrativo; esta la estructura orgánica y funcional de la empresa, base legal y organizacional, manual de funciones, en donde se especifica la naturaleza del trabajo funciones características y requisitos mínimos.

Estudio Financiero; están todos los cálculos necesarios para el funcionamiento y la implementación de la empresa. Calculo de la inversión total, costos totales, el costo unitario los ingresos de las ventas, también realice la evaluación financiera VAN Valor Actual Neto, TIR Tasa Interna de Retorno, RB/C Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación del Capital, y el análisis de sensibilidad.

Luego están las conclusiones y recomendaciones del tema.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

Sector Artesanal

“En Ecuador las artesanías pueden ser apreciadas en todas las regiones del país, ya que se cuenta con materia prima única que identifica a cada región. Tal es el caso de la paja toquilla para la elaboración de los sombreros cuyos cultivos se dan principalmente en la provincia de Manabí, o la tagua de la que se elabora preciosas bisuterías, adornos y hasta joyas combinadas con plata, cultivándose en los bosques tropicales de Manabí y Esmeraldas. Además de materiales provenientes del mar como la concha spondylus de color rojo coral llama la atención para la elaboración de joyas, se da mayormente en la provincia de Manabí. Otra región tradicionalmente artesanal, es la provincia del Azuay en donde se encuentran familias trabajando en la elaboración de joyas de plata y otros metales preciosos combinados con piedras y materiales originarios de nuestro país, así como en la región oriente de nuestro país se elaboran artesanías de balsa”¹.

Tal como expresa la UNESCO: "Los productos artesanales son los elaborados ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado”².

¹Ministerio de Industrias y Competitividad

²UNESCO/CCI "La Artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera" - Manila, 6-8 de octubre de 1997

Las artesanías de Ecuador son una de las más admiradas de Sudamérica, combinando la creatividad indígena y la herencia ancestral. Este arte es una manifestación cultural de las raíces indígenas del país, de su rica cultura y tradiciones.

En la actualidad, el arte ecuatoriano es muy apreciado en muchos países por su originalidad y costo razonable. Las artesanías ecuatorianas son una manifestación popular de las raíces indígenas y refleja los sentimientos de este país culturalmente rico.

LA BALSA

“La balsa es el único material que proviene de recursos naturales y renovables su nombre científico es *Ochroma-Pyramidale*. La balsa es un árbol de rápido crecimiento en el mundo Las plántulas alcanzarán alturas de entre 1.8 a 11 m. El tamaño final podrá ser de entre 25 y 30 m o más. Un árbol vigoroso puede alcanzar un diámetro en su tronco de 40 cm. En un periodo de 5 a 6 años”³

La Balsa requiere de un clima cálido – húmedo, Ecuador que está ubicado en Sudamérica provee de este clima, los rayos solares que caen perpendicularmente junto con la afluencia de lluvias provocan un suelo rico y apto para el desarrollo saludable esta flora maderable.

“Las figuras elaboradas en balsa fueron una iniciativa del ciudadano extranjero José Joe Breiner, quién hace 41 años atrás cuando era propietario de la

³UNESCO/CCI "La Artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera" - Manila, 6-8 de octubre de 1997

Hostería Turingia solicitó a un grupo de personas de Puyo, hicieran figuras de aves, al no encontrar la predisposición para la labor encomendada, decidió encargar el trabajo a varios indígenas Kichwas, quienes cumplieron el cometido a la perfección, sin saber que estaban dando inicio a una fuente de trabajo que ha alcanzado una gran difusión en el ámbito nacional e internacional⁴.

La variedad de palma conocida como balsa o boya, es utilizada en la actualidad como materia prima para una artesanía en franco proceso de crecimiento en las poblaciones locales e indígenas de la Amazonía, quienes además utilizan la balsa para elaborar asientos con figuras de animales típicos de la selva.

Para aprovechar adecuadamente el material, las palmas son cortadas en trozas, estas son adquiridas por los artesanos a los comerciantes que las transportan a lo largo de la vía Puyo - Napo, así como también de otros sectores de la Amazonía, utilizando moto sierras se consiguen elaborar trozas más pequeñas, de estas se extraen tablas o tablones, de acuerdo a los diseños que se pretendan elaborar.

⁴UNESCO/CCI "La Artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera" - Manila, 6-8 de octubre de 1997

MARCO CONCEPTUAL

EMPRESA

Es una organización, institución, o industria, dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales, para satisfacer las necesidades de bienes y/o servicios de los demandantes

IMPORTANCIA

Incremento de la productividad: organización eficiente de los factores productivos.

Proveer de bienes a la sociedad: incrementar la producción para satisfacer las necesidades de los demandantes

PROYECTO

Es la planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas.

La razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo definido⁵.

⁵NASSIR SPAGCHAIN Y Reinaldo SPAG CHAIN. Preparación y Evaluación de Proyectos. Mc. Graw Quinta Edición

PROYECTO DE FACTIBILIDAD

“Un proyecto de factibilidad es un estudio que consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales”⁶

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN ETAPAS EN SU ESTUDIO

“El estudio de factibilidad de cierta manera es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad **Palabras claves:** Estudio de factibilidad, Etapas en el estudio de un proyecto de inversión, Estudio de Mercado, Estudio Técnico y Estudio Económico-Financiero.

Introducción

La formulación de Proyectos de Inversión, constituye un objeto de estudio bastante amplio y sumamente complejo, que demanda la participación de diversos especialistas, es decir, requiere de un enfoque multivariado e interdisciplinario.

De esta forma un proyecto surge de la identificación de unas necesidades. Consta de un conjunto de antecedentes técnicos, legales, económicos

⁶COHEN, E. (1992). Evaluación de Proyectos Sociales. Siglo XXI. México

(incluyendo mercado) y financieros que permiten juzgar cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de asignar recursos a esa iniciativa. En este proceso de la toma de la decisión de inversión intervienen tres niveles de análisis. Son estos: el mercado, el sistema financiero y la evaluación de inversiones.

Desarrollo

El estudio de factibilidad es un proceso en el cual intervienen cuatro grandes etapas:

- ✓ Idea
- ✓ Preinversión
- ✓ Inversión
- ✓ Operación.

La etapa idea, es donde la organización busca de forma ordenada la identificación de problemas que puedan resolverse u oportunidades que puedan aprovecharse. Las diferentes formas de resolver un problema o de aprovechar una oportunidad de negocio constituirán la idea del proyecto.

⁷ ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN, Guía de Estudio Modulo X, de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, 2010

La etapa de Pre-inversión es la que marca el inicio de la evaluación del proyecto. Ella está compuesta por tres niveles: perfil, pre factibilidad y factibilidad.

El nivel perfil, es la que se elabora a partir de la información existente, del juicio común y de la experiencia”⁷.

En el nivel pre factibilidad “Se profundiza la investigación y se basa principalmente en informaciones de fuentes secundarias para definir, con cierta aproximación, las variables principales referidas, a las técnicas de producción y al requerimiento financiero.

En el nivel de factibilidad constituye la culminación de los estudios de inversión, que comprenden el conjunto de actividades relativas a la concepción, evaluación y aprobación de las inversiones, teniendo como objetivo central garantizar la necesidad de acometer cada proyecto

Para llevar a cabo un estudio de Factibilidad proyecto de inversión se requiere, por lo menos, según la metodología y la práctica vigentes, de la realización de tres estudios: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico-Financiero”.

⁷ ELABORACION Y EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION, Guía de Estudio Modulo X, de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, 2010

ESTUDIO DE MERCADO

Estudio de Mercado.

“Una vez que se haya descrito el producto en términos precisos, es necesario hacer una serie de estudios en fuentes primarias y secundarias que nos permitan conocer la oferta histórica y proyectada, los factores de influencia del contexto, sean favorables o desfavorables, y los principales competidores previstos en el mercado en el que se va a incidir. Luego, de manera similar se estudia la demanda histórica proyectada y sus elementos de influencia, los principales clientes previstos y las condiciones de venta del bien o servicio. Se continúa con el análisis de los precios históricos y con el estudio de los precios con que se saldrá al mercado y los factores que los influenciarán

“El estudio de mercado es más que el análisis de la oferta y demanda o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden pronosticarse simulando la situación futura y especificando las políticas y procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial”⁸, mediante el conocimiento de los siguientes aspectos:

1. El consumidor y las demandas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
2. La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.

⁸ ELABORACION Y EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION, Guía de Estudio Modulo X, de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, 2010

3. Comercialización del producto o servicio del proyecto.

El análisis de la comercialización del proyecto depende de los resultados que se obtienen de los estudios del consumidor, la demanda, la competencia y la oferta.

Atendiendo al estudio de cada una de las variables que influyen en el mercado, es que su objetivo principal está dirigido a la recopilación de carácter económico que se representa en la composición del flujo de caja del proyecto”⁹.

Ingeniería del proyecto.

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

Esta etapa comprende:

- a) Tecnología.
- b) Equipos.
- c) Obras de Ingeniería civil.
- d) Análisis de insumos.
- e) Servicios públicos.

⁹ NASSIR SPAGCHAIN Y Reinaldo, SPAG CHAIN. Preparación y Evaluación de Proyectos. Mc. Graw Hill QUINTA EDICION

f) Mano de obra.

El Estudio Económico-Financiero.

“Para efectuar el llamado estudio económico, necesitamos estimar el volumen de producción, precio de venta, costos variables y costos fijos lo que nos permita conocer los ingresos y egresos del proyecto a desarrollar¹¹.

“El estudio económico-financiero de un proyecto, hecho de acuerdo con criterios que comparan flujos de beneficios y costos, permite determinar si conviene realizar un proyecto, o sea si es o no rentable y sí siendo conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o cabe postergar su inicio

Para explicar en resumen la metodología a seguir para el estudio de factibilidad se tiene presente un conjunto de etapas¹⁰.

Pasos a seguir en el Estudio de Factibilidad

1. Definición de los Flujos de Fondos del Proyecto

a. los egresos e ingresos iniciales de fondos

b. los ingresos y egresos de operación

c. el horizonte de vida útil del proyecto

¹⁰NASSIR SPAGCHAIN Y Reinaldo, SPAG CHAIN. Preparación y Evaluación de Proyectos. Mc. Graw Hill QUINTA EDICION

- d. la tasa de descuento
- e. los ingresos y egresos terminales del proyecto.

2. Resultado de la evaluación del proyecto de inversión

- a. el Valor Actual Neto (VAN)
- b. la Tasa Interna de Retorno (TIR)
- c. el Período de recuperación de la inversión (PR)
- d. la razón Beneficio / Costo (BC).

3. Análisis bajo condiciones de incertidumbre y/o riesgo del proyecto. A través del método de: Análisis de la sensibilidad.

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

“La investigación de mercado es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para posteriormente interpretarlos y hacer uso de ellos. Sirven al empresario para realizar una adecuada toma de decisiones y para lograr la satisfacción de sus clientes. Los objetivos de la investigación de mercado pueden ser de tres clases”¹¹:

¹¹BACA URBINA, Gabriel, EVALUACION DE PROYECTOS, 2da. Edic.1994

Objetivo social:

Satisfacer las necesidades del cliente ya sea mediante un bien o servicio requerido, es decir, que el producto o servicio cumpla con los requerimientos y deseos exigidos

Objetivo económico:

Determinar el grado económico de éxito o fracaso que pueda tener una empresa al momento de entrar a un nuevo mercado o al introducir un nuevo producto o servicio.

Objetivo administrativo:

Ayudar al desarrollo de su negocio, mediante la adecuada planeación, organización, control de los recursos y áreas que lo conforman.

ETAPAS DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

“Establecer la necesidad de información.

Especificar los objetivos de información y las necesidades de información

Determinar las fuentes de datos

Determinar el tamaño de la muestra

Determinar la población objeto de estudio.

Aplicar un sondeo a máximo 100 personas para determinar los valores P y Q para aplicar en la fórmula de la muestra”¹².

Aplicar la fórmula del muestreo:
$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2(N-1) + Z^2 * P * Q}$$

La Demanda

La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

“La búsqueda de satisfactores de un requerimiento o necesidad que realizan los consumidores, aunque sujeta a diversas restricciones, se conoce como la demanda de mercado. Los bienes y servicios que los productores libremente desean ofertar para responder a esta demanda se denominan oferta de mercado. En el mercado, donde se vinculan esta oferta y demanda, se determina un equilibrio de mercado, representado por una relación entre un precio y una cantidad que motiva a los productores a fabricarla y a los consumidores a adquirirla”¹³.

¹²ELABORACION Y EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION, Guía de Estudio Modulo X, de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, 2010

¹³ELABORACION Y EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION, Guía de Estudio Modulo X, de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, 2010

-Preguntas para determinar los tres tipos de demanda: **POTENCIAL** (si es que es necesario), **REAL Y EFECTIVA**. La demanda efectiva sirve al investigador para efectos de cuantificación de las ventas próximas.

- Recopilar los datos.
- Procesar y tabular los datos:
- Interpretar la información obtenida.
- Presentar los resultados con las respectivas conclusiones a tomar en cuenta para ensamblar el Plan de Comercialización y un segundo intento de segmentación determinando para ello:

-Segmentos posibles en las condiciones actuales.

-Segmentos factibles en condiciones de mejoramiento de imagen del producto o de la empresa.

-Segmentos atractivos.

-Segmentos inalcanzables

-Segmentos no convenientes, etc.

TIPOS DE DEMANDA

“Uno de los factores decisivos para el éxito de nuestro proyecto, es que nuestro producto o servicio tenga mercado, por tal motivo es importante encontrar una demanda insatisfecha y potencial, porque la primera te va a permitir ingresar al

mercado y la segunda crecer”¹⁴. En el mercado podemos encontrar los siguientes tipos de demanda:

Demanda Efectiva

Es la demanda real, es decir la cantidad que realmente compra las personas de un producto y/o servicios.

Demanda Satisfecha

Es la demanda en la cual el público ha logrado acceder al producto y/o servicio y además está satisfecho con él,

Demanda Insatisfecha

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

Demanda Aparente

Es aquella demanda que se genera según el número de personas,

Demanda Potencial

Es la demanda futura, en la cual no es efectiva en el presente, pero que en algunas semanas, meses o años será real.

¹⁴ELABORACION Y EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION, Guía de Estudio Modulo X, de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, 2010

OFERTA

“Es la cantidad de bienes ofrecidos por los proveedores y vendedores del mercado actual. El análisis de mercado lo que interesa es saber cuál es la oferta existente del bien o servicio que se desea introducir en el mercado”¹⁵.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Es el proceso por el cual se fragmenta el mercado total en segmentos homogéneos (con características semejantes) para efectos de manejo analítico del mercado. Se lo debe efectuar en dos instancias:

Existen cuatro formas de segmentar un mercado, ellas son:

SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA

Es la más sencilla de efectuar y se basa en dividir un determinado mercado en proporcionalidades geográficas con características comunes como: países, regiones, provincias, cantones, parroquias, barrios, comunas, etc.

SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA:

Se basa en la fragmentación del mercado considerando factores como: edad, sexo (género), nivel socio – económico, nivel de instrucción, religión, estado civil, etc.

¹⁵COLOMA, F. (1991). EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION, Asociación Internacional de Fomento – Bco. La Paz. Bolivia

EL PRODUCTO

“Un producto es todo aquello que puede ofrecerse a un mercado para su uso o consumo y que además puede satisfacer un deseo o necesidad”¹⁶.

Clasificación de los productos:

Bienes durables:

Bienes no durables:

Servicios:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

“El Estudio de Factibilidad, es una de las primeras etapas del desarrollo de un sistema informático. El estudio incluye los objetivos, alcances y restricciones sobre el sistema, además de un modelo lógico de alto nivel del sistema actual (si existe)”¹⁷. Los tipos de factibilidades básicamente son:

- Factibilidad técnica: si existe o está al alcance la tecnología necesaria para el sistema.
- Factibilidad económica: relación beneficio costo.
- Factibilidad operacional u organizacional: si el sistema puede funcionar en la organización.

¹⁶ELABORACION Y EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION, Guía de Estudio Modulo X, de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, 2010

¹⁷NASSIR SPAGCHAIN Y Reinaldo SPAG CHAIN. Preparación y Evaluación de Proyectos Mc Graw Hill QUINTA EDICION

ESTUDIO TÉCNICO

Si el estudio de mercado indica que hay demanda suficiente; características del producto o servicio, tamaño de la demanda y cuantificación del volumen de venta y precio de venta, ahí la necesidad de definir el producto en el estudio técnico.

“El estudio técnico, inicia con el aspecto organizacional describiendo la figura legal de la organización que desarrollara el producto, sea persona física o moral; su misión, visión y valores empresariales; su estructura empleados, forma de gobierno y los accionistas.

El estudio técnico nos permite sentar algunas bases para realizar los estudios económico, financiero y de riesgos. Sin embargo, considerando los aspectos antes mencionados, podemos darnos cuenta desde ahora la factibilidad técnica del proyecto y decidir si continuamos con él”¹⁸.

TAMAÑO

El tamaño del proyecto muestra su relación con el número de unidades a producir, el número de consultas a atender, la cantidad de empresas a las que prestan servicios contables o el número de cursos a dictar en un periodo de tiempo.

El estudio de tamaño de un proyecto es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que a su vez permitirá cuantificar los

¹⁸MARTINEZ RIVERA, Francisco, ADMINISTRACION DE PROYECTOS, PRIMERA EDICION

costos de funcionamiento y los ingresos proyectados. Varios elementos se conjugan para la definición del tamaño: la demanda esperada, la disponibilidad de insumos, la localización del proyecto, el valor de los equipos, etc.”

El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio

CAPACIDAD DEL PROYECTO.

1. Capacidad diseñada
2. Capacidad instalada
3. Capacidad utilizada

LOCALIZACION

“La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos; el de la macro localización, donde se elige la región o zona, y el de la micro localización, que determina el lugar específico donde se instalara el proyecto.

La ubicación más adecuada será la que posibilite maximizar el logro del objetivo definido para el proyecto, como cubrir la mayor cantidad de la población o lograr una alta rentabilidad”¹⁹.

¹⁹NASSIR SPAGCHAIN Y Reinaldo SPAG CHAIN. Preparación y Evaluación de Proyectos Mc Graw Hill QUINTA EDICION

MÉTODO DE SELECCIÓN DE LAS ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN.

El punto de partida para la localización más adecuada de un proyecto de inversión, es conocer en detalle las posibilidades (ventajas - desventajas) de cada una de las alternativas; que serán calificadas según criterios considerados como relevantes.

Macro – Localización: Consiste en elaborar el estudio de localización considerando criterios como la zona: región, municipio, zona rural, etc.

Micro - localización. En este punto y apoyados preferentemente en la representación gráfica (planos urbanísticos)

Estructura organizacional en la empresa.

La estructura organizacional de una empresa: es la organización de cargos y responsabilidades que deben cumplir los miembros de una organización

CAPACIDAD INSTALADA

“La capacidad instalada es la cantidad máxima de Bienes o servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipos de una Empresa por unidad de Tiempo, bajo condiciones tecnológicas. Se relaciona estrechamente con las inversiones realizadas: la capacidad instalada depende del conjunto de bienes de capital que la Industria posee, determinando por lo tanto un límite a la oferta que existe en un momento dado.”²⁰

²⁰ELABORACION Y EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION, Modulo X, Carrera de Administración de Empresas, UNL, 2010

INGENIERIA DEL PROYECTO

“El estudio de la ingeniería del proyecto tiene como objetivo, determinar el proceso de producción que permita la localización efectiva y eficaz de los recursos disponibles para la elaboración”²¹

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

“El estudio administrativo dará información para identificación de necesidades administrativas en las áreas de planeación, personal, licitaciones, adquisiciones, información, comunicaciones, finanzas y cobranzas, entre otras. Genera la información sobre necesidades de infraestructura para el desarrollo en las labores en las áreas mencionadas. En él también se señalan los requerimientos de equipos y dotación de insumos para el adecuado funcionamiento administrativo”²².

Así tenemos los sistemas de:

- Sistemas contables
- Sistemas administrativos
- Sistemas de publicidad
- Sistemas informáticos.

Aspectos legales

²¹QUILODRAN, Federico, MANUAL DE PREPARACION DE PROYECTOS, publicaciones UNL., 1987

²²LEDESMA MARTINEZ, Zuleima , ANALISIS ECONOMICO SOCIAL DE UN PROYECTO. 1997

Es necesario determinar la parte legal de la empresa que se va a formar.

Cabe indicar que para su legalización se deben cumplir con los siguientes aspectos:

- Acta constitutiva
- Razón social
- Domicilio
- Objeto de la empresa
- Capital
- Tiempo de duración
- Administradores

Recurso humano

“El talento humano es el factor principal para que una empresa despliegue su accionar de manera que genere sostenibilidad y ventaja competitiva”.

Manual de funciones

Es la información en donde indica las tareas obligaciones y deberes que tienen que desarrollarse en cada uno de los puestos de trabajo. Encaminados a la consecución de los objetivos planteados.

ESTUDIO FINANCIERO

“A partir de los datos obtenidos en el estudio técnico se puede realizar el análisis financiero del proyecto. Este estudio, según proponen los autores incluye determinar los diversos indicadores que nos permitirán evaluar el proyecto, como son la tasa de rentabilidad esperada mínima aceptable, la cual nos dice si la inversión que nos ocupa es más interesante que la tasa de interés seleccionada y que la inflación, la tasa interna de retorno, que es una medida de flujo de efectivo por periodo; el punto de equilibrio, que nos indica en qué momento los ingresos del proyecto serán iguales a sus costos, período de recuperación de la inversión, cuya finalidad es establecer en que tiempo se recuperara el monto invertido en el proyecto”²³

EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

Definición .-“Es el estado financiero básico que muestra cambio en la situación financiera a través de efectivo y equivalente del efectivo de la empresa, así como previa información importante acerca de los ingresos y pagos de efectivo de un empresa durante un periodo determinado de acuerdo, con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados”²⁴.

El Estado de Flujo de Efectivo reemplaza al Estado de Cambios en la posición financiera utilizado anteriormente.

²³RIVERA MARTINEZ, Francisco, ADMINISTRACION DE PROYECTOS, PRIMERA EDICION, 2010

²⁴ELABORACION Y EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION, Modulo X, Carrera de Administración de Empresas, UNL, 2010

CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS.

Pretende abordar el problema de la asignación de recurso en forma explícita, recomendando mediante distintas técnicas

La evaluación comparara los benéficos proyectados en función de las oportunidades opcionales disponibles en el mercado.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

VALOR ACTUAL NETO.

TASA INTERNA DE RETORNO.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

CRITERIOS DEL VALOR ACTUAL NETO.

Este factor expresa en términos absolutos el valor actual de los recursos obtenidos al final del periodo de duración del proyecto de inversión. Se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos.

- a. si el VAN es positivo. Y mayor a 1 significa que es conveniente financieramente.
- b. Si el VAN es negativo y menor a 1 no es conveniente financieramente.

FORMULA PARA OBTENER EL VAN.

$$VAN = \sum \frac{FNC}{(1+i)^n} - I$$

$$(1+i)^n$$

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

VAN = Valor actual neto.

FNC = Flujo Neto de Caja.

I = Tasa de Interés,

N = Número de periodos,

FA = Factor de actualización. Y su fórmula.

$$FA = 1/(1+i)^n$$

“La evaluación financiera pretende medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas resultantes del estudio del proyecto, y dan origen a operaciones matemáticas que permiten obtener diferentes coeficientes de evaluación; donde el inversionista puede evaluar la utilidad de su inversión y saber si es procedente o no la implementación de la futura empresa como recompensa al riesgo de invertir su capital y su visión para los negocios de inversión”²⁵.

VALOR ACTUAL NETO.

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

²⁵ELABORACION Y EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION, Modulo X, Carrera de Administración de Empresas, UNL, 2010

del proyecto. Para tomar una decisión de aceptación o rechazo de un proyecto se toma en cuenta los siguientes criterios:

Si el **VAN** es mayor a uno se hace la inversión

Si el **VAN** es menor a uno se rechaza la inversión

Si el **VAN** es igual a uno es indiferente para la inversión

TASA INTERNA DE RETORNO

“Se debe interpretar como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión. Este método actualmente es muy utilizado por bancos, empresas privadas, industrias, organismos de desarrollo económico y empresas estatales.

Se debe tomar en cuenta los siguientes criterios.

Si la TIR. Es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.

Si la TIR. Es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

Si la TIR. Es igual que el costo de capital es indiferente llevar a cabo el proyecto

Si se agrega las expectativas de inflación las TIR, se modifica, pues si se evalúa un proyecto en función de la TIR surgen consideraciones que llevan a tratar la tasa nominal y el interés real”²⁶.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

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

Nota. Los millones y los decimales están con c

TASA INTERNA DE RETORNO VERSUS VALOR ACTUAL NETO.

Las dos técnicas de evaluación de proyectos analizados, la TIR Y EL VAN pueden en ciertas circunstancias conducir a resultados contradictorios. Ello puede ocurrir cuando se evalúa más de un proyecto con la finalidad de jerarquizarlos

“Representa el cambio en el nivel de riqueza que un inversionista o empresa obtiene al realizar una determinada inversión. Su nombre VAN proviene del efecto neto que se produce de la comparación entre el valor presente de los resultados del proyecto y la inversión.”²⁷

²⁶ELABORACION Y EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION, Modulo X, Carrera de Administración de Empresas, UNL, 2010

²⁷SPAG PUELMA, José Manuel, EVALUACION DE PROYECTOS, Mc. Graw, QUINTA EDICION

OTROS CRITERIOS DE DECISIÓN.

Entre los criterios de evaluación tradicionales difundidos se puede mencionar los siguientes:

Relación Beneficio Costo.

Periodo de recuperación de la Inversión.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Se basa en la relación entre los costos y beneficios asociados en un proyecto. Consiste en determinar cuáles elementos son benéficos y cuales son costos, en general los beneficios son ventajas expresadas en términos monetarios que recibe el propietario, en cambio que los costos son los gastos anticipados de construcción, operación. Mantenimiento etc.

Se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

Si la relación beneficio costo es mayor a uno se acepta el proyecto.

Si la relación beneficio costo es menor a uno no se acepta el proyecto.

Si la relación beneficio costo es igual a uno conviene o no conviene realizar el proyecto. **FORMULA:**

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

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

“Son los que la empresa tarda en recuperar la inversión inicial mediante las entradas de efectivo que la misma produce. Mediante este criterio se determina el número de periodos necesarios para recaudar la inversión. Resultado que se compara con el número de periodos aceptables para la empresa.²⁸.”

La fórmula para calcular el periodo de recuperación es la siguiente:

PRC=AÑO ANTERIOR A CUBRIR LA INVERSIÓN + $\frac{\text{INVERSIÓN}}{\sum \text{PRIMEROS FLUJOS}}$

FLUJO DE AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN

ANÁLISIS DE RIESGO EN LOS PROYECTOS.

“Se lo define como la variabilidad de flujos de caja reales respecto a los estimados. Mientras más grande sea esta variabilidad mayor es el riesgo del proyecto.

Riesgo define una situación donde la información es de naturaleza aleatoria, en que se asocia una estrategia a un conjunto de resultados posibles, cada uno de los cuales tiene asignada una probabilidad.

²⁸SPAG PUELMA, José Manuel, EVALUACION DE PROYECTOS, Mc. Graw, QUINTA EDICION

Métodos para tratar el riesgo

Existen diversos métodos o enfoques que no siempre conducen a un idéntico resultado, para tratar el riesgo. Entre los principales son:

Criterio subjetivo. Se basa en consideraciones de carácter informal de quién toma la decisión, sin incorporar específicamente el riesgo del proyecto

Método basado en mediciones estadísticas. Consisten en analizar la distribución de probabilidades de los flujos futuros de caja para presentar a quien tome la decisión de aprobación o rechazo, los valores probables de los rendimientos Ajuste a la tasa de descuento.

Método de los valores esperados. Conocido también como análisis del árbol de decisiones, combina las probabilidades de ocurrencia de los resultados parciales y finales para calcular el valor esperado de su rendimiento”²⁹.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

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

Existen cuatro formas de aumentar la utilidad de un negocio a partir de la base dada por el punto de equilibrio:

²⁹ELABORACION Y EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION, Modulo X, Carrera de Administración de Empresas, UNL, 2010

- Buscar disminución de los costos fijos.
- Aumentar el precio unitario de la venta,
- Disminuir el costo variable por unidad.
- Aumentar el volumen producido.

En síntesis el análisis de sensibilidad es un estudio que permite ver de qué manera se alterara la decisión económica se varían algunos factores.

En términos generales se debe considerar los siguientes aspectos.

1. Cuando el coeficiente resultante es mayor que uno el proyecto es sensible a esos cambios
2. Cuando el coeficiente resultante es igual no se ve efecto alguno,
3. Cuando el coeficiente resultante es menor a uno el proyecto no es sensible”³⁰.

FORMULA:

$$NTIR = \left[\frac{Tm + Dt(\text{VAN menor})}{\text{VAN menor} - \text{VAN mayor}} \right]$$

1. DIFERENCIA DE TIR = TIR DEL PROYECTO – NUEVA TIR

2. PORCENTAJE DE VARIACION = DIFERENCIA DE TIR / TIR PROYECTO

3. SENSIBILIDAD = PORCENTAJE VARIACION / NUEVA TIR

³⁰ELABORACION Y EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION, Modulo X, Carrera de Administración de Empresas, UNL, 2010

e. MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES

Para la realización del presente proyecto académico consumado fué necesario recurrir a diferentes materiales tanto para la recolección del material de campo como también para la presentación del informe final de investigación:

Material bibliográfico

Material de oficina

Materiales y accesorios informáticos

Materiales de demostración y exposición

MÉTODOS

En la presente investigación se empleó diferentes métodos y técnicas que fueron la base para obtener información clara y oportuna con datos reales que los procesé matemática y gráficamente para la interpretación y recopilación.

MÉTODOS

Método Inductivo: Permite partir de afirmaciones particulares a otras generales, se lo utilizó para en base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado inferirlos a la población en estudio, en este caso a los turistas y habitantes de la ciudad de Puyo.

Método Estadístico; Consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación, se lo utilizó en la determinación de la población objeto de estudio y en el cálculo del tamaño de la muestra, así como en la tabulación y análisis de la información obtenida en la investigación de campo, que fue presentada en cuadros y gráficos estadísticos.

Método Descriptivo; este método, permitió conocer las características, gustos, preferencias de los demandantes, así como la producción y puesta en marcha de la empresa.

Método Analítico; Este método implica el análisis, separando un todo en sus partes o en sus elementos constitutivos. Este método se lo utilizó para analizar la información obtenida en la investigación de campo, y luego relacionarla con la realidad actual del fenómeno de investigación, con el objeto de sintetizarla y usarla para los estudios de mercado, técnico, administrativo y financiero del proyecto, estableciendo las conclusiones y recomendaciones pertinentes, a través del análisis y síntesis de datos.

TECNICAS

Bibliográfica; esta técnica sirvió para recolectar información secundaria de libros, internet, folletos, etc., fue un gran aporte para este trabajo, mediante la revisión de literatura.

Observación; esta técnica permitió realizar un análisis acerca de las diferentes necesidades en la ciudad, esta información la analice con el fin de adquirir juicio para la explicación y comprobación de los objetivos planteados.

Encuestas Aplicadas; las encuestas fueron aplicadas a los turistas de la ciudad de Puyo y a quienes compren las artesanías mismas que me permitirá conocer los gustos y preferencias de quienes adquieren el producto. Así como también fueron aplicadas a los oferentes de la ciudad de Puyo

POBLACION Y MUESTRA

Población:-

La población es un término definido desde la demografía y señala la cantidad de personas que viven en un determinado lugar en un momento en particular. Si bien se trata de un concepto que se define en términos bastante sencillos, para el presente proyecto la población está dada por los turistas que visitan la provincia de Pastaza en el año 2014 que son de 15650 personas, entre estas están turistas de otros países, familiares que visitan la provincia en diferentes fechas simbólicas del año como son carnaval, semana santa, 24 de mayo, 10 de agosto, 12 de octubre, 2 de noviembre, y navidad

TAMAÑO DE LA MUESTRA:-

$$n = \frac{Z^2 pqN}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

En donde,

n = Tamaño esperado de la muestra

Z = Nivel de confianza (1.96)

N = Población total de turistas año 2014

p = Probabilidad a favor (0.4)

q = Probabilidad en contra (0.6)

e = Error muestral (5%)

Tenemos:

$$n = \frac{(1.96)^2(0.4)(0.6)15650}{15650(0.05)^2 + (1.96)^2(0.4)(0.6)}$$

$$n = \frac{3.8416 (0.24)15650}{39.125+0.921984}$$

$$n = 360$$

Encuestas a aplicar 360

f. RESULTADOS

ANALISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS TURISTAS DE LA PROVINCIA DE PASTAZA CIUDAD PUYO

PREGUNTA N. 1. ¿COMPRA USTED ARTESANIAS?

CUADRO 1

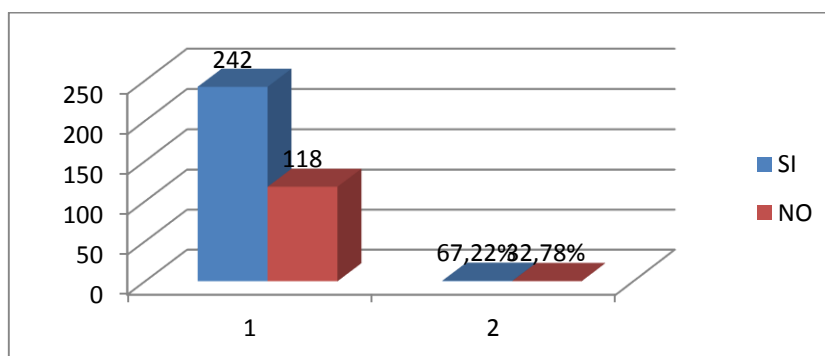
ADQUISICION DE ARTESANIAS

ALTERNATIVA	N.	%
SI	242	67.22
NO	118	32.78
TOTAL	360	100

FUENTE: ENCUESTAS APLICADAS A LOS TURISTAS Y HABITANTES DE LA CIUDAD DE PUYO
ELABORACION: AUTORA

GRAFICA 1

ADQUISICION DE ARTESANIAS



INTERPRETACION: De las encuestas aplicadas a los turistas y habitantes de la ciudad de Puyo el 67.22% de las personas si compran artesanías, mientras que el 32.78% no adquieren artesanías de ninguna clase. Lo que significa que las artesanías tienen aceptación, con esta pregunta se determinó la demanda potencial.

PREGUNTA N. 2¿QUE TIPO DE ARTESANIAS USTED COMPRA?

CUADRO 2

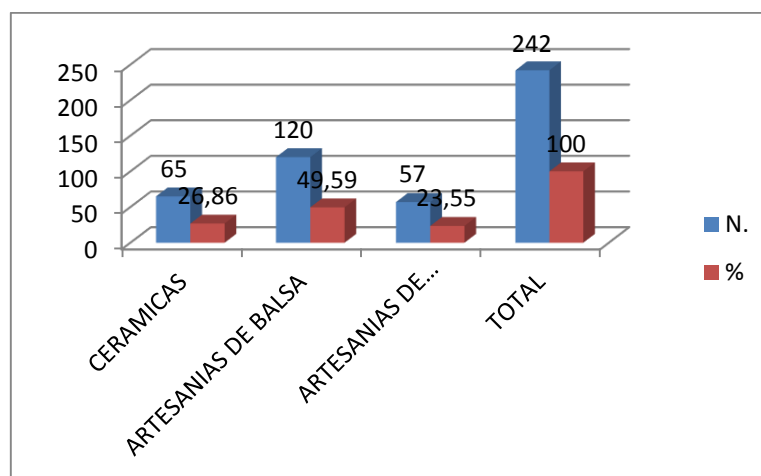
TIPO DE ARTESANIAS QUE COMPRA

PRODUCTO	N.	%
CERAMICAS	65	26,86
ARTESANIAS DE BALSA	120	49,59
ARTESANIAS DE MADERA	57	23,55
TOTAL	242	100

FUENTE: ENCUESTAS A TURISTAS Y HABITANTES DE LA CIUDAD DE PUYO
ELABORACION: AUTORA

GRAFICA 2

TIPO DE ARTESANIAS QUE COMPRA



INTERPRETACION: Los encuestados dieron a conocer que compran diferentes tipos de artesanías como artesanías de balsa con el 49.59%, cerámicas un porcentaje de 26.86% y artesanías de madera con el 23.55%. Lo que quiere decir que hay una buena acogida de las artesanías de balsa en la ciudad de Puyo.

PREGUNTA N. 3 ¿POR QUÉ PREFIERE ESTE TIPO DE ARTESANIA?

CUADRO 3

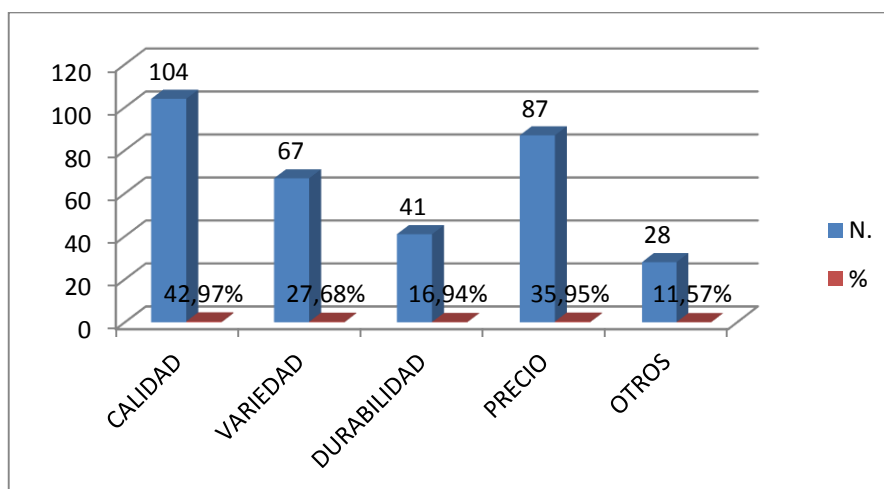
PREFERENCIA DE COMPRA DE ARTESANIA

ALTERNATIVA	N.	%
CALIDAD	104	42.97
VARIEDAD	67	27.68
DURABILIDAD	41	16.94
PRECIO	87	35.95
OTROS	28	11.57

FUENTE: ENCUESTAS APLICADAS A LOS TURISTAS Y HABITANTES DE LA CIUDAD DE PUYO
ELABORACION: AUTORA

GRAFICA 3

PREFERENCIA DE COMPRA DE ARTESANIA



INTERPRETACION: La mayor parte de los encuestados manifiestan que al momento de comprar las artesanías ya sea cerámicas, artesanías de balsa y artesanías de madera toman en cuenta la calidad el 42.97%, precio el 35.95%, la variedad de productos 27.68%, durabilidad 16.94% y el 11.57% toman en cuenta otros aspectos.

PREGUNTA N. 4¿CON QUE FRECUENCIA Y EN QUE CANTIDAD COMPRA USTED ARTESANIAS?

CUADRO 4

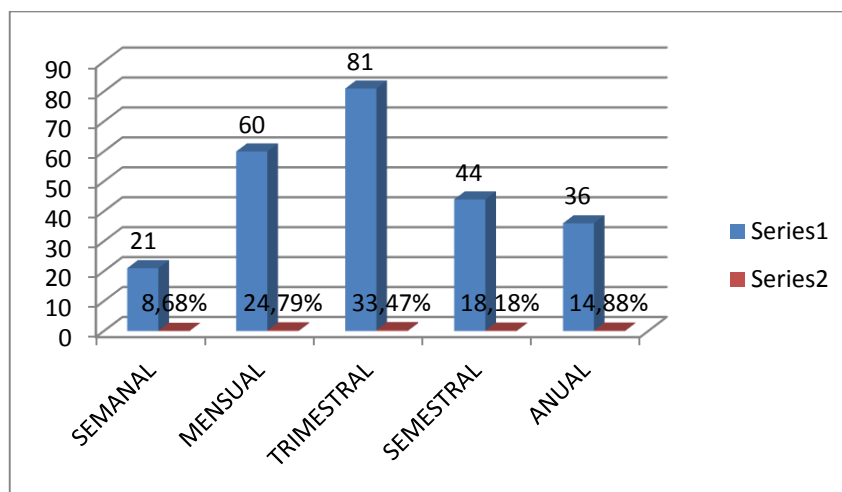
FRECUENCIA DE COMPRA

ALTERNATIVA	N.	%
1. SEMANAL	21	8.68
2. MENSUAL	60	24.79
3. TRIMESTRAL	81	33.47
4. SEMESTRAL	44	18.18
5. ANUAL	36	14.88
TOTAL	242	100

FUENTE: ENCUESTAS APLICADAS A LOS TURISTAS Y HABITANTES DE LA CIUDAD DE PUYO
ELABORACION: AUTORA

GRAFICA 4

FRECUENCIA DE COMPRA



INTERPRETACION: De los datos obtenidos puedo mencionar que el 8.68% de la población encuestada dicen que compran artesanías semanalmente, el 24.79% lo hacen mensual, el 33.47% compran trimestral, el 18.18% compran cada seis meses y el 14.88% compran cada año. La mayoría de encuestados compran artesanías cada tres meses.

PREGUNTAN. 5¿ADUIERE ARTESANIAS DE BALSA?

CUADRO 5

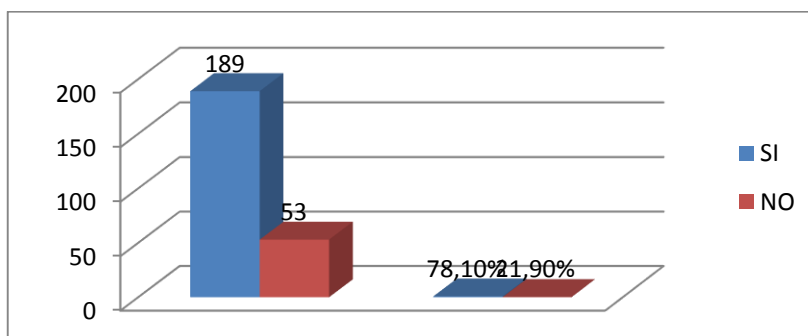
ADQUIERE ARTESANIAS DE BALSA

ALTERNATIVA	N.	%
SI	189	78.10
NO	53	21.90
TOTAL	242	100

FUENTE: ENCUESTAS A LOS TURISTAS Y HABITANTES DE LA CIUDAD DE PUYO
ELABORACION: AUTORA

GRAFICA 5

ADQUIERE ARTESANIAS DE BALSA



INTERPRETACION: Del total de encuestas aplicadas a los turistas y habitantes de la ciudad de Puyo, indican que el 78.10% de encuestados si compran artesanías de balsa que equivale a 189 personas, mientras que el 21.9% no compran artesanías de balsa que son 53 personas. L que indica que los encuestados si compran artesanías de balsa por lo que el producto va a tener acogida en el mercado, esta pregunta sirvió para establecer la demanda real, por lo que entran en estudio todas las personas que si compran artesanías de balsa.

PREGUNTA N. 6¿CON QUE FRECUENCIA Y EN QUE CANTIDAD USTED COMPRARIA LAS ARTESANIAS DE BALSA?

CUADRO 6
FRECUENCIA DE COMPRA

LLAVEROS		
ALTERNATIVA	N.	%
SEMANTAL	2	3.08
MENSUAL	3	4.61
TRIMESTRAL	5	7.69
SEMESTRAL	5	7.69
ANUAL	50	76.92
TOTAL	65	100
SERVILLETEROS		
SEMANTAL	1	2.08
MENSUAL	1	2.08
TRIMESTRAL	2	4.17
SEMESTRAL	6	12.5
ANUAL	38	79.17
TOTAL	48	100
ADORNOS		
SEMANTAL	0	0
MENSUAL	1	1.32
TRIMESTRAL	5	6.58
SEMESTRAL	9	11.84
ANUAL	61	80.26
TOTAL	76	100

FUENTE: ENCUESTAS APLICADAS A LOS TURISTAS Y HABITANTES DE LA CIUDAD DE PUYO
ELABORACION: AUTORA

INTERPRETACION: Con esta pregunta se estableció los hábitos de compra de los consumidores y las cantidades que adquieran semanal, mensual, trimestral, semestral y anual.

PREGUNTA N. 7¿SI SE CREARA UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ARTESANIAS DE BALSA EN LA CIUDAD DE PUYO USTED ESTARIA DISPUESTO A ADQUIRIR ESTOS PRODUCTOS?

CUADRO 7

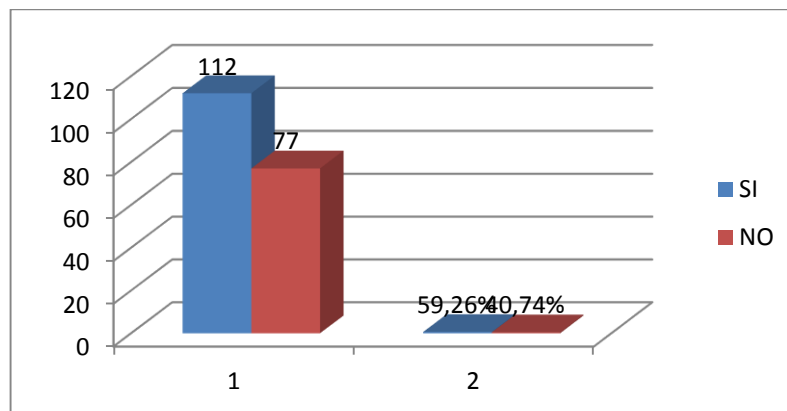
COMPRA DE ARTESANIAS DE BALSA EN UNA NUEVA EMPRESA

ALTERNATIVA	N.	%
SI	112	59.26
NO	77	40.74
TOTAL	189	100

FUENTE: ENCUESTAS APLICADAS A LOS TURISTAS Y HABITANTES DE LA CIUDAD DE PUYO
ELABORACION: AUTORA

GRAFICA 6

COMPRA DE ARTESANIAS DE BALSA EN UNA NUEVA EMPRESA



INTERPRETACION: En esta pregunta se refiere a la creación de una nueva empresa productora y comercializadora de artesanías de balsa, de acuerdo a los resultados; el 59.26% están dispuestos a comprar el producto, y el 40.74% no lo están. Con esta pregunta se estableció la demanda efectiva es decir cuántas personas estarían dispuestas a comprar artesanías de balsa en esta nueva empresa.

PREGUNTA N. 8 ¿AL MOMENTO DE COMPRAR ARTESANIAS DE BALSA QUE ASPECTOS TOMA EN CUENTA?

CUADRO 8

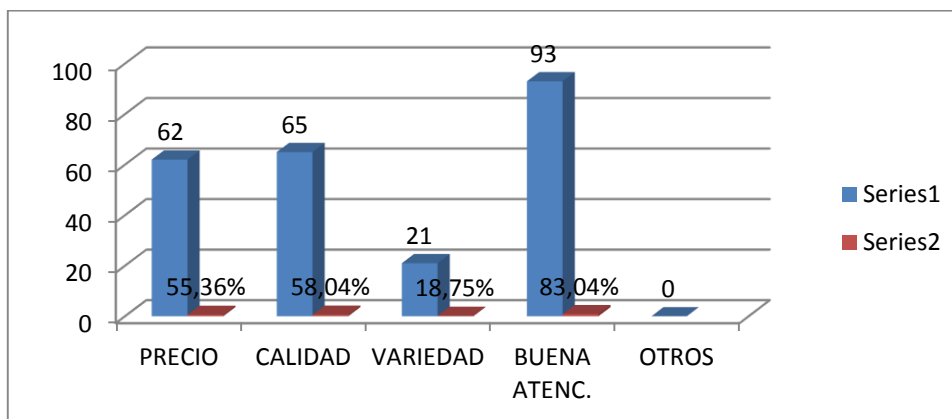
ALTERNATIVA	SI		NO	
	N.	%	N.	TOTAL
PRECIO	62	55.36	50	112
CALIDAD	65	58.04	47	112
VARIEDAD	21	18.75	91	112
BUENA ATENC.	93	83.04	19	112
OTROS	0		0	

FUENTE: ENCUESTAS APLICADAS A LOS TURISTAS Y HABITANTES DE LA CIUDAD DE PUYO
ELABORACION: AUTORA

ASPECTOS QUE TOMA EN CUENTA PARA COMPRAR

GRAFICA 7

ASPECTOS QUE TOMA EN CUENTA PARA COMPRAR



INTERPRETACION: De acuerdo a las preferencias de compra indican que el 83.04% equivalente a 93 personas prefieren comprar de acuerdo a la buena atención, otras 65 personas que equivale al 58.04% compran en base a la calidad del producto, seguido del 55.36% que son 62 personas toman en cuenta el precio y el 18.75% que son 21 encuestados compran por la variedad

de productos. En conclusión se determinó la preferencia de los clientes al momento de comprar artesanías.

PREGUNTA N. 9¿DE LA LISTA EXPUESTA A CONTINUACIÓN QUE PRODUCTOS ESTARÍA USTED DISPUESTO A COMPRAR EN ESTA NUEVA EMPRESA?

CUADRO 9

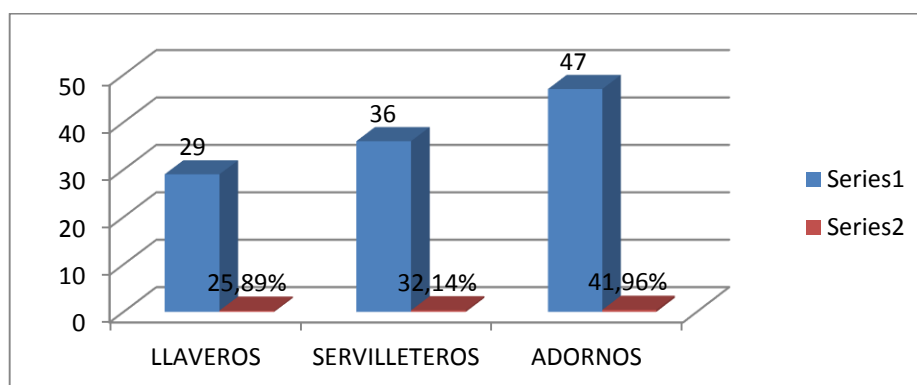
PRODUCTOS QUE ESTARIA DISPUESTO A COMPRAR

ALTERNATIVA	N.	%
LLAVEROS	29	25.89
SERVILLETEROS	36	32.14
ADORNOS	47	41.96
TOTAL	112	100

FUENTE: ENCUESTAS A LOS TURISTAS Y HABITANTES DE LA CIUDAD DE PUYO
ELABORACION: AUTORA

GRAFICA 8

ARTESANIA QUE PREFIERE COMPRAR



INTERPRETACION: De los 112 encuestados que si comprarían artesanías en una nueva empresa tenemos que el 41.96% les gustaría comprar adornos decorativos, seguido del 32.14% prefieren adquirir servilletos y el 25.89%

restante comprarían llaveros. Con esta pregunta se determinó que artesanías están dispuestas a comprar.

PREGUNTA N.10 ¿CUANTO USTED ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR LAS ARTESANIAS?

CUADRO 10

PRECIO DE LAS ARTESANIAS

LLAVEROS		
ALTERNATIVA	N.	%
1 \$	14	12.5
2\$	98	87.5
3\$		
TOTAL	112	100
SERVILLETEROS		
3\$	26	23.21
5\$	86	76.79
6\$	0	0
TOTAL	112	100
ADORNOS		
5\$	43	38.39
8\$	67	59.82
10\$	2	1.79
TOTAL	112	100

FUENTE: ENCUESTAS APLICADAS A LOS TURISTAS Y HABITANTES DE LA CIUDAD DE PUYO
ELABORACION: AUTORA

INTERPRETACION: De los valores expuestos en cuanto a llaveros el 87.5% de los encuestados pagarían 2 dólares; por los servilleteros pagarían la mayor parte 5 dólares que equivale al 76.79%, y el 59.82% de los encuestados pagaría 8 dólares; por los adornos decorativos. Estos datos permitieron establecer un sondeo acerca del precio de las artesanías que los clientes están dispuestos a pagar.

PREGUNTA N. 11¿EN QUE LUGAR LE GUSTARIA ADQUIRIR LAS ARTESANIAS DE BALSA?

CUADRO 11

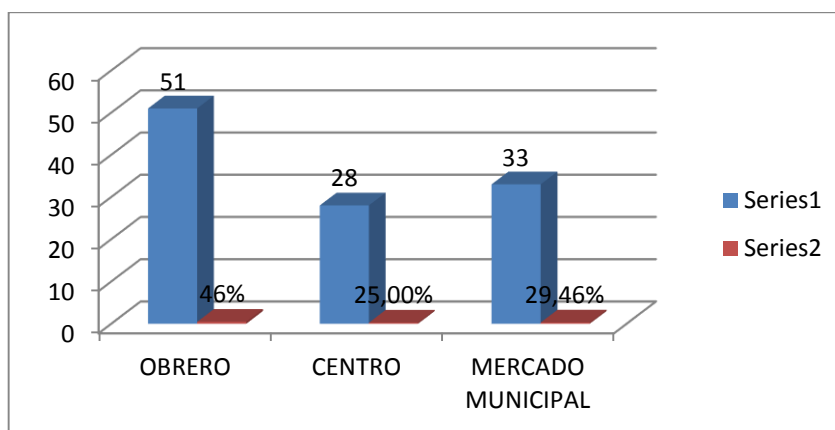
LUGARES DE COMPRA

ALTERNATIVA	N.	%
OBRERO	51	45.54
CENTRO CIUDAD	28	25.00
MERCADO MUNICIPAL	33	29.46
TOTAL	112	100

FUENTE: ENCUESTAS APLICADAS A LOS TURISTAS Y HABITANTES DE LA CIUDAD DE PUYO
ELABORACION: AUTORA

GRAFICA 9

LUGARES DE COMPRA



INTERPRETACION: Los datos expuestos indican que la mayor parte de la población encuestada le gustaría comprar las artesanías de balsa en el barrio Obrero con el 46%, mientras que el 29.46% de los encuestados le gustaría comprar en el mercado municipal y el 25% de la población compraría en el centro de la ciudad. Estos datos permitieron establecer el lugar donde se ubicara la empresa

PREGUNTA N. 12¿POR QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN USTED SE ENTERO ACERCA DE LAS ARTESANIAS DE BALSA EN LA CIUDAD DE PUYO?

CUADRO 12

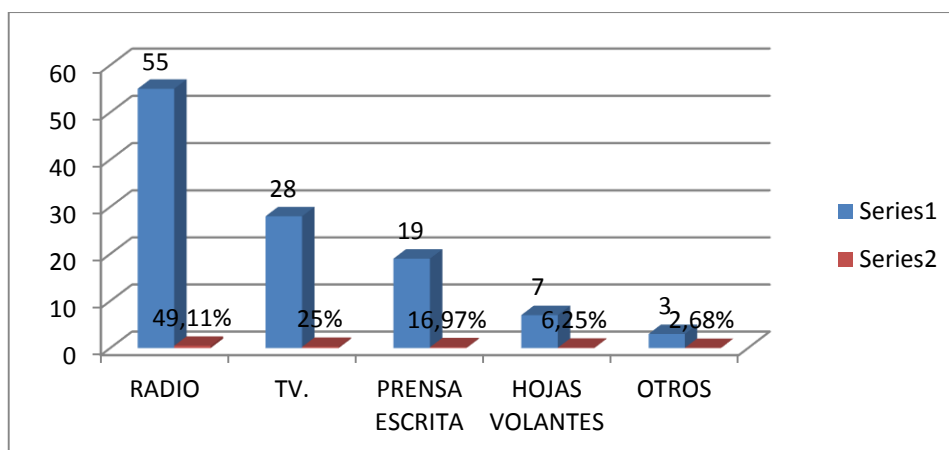
PUBLICIDAD

ALTERNATIVA	N.	%
RADIO	55	49.11
TV.	28	25
PRENSA ESCRITA	19	16.97
HOJAS VOLANTES	7	6.25
OTROS	3	2.68
TOTAL	112	100

FUENTE: ENCUESTAS APLICADAS A LOS TURISTAS Y HABITANTES DE LA CIUDAD DE PUYO
ELABORACION: AUTORA

GRAFICA 10

PUBLICIDAD



INTERPRETACION: La mayoría de encuestados quisieran informarse de la empresa por radio que equivale al 49.11% que son 55 personas; con un 25% indican que se promocioe por la TV, el 16.97% prefieren informarse por prensa escrita, el 6.25% por hojas volantes y por ultimo con el 2.68% prefieren otros medios como internet, etc. Con esta pregunta se analizócuáles son los medios informativos de preferencia de los consumidores.

ANALISIS DE LA OFERTA

CONCEPTO: Es el comportamiento de los agentes económicos que actúan en el mercado como son los productores, comercializadores, especialmente las empresas que se dedican a la actividad comercial.

Dentro del mercado local, en la ciudad de Puyo, existen diferentes sitios en donde se pueden encontrar diferentes tipos de artesanías, uno de las maderas más conocidas en el lugar es la balsa, por lo que se han dedicado a elaborar productos a partir de este material y que a los turistas les agrada y lo compran.

En la ciudad existen unos cuantos locales reconocidos que venden artesanías de balsa, como son; LA CASA DE LA Balsa, ARTESANIAS AMAZONICAS, ARTES DE LA AMAZONIA. Algunos de estos locales compran las artesanías ya talladas y lijadas y son ellos quienes se dedican a pintarlas y decorarlas, por lo que no existe una empresa que se dedique a realizar todo el procedimiento que una artesanía requiere, por lo que nace la idea de un nuevo **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ARTESANIAS DE Balsa Y SU COMERCIALIZACION A LOS TURISTAS DE LA PROVINCIA DE PASTAZA”**. Para ello se entrevistó a los locales que venden artesanías de balsa y a algunos otros comerciantes que poseen pequeños lugares de venta de artesanías de donde obtuve los siguientes datos;

PREGUNTA N. 1 ¿QUE TIPO DE ARTESANIAS VENDE EN SU NEGOCIO?

CUADRO 13

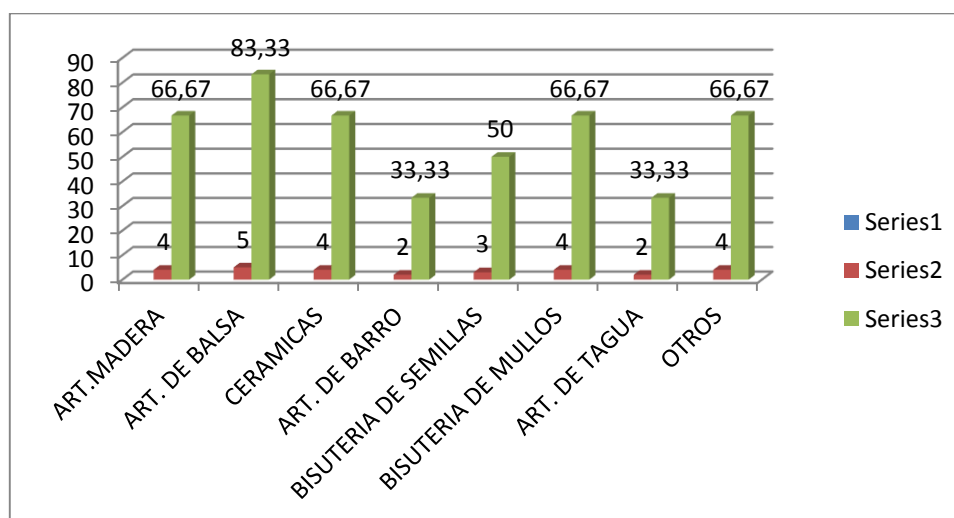
TIPO DE ARTESANIAS

ALTERNATIVA	N.	%
ARTESANIAS DE MADERA	4	66.67
ARTESANIAS DE Balsa	5	83.33
CERAMICAS	4	66.67
ARTICULOS DE BARRO	2	33.33
BISUTERIA HECHOS DE SEMILLAS	3	50.00
BISUTERIA DE MULLOS	4	66.67
ARTESANIAS DE TAGUA	2	33.33
OTROS	4	66.67

FUENTE: INVESTIGACION DE MERCADO
ELABORACION: AUTORA

GRAFICA 11

TIPO DE ARTESANIAS



INTERPRETACION: De los 6 lugares de venta de artesanías que entreviste obtuve lo siguiente; 4 lugares venden artesanías de madera, cerámicas y bisutería elaboradas con mullos, que da el 66.67%, 5 de los lugares venden artesanías de balsa que da un 83.33%, 3 locales venden bisutería hecha de

semillas que se obtienen en la parte de la selva que da un 50%, 2 locales venden artesanías de tagua y artículos de barro que da el 33.33%. La mayoría de microempresas de la ciudad de Puyo venden artesanías de balsa en mayor porcentaje con relación a los otros tipos de artesanías.

PREGUNTA N. 2 ¿QUE PRODUCTOS SON LOS QUE MAS VENDE?

INTERPRETACION: Los productos que más venden en los locales que se entrevistó en la ciudad de Puyo dicen que las artesanías hechas de madera, balsa se venden muy bien ya que a propios y turistas les agradan, también la bisutería de semillas venden bien ya que estas la utilizan para disfraces, para usarlos a diario etc. artículos pequeños también venden como son llaveros, recuerdos, etc.

PREGUNTA N. 3 ¿A QUIENES MAS VENDEN SUS PRODUCTOS?

CUADRO 14

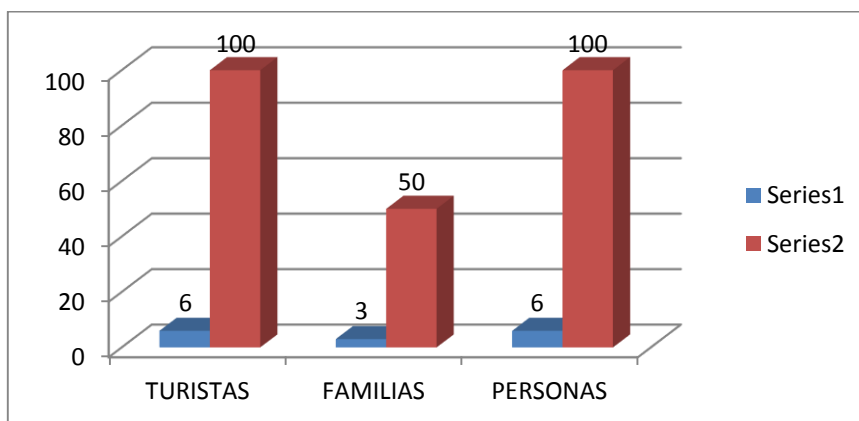
PERSONAS QUE MAS COMPRAN

ALTERNATIVA	N.	%
TURISTAS	6	100
FAMILIAS DE LA CIUDAD	3	50
PERSONAS	6	100

FUENTE: INVESTIGACION DE MERCADO
ELABORACION: AUTORA

GRAFICA 12

PERSONAS QUE MAS COMPRAN



INTERPRETACION: Los seis locales entrevistados en la ciudad de Puyo indican que las personas que más compran los artículos son los turistas y demás personas que da el 100% y 3 de los locales indican que venden a familias que da el 50%. La mayoría de clientes que compran artesanías son turistas y habitantes de la ciudad de Puyo.

PREGUNTA N. 4¿CUÁNTAS ARTESANIAS VENDE?

CUADRO 15

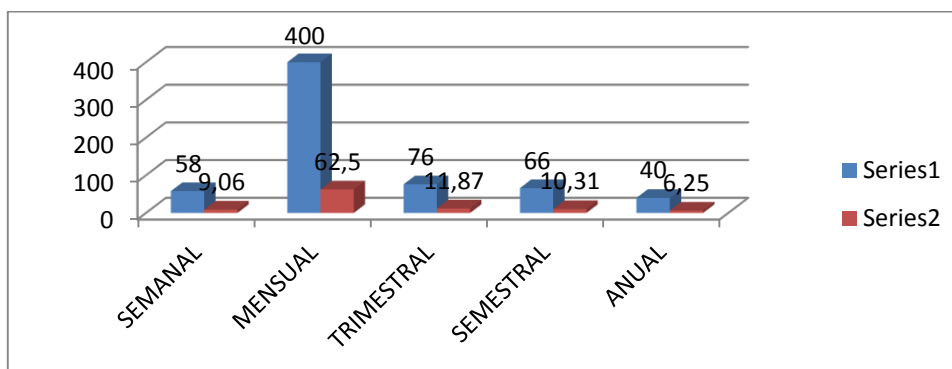
OFERTA DE ARTESANIAS

ALTERNATIVA	N.	%
SEMANTAL	58	9.06
MENSUAL	400	62.50
TRIMESTRAL	76	11.87
SEMESTRAL	66	10.31
ANUAL	40	6.25
TOTAL	640	100

FUENTE: INVESTIGACION DE MERCADO
ELABORACION: AUTORA

GRAFICA 13

OFERTA DE ARTESANIAS



INTERPRETACION: Los entrevistados indican que venden 58 artesanías semanal que da el 9.06%, venden 400 artesanías por mes que da el 62.5%, venden cada tres meses 76 que da el 11.87%, venden 66 artesanías cada 6 meses que da el 10.31% y anual venden 40 artesanías que da el 6.25%. Con esta pregunta se estableció la oferta de artesanías en la ciudad de Puyo.

PREGUNTA N. 5¿VENDE ARTESANIAS DE BALSA?

CUADRO 16

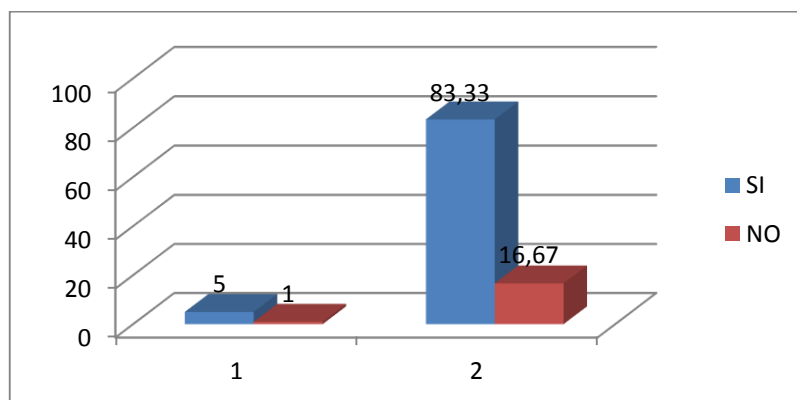
VENDE ARTESANIAS DE BALSA

ALTERNATIVA	N.	%
SI	5	83.33
NO	1	16.67
TOTAL	6	100

FUENTE: INVESTIGACION DE MERCADO
ELABORACION: AUTORA

GRAFICA 14

VENDE ARTESANIAS DE BALSA



INTERPRETACION: De los seis locales de venta de artesanías 5 venden artesanías de balsa que da el 83.33% mientras que 1 no vende este tipo de artesanías que da el 16.67%. Esta pregunta permitió conocer cuántos locales venden artesanías de balsa.

PREGUNTA N. 6 ¿CUÁNTAS ARTESANIAS VENDE MENSUALMENTE?

CUADRO 17

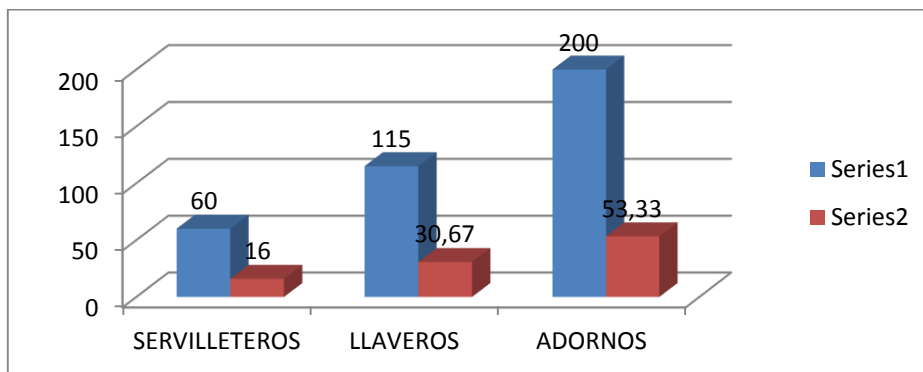
OFERTA ANUAL DE ARTESANIAS DE BALSA EN LA CIUDAD DE PUYO

N.	PRODUCTO	DIAS LABORADOS	TOTAL VENTAS MENSUAL	TOTAL VENTAS ANUAL
1	SERVILLETEROS	6 DIAS	120	720
2	LLAVEROS	6 DIAS	115	1380
3	ADORNOS	6 DIAS	200	2400
TOTAL				4500

FUENTE: INVESTIGACION DE MERCADO
ELABORACION: AUTORA

GRAFICA 15

OFERTA ANUAL DE ARTESANIAS DE Balsa EN LA CIUDAD DE PUYO



INTERPRETACION: De acuerdo a la investigación realizada a los lugares de venta de artesanías de balsa en la ciudad de Puyo, tenemos que anualmente se venden 4500 unidades de artesanías, distribuidas de la siguiente manera: 720 unidades son servilleteros, se venden 1380 llaveros y 2400 adornos decorativos anualmente. Podemos ver que son pocos los lugares de venta de artesanías en la ciudad, por ende son pocos los lugares y personas que los producen, algunas de estas maderas son vendidas en planta como materia prima, es poca la comercialización de esta pero en la Amazonia también se la cultiva así como también en otras ciudades del país, cabe recalcar que esta madera se la exporta a otros países, sin embargo es poca su utilización, ya que se la puede aprovechar para muchos otros proyectos como son; en la elaboración de paneles solares, como material aislante para el ruido, etc. Con esta pregunta se estableció la oferta anual de artesanías en la ciudad de Puyo.

PREGUNTA N. 7¿QUIÉNES LE DISTRIBUYEN EL PRODUCTO?

Compran las artesanías talladas, lijadas y ellos las pintan estas las elaboran personas que se dedican a trabajar con la balsa.

En casos las tallan y pagan a personas para que las lije para luego pintarlas y decorarlas.

La materia prima se da en la región a pocos metros de la ciudad, es fácil de conseguir.

PREGUNTA N. 8¿QUÉ ARTICULOS NO VENDEN PER LES PIDEN LOS CLIENTES?

Les piden que haya variedad de artículos hechos de balsa. Por ejemplo que se pueda usar para otro tipo de cosas como para la cocina, escritorios, etc.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

PROMEDIO DE CONSUMO

Para llegar a establecer el consumo de artesanías se preguntó a los encuestados **¿con que frecuencia y en qué cantidad adquiere artesanías de balsa?** El cálculo promedio se detalla a continuación:

PROMEDIO DE CONSUMO

Para llegar a establecer el consumo de artesanías se preguntó a los encuestados **¿con que frecuencia y en qué cantidad adquiere artesanías de balsa?** El cálculo promedio se detalla a continuación:

CUADRO N. 18

COMPRA ANUAL DE ARTESANIAS DE Balsa DE LA CIUDAD DE PUYO

ALTERNATIVA	FACTOR DE MULTIPLICACION	ENCUESTADOS	TOTAL
	LLAVEROS		
SEMANAL	*48	2	96
MENSUAL	*12	3	36
TRIMESTRAL	*4	5	20
SEMESTRAL	*2	5	10
ANUAL	*1	50	50
TOTAL		65	212
	SERVILLETOS		
SEMANAL	*48	1	48
MENSUAL	*12	1	12
TRIMESTRAL	*4	2	8
SEMESTRAL	*2	6	12
ANUAL	*1	38	38
TOTAL		48	118
	ADORNOS		
SEMANAL	*48	0	0
MENSUAL	*12	1	12
TRIMESTRAL	*4	5	20
SEMESTRAL	*2	9	18
ANUAL	*1	61	61
TOTAL		76	111

FUENTE: CUADRO N. 6
ELABORACION: AUTORA

De acuerdo al presente cuadro se puede observar y establecer la frecuencia de compra de artesanías de balsa, el consumo total anual de llaveros es de 212, mientras que de servilletos son 118 unidades y por último de adornos decorativos son de 111 unidades anuales.

ESTIMACION DEL CONSUMO PROMEDIO (PER- CAPITA)

Ingreso total de un grupo dividido entre el número de personas que lo integran.

Al comparar estándares de productos entre economías, es desde luego más relevante tomar el ingreso per cápita que el ingreso total.

Per cápita; es el resultado de dividir un agregado entre la población total.

CUADRO N. 19

CONSUMO PROMEDIO

PRODUCTO	CONSUMO PROMEDIO ANUAL
ADORNOS	1
SERVILLETEROS	2
LLAVEROS	3

FUENTE: CUADRO N. 18
ELABORACION: AUTORA

Para poder determinar el promedio per cápita se la realizo a través de la siguiente formula en donde se toma como referencia el consumo anual total que en este caso es 212 llaveros, dividido para la muestra del consumo que son 65 turistas, lo que nos da un promedio anual de 3 llaveros por turistas, de igual manera se aplica la fórmula para todos los demás productos.

LLAVEROS

Consumo per cápita = $\frac{\text{consumo anual total}}{\text{Muestra de consumo}}$

Muestra de consumo

$$= 212/65 = 3$$

SERVILLETEROS

Consumo per cápita = $\frac{\text{consumo anual total}}{\text{Muestra de consumo}}$

Muestra de consumo

$$= 118/48$$

$$= 2$$

ADORNOS

Consumo per cápita = $\frac{\text{consumo anual total}}{\text{Muestra de consumo}}$

Muestra de consumo

$$= 111/76$$

$$= 1$$

ANALISIS DE LA DEMANDA

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los clientes están dispuestos a comprar en el mercado en un determinado tiempo. Con el análisis de la demanda se pretende conocer cuáles son los compradores potenciales actuales y efectivos de las artesanías que se van a producir.

Para establecer la demanda potencial, real y efectiva de las artesanías de balsa de la ciudad de Puyo, se aplicó una investigación de mercado a los turistas que visitan la ciudad y habitantes de Puyo, con el propósito de conocer cuáles son los gustos, preferencias y hábitos de compra. Así mismo se estableció criterios sobre la calidad y costos y motivación de compra.

En el presente proyecto se tiene como demandantes principales a los habitantes y turistas de la ciudad de Puyo, quienes están dispuestos a comprar las artesanías de balsa.

El presente trabajo consta de tres tipos de demandas;

- + Demanda potencial
- + Demanda real
- + Demanda efectiva

DEMANDA POTENCIAL

Para llegar a establecer este tipo de demanda aplique un total de 360 encuestas a turistas y habitantes de la ciudad de Puyo, que equivale al 67.22% quienes si compran artesanías. En conclusión 15650 turistas que visitaron la ciudad de Puyo en el año 2014, unas 10520 corresponden a la demanda potencial.

CUADRO N. 20

DEMANDA POTENCIAL

N. TURISTAS 2014	% DE ACEPTACION	DEMANDA POTENCIAL EN ESTUDIO
15 650	67.22	10 520

FUENTE: CUADRO N. 1
ELABORACION: AUTORA

DEMANDA REAL

Esta demanda se relaciona con la demanda potencial, se la determina de la siguiente manera de los 10520 demandantes potenciales, se obtiene el 78.10%

que si compran artesanías de balsa que si les gusta este tipo de artesanías, se obtiene como resultado 8216 demandantes reales se detalla a continuación:

CUADRO N. 21

DEMANDA REAL

DEMANDANTES POTENCIALES	% DE ACEPTACION	DEMANDANTES REALES
10 520	78.10	8 216

FUENTE: CUADRO N. 5, 19
ELABORACION: AUTORA

DEMANDA EFECTIVA

Son todas aquellas personas que si están dispuestos a comprar las artesanías de balsa en una nueva empresa.

Para determinar esta demanda se toma en cuenta 59.26% que es el porcentaje de aceptación de los encuestados

CUADRO N. 22

DEMANDA EFECTIVA

DEMANDA REAL	% DE ACEPTACION	DEMANDA EFECTIVA
8216	59.26	4869

FUENTE: CUADRO N. 7, 21
ELABORACION: AUTORA

DEMANDA EFECTIVA

Es la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado. Se tomó 3.41% que es la tasa de crecimiento anual de la ciudad de Puyo de acuerdo al Censo del año 2010.

CUADRO N. 23

AÑO	POBLACION 3.41%	DEMANDA POTENCIAL 67.22%	DEMANDA REAL 78.10%
1	15650	10520	8216
2	16184	10879	8496
3	16736	11250	8786
4	17307	11634	9086
5	17897	12030	9395
6	18507	12440	9715
7	19138	12864	10047
8	19791	13304	10390
9	20466	13757	10744
10	21164	14226	11110

FUENTE: CUADRO N. 1, 5
ELABORACION: AUTORA

DEMANDA EFECTIVA EN UNIDADES

La demanda efectiva en unidades se la define como la cantidad de bienes y servicios que son adquiridos en el mercado por un consumidor en un momento determinado.

CUADRO N. 24**DEMANDA EFECTIVA POR PRODUCTO**

N.	DEMANDA REAL	DEMANDA EFECTIVA LLAVEROS 25.89%	DEMANDA EFECTIVA SERVILLETEROS 32.14	DEMANDA EFECTIVA ADORNOS 41.96
1	8216	2127	2641	3447
2	8496	2200	2731	3565
3	8786	2275	2824	3687
4	9086	2352	2920	3812
5	9395	2432	3020	3942
6	9715	2515	3122	4076
7	10047	2601	3229	4216
8	10390	2690	3339	4360
9	10744	2782	3453	4508
10	11110	2876	3571	4662

FUENTE: CUADRO N. 21, 9
ELABORACION: AUTORA

CUADRO N. 25**DEMANDA EFECTIVA EN UNIDADES**

N.	DEMANDA EFECTIVA LLAVEROS	CONSUMO PROMEDIO	DEMANDA EFECTIVA TOTAL	DEMANDA EFECTIVA SERVILLETEROS	CONSUMO PROMEDIO	DEMANDA EFECTIVA TOTAL	DEMANDA EFECTIVA ADORNOS	CONSUMO PROMEDIO	D. EFECTIVA TOTAL
1	2127		6381	2641		5282	3447		3447
2	2200		6600	2731		5462	3565		3565
3	2275		6825	2824		5648	3687		3687
4	2352		7056	2920		5840	3812		3812
5	2432	3	7296	3020	2	6040	3942	1	3942
6	2515		7545	3122		6244	4076		4076
7	2601		7803	3229		6458	4216		4216
8	2690		8070	3339		6678	4360		4360
9	2782		8346	3453		6906	4508		4508
10	2876		8628	3571		7142	4662		4662

FUENTE: CUADRO N. 18 Y 23
ELABORACION: AUTORA

1.3. ANALISIS DE LA OFERTA

Es el comportamiento de los agentes económicos que actúan en el mercado como son los productores, comercializadores, especialmente las empresas que se dedican a la actividad comercial

Dentro del mercado local existen algunos sitios que venden artesanías de balsa a los diferentes clientes pero que no satisfacen el 100% de las necesidades del mercado objetivo como es; buena atención al cliente, mejor gestión de comercialización (canales de distribución), eficiente administración en la fuerza de ventas personalizadas (agentes vendedores), por tal razón el “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de artesanías de balsa y su comercialización a los turistas en la provincia de Pastaza ciudad de Puyo”.

CUADRO N. 26

OFERTA ANUAL DE ARTESANIAS DE Balsa EN LA CIUDAD DE PUYO

N.	PRODUCTO	DIAS LABORABLES	TOTAL VENTAS MENSUAL	TOTAL DE VENTAS ANUAL
1	SERVILLETEROS	6	60	720
2	LLAVEROS	6	115	1380
3	ADORNOS	6	200	2400
TOTAL				4500

FUENTE: CUADRO 17
ELABORACION: AUTORA

De acuerdo a la investigación realizada en los diferentes lugares de venta de artesanías en la ciudad de Puyo son de 4500 unidades de artesanías distribuidas de la siguiente manera; 720 servilleteros, 1380 unidades de llaveros y 2400 adornos decorativos.

1.3.1. PROYECCION DE LA OFERTA

La proyección de la oferta se la realiza para diez años con un incremento del 3.41%, que es la tasa de crecimiento de la ciudad de Puyo de acuerdo al censo 2010.

CUADRO N. 27

PROYECCION DE LA OFERTA

AÑOS	PRODUCTOS		
	LLAVEROS	SERVILLETEROS	ADORNOS
1	1380	720	2400
2	1427	744	2482
3	1476	769	2567
4	1526	795	2654
5	1578	822	2741
6	1632	850	2834
7	1688	879	2931
8	1745	909	3031
9	1804	940	3134
10	1865	972	3241

FUENTE: CUADRO N. 26
ELABORACION: AUTORA

Observando del cuadro N. 34 se puede observar que para el año 2015 tendré una oferta anual de llaveros de 1423, los servilleteros son 742 unidades y adornos decorativos son de 2474 unidades de artesanías de balsa.

Para la proyección de la demanda se toma como referencia la oferta del año 2013 que es de 1380(llaveros) unidades, la misma que se multiplica por 3.41% que nos da una cantidad de 43 a este valor se le suma la cantidad de 1380,

que da como resultado 1427, que sería la demanda del año siguiente y de la misma forma se procede para los siguientes años.

Aplicación: $1380 * 3.41\% = 43 + 1380 = 1427$

La demanda insatisfecha es la cantidad de bienes o servicios ofertados que no logran satisfacer las necesidades del mercado en calidad y cantidad.

La valoración de oferta y demanda, permite ratificar la existencia o no de la demanda insatisfecha terminando el análisis de los datos de las encuestas, se determinó la oferta y demanda, las mismas que fueron proyectadas para 10 años de vida útil de la empresa, para verificar la existencia de la demanda insatisfecha, con el siguiente cuadro.

CUADRO N. 28

DEMANDA INSATISFECHA POR PRODUCTO

AÑO	LLAVEROS	SERVILLETOS	ADORNOS	AÑO	LLAVEROS	SERVILLETOS	ADORNOS	AÑO	LLAVEROS
	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA ACTUAL	D. INSATISFECHA	DEMANDA	OFERTA	D. INSATISFECHA	DEMANDA	OFERTA	D. INSATISFECHA
1	6381	1380	5001	5282	720	4562	3447	2400	1047
2	6600	1427	5173	5462	744	4718	3565	2482	1083
3	6825	1476	5349	5648	769	4879	3687	2567	1120
4	7056	1526	5530	5840	795	5045	3812	2654	1158
5	7296	1578	5718	6040	822	5218	3942	2741	1201
6	7545	1632	5913	6244	850	5394	4076	2834	1242
7	7803	1688	6115	6458	879	5579	4216	2931	1285
8	8070	1745	6325	6678	909	5769	4360	3031	1329
9	8346	1804	6542	6906	940	5966	4508	3134	1374
10	8628	1865	6763	7142	972	6170	4662	3241	1421

FUENTE: CUADRO N. 24 Y 26
ELABORACION: AUTORA

ESTRATEGIAS DE MERCADO

Para el estudio de las estrategias de mercado para la nueva empresa se tomara en cuenta, los elementos de la mezcla de mercadotecnia (marketing mix) que son; producto, precio, plaza, promoción y publicidad.

PRODUCTO

Los productos a elaborarse en esta empresa son a base de balsa estos son ; adornos decorativos, servilleteros y llaveros; los cuales llevan su respectiva etiqueta que permitirá identificar al producto y a la empresa; aprovechando la existencia de materia prima de la zona, en el proceso de producción se lleva control de calidad, mantenimiento de la planta, calificación de la materia prima e insumos necesarios para su producción que concluido este proceso se obtendrá el producto terminado para satisfacer las necesidades de los clientes.

PRESENTACION DEL PRODUCTO

La presentación de las artesanías son de tamaño pequeñas, medianas y grandes, dependiendo del modelo y diseño del producto, para su distribución se colocara su etiqueta con el nombre y logotipo que permita identificar a la empresa “ARTES AMAZONICAS”, además incluirá dirección y teléfono del fabricante.

GRAFICA 16

DISEÑO DE LA ETIQUETA



FUENTE: Propia
ELABORADO: Autora

PRECIO

Para establecer el precio se lo establecerá sobre la base de los costos que incurra la producción, además marginando el porcentaje de utilidad que la empresa planifica recibir, pero sin dejar de lado la capacidad adquisitiva del usuario.

PLAZA

Constituye el lugar en donde se distribuirá el producto, en los diferentes segmentos de mercado, donde la empresa ofertara el producto.

En base a las encuestas aplicadas a los turistas y habitantes de la ciudad del Puyo se establece que el lugar en donde ellos desean adquirir las artesanías de balsa es el barrio obrero, en base a los datos de la pregunta 14 de las encuestas.

CANAL DE DISTRIBUCION

La comercialización es un proceso que hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio al consumidor o usuario en las condiciones óptimas de lugar y tiempo.

Para la comercialización de las artesanías de balsa es importante conocer el camino que debe seguir el producto al pasar de manos del productor al consumidor, en función del cual se debe incrementar su valor; es por ello que se opta por el canal de comercialización.

GRAFICA 17

CANAL DE DISTRIBUCION



FUENTE: Propia
ELABORADO: Autora

PROMOCION Y PUBLICIDAD

El proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de artesanías de balsa y su comercialización a los turistas de la provincia de Pastaza ciudad Puyo, se utilizara la siguiente estrategia de mercado:

PUBLICIDAD EN RADIO: La empresa para su promoción utilizara como medio publicitario a la radio misma que esta está dada por cuñas, el horario se establecerá en los que tienen mayor sintonía a fin de que los turistas y gente en general tengan una idea de esta empresa y los productos que se ofrece e inducirlos a comprar.

ESTUDIO TECNICO

El objetivo del estudio técnico es determinar si es posible producir artesanías de balsa, de calidad y en la cantidad requerida. Para ello es necesario determinar las tecnologías, maquinarias, equipos e insumos, materia prima, suministros y consumo unitario, determinación de precios, recursos humanos en cantidad y calidad, proveedores.

DETERMINACION DEL TAMAÑO Y LOCALIZACION

TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto radica sobre la incidencia del tamaño del mercado, que esta medido por la capacidad de producción, en este caso las artesanías de balsa están expresadas en unidades de producción por año.

CAPACIDAD INSTALADA

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar tecnológico en un período determinado.

En el proyecto la capacidad instalada está considerada en base a la maquinaria y la capacidad de producción de cada obrero.

Se producirá 18 llaveros, para la elaboración de cada llavero se demora 10 minutos lo que da un total de 3 horas para elaborarlos trabajando 8 horas diarias por 22 días del mes y por 12 meses del año lo que da un total de 4752 artesanías. Esto se logra con la ayuda de máquinas como son la caladora para dar forma y diseño a las artesanías. Así también con la ayuda de cuchillos.

Se producirá 14 servilleteros con un tiempo promedio de 8 minutos en su elaboración demorándose 1 hora y 52 minutos diarios por 22 días y por 12 meses lo que da un total de 3696 unidades. Es mediante la utilización de la caladora y machetes y cuchillos para tallarlos.

En cuanto a adornos decorativos se producirá 3 unidades diarias multiplicado por 22 días y por 12 meses del año tengo 792 artesanías.

El tiempo promedio de elaboración es de 50 minutos, con la ayuda de la moto sierra y machetes para tallarlos, da un total de 2 horas y 30 minutos lo que se demoran en elaborarlos.

Los obreros utilizan 7 horas y 22 minutos para elaborar las artesanías y utiliza casi 40 minutos para pintarlas.

CUADRO N. 29**CAPACIDAD INSTALADA DE PRODUCCION ANUAL**

DEMANDA INSATISFECHA 1ER. AÑO	PORCENTAJE	CAPACIDAD INSTALADA LLAVEROS
5001	95.02	4752
TOTAL CAPACIDAD INSTALADA 100%		4752 unidades

DEMANDA INSATISFECHA 1ER. AÑO	PORCENTAJE	CAPACIDAD INSTALADA SERVILLETEROS
4562	81.02	3696
TOTAL CAPACIDAD INSTALADA 100%		3696

DEMANDA INSATISFECHA 1ER. AÑO	PORCENTAJE	CAPACIDAD INSTALADA ADORNOS
1047	75.64	792
TOTAL CAPACIDAD INSTALADA 100%		792

FUENTE. CUADRO N. 28
ELABORACION: AUTORA

CAPACIDAD UTILIZADA

La planeación de la producción de artesanías de balsa se realiza en base a la capacidad instalada de la empresa y en relación a los años de vida útil del proyecto, en este caso es para 10 años.

Como en todo proceso productivo no se puede empezar a trabajar con el 100% de la capacidad productiva de la empresa, debido a que hay diferentes factores que se debe tomar en cuenta como son; apertura de mercado, acoplamiento del proceso productivo, capacitación del personal entre otros. En este caso

empezare a trabajar con el 85% para los 4 primeros años, el 90% para los 4 siguientes, y 95% para los dos últimos años.

CUADRO N. 30

CAPACIDAD UTILIZADA DE PRODUCCION ANUAL

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA LLAVEROS	% DE PARTICIPACION	CAPACIDAD UTILIZADA
1	4752	85	4039
2		85	4039
3		85	4039
4		85	4039
5		90	4277
6		90	4277
7		90	4277
8		90	4277
9		95	4514
10		95	4514

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA SERVILLETEROS	% DE PARTICIPACION	CAPACIDAD UTILIZADA
1	3696	85	3142
2		85	3142
3		85	3142
4		85	3142
5		90	3326
6		90	3326
7		90	3326
8		90	3326
9		95	3511
10		95	3511

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA ADORNOS	% DE PARTICIPACION	CAPACIDAD UTILIZADA
1	792	85	673
2		85	673
3		85	673
4		85	673
5		90	713
6		90	713
7		90	713
8		90	713
9		95	752
10		95	752

FUENTE. CUADRO N. 29
ELABORACION: AUTORA

LOCALIZACION DE LA EMPRESA

La localización es el lugar optimo donde se va a ubicar la empresa, tomando en cuenta factores como: el abastecimiento de la materia prima, la mano de obra, la infraestructura el mercado consumo y todo lo que tiene que ver con la parte legal de la empresa, de manera que la empresa tenga un mejor desenvolvimiento.

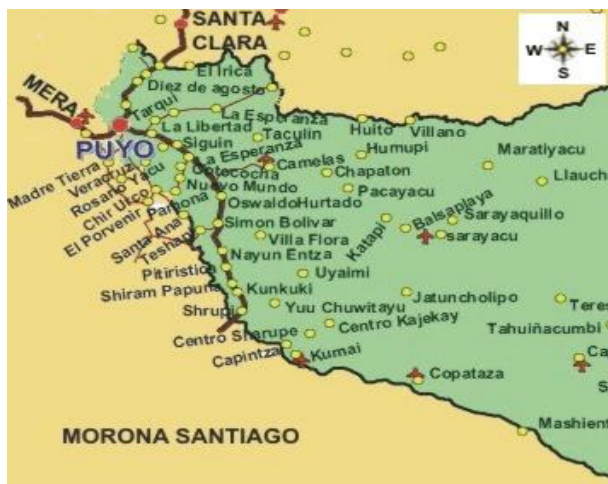
MICRO LOCALIZACION

Geográficamente es el lugar en donde está ubicada la empresa, considerando costos de materia prima y mano de obra que sean accesibles y de bajo costo.

La empresa se encuentra ubicada en la provincia de Pastaza ciudad de Puyo en la región Oriental del Ecuador.

GRAFICA 18

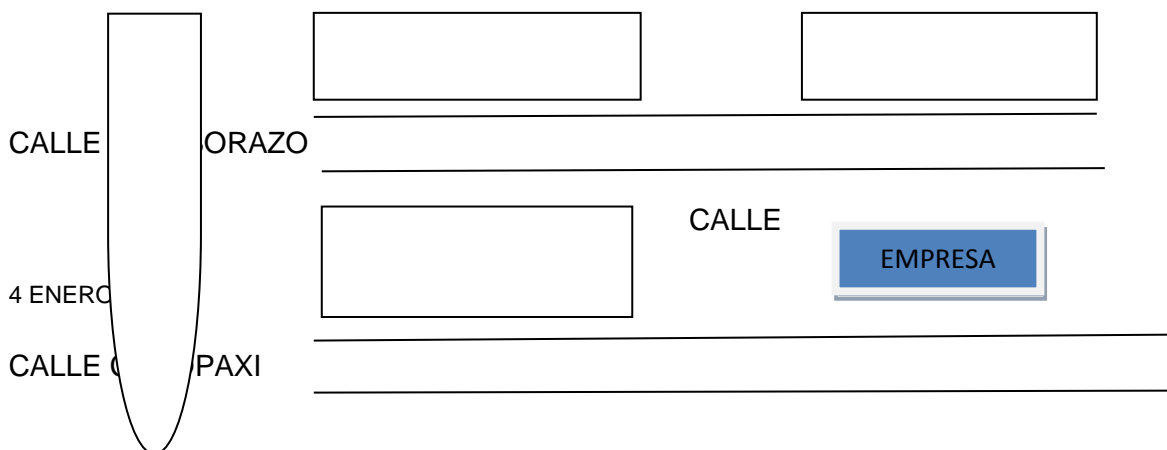
UBICACIÓN GEOGRAFICA



MICROLOCALIZACION DE LA EMPRESA

La empresa se encontrara funcionando en la provincia de Pastaza ciudad de Puyo, específicamente en el barrio Obrero en las calles 4 de Enero entre la calle Cotopaxi y Chimborazo en un local de unos 90 metros , cuenta con todos los servicios básicos como agua, luz, teléfono, internet.

GRAFICA 19



ELABORACION: Autora

CUADRO N. 31

MATRIZ DE VALORACION

FACTORES DE LOCALIZACION	PONDERACION	OPCION 1 Centro de la ciudad		OPCION 2 Barrio Obrero		OPCION 3 Mercado municipal	
Precio del arriendo	0.10	8	0.8	8	0.8	7	0.7
Disponibilidad de materia prima	0.20	6	1.20	7	1.4	5	1.00
Infraestructura	0.10	5	0.5	6	0.6	5	0.5
Servicios básicos	0.10	5	0.5	7	0.7	6	0.6
Disponibilidad de mano de obra	0.15	4	0.6	6	0.9	5	0.75
Transporte	0.10	5	0.5	7	0.7	6	0.6
Comunicaciones	0.05	5	0.25	7	0.35	5	0.25
Estado de las vías	0.10	5	0.5	8	0.8	6	0.6
Comercialización	0.10	8	0.8	8	0.8	6	0.6
TOTAL	1.00		5.65		7.05		5.6

Tomando en cuenta todos estos factores la empresa “ARTES AMAZONICAS” se ubicara en la ciudad de Puyo, Barrio Obrero en las calles 4 de Enero entre Chimborazo y Cotopaxi. Ya que es un lugar que cumple con los requerimientos para la implementación de la empresa.

INGENIERIA DEL PROYECTO

La Ingeniería del Proyecto define los recursos y maquinaria necesaria para fabricar y distribuir las artesanías de balsa en las diferentes áreas de producción, almacenamiento, carga y distribución.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

La balsa es un recurso renovable, de rápido crecimiento y no está en peligro de extinción ya que estos crecen en un periodo de 2 a 3 años, en cuanto no produce ningún impacto en la naturaleza ya que es de fácil crecimiento.



Esta madera es muy ligera y se la puede trabajar fácilmente ya que es suave fibrosa.

En la ciudad de Puyo existen algunos lugares en donde realizan el tallado de figuras, las comunidades que se ubican en la parte de la selva hacen figuras de balsa solamente utilizando cuchillos para darles las formas por lo que son mas rusticas, pero existen lugares en donde se está perfeccionando esta técnica y diversificando los productos.

A continuación se exponen los productos que la empresa ofertara a sus clientes;

GRAFICA 20

ARTESANIAS DE BALSA

LLAVEROS	
SERVILLETEROS	
ADORNOS DECORATIVOS	

ELABORACION: Autora

PROCESO DE PRODUCCION

Es un proceso en donde la materia prima se convierte en producto terminado, mediante la combinación de factores como la mano de obra directa, indirecta, maquinaria, tecnología y los procesos de operación.

1.- ADQUISICION DE MATERIA PRIMA

La materia prima que se utilizara en este proyecto es la balsa, misma que se obtendrá de aquí ya que en la provincia es común esta planta. Además pintura, goma, lijas de agua, sellador y barniz.

2.- SELECCIÓN DE MATERIA PRIMA

Una vez comprada la materia prima se selecciona las maderas que cumplan con las exigencias, es decir que esté en buenas condiciones.

3.- MEDICION Y TRAZADO DE LAS PIEZAS: Se miden las piezas que se va a elaborar, dependiendo de la figura que se vaya a hacer.

4.- CORTADO: Una vez que ya se midieron las piezas se realiza la primera aproximación de la figura con la ayuda con la ayuda de la moto sierra.

5.- TALLADO: Se talla las figuras con la ayuda de cuchillos y machete, dependiendo del tamaño de la artesanía ya que cuando son muy grandes se talla con moto sierra.

6.- SECADO: Se deja secar las piezas al sol, fogón o con hornos.

7.- HORNEADO: Las piezas son llevadas al horno hasta que las piezas adquieren un color amarillo, una vez que las piezas salen se procede al sellado ya que las piezas se parten entonces estas aberturas se sellan con pedazos de la misma madera.

8.- LIJADO: Con la ayuda de lijas de agua se da a la pieza una contextura lisa.

9.- ACABADOS FINALES: Se traza líneas rectas, curvas para darles acabados más sutiles a las piezas esto mediante la técnica de pirograbado o de la talladora.

10.- PINTADO: Se pinta a mano las figuras utilizando diferentes tipos de pinceles y colores vivos y fuertes.

Una vez pintadas las figuras se da una capa de sellador o barniz para darle un acabado brillante.

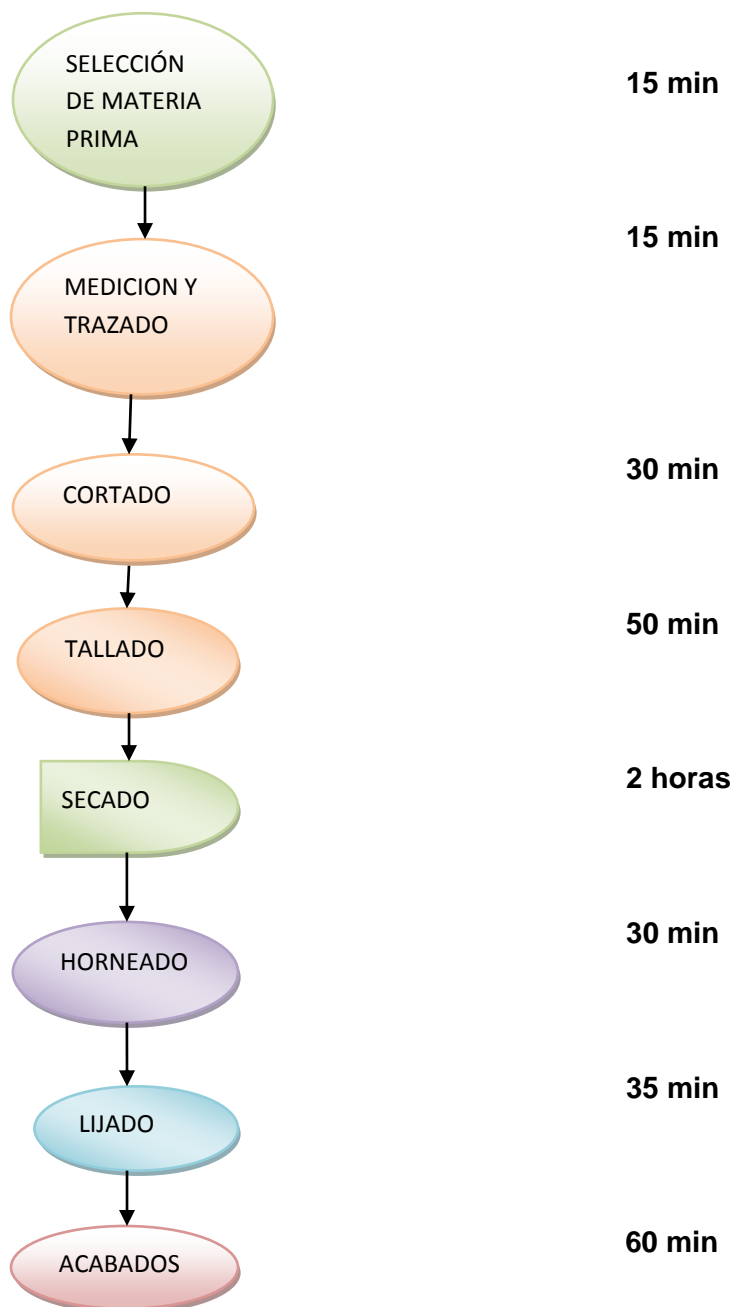
11.- SECADO: Se deja secar por unos 5 a 10 minutos

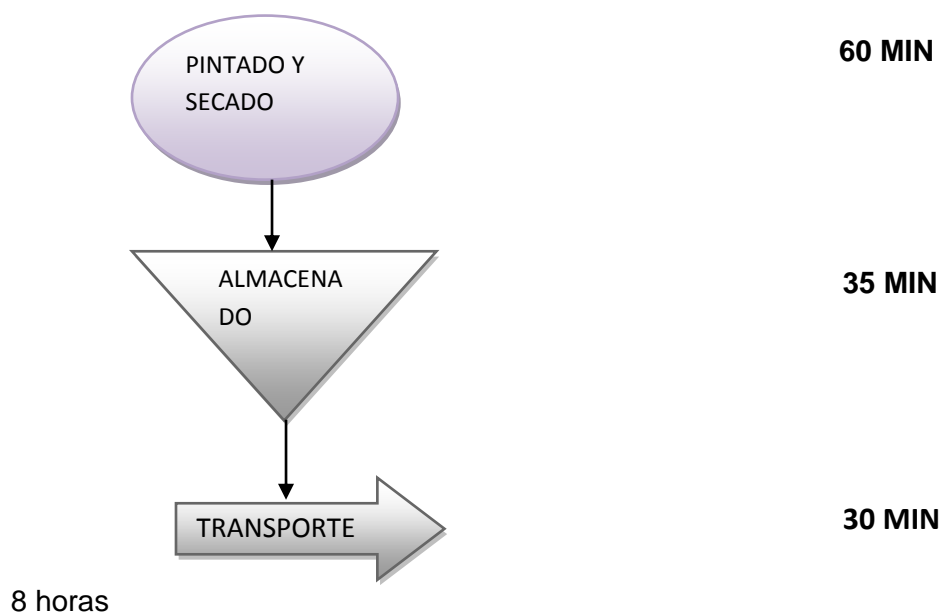
12.- ALMACENAMIENTO: Una vez pintadas las figuras se lleva a un lugar seco y seguro para su venta y distribución

13.- DISTRIBUCION: Se procede a la entrega del producto terminado en base a los pedidos del cliente.

FLUJOGRAMA DE PRODUCCION DE ARTESANIAS DE Balsa

LLAVEROS, SERVILLETOS Y ADORNOS



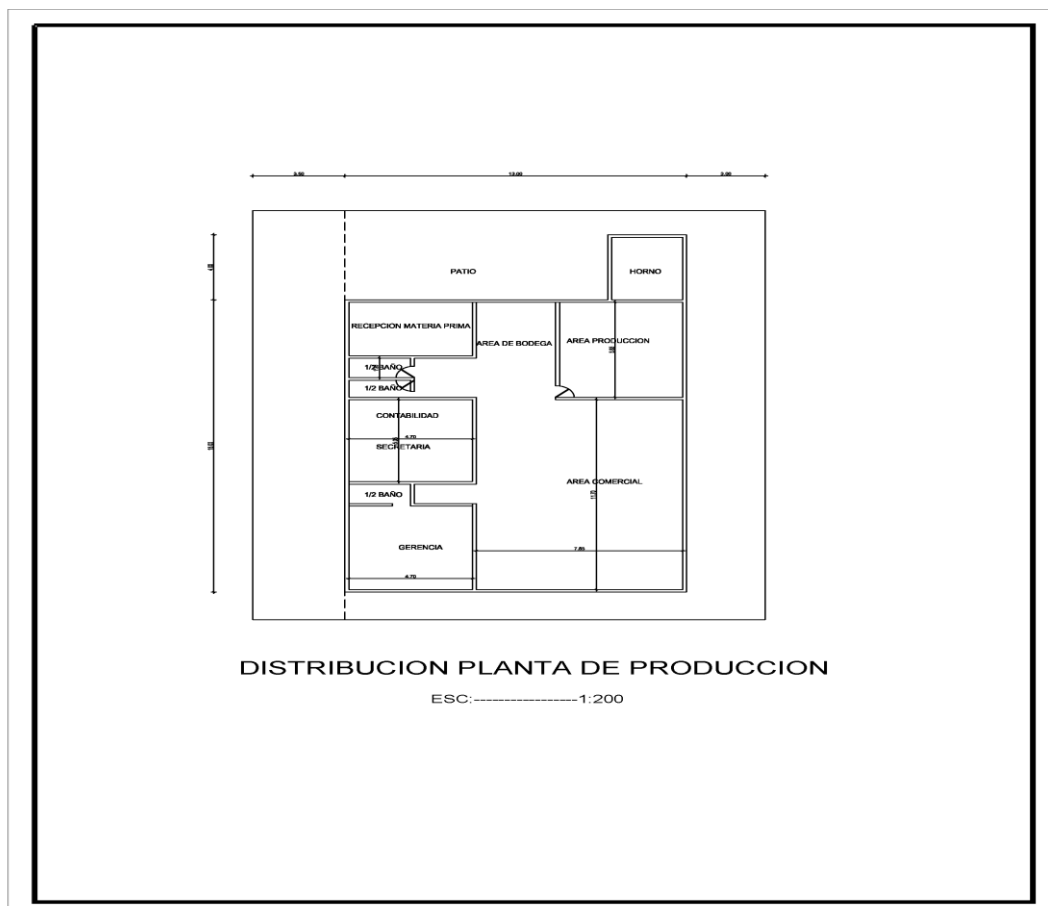


DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

La distribución de la planta es el lugar en donde la empresa realizara diariamente sus funciones, estableciendo los espacios de trabajo para cada uno de los puestos. Como son en donde se establecerá el área de producción, ventas, gerencia, secretaria, etc. tomando en cuenta diferentes factores en este caso de las artesanías de balsa para el área de producción se necesita un espacio en donde tallar, secar y pintar las artesanías. El área de ventas debe ser un lugar en donde se exhibirá las artesanías.

GRAFICA 21

DISTRIBUCION DE LA PLANTA DE PRODUCCION



CUADRO N. 32

DISTRIBUCION DE LA PLANTA

DETALLE	AREA
GERENCIA	4.70 X 5.05 m ²
SECRETARIA	4.70 X 5.05 m ²
CONTABILIDAD	4.70 X 5.05 m ²
BAÑO	1.20 x 1.20 m ²
RECEPCION DE MATERIA PRIMA	4.30 x 4.70 m ²
AREA DE BODEGA	2.45 x 4.30 m ²
AREA DE PRODUCCION	5.85 x 6.70 m ²
AREA COMERCIAL	7.85 x 11.70 m ²

DESCRIPCIÓN DE MATERIALES

MATERIA PRIMA DIRECTA

MADERA BALSA



MATERIALES INDIRECTOS

PINTURA



GOMA



AGUA



MAQUINARIA

MOTO SIERRA

Cilindrada 72.2

Potencia Kw/HP 3.9/5.3

Velocidad de motor 12500rpm

Peso 6.6Kg



CALADORA DE PIROGRABADO

La velocidad de una sierra caladora puede ser única, o variable como cualquier otra herramienta eléctrica. Generalmente en las de velocidad variable es posible controlar la misma por medio de la presión que se ejerce sobre el gatillo. En una herramienta estándar de unos 350W de potencia se puede obtener una franja de velocidades que oscila entre los 500 y 3000 movimientos por minuto.



HORNO ELECTRICO

Los hornos de resistencia son muy útiles en aplicaciones en las que se necesita de un artefacto pequeño cuya temperatura pueda controlarse de manera precisa, la mayor temperatura que alcanzan es de unos 4,100 °C



MUEBLES Y ENSERES

- Escritorios
- Sillas ejecutivas
- Sillas personales
- Archivadores

EQUIPO DE COMPUTACION

- Computadora de escritorio
- Impresora

RECURSO HUMANO

Para la elaboración de artesanías de balsa se necesitará de dos personas que trabajen en el área de producción de la empresa.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

La organización del presente proyecto se basa en los principios y normas establecidas por las empresas.

La empresa estará constituida como Compañía Limitada, la inversión se conformara con el aporte de un socio. La socia responderá por el monto individual de las aportaciones y cumplirá con las obligaciones, derechos y responsabilidades vigentes conforme lo estipula la Ley.

ORGANIZACIÓN LEGAL

RAZON SOCIAL: La razón social de la empresa será “ARTES AMAZONICAS Cía. Ltda.”

OBJETO SOCIAL: La empresa se dedicara a la producción y venta de artesanías en la Ciudad de Puyo.

DURACION: El tiempo que se constituye la empresa es de 10 años, que contarán desde el día de inscripción del contrato en el Registro Mercantil, mismo que debe estar autorizado por la Superintendencia de Compañías.

DOMICILIO: La empresa estará situada en la Provincia de Pastaza, ciudad de Puyo, en el barrio Obrero, en la calle 4 de Enero entre la calle Chimborazo y Cotopaxi.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

NIVELES JERARQUICOS

Están conformados por el conjunto de organismos ubicados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad en la empresa.

Para que una empresa cumpla con las funciones y responsabilidades debe estar integrado por los niveles jerárquicos que a continuación se detalla:

NIVEL EJECUTIVO: Está conformado por el puesto de Gerente, el cual planifica, organiza, coordina, dirige y controla las labores administrativas, financieras y comerciales de la empresa, también es el responsable de todas las actividades que se desarrollan en la misma.

NIVEL AUXILIAR: Está conformado por el puesto de secretaria-Contadora, la cual tiene relación directa con las actividades administrativas y contables de la empresa.

NIVEL OPERATIVO: Está conformado por los puestos que desempeñan las personas labores de producción de la empresa.

Así como también se encargan del almacenamiento y distribución del producto.

ORGANIGRAMAS

Un organigrama es la representación gráfica que indica la constitución interna de la empresa, desde el nivel superior hasta el nivel inferior.

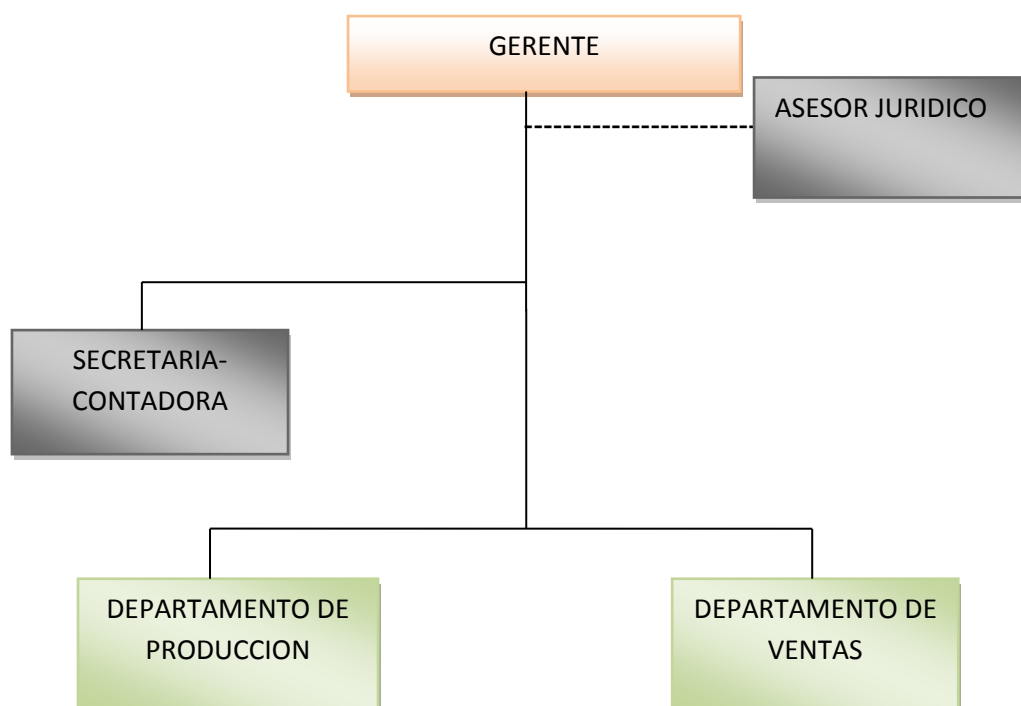
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL: Es la presentación grafica de la estructura de la empresa, que sirve para indicar como esta divididas las funciones de la empresa y los niveles jerárquicos las líneas de autoridad responsabilidad, etc.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL: Este representa cada una de las funciones de los diferentes niveles de la empresa.

GRAFICA 22

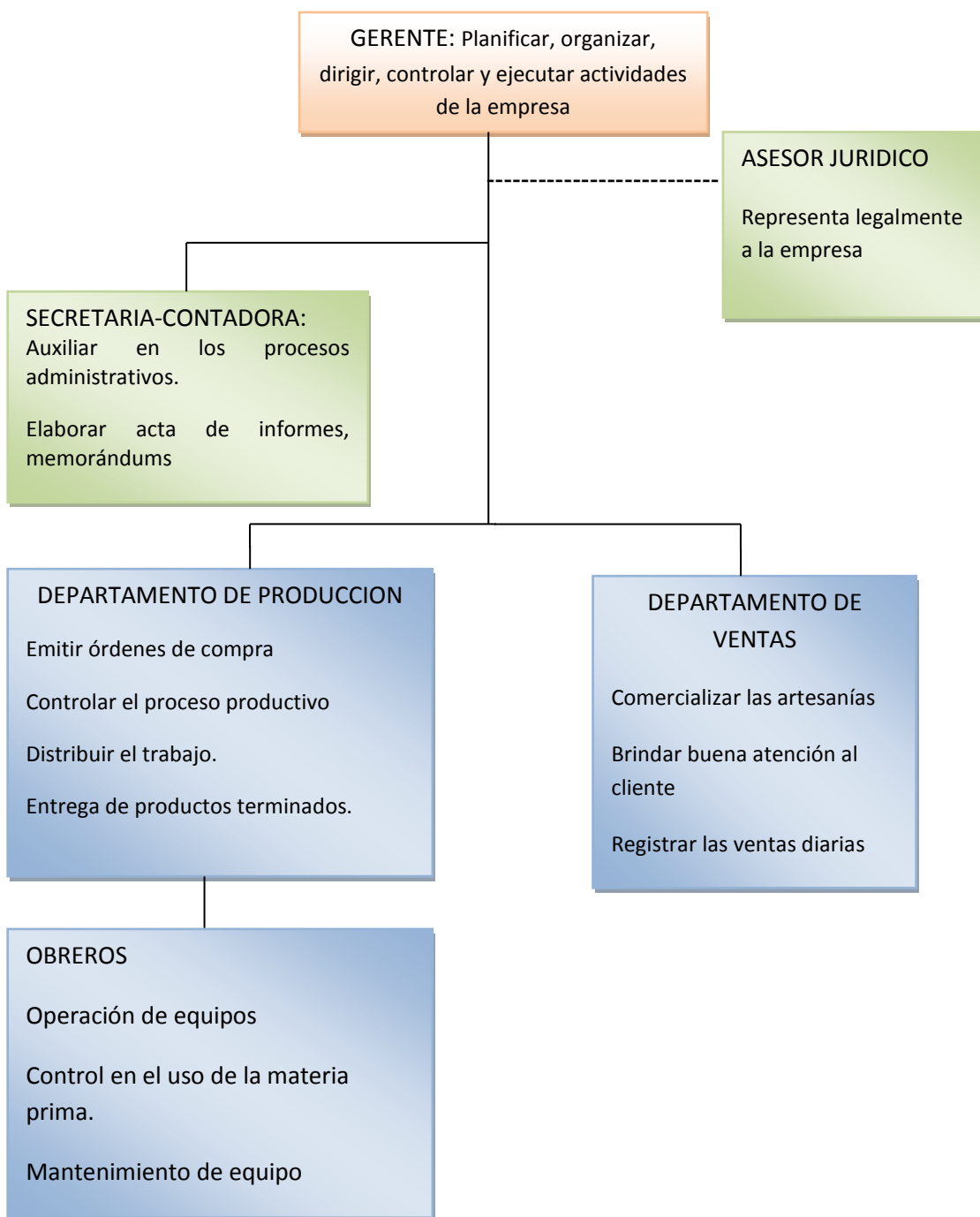
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA

“ARTES AMAZONICAS CIA LTDA.”



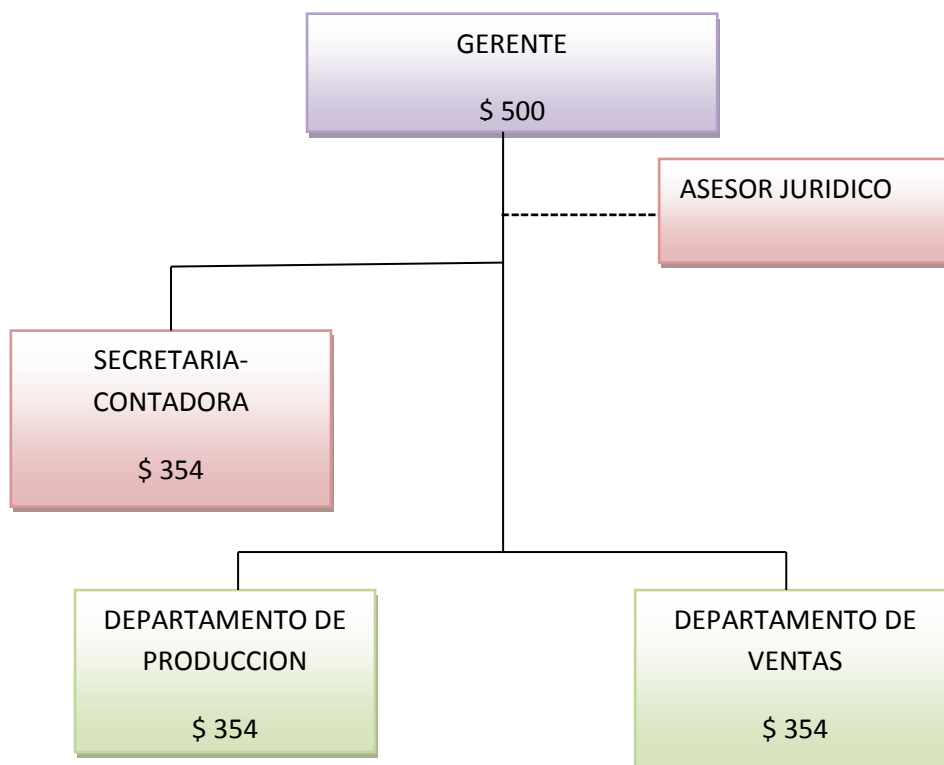
FUENTE: Investigación
ELABORACION: Autora

GRAFICA 23
ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA
“ARTES AMAZONICAS CIA LTDA.”



ELABORACION: Autora

GRAFICA 24
ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA
“ARTES AMAZONICAS CIA LTDA”



ELABORACION: Autora

MANUAL DE FUNCIONES

Contiene tareas básicas sobre las tareas que debe cumplir cada uno de los puestos de trabajo o cada nivel administrativo para facilitar una mejor selección del personal para cada uno de los cargos de la empresa.

Las partes que integran el presente manual son:

- 📌 Código
- 📌 Título del puesto
- 📌 Naturaleza del trabajo
- 📌 Funciones
- 📌 Características
- 📌 Requisitos

A continuación están los diferentes manuales de funciones en base a los diferentes cargos.

CODIGO01

TÍTULO DEL PUESTO. GERENTE

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Planificar, programar, organizar, ejecutar, dirigir, y controlar las actividades de la empresa.

TAREAS O FUNCIONES TÍPICAS.

- Elaborar el presupuesto anual de la empresa

- Tramitar controles, órdenes, cheques y más documentos que el reglamento lo autorice, autorizando y firmando para lograr un correcto desenvolvimiento de la empresa.
- Tramitar controles, órdenes, cheques y más documentos que el reglamento lo autorice, autorizando y firmando para lograr un correcto desenvolvimiento de la empresa.
- Representar legal judicial y extrajudicialmente a la empresa
- Diseñar conjuntamente con sus instructores y empleados, cursos de capacitación de acuerdo a las necesidades del mercado
- Entrega de valores y principios para con sus empleados y clientes
- Actualizar y dotar de facilidades a los empleados para capacitación
- Gestión y suscripción de contratos y convenios.

CARACTERISTICAS DE LA CLASE

- Este puesto se caracteriza por coordinar y controlar las funciones que realizan el personal que está bajo su mando, es decir solucionar los problemas de toda la empresa.
- Supervisar y controlar las actividades que realiza el personal que está a su cargo, es decir la empresa en general
- Responder por equipos que están a su cargo hasta por \$ 1000
- Este trabajo requiere de mediana concentración

REQUISITOS MINIMOS

EDUCACION. Ing. Administración de Empresas, Mags. En Administración de Marketing

EXPERIENCIA. Dos años en áreas similares

Capacitación en áreas afines

CODIGO 02

DEPENDENCIA: ASESOR JURIDICO

TITULO: ABOGADO

NATURALEZA DEL TRABAJO

Asesorar e informar sobre proyectos relacionados con el aspecto legal de la empresa.

FUNCIONES TIPICAS

- Aconsejar a directivos de la empresa y a sus funcionarios sobre asuntos de carácter jurídico.
- Representar conjuntamente con el Gerente judicial y extrajudicialmente a la empresa.
- Participar en procesos contractuales.
- Participar en sesiones de la Junta de Socios.
- Defender los procesos judiciales que necesita la empresa
- Informar y proponer alternativas sobre asuntos jurídicos.

- Informar al administrador sobre los conflictos legales de la empresa
- Opinar legalmente sobre los asuntos, reglamentos y otros documentos organizativos de la empresa.

CARACTERISTICAS DE LA CLASE

Requiere de iniciativa y criterio para resolver problemas que se pudieran presentar en la empresa de carácter legal.

REQUISITOS MINIMOS

Título Universitario, tener una experiencia de dos años.

CÓDIGO. 03

TITULO. SECRETARIA CONTADORA

NATURALEZA DEL TRABAJO

Realizar labores de contabilidad así como brindar asistencia directa a la Administración de la empresa, controlar los ingresos, egresos y custodia de fondos, valores, como también supervisar el movimiento bancario con los registros en los libros, y las retenciones de la ley, que estén en los beneficiarios correspondientes,

TAREAS O FUNCIONES TIPICAS

- Elaborar información sobre la posición diaria de caja, bancos, y su movimiento
- Mantenimiento de los archivos de la empresa

- Prepara los estados financieros correspondientes.
- Elaborar roles de pago y tramitar la documentación referente al IESS.
- Mantener adecuadamente, clasificado y archivado la documentación sustentaría de los egresos
- Prepara el pago de las retenciones de la ley
- Preparar los estados financieros correspondientes
- Llevar el registro de las órdenes de pago y obligaciones
- Presentar informes y análisis de tipo contable, económico y financiero de las actividades que realiza la empresa.
- Y las que le asigne el jefe inmediato superior de acuerdo al cargo.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

- ✓ El puesto requiere de formación de Contabilidad y Auditoría, con criterio formado y reserva profesional, para supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, así como de la empresa en general.
- ✓ Tiene una gran responsabilidad a su cargo porque es quien lleva toda la contabilidad de la empresa
- ✓ Responder por equipos hasta un valor de % 2000
- ✓ Resuelve problemas contables

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACION. Título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoria

EXPERIENCIA. Tres años en trabajo similares a su cargo

CODIGO: 04

DEPENDENCIA: VENTAS

TITULO DEL PUESTO: JEFE VENTAS

NATURALEZA DEL TRABAJO

Está a cargo de las ventas de la empresa, se relaciona directamente con los clientes.

FUNCIONES TIPICAS

- Realizar ventas
- Llevar un registro de las ventas diarias de la empresa
- Brindar buena atención a los clientes
- Recopila las sugerencias en cuanto al producto
- Informar novedades al termino de su labor diaria
- Aportar con ideas en cuanto al producto
- Colocar y vender el producto
- Y las que le asigne sus superiores.

CARACTERISTICAS DE CLASE

El puesto requiere de responsabilidad y de iniciativa propia, además saber llegar al cliente.

REQUISITOS

Tener experiencia en ventas

CÓDIGO : 05

TITULO DEL PUESTO : OBRERO

DEPENDE DE : JEFE DE PRODUCCIÓN

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Ejecución de las labores de producción en la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS

- Ejecutar el proceso de producción.
- Seleccionar, limpiar y clasificar la materia prima
- Diseñar y trazar las piezas
- Cortar piezas
- Tallar las piezas
- Velar por la seguridad de la maquinaria y equipo de trabajo.
- Realizar la limpieza diaria del taller de trabajo.
- Colaborar en las actividades de venta.
- Y las que le asigne el jefe inmediato superior de acuerdo al cargo.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

El puesto no requiere de formación especializada, requiere habilidad y destreza suficiente para cumplir las labores de producción. Es un puesto que requiere de alta movilidad y alto grado de responsabilidad.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN : Bachiller

EXPERIENCIA : No es indispensable.

ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO

Permite establecer cuáles serán los recursos económicos necesarios para realizar el proyecto. Es decir el costo total del proyecto que abarque las funciones de producción, administración y ventas, así como otros indicadores que establecerán si el proyecto es rentable o no.

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

INVERSIONES

Se refiere a los rubros de dinero o las cuentas en donde se invertirá los recursos. Estos son: Activos Fijos, Activos Diferidos y Capital de Trabajo.

ACTIVOS FIJOS

Constituye el área física que la empresa utilizara para la constitución de su planta productora con sus respectivas oficinas administrativas y demás servicios complementarios.

CUADRO N. 33

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

DESCRIPCION	ANEXO	VALOR TOTAL
Terreno	5	\$ 8000.00
Construcción	6	15 117.50
Maquinaria y Equipo	7	1 035
Herramientas	8	111
Muebles y Enseres	9	670
Equipo de Computo	13	1300
Equipo de Oficina	11	145
Equipo de Producción	10	174
Imprevistos 5%		1077.63
TOTAL		\$ 27 630.13

FUENTE: Anexos

ELABORACION: Autora

ACTIVOS DIFERIDOS

Constituyen los costos por la realización de los estudios de iniciación del proyecto, tomando en cuenta el riesgo que conlleva la inversión del mismo. Dentro de la inversión en activos diferidos para el presente proyecto tengo los siguientes:

CUADRO N. 34

INVERSION ACTIVOS DIFERIDOS

DESCRIPCION	VALOR TOTAL
Estudio y Elaboración del Proyecto	\$350.00
Constitución Legal de la Empresa	\$350.00
Gastos de Organización	\$200.00
Permiso de Funcionamiento y Patente	\$263.00
Imprevistos 5%	\$58.15
TOTAL	\$1221.15

FUENTE: Municipio Puyo
ELABORACION: Autora

AMORTIZACION DE ACTIVO DIFERIDO

La liquidación de los activos diferidos se realiza dividiendo el monto de activos diferidos para los 10 años de duración del proyecto, seto se detalla a continuación:

CUADRO N. 35

AMORTIZACION DE ACTIVO DIFERIDO

DESCRIPCION	VIDA UTIL	MONTO A MORTIZAR	VALOR ANUAL
Activos Intangibles	10	\$ 1221.15	\$ 122.11

FUENTE: Cuadro 31
ELABORACION: Autora

4.1.1.3. ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

Está constituido por el capital de trabajo, conformado por los recursos directos e indirectos que se utilizan para la operación de la empresa.

El capital de operación se lo establece usualmente para un periodo de tiempo, calculando la inversión para un mes en el que se espera que la empresa empiece a obtener ingresos por las ventas. En la determinación del capital de operación no se toma en cuenta las depreciaciones ni amortizaciones, ya que se las contabiliza para el ejercicio económico anual.

CUADRO N. 36

INVERSIONES EN ACTIVO CIRCULANTE

DESCRIPCION	ANEXO	VALOR TOTAL
Materia Prima Directa	14	\$ 65.00
Materia Prima Indirecta	15	\$ 86.68
Mano de Obra Directa	16	\$ 480.46
Sueldo Personal Administrativo	17	\$ 1695.40
Servicios Básicos	18	\$ 62.00
Material de Aseo	19	\$ 6.95
Útiles de Oficina	20	\$ 34.55
Publicidad	21	\$ 60.00
Imprevistos 5%		\$ 124.55
TOTAL		\$ 2 615.59

FUENTE: ANEXOS
ELABORACION: Autora

CUADRO N. 37**RESUMEN DE INVERSION TOTAL PREVISTA**

DESCRIPCION	VALOR TOTAL	%
ACTIVOS FIJOS	\$ 27 630.13	86.78%
ACTIVOS DIFERIDOS	\$1221.15	3.84%
ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO	\$ 2 988.09	9.38%
TOTAL	\$ 31 839.37	100%

FUENTE: ANEXOS 1 al 10, cuadro 33, 34, 36 y anexos 12 al 19

ELABORACION: Autora

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSION

Conocidos los capitales requeridos para la puesta en marcha del proyecto, es necesario recurrir a un plan de financiamiento el mismo que se lo analizara y deberá representar opciones válidas para la economía de la empresa, para ello es necesario recurrir a fuentes internas y externas.

CUADRO N. 38**FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO**

DETALLE	VALOR	%
Fuente Interna	1 839.37	5.78
Fuente Externa	30 000.00	94.22
TOTAL	31 839.37	100

FUENTE: Propio

ELABORACION: Autora

AMORTIZACION

Es un proceso utilizado para distribuir los costos de los activos fijos e intangibles durante el tiempo en el cual van a derivarse los beneficios.

CUADRO N. 39**CUADRO DE AMORTIZACION**

Monto del préstamo: 30 000

Tasa: 13,50%

Período	Saldo Anterior	Interés	Amortización	Dividendo	Saldo Actual
0					30000.00
1	30000	4050.00	4399.53	349.53	29650.47
2	29650.47	4002.81	4399.53	396.72	29253.74
3	29253.74	3949.26	4399.53	450.28	28803.47
4	28803.47	3888.47	4399.53	511.07	28292.40
5	28292.40	3819.47	4399.53	580.06	27712.34
6	27712.34	3741.17	4399.53	658.37	27053.97
7	27053.97	3652.29	4399.53	747.25	26306.72
8	26306.72	3551.41	4399.53	848.13	25458.60
9	25458.60	3436.91	4399.53	962.62	24495.98
10	24495.98	3306.96	4399.53	1092.58	23403.40
11	23403.40	3159.46	4399.53	1240.08	22163.32
12	22163.32	2992.05	4399.53	1407.49	20755.84
13	20755.84	2802.04	4399.53	1597.50	19158.34
14	19158.34	2586.38	4399.53	1813.16	17345.18
15	17345.18	2341.60	4399.53	2057.93	15287.25
16	15287.25	2063.78	4399.53	2335.76	12951.49
17	12951.49	1748.45	4399.53	2651.08	10300.41
18	10300.41	1390.56	4399.53	3008.98	7291.43
19	7291.43	984.34	4399.53	3415.19	3876.24
20	3876.24	523.29	4399.53	3876.24	0.00
TOTAL	120970.58		87990.68	30000.00	

FUENTE: Banco Pichincha; Departamento de Crédito

ELABORACION: Autora

PRESUPUESTO DE COSTOS E INGRESOS

PRESUPUESTOS DE COSTOS

Este análisis permite determinar real y objetivamente los costos totales de la inversión del proyecto para su implementación y posterior operación.

Se detallan todos los ingresos, egresos, y costos que genera el “Proyecto de factibilidad para la elaboración de artesanías de Balsa y su comercialización a los turistas de la Provincia de Pastaza Ciudad Puyo.”

Al iniciar el funcionamiento de la empresa se generan algunos gastos, los mismos que están basados en el precio de mercado y también están dados por la inflación, que para este proyecto se ha considerado el 3.41% del año 2014 (Banco Central del Ecuador).

CUADRO N. 40
PRESUPUESTO DE OPRACION PARA LOS 10
AÑOS

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTOS DE PRODUCCION										
COSTO PRIMO										
MATERIA PRIMA DIRECTA	780	806,6	834,11	862,55	891,96	922,38	953,83	986,35	1019,98	1054,76
MANO DE OBRA DIRECTA	11298.24	11683.51	12081.92	12493.91	12919.95	13360.52	13816.11	14287.24	14774.43	15278.24
TOTAL COSTO PRIMO	12078.24	12490.11	12916.03	13356.46	13811.91	14282.90	14769.94	15273.59	15794.41	16333
GASTOS DE FABRICACION										
MATERIA PRIMA INDIRECTA	1040,16	1075,63	1112,31	1150,24	1189,46	1230,02	1271,96	1315,33	1360,18	1406,56
DEPRECIACION MAQ. Y EQUIP.	93,15	93,15	93,15	93,18	93,18	93,15	93,18	93,18	93,15	93,15
DEPRECIACION EQUIPO PRODUCCION	15,66	15,66	15,66	15,66	15,66	15,66	15,66	15,66	15,66	15,66
DEPRECIACION HERRAMIENTAS	17,64	17,64	17,64	17,64	17,64	17,64	17,64	17,64	17,64	17,64
AMORTIZACION ACTIVO DIFERIDO	122,11	122,11	122,11	122,11	122,11	122,11	122,11	122,11	122,11	122,11
TOTAL COSTO FABRICACION	1288,72	1324,19	1345,21	1398,8	1438,02	1478,58	1520,52	153,89	1608,74	1665,12
TOTAL COSTO PRODUCCION	13366.96	13814.30	14261.24	14755.26	15249.93	15761.48	16290.46	16837.48	17403.15	17998.12
COSTO OPERACIÓN										
GASTOS DE ADMINIST. Y VENTAS										
SUELDO PERSONAL ADMIN. Y VENTAS	19069.20	19719.46	20391.89	21087.25	21806.32	22549.92	23318.87	24114.04	24936.33	25786.66
SERVICIOS BASICOS	744	769,37	795,61	822,74	850,79	879,8	909,8	940,82	972,9	1006,07
MATERIALES DE ASEO	83,39	86,23	89,17	92,21	95,35	98,6	101,96	105,44	109,03	112,75
UTILES DE OFICINA	414,6	428,74	443,36	458,48	474,11	490,28	507	524,29	542,17	560,66
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	60,3	60,3	60,3	60,3	60,3	60,3	60,3	60,3	60,3	60,3
DEPRECIACION EQUIP. COMPUTO	288,87	288,87	288,87	444,47	444,47	444,47	533,36	533,36	533,36	577,81
PUBLICIDAD	720	744,55	769,94	796,19	823,34	851,41	880,44	910,46	941,51	973,61
TOTAL GASTOS ADMIN. Y VENTAS	21380.36	22097.52	22839.14	23761.64	24554.68	25374.78	26311.73	27188.71	28095.60	29077.86
GASTOS FINANCIEROS										
INTERES DEL PRESTAMO	8052.81	7837.72	7560.64	7203.69	6743.87	6151.51	5388.41	4405.38	3139.01	1507.64
TOTAL COSTOS OPERACIÓN	29433.17	29935.24	30399.78	30965.33	31298.55	31526.29	31700.14	31594.09	31234.61	30585.50
COSTO TOTAL	42800.13	43749.54	44661.02	45720.59	46548.48	47287.77	47990.60	48431.57	48637.76	48583.62

ELABORACION: Autora

CLASIFICACION DE LOS COSTOS

En todo proceso productivo de la empresa, de acuerdo al desembolso realizado, volumen de la producción los costos pueden ser fijos o variables.

COSTOS FIJOS

Son los desembolsos que no cambian con el volumen de las ventas las modificaciones de la producción.

COSTOS VARIABLES

Son los gastos que se realizan y se hallan en relación proporcional con respecto al aumento o disminución de los volúmenes de la producción o de sus ventas.

COSTO TOTAL

Es toda la inversión necesaria para producir o vender un producto. Es igual a la suma del costo fijo y el costo variable.

COSTO UNITARIO

Es el valor de un producto en particular, sin margen de utilidad se lo obtiene dividiendo el costo total para el número de unidades producidas

CUADRO N.41

PRESUPUESTO DE OPERACIÓN PARA LOS 10 AÑOS

RUBROS	AÑO 1		AÑO 5		AÑO 10	
	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
COSTOS DE PRODUCCION						
COSTO PRIMO						
MATERIA PRIMA DIRECTA		780		891,96		1054,76
MANODE OBRA DIRECTA		11298.24		12919.95		15278.24
TOTAL COSTO PRIMO						
GASTOS DE FABRICACION						
MATERIA PRIMA INDIRECTA		140,16		1189,46		1406,56
DEPRECIACION MAQ. Y EQUIP.	93,15		93,15		93,15	
DEPRECIACION EQUIPO PRODUCCION	17,64		17,64		17,64	
DEPRECIACION HERRAMIENTAS	15,66		15,66		15,66	
AMORTIZACION ACTIVO DIFERIDO	122,11		122,11		122,11	
TOTAL COSTO FABRICACION		12218.40		15001.37		17739,56
TOTAL COSTO PRODUCCION	248,56	12218.40	248,56	15001.37	248,56	17739,56
COSTO OPERACIÓN						
GASTOS DE ADMINIST. Y VENTAS						
SUELDO PERSONAL ADMIN. Y VENTAS	19069.20		21806.32		25786,66	
SERVICIOS BASICOS	744		850,79		1006,07	
MATERIALES DE ASEO	83,39		95,35		112,75	
UTILES DE OFICINA	414,6		474,11		560,66	
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	60,3		60,3		60,30	
DEPRECIACION EQUIP. COMPUTO	288,87		444.47		577,81	
PUBLICIDAD	2160		2391,27		2827,15	
GASTOS FINANCIEROS						
INTERES DEL PRESTAMO	8052.81		6743.87		1507,64	
TOTAL GASTOS ADMIN. Y VENTAS	30873.17		32866.48		32439,04	
TOTAL COSTOS OPERACIÓN	31121.73	12218.40	33115.04	15001.37	32687,60	17739,56

ELABORACION: Autora

ESTABLECIMIENTO DEL COSTO DE PRODUCCION PARA CADA PRODUCTO

CUADRO N. 42

RUBROS	PRESUPUESTO DE OPERACIÓN LLAVEROS PARA LOS 10 AÑOS									
COSTOS DE PRODUCCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTO PRIMO										
MATERIA PRIMA DIRECTA	156	161.32	166.82	172.51	178.39	184.47	190.76	197.26	203.99	210.94
MANO DE OBRA DIRECTA	3766.08	3894.50	4027.30	4164.63	4306.64	4453.50	4605.36	4762.40	4924.80	5092.74
TOTAL COSTO PRIMO	3922.08	4055.82	4194.12	4337.14	4485.03	4637.97	4796.12	4959.66	5128.79	5303.68
COSTO DE PRODUCCION										
MATERIALES INDIRECTOS	152.64	157.84	163.22	168.78	174.53	180.48	186.63	192.99	199.57	206.37
DEPRECIACION MAQ. Y EQUIP.	31,05	3105	31,05	31,05	31,05	31,05	31,05	31,05	31,05	31,05
DEPRECIACION EQUIPO PRODUCCION	5,22	5,22	5,22	5,22	5,22	5,22	5,22	5,22	5,22	5,22
DEPRECIACION HERRAMIENTAS	5,88	5,88	5,88	5,88	5,88	5,88	5,88	5,88	5,88	5,88
AMORTIZACION ACTIVO DIFERI	40,7	40,7	40,7	40,7	40,7	40,7	40,7	40,7	40,7	40,7
TOTAL COSTO FABRICACION	235.49	240.69	246.07	251.63	257.38	263.33	269.48	275.84	282.42	289.22
TOTAL COSTO PRODUCCION	4157.57	4296.51	4440.19	4588.77	4742.41	4901.30	5065.60	5235.50	5411.21	5592.90
COSTO OPERACIÓN										
GASTOS DE ADMINIST. Y VENTAS										
SUELDO PERSONAL ADMIN. Y VENTAS	6356.40	6573.15	6797.30	7029.08	7268.77	7516.64	7772.96	8038.01	8312.11	8595.55
SERVICIOS BASICOS	248	256,46	265,2	274,24	283,59	293,26	303,26	313,6	324,29	335,35
MATERIALES DE ASEO	27,8	28,75	29,73	30,74	31,79	32,87	33,99	35,15	36,35	37,59
UTILES DE OFICINA	138,2	142,91	147,78	152,82	158,03	163,42	168,99	174,75	180,71	186,87
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	20,1	20,1	20,1	20,1	20,1	20,1	20,1	20,1	20,1	20,1
DEPRECIACION EQUIP. COMPUTO	96,29	96,29	96,29	148.16	148.16	148.16	177.79	177.79	177.79	192.60
PUBLICIDAD	240	248,18	256,64	265,39	274,44	283,8	293,48	303,49	313,84	324,54
GASTOS FINANCIEROS										
INTERES DEL PRESTAMO	2684.27	2612.57	2520.21	2401.23	2247.96	2050.50	1796.14	1468.46	1046.34	502.55
TOTAL GASTOS ADMIN. Y VENTAS	9811.06	9978.41	10133.25	10321.76	10432.84	10508.75	10566.71	10531.35	10411.53	10195.15
COSTO TOTAL	13968.63	14274.92	14573.44	14910.53	15175.25	15410.05	15632.31	15766.85	15822.74	15788.05

ELABORACION: Autora

CUADRO N. 42
RUBROS PRESUPUESTO DE OPERACIÓN SERVILLETEROS PARA LOS 10 AÑOS

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTOS DE PRODUCCION										
COSTO PRIMO										
MATERIA PRIMA DIRECTA	312	322,64	333,64	345,02	356,78	368,95	381,53	394,54	407,99	421,9
MANO DE OBRA DIRECTA	3766.08	3894.50	4027.30	4164.63	4306.64	4453.50	4605.36	4762.40	4924.80	5092.74
TOTAL COSTO PRIMO	4078.08	4217.14	4360.94	4509.65	4663.42	4822.45	4986.89	5156.94	5332.79	5514.64
COSTO DE PRODUCCION										
MATERIALES INDIRECTOS	296,76	306,88	317,34	328,16	339,35	350,92	362,89	375,26	388,05	401,28
DEPRECIACION MAQ. Y EQUIP.	31,05	31,05	31,05	31,05	31,05	31,05	31,05	31,05	31,05	31,05
DEPRECIACION EQUIPO PRODUCCION	5,22	5,22	5,22	5,22	5,22	5,22	5,22	5,22	5,22	5,22
DEPRECIACION HERRAMIENTAS	5,88	5,88	5,88	5,88	5,88	5,88	5,88	5,88	5,88	5,88
AMORTIZACION ACTIVO DIFERI	40,7	40,7	40,7	40,7	40,7	40,7	40,7	40,7	40,7	40,7
TOTAL COSTO FABRICACION	379,61	389,79	411,01	411,01	422,2	433,77	445,74	458,11	470,9	484,13
TOTAL COSTO PRODUCCION	4457.69	4606.87	4761.13	4920.66	5085.62	5256.22	5432.63	5615.05	5803.69	5998.77
COSTO OPERACIÓN										
GASTOS DE ADMINIST. Y VENTAS										
SUELDO PERSONAL ADMIN. Y VENTAS	6356.40	6573.15	6797.30	7029.08	7268.77	7516.64	7772.96	8038.01	8312.11	8595.55
SERVICIOS BASICOS	248	256,46	265,2	274,24	283,59	293,26	303,26	313,6	324,29	335,35
MATERIALES DE ASEO	27,8	28,75	29,73	30,74	31,79	32,87	33,99	35,15	36,35	37,59
UTILES DE OFICINA	138,2	142,91	147,78	152,82	158,03	163,42	168,99	174,75	180,71	186,87
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	20,1	20,1	20,1	20,1	20,1	20,1	20,1	20,1	20,1	20,1
DEPRECIACION EQUIP. COMPUTO	96,29	96,29	96,29	148.16	148.16	148.16	177.79	177.79	177.79	192.60
PUBLICIDAD	240	248,18	256,64	265,39	274,44	283,8	293,48	303,49	313,84	324,54
GASTOS FINANCIEROS										
INTERES DEL PRESTAMO	2684.27	2612.57	2520.21	2401.23	2247.96	2050.50	1796.14	1468.46	1046.34	502.55
TOTAL GASTOS ADMIN. Y VENTAS	9811.06	9978.41	10133.25	10321.76	10432.84	10508.75	10566.71	10531.35	10411.53	10195.15
COSTO TOTAL	14268.75	14585.28	14894.38	15242.42	15518.46	15764.97	15999.34	16146.40	16215.22	16193.92

ELABORACION: Autora

CUADRO N. 44

RUBROS	PRESUPUESTO DE OPERACIÓN ADORNOS PARA LOS 10 AÑOS									
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTOS DE PRODUCCION										
COSTO PRIMO										
MATERIA PRIMA DIRECTA	312	322,64	333,64	345,02	356,78	368,95	381,53	394,54	407,99	421,9
MANO DE OBRA DIRECTA	3766.08	3894.50	4027.30	4164.63	4306.64	4453.50	4605.36	4762.40	4924.80	5092.74
TOTAL COSTO PRIMO	4078.08	4217.14	4360.94	4509.65	4663.42	4822.45	4986.89	5156.94	5332.79	5514.64
COSTO DE PRODUCCION										
MATERIALES INDIRECTOS	590.76	610.90	631.73	653.27	675.33	698.59	722.41	747.04	772.51	798.85
DEPRECIACION MAQ. Y EQUIP.	31,05	3105	31,05	31,05	31,05	31,05	31,05	31,05	31,05	31,05
DEPRECIACION EQUIPO PRODUCCION	5,22	5,22	5,22	5,22	5,22	5,22	5,22	5,22	5,22	5,22
DEPRECIACION HERRAMIENTAS	5,88	5,88	5,88	5,88	5,88	5,88	5,88	5,88	5,88	5,88
AMORTIZACION ACTIVO DIFERI	40,7	40,7	40,7	40,7	40,7	40,7	40,7	40,7	40,7	40,7
TOTAL COSTO FABRICACION	673.61	693.75	714.58	736.12	758.18	781.44	805.26	829.89	855.36	881.70
TOTAL COSTO PRODUCCION	4751.69	4910.89	5075.52	5245.77	5421.60	5603.89	5792.15	5986.83	6188.15	6396.34
COSTO OPERACIÓN										
GASTOS DE ADMINIST. Y VENTAS										
SUELDO PERSONAL ADMIN. Y VENTAS	6356.40	6573.15	6797.30	7029.08	7268.77	7516.64	7772.96	8038.01	8312.11	8595.55
SERVICIOS BASICOS	248	256,46	265,2	274,24	283,59	293,26	303,26	313,6	324,29	335,35
MATERIALES DE ASEO	27,8	28,75	29,73	30,74	31,79	32,87	33,99	35,15	36,35	37,59
UTILES DE OFICINA	138,2	142,91	147,78	152,82	158,03	163,42	168,99	174,75	180,71	186,87
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	20,1	20,1	20,1	20,1	20,1	20,1	20,1	20,1	20,1	20,1
DEPRECIACION EQUIP. COMPUTO	96,29	96,29	96,29	148.16	148.16	148.16	177.79	177.79	177.79	192.60
PUBLICIDAD	240	248,18	256,64	265,39	274,44	283,8	293,48	303,49	313,84	324,54
GASTOS FINANCIEROS										
INTERES DEL PRESTAMO	2684.27	2612.57	2520.21	2401.23	2247.96	2050.50	1796.14	1468.46	1046.34	502.55
TOTAL GASTOS ADMIN. Y VENTAS	9811.06	9978.41	10133.25	10321.76	10432.84	10508.75	10566.71	10531.35	10411.53	10195.15
COSTO TOTAL	14562.75	14889.30	15208.77	15567.53	15930.35	16112.64	16358.86	16518.18	16599.68	16591.49

ELABORACION: Autora

COSTO UNITARIO DE PRODUCCION

Es necesario establecer el costo unitario para ello se relaciona el costo total dividido para el número de unidades producidas.

$$\text{CUP} = \frac{\text{CTP}}{\text{\#UP}}$$

En donde:

CUP= Costo unitario de producción

CTP = Costo total de producción

\#UP= Número de unidades producidas

COSTO UNITARIO LLAVEROS

$$\text{CUP} = \frac{13968.63}{4039}$$

CUP=3.46 dólares.

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

$$\text{PVP} = \text{CUP} + \text{MU}$$

$$\text{PVP} = 3.46 + (1.73)50\%$$

PVP= 5.19 dólares.

COSTO UNITARIO SERVILLETOS

$$\text{CUP} = \frac{14268.75}{3142}$$

CUP= 4.54 dólares.

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

$$\text{PVP} = \text{CUP} + \text{MU}$$

$$\text{PVP} = 4.54 + (2.27)50\%$$

PVP= 6.81 dólares.

COSTO UNITARIO ADORNOS

$$\text{CUP} = \frac{14562.75}{673}$$

673

$$\text{CUP} = 21.64 \text{ dólares.}$$

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

$$\text{PVP} = \text{CUP} + \text{MU}$$

$$\text{PVP} = 21.64 + (10.82)50\%$$

$$\text{PVP} = 32.46 \text{ dólares.}$$

PRESUPUESTO DE INGRESOS

Es la estimación de las unidades que se venderán y el ingreso y el ingreso que se obtendrá en un periodo. Los ingresos que obtendrá la empresa serán de la venta de artesanías de balsa.

Para el PVP de cada uno de los años se toma en cuenta la última tasa de inflación que es de 3.41% del año 2014 que en este caso es del mes de mayo de acuerdo al Banco Central del Ecuador.

CUADRO N. 45**INGRESOS PARA LOS 10 AÑOS (LLAVEROS)**

AÑO	CAPACIDAD UTILIZADA	PVP	INGRESOS TOTALES
1	4039	5.19	20962.41
2	4039	5.37	21689.43
3	4039	5.55	22416.45
4	4039	5.74	23183.86
5	4277	5.93	25362.61
6	4277	6.13	26218.01
7	4277	6.34	27116.18
8	4277	6.56	28057.12
9	4514	6.78	30604.92
10	4514	7.01	31643.14

SERVILLETOS

AÑO	CAPACIDAD UTILIZADA	PVP	INGRESOS TOTALES
1	3142	6.81	21397.02
2	3142	7.04	22119.68
3	3142	7.28	22873.76
4	3142	7.53	23659.26
5	3326	7.79	25909.54
6	3326	8.05	26774.30
7	3326	8.32	27672.32
8	3326	8.60	28603.60
9	3511	8.89	31212.79
10	3511	9.19	32266.09

ADORNOS

AÑO	CAPACIDAD UTILIZADA	PVP	INGRESOS TOTALES
1	673	32.46	21845.58
2	673	33.57	22592.61
3	673	34.71	23359.83
4	673	35.89	24153.97
5	713	37.11	26459.43
6	713	38.37	27357.81
7	713	39.68	28291.84
8	713	41.03	29254.39
9	752	42.43	31907.36
10	752	43.88	32997.76

FUENTE: Cuadro 29
ELABORACION: Autora

CUADRO N. 46**INGRESOS CONSOLIDADOS DE LAS VENTAS**

INGRESOS TOTALES LLAVEROS	INGREOSO TOTALES SERVILLETAS	INGRESOS TOTALES ADORNOS	TOTAL INGRESOS
20962.41	21397.02	21845.58	64205.01
21689.43	22119.68	22592.61	66401.72
22416.45	22873.76	23359.83	68650.04
23183.86	23659.26	24153.97	70997.09
25362.61	25909.54	26459.43	77731.58
26218.01	26774.30	27357.81	80350.12
27116.18	27672.32	28291.84	83080.34
28057.12	28603.60	29254.39	85915.11
30604.92	31212.79	31907.36	93725.07
31643.14	32266.09	32997.76	96906.99

FUENTE: Cuadro 45
ELABORACION: Autora

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como PUNTO MUERTO, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

Para realizar este cálculo se debe clasificar los costos en Fijos y en Variables, los mismos que se detallan en el cuadro que llevan el nombre de "Costos Fijos y Variables" los años de vida útil del proyecto.

PRIMER AÑO

Forma Matemática

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA			
		Costo Fijo Total	
PE =	-----	x 100	
	Ventas Totales - Costo Variable Total		
		31121.73	
PE =	-----	x	
100	64205.01 - 12218.40		
PE =	59.86 %		
b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS			
		Costo Fijo Total	
PE =	-----		
	1	-	-----
		Costo Variable Total	
			Ventas Totales
		31121.73	
PE =	-----		
	1	-	-----
			12218.40
			64205.01
PE =	\$	38436.26	

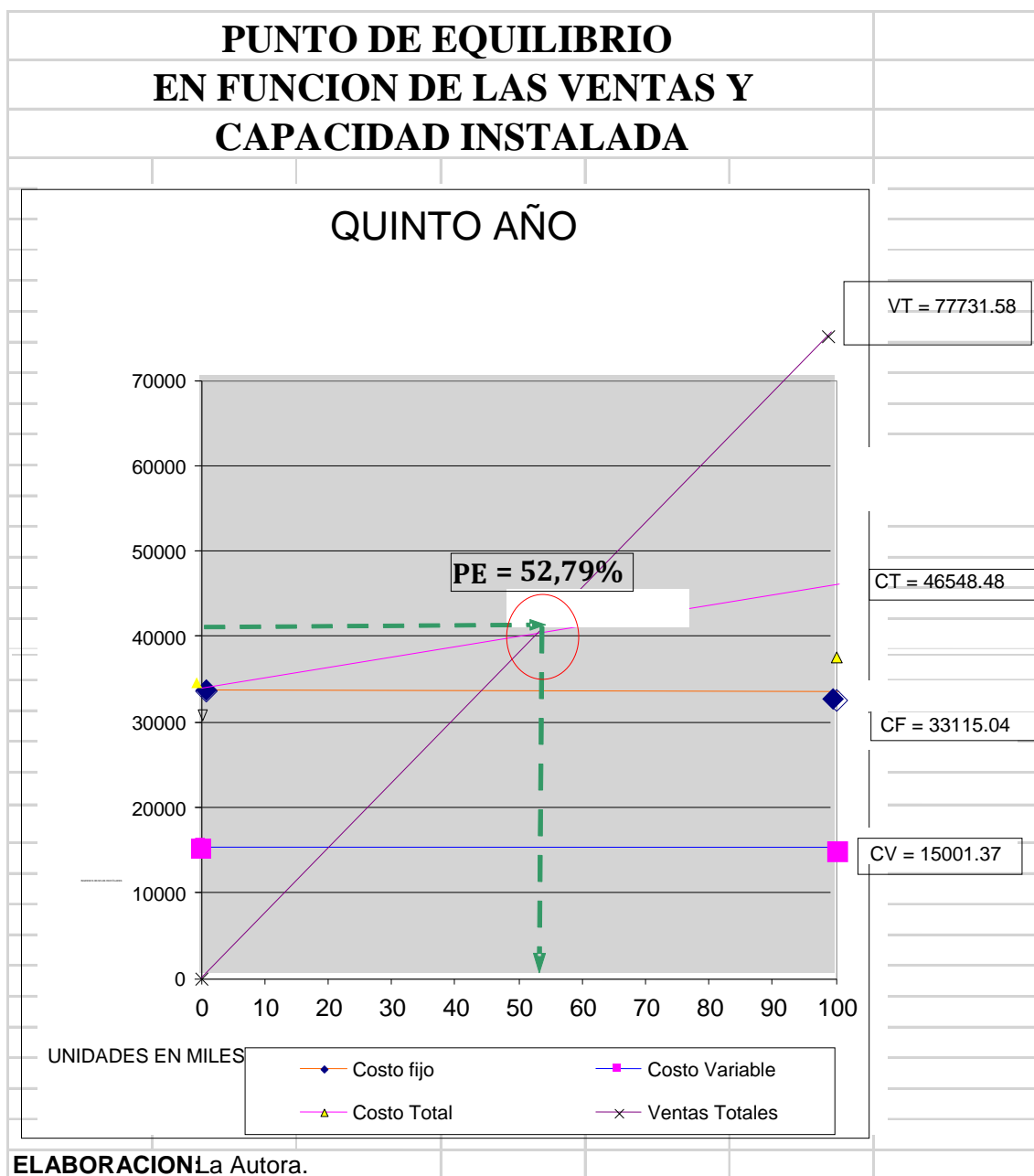


Análisis: El punto de equilibrio, donde la empresa no pierde ni gana esta cuando se utiliza el 59.86% de la capacidad instalada, o cuando obtiene ingresos por ventas de 64205.01 dólares. A partir de estos valores la empresa empieza a tener ganancias caso contrario son pérdidas.

QUINTO AÑO

Forma Matemática

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA			
		Costo Fijo Total	
PE =	----- x 100		
	Ventas Totales - Costo Variable Total		
		33115.04	
PE =	----- x		
100	77731.58	-	15001.37
PE = 52,79 %			
b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS			
		Costo Fijo Total	
PE =	-----		
		Costo Variable	
	1	-	Total
	Ventas totales		Ventas Totales
		33115.04	
PE =	-----		
			15001.37
	1	-	-----
			77731.58
PE = \$ 41034,21			



Análisis: El punto de equilibrio, donde la empresa no pierde ni gana esta cuando se utiliza el 52.79% de la capacidad instalada, o cuando obtiene ingresos por ventas de 77731.58 dólares. A partir de estos valores la empresa empieza a tener ganancias caso contrario son pérdidas.

DECIMO AÑO

Forma Matemática

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA			
		Costo Fijo Total	
PE =	-----	x 100	
	Ventas Totales -	Costo Variable Total	
		32687.60	
PE =	-----	x	
100	96906.99	-	17739.56
PE = 41,29 %			
b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS			
		Costo Fijo Total	
PE =	-----		
		Costo Variable	
	1	-	Total-----
		Ventas totales	Ventas Totales
		32687.60	
PE =	-----		
	1	-	17739.56

			96906.99
PE = \$ 40012.12			



Análisis: El punto de equilibrio, donde la empresa no pierde ni gana esta cuando se utiliza el 41.29% de la capacidad instalada, o cuando obtiene ingresos por ventas de 96 906.99 dólares. A partir de estos valores la empresa empieza a tener ganancias caso contrario son pérdidas.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Documento Contable que presenta los resultados obtenidos en un período económico, sean estas pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período.

Es uno de los Estados Financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas.

El Estado de Pérdidas y Ganancias llamado también Estado de Resultados nos demuestra cual es la utilidad o pérdida que se ha obtenido durante un período económico y como se ha producido, cuyos resultados sirven para obtener mediante un análisis, conclusiones que permitan conocer cómo se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

CUADRO N. 47
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

AÑOS INGRESOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VENTAS	64205.01	66401.72	68650.04	70997.09	77731.58	80350.12	83080.34	85915.11	93725.07	96906.99
TOTAL INGRESOS	64205.01	66401.72	68650.04	70997.09	77731.58	80350.12	83080.34	85915.11	93725.07	96906.99
EGRESOS										
COSTO DE PRODUCCION	13366.96	13814.30	14261.24	14755.26	15249.93	15761.48	16290.46	16837.48	17403.15	17998.12
COSTO DE OPERACIÓN	29433.17	29935.24	30399.78	30965.33	31298.55	31526.29	31700.14	31594.09	31234.61	30585.50
TOTAL EGRESOS	42800.13	43749.54	44661.02	45720.59	46548.48	47287.77	47990.60	48431.57	48637.76	48583.62
UNIDAD GRAVABLE	21404.86	22652.18	23989.02	25276.50	31183.10	33062.35	35089.74	37488.54	45087.31	48323.37
15% PARA TRABAJADORES	3210.73	3397.83	3598.35	3791.47	4677.46	4959.35	5263.46	5622.53	6763.10	7248.50
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (VAI)	18194.13	19254.35	20390.67	21485.02	26505.63	28103	29826.28	31866.01	38324.21	41074.86
22% IMPUESTO A LA RENTA	4002.71	4235.96	4485.95	4726.70	5831.24	6182.66	6561.78	7010.52	8431.33	9036.47
UTILIDAD ANTES DE RESERVA LEGAL	14191.42	15018.39	15904.72	16758.32	20674.39	21920.34	23264.50	24855.49	29892.88	32038.39
10% RESERVA LEGAL	1419.14	1501.84	1590.47	1675.83	2067.44	2192.03	2326.50	2485.55	2989.29	3203.84
UTILIDAD NETA	12772.28	13516.55	14314.25	15082.49	18606.95	19728.30	20938.05	22369.94	26903.59	28834.55

4.5. FLUJO DE CAJA

Para realizar la aplicación de algunos criterios de evaluación, se hace necesario previamente estimar los flujos de caja.

En el campo financiero el flujo de caja permite calcular los indicadores del valor actual neto y tasa interna de retorno que son los que permiten tomar una decisión a cerca de la inversión a realizar.

CUADRO N. 48

FLUJO DE CAJA

DENOMINACION INGRESOS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VENTAS		64205.01	66401.72	68650.04	70997.09	77731.58	80350.12	83080.34	85915.11	93725.07	96906.99
CREDITO BANCO DEL PICHINCHA	30000.00										
CAPITAL PROPIO	1839.37										
VALOR RESCATE				433.29			666.60			799.92	36590.42
TOTAL INGRESOS	31839.37	64205.01	66401.72	69083.33	70997.09	77731.58	81016.72	83080.34	85915.11	94524.99	133497.41
EGRESOS											
ACTIVO FIJO	27630.13										
ACTIVO DIFERIDO	1221.15										
ACTIVO CIRCULANTE	2988.09										
PRESUPUESTO OPERACIÓN		42800.13	43749.54	44661.02	45720.59	46548.48	47287.77	47990.60	48431.57	48637.76	48583.62
DEPRECIACION Y AMORTIZACION		638.65	638.65	638.65	794.25	794.25	794.25	883.14	883.14	883.14	927.59
15% UTILIDAD TRABAJADORES		3210.73	3397.83	3598.35	3791.47	4677.46	4959.35	5263.46	5622.53	6763.10	7248.50
22% IMPUESTO A LA RENTA		4002.71	4235.96	4485.95	4726.70	5831.24	6182.66	6561.78	7010.52	8431.33	9036.47
REINVERSION EQUIP. DE COMPUTO		1300.00			2000.00			2400.00			2600.00
REINVERSION HERRAMIENTAS											
REINVERSION EQUIPO DE OFICINA											
AMORTIZACION DEL CAPITAL		8052.81	7837.72	7560.64	7203.69	6743.87	6151.51	5388.41	4405.38	3139.01	1507.64
TOTAL EGRESOS	31839.37	60005.03	59859.70	60944.61	64236.70	64595.30	65375.54	68487.39	66353.14	67854.34	69903.82
FLUJO DE CAJA	0.00	4199.98	6542.02	8138.72	6760.39	13136.28	15641.18	14592.95	19561.97	26670.65	63593.59

EVALUACION FINANCIERA

El análisis financiero es una herramienta utilizada por los administradores para tomar decisiones, alcanzar objetivos planteados y compara beneficios en función de las oportunidades disponibles en el mercado.

La evaluación financiera mide la rentabilidad de un proyecto a través de coeficientes como: Valor Actual Neto (VAN), TIR, RBC, Periodo de Recuperación de Capital Y Análisis de Sensibilidad.

VALOR ACTUAL NETO

Este factor expresa en términos absolutos el valor actual de los recursos obtenidos al final del periodo de duración del proyecto de inversión. Se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos.

- c. si el VAN es positivo. Y mayor a 1 significa que es conveniente financieramente.
- d. Si el VAN es negativo y menor a 1 no es conveniente financieramente.

FACTOR DE ACTUALIZACION

$$FA = \frac{1}{(1+i)^n} = \frac{1}{(1+0.1350)^1} = 0.8810572687$$

FORMULA PARA OBTENER EL VAN.

VAN = Valor actual neto.

FNC = Flujo Neto de Caja.

I = Tasa de Interés,

N = Número de periodos,

FA = Factor de actualización. Y su fórmula.

$$VAN = \sum \frac{FNC}{(1+n)^t} - I$$

$$(1+n)^{-1}$$

$$VAN = FNC (1+i)$$

CUADRO N. 49
VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUALIZADO
		13.5%	
0	-31839.37		
1	4199.98	0.8810572687	\$ 3.700,42
2	6542.02	0.7762619108	\$ 5.078,32
3	8138.72	0.6839311989	\$ 5.566,32
4	6760.39	0.6025825541	\$ 4.073,69
5	13136.28	0.5309097393	\$ 6.974,18
6	15641.18	0.4677618848	\$ 7.316,35
7	14592.95	0.4121250087	\$ 6.014,12
8	19561.97	0.3631057345	\$ 7.103,06
9	26670.65	0.3199169467	\$ 8.532,39
10	63593.59	0.2818651513	\$ 17.924,82
TOTAL			\$ 72.283,68
		INVERSION	-31839.37
		VAN	40444.31

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

V.A.N. = 72283.68 – 31839.37

V.A.N. = 40444.31

El VAN del proyecto es 40444.31 positivo y mayor que uno por ello si es factible el proyecto.

NOTA: Se tomó el 13.5% que es una tasa de referencia del Banco Pichincha de la Ciudad de Puyo, ya que es la tasa más baja del mercado en la ciudad.

TASA INTERNA DE RETORNO

Conocida también como criterio de rentabilidad, se cita muy frecuentemente como base para evaluar criterios de inversión. La (TIR) se la define como la tasa de descuento que hace que el valor presente (VAN), de entradas de efectivo sean igual a la inversión neta relacionada con un proyecto. Por otra parte se la conoce como la tasa por la cual se expresa el lucro o beneficio neto, que proporciona una determinada inversión en función de un porcentaje anual, que permite igualar el valor actual de los beneficios y costos y, en consecuencia el resultado del valor neto actual es igual a cero. Además se utiliza para evaluar un proyecto en función de una tasa única de rendimiento anual, en donde la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual. Se debe tomar en cuenta los siguientes criterios.

- a. si la TIR. Es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.
- b. Si la TIR. Es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.
- c. Si la TIR. Es igual que el costo de capital es indiferente llevar a cabo el proyecto

TASA INTERNA DE RETORNO

CUADRO N. 50

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION 12%			
		FACTOR ACT. 29%	VAN MENOR Tm	FACTOR ACT. 30%	VAN MAYOR
0			-31839.37		-31839.37
1	4199.98	0,7751937984	\$ 3.255,80	0,769230769	\$ 3.230,75
2	6542.02	0,6009254252	\$ 3.931,27	0,591715976	\$ 3.871,02
3	8138.72	0,4658336629	\$ 3.791,29	0,455166136	\$ 3.704,47
4	6760.39	0,3611113666	\$ 2.441,25	0,350127797	\$ 2.367,00
5	13136.28	0,2799312919	\$ 3.677,26	0,269329074	\$ 3.537,98
6	15641.18	0,2170010015	\$ 3.394,15	0,207176211	\$ 3.240,48
7	14592.95	0,1682178306	\$ 2.454,79	0,159366316	\$ 2.325,62
8	19561.97	0,1304014191	\$ 2.550,91	0,122589474	\$ 2.398,09
9	26670.65	0,1010863714	\$ 2.696,04	0,094299595	\$ 2.515,03
10	63593.59	0,0783615282	\$ 4.983,29	0,072538150	\$ 4.612,96
		VAN Tm	1336,68	VAN TM	-35,96

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

$$TIR = 27 + 1 \left(\frac{1336.68}{1336.68 + 35.96} \right)$$

$$TIR = 29.97\%$$

RELACION BENEFICIO COSTO

Se basa en una relación entre los costos y beneficios asociados en un proyecto. Este indicador financiero permite medir cuanto se conseguirá en valores por cada dólar invertido; se lo determina actualizando los ingresos y los egresos por lo que se lo considera el valor de actualización.

- Si la relación beneficio costo es mayor que uno se acepta el proyecto
- Si la relación beneficio costo es menor que uno se rechaza el proyecto
- Si la relación beneficio costo es igual que uno el proyecto es indiferente.

RELACION BENEFICIO COSTO

CUADRO N. 51

AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIG.	FACTOR ACT.	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT.	INGRESO ACTUALIZADO
		13.5%			13.5%	
1	42800.13	0.881057269	37709.37	64205.01	0.881057269	56568.29
2	43749.54	0.776261911	33961.10	66401.72	0.776261911	51545.13
3	44661.02	0.683931199	30545.06	68650.04	0.683931199	46951.90
4	45720.59	0.602582554	27550.43	70997.09	0.602582554	42781.61
5	46548.48	0.530909739	24713.04	77731.58	0.530909739	41268.45
6	47287.77	0.467761885	22119.42	80350.12	0.467761885	37584.72
7	47990.60	0.412125009	19778.13	83080.34	0.412125009	34239.49
8	48431.57	0.363105735	17585.78	85915.11	0.363105735	31196.27
9	48637.76	0.319916947	15560.04	93725.07	0.319916947	29984.24
10	48583.62	0.281865151	13694.03	96906.99	0.281865151	27314.70
			243216.40			399434.80

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

$$R (B/C) = \frac{399434.80}{243216.40}$$

$$R (B/C) = \quad \quad \quad \mathbf{1,64} \quad \quad \quad \mathbf{Dólares}$$

Análisis: Por cada dólar invertido en la ejecución del proyecto se tendrá un beneficio de 0.64 centavos de dólar, lo que significa la conveniencia de realizar el proyecto.

PERIODO DE RECUPERACION DEL CAPITAL

Son los años en que la empresa tarda en recuperar la inversión inicial, mediante las entradas de efectivo que producirá el proyecto.

Se debe aceptar el proyecto si el tiempo de recuperación es menor al periodo de vida útil de la empresa.

CUADRO N. 52

PERIODO DE RECUPERACION DEL CAPITAL

AÑO	INVERSION	FLUJO NETO	FLUJO ACUMULADO
0	31839.37		
1		\$ 4.199,98	\$ 4.199,98
2		\$ 6.542,02	\$ 10.742,00
3		\$ 8.138,72	\$ 18.880,72
4		\$ 6.760,39	\$ 25.641,11
5		\$ 13.136,28	\$ 38.777,39
6		\$ 15.641,18	\$ 54.418,57
7		\$ 14.592,95	\$ 69.011,52
8		\$ 19.561,97	\$ 88.573,49
9		\$ 26.670,65	\$ 115.244,14
10		\$ 63.593,59	\$ 178.837,73

PRC=AÑO ANT A CUBRIR LA INVER + INVERSIÓN - ΣPRIMEROS FLUJOS

FLUJO DE AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN

PRC= 5 + 31839.37 – 38777.39

13136.28

PRC= 4.47

AÑOS = 4

MESES= 0.47X12 =5.64 = 5 meses

DIAS= 0.64 X 30= 19.20 = 19 días.

La inversión se recupera en 4 años, 5 meses y 19 días.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

La vulnerabilidad de los proyectos de inversión frente a las alternativas en los precios de insumos o de otras causas de tipo económico obliga a los analistas a considerar al riesgo como un factor más en el cálculo de la eficiencia de la economía

El análisis se requiere de estimaciones sobre las variables que intervienen en el proceso, las mismas que están sujetas a cambios por efectos fluctuantes que pueden producirse durante la vida útil del proyecto, constituyendo los ingresos y los costos que debido a la incidencia de factores externos e internos sobre ellos origina que estos costos se incrementen o sus ingresos disminuyan.

- Si el coeficiente es mayor que 1 el proyecto es sensible
- Si el coeficiente es igual que 1 no existe efecto sobre el proyecto
- Si el coeficiente es menor que 1 el proyecto no es sensible

CUADRO N. 53

ANALISIDE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DEL 43.34379% EN LOS COSTOS								
AÑO	COSTO T. ORIGINAL	COSTO T. O. AUMENTADO 43.34379%	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACION				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT. 0.175	VALOR ACTUAL	FACT. ACT. 18.5%	VALOR ACTUAL
0								
1	42800,13	63063,33	64205,01	1141,68	0,85	970,42	0,84	963,44
2	43749,54	64462,23	66401,72	1939,49	0,72	1396,43	0,71	1381,18
3	44661,02	65805,24	68650,04	2844,80	0,62	1763,78	0,60	1709,61
4	45720,59	67366,45	70997,09	3630,64	0,52	1887,93	0,51	1841,24
5	46548,48	68586,29	77731,58	9145,29	0,45	4115,38	0,43	3913,86
6	47287,77	69675,59	80350,12	10674,53	0,38	4056,32	0,36	3855,13
7	47990,60	70711,17	83080,34	12369,17	0,32	3958,13	0,30	3769,75
8	48431,57	71360,91	85915,11	14554,20	0,28	4075,18	0,26	3743,19
9	48637,76	71664,72	93725,07	22060,35	0,23	5073,88	0,22	4787,92
10	48583,62	71584,95	96906,99	25322,04	0,20	5064,41	0,18	4637,83
TOTAL						\$ 32.361,87	TOTAL	\$ 30.603,15
INVERSION						-31839.39	INVERSION	-31839.37
VAN Tm						\$ 522,50	VAN TM	-1.236,22

$$NTIR = \left[\frac{Tm + Dt(VAN_{menor})}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}} \right] = 29,88\%$$

$$DIFERENCIA DE TIR = 29.97 - 29.88 = 0.09\%$$

$$\% \text{ VARIACION} = (0.09/29.97) * 100 = 29.73\%$$

$$SENSIBILIDAD = 29.73/29.88 = 0.99$$

CUADRO N. 54

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON DISMINUCION DEL 29.16961% EN LOS COSTOS								
AÑO	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL DISMINUIDO 29.16961%	COSTO ORIGINAL	ACTUALIZACION				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.0.175%	VALOR ACTUAL	FACT. ACT. 18.5%	VALOR ACTUAL
0								
1	\$ 64.205,01	\$ 18.728,35	\$ 42.800,13	\$ 2.676,53	0,8510638	\$ 2.277,90	0,8438819	\$ 2.258,68
2	\$ 66.401,72	\$ 19.369,12	\$ 43.749,54	\$ 3.283,06	0,7243096	\$ 2.377,95	0,7121366	\$ 2.337,99
3	\$ 68.650,04	\$ 20.024,95	\$ 44.661,02	\$ 3.964,07	0,6164337	\$ 2.443,59	0,6009591	\$ 2.382,25
4	\$ 70.997,09	\$ 20.709,57	\$ 45.720,59	\$ 4.566,93	0,5246245	\$ 2.395,92	0,5071385	\$ 2.316,07
5	\$ 77.731,58	\$ 22.673,99	\$ 46.548,48	\$ 8.509,11	0,4464889	\$ 3.799,22	0,4279650	\$ 3.641,60
6	\$ 80.350,12	\$ 23.437,81	\$ 47.287,77	\$ 9.624,54	0,3799906	\$ 3.657,23	0,3611519	\$ 3.475,92
7	\$ 83.080,34	\$ 24.234,21	\$ 47.990,60	\$ 10.855,53	0,3233962	\$ 3.510,64	0,3047695	\$ 3.308,44
8	\$ 85.915,11	\$ 25.061,10	\$ 48.431,57	\$ 12.422,44	0,2752308	\$ 3.419,04	0,2571895	\$ 3.194,92
9	\$ 93.725,07	\$ 27.339,23	\$ 48.637,76	\$ 17.748,08	0,2342390	\$ 4.157,29	0,2170375	\$ 3.852,00
10	\$ 96.906,99	\$ 28.267,39	\$ 48.583,62	\$ 20.055,98	0,1993523	\$ 3.998,21	0,1831540	\$ 3.673,33
				TOTAL		\$ 32.036,99	TOTAL	\$ 30.441,19
				INVERSIÓN		\$ 31.839,37	INVERSIÓN	\$ 31.839,37
				VAN +		\$ 197,62	VAN -	(\$ 1.398,18)

**NUEVA
TIR 29,88%**

DIFERENCIA DE TIR = 29.97– 29.88= 0.09

% VARIACION = (0.09/29.97)*100 = 0,29693 SENSIBILIDAD=29.69/29.88= 0.99

h. CONCLUSIONES

Una vez realizados todos los estudios relacionados con la elaboración del Proyecto de factibilidad para la elaboración de artesanías de balsa y su comercialización a los turistas de la Provincia de Pastaza Ciudad de Puyo, determine las siguientes conclusiones:

- La demanda efectiva del presente proyecto es de 6381 llaveros, 5282 servilleteros y 3447 adornos decorativos; con una oferta de 1380 llaveros, 720 servilleteros y 2400 adornos; cuya diferencia es de 5001 llaveros, 4562 servilleteros y 1047 adornos que es la demanda insatisfecha.
- El presente proyecto cuenta con una capacidad instalada de 4752 llaveros, 3696 servilleteros y 792 adornos; la capacidad utilizada para el primer año es de 4039 llaveros, 3142 servilleteros y 673 adornos decorativos.
- La empresa se ubicara en la ciudad de Puyo Provincia de Pastaza en el barrio Obrero en las calles 4 de enero entre Chimborazo y Cotopaxi.
- La empresa está constituida jurídicamente como Compañía de Responsabilidad Limitada, y su razón social será “ARTES AMAZONICAS Cía. Ltda.”. la duración del proyecto es de 10 años a partir de su inscripción en el registro mercantil.
- La inversión del proyecto es de 31839.37 dólares y está financiado por mi persona, y estará destinado para la adquisición de activos fijos.

- El presupuesto de costos para el primer año es de 42800.13 dólares para producir 7854 artesanías en donde se producirá 4039 llaveros, 3142 servilleteros y 673 adornos; el precio unitario de los llaveros son de 3.46 más el 50% de margen de utilidad da un valor total de 5.19 dólares, el costo de los servilleteros son de 4.54 + 50% MU es de 6.81 y finalmente lo adornos 21.64 + 50% MU da el PVP de 32.46 dólares.

La evaluación financiera me permitió establecer que el proyecto es factible por los siguientes indicadores financieros encontrados:

- Valor Actual Neto 40444.31 dólares
- Tasa Interna de Retorno 29.97%
- Relación Beneficio Costo de 1.64 dólares
- Periodo de Recuperación de Capital 4 años, 5 meses y 19 días.
- El Análisis de sensibilidad indica que el proyecto es sensible al 43.34379% del incremento de los costos y al 29.16961% en la disminución de los costos.

i. RECOMENDACIONES

- Al concluir que el proyecto es factible se recomienda ponerlo en ejecución dada su rentabilidad estoy segura que ayudara al desarrollo empresarial de la ciudad de Puyo.
- El presente proyecto brindara fuentes de trabajo para la ciudad de Puyo.
- Recomiendo que la selección del personal se la realiza de forma técnica, aplicando la función del empleo: reclutamiento, selección, integración, inducción, contratación, etc. para lograr un buen desempeño de los trabajadores en sus empleos.

j. BIBLIOGRAFÍA

BACA URBINA, Gabriel, EVALUACION DE PROYECTOS, 2da. Edic.1994

COLOMA, F. (1991). EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION,

Asociación Internacional de Fomento – Bco. La Paz. Bolivia

COHEN, E. (1992). Evaluación de Proyectos Sociales. Siglo XXI. México

Diccionario Enciclopédico Universal, Aula

ELABORACION Y EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION, Guía de Estudio Modulo X, de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, 2010

Ministerio de Industrias y Competitividad

NASSIR SPAGCHAIN Y Reinaldo SPAG CHAIN. Preparación y Evaluación de Proyectos, Mc. Graw. Hill Quinta EDICION

http://www.codeso.com/TurismoEcuador/Mapa_Pastaza.html

[http://www.balsebot.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=5
&Itemid=6](http://www.balsebot.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=5&Itemid=6)

<http://www.viajandox.com/pastaza/artesantias-balsa-pastaza.htm>

<http://proyectofactible.blogspot.com/>

LEDESMA MARTINEZ, Zuleima (1997), ANALISIS ECONOMICO SOCIAL DE UN PROYECTO.

MARTINEZ RIVERA, Francisco, ADMINISTRACION DE PROYECTOS. PRIMERA EDICION.

QUILODRAN, Federico, MANUAL DE PREPARACION DE PROYECTOS, publicaciones UNL,1987

SAPAG CHAIN, Reinaldo y Nassir, PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Mc. Graw. Hill Quinta EDICION

SPAG PUELMA, José Manuel, EVALUACION DE PROYECTOS, Mc. Graw. Hill 2007

UNESCO/CCI "La artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera" Manila 6, 8 de Octubre de 1997

k. ANEXOS**ANEXO N. 1****FICHA RESUMEN****TÍTULO:**

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ARTESANIAS DE BALSA Y SU COMERCIALIZACION A LOS TURISTAS DE LA PROVINCIA DE PASTAZA”

PROBLEMÁTICA

En nuestro país es necesaria la implementación de nuevas empresas si bien es cierto tenemos muchos recursos por explotar uno de estos es fomentar el turismo, ideándose nuevos y novedosos productos que representan nuestra cultura nos identifica de dónde venimos cuáles son nuestras raíces y el entorno natural que nos rodea es algo que sin duda gustan mucho a propios y extraños, ya que los turistas siempre desean llevar algo que identifique los lugares donde visitan y no hay mejor manera de mostrar al mundo un poco de nuestra cultura.

Es necesario que exista un poco mas de ayuda por parte de los gobiernos de turno en cuanto a la creación de nuevas empresas que de una u otra manera ayuden a fomentar el turismo en nuestro país, y sobre todo a las diferentes regiones que tenemos ya que todas estas tienen sus atractivos que ofrecer como es el caso de la región del oriente o la amazonia que en la actualidad atrae a muchos turistas es muy visitada a pesar que no es muy conocida.

El gobierno debería implementar programas de turismo así como también brindar capacitación para estos nuevos negocios, brindar créditos que sean fáciles de conseguir y cómodos de pagar, en fin existe mucho que hacer para que el lugar sea más conocido y por ende exista una muy buena acogida de nuestros productos, que sin duda mejorara las condiciones de vida de muchas personas existirán nuevas fuentes de trabajo.

Es por ello que debido a la falta de nuevas empresas, así como también la falta de recurso financiero nos lleva a pensar en negocios que sean prácticos de poner en marcha como es el caso de utilizar materia prima del medio y brindar productos que tienen su proceso de fabricación pero que no es muy complejo ni costoso, como es el caso de la balsa que existe en grandes cantidades en la provincia de Pastaza, y por supuesto las artesanías que son propias de la región ya que en esta se sientan diferentes culturas que existieron hace años atrás como son: los guaraníes, taromenanes , entre otros. Estos últimos elaboran sus artículos que a los turistas les agradan mucho.

Considerando que en esta ciudad existen personas que se dedican a elaborar estas artesanías y tienen buena acogida por los turistas, pero no existe una empresa que los produzca y comercialice al mismo tiempo dentro de la provincia he visto la necesidad de crear una empresa productora y comercializadora de artesanías elaboradas en balsa, ya que de esta manera se podrá ofrecer un producto de buena calidad y con precios accesibles, ya que la producción y comercialización será directa y no se comprará a las personas

que producen estas y luego las comercializan como se hace actualmente en la ciudad de Puyo.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

REALIZAR EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE LA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ARTESANIAS DE Balsa PARA LOS TURISTAS DE LA PROVINCIA DE PASTAZA.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Realizar el estudio de mercado cuya finalidad es llegar a establecer la oferta, demanda, precio, y definir las estrategias de comercialización del producto,
- ✓ Efectuar el estudio técnico que permitirá conocer el tamaño del proyecto, su localización mano de obra, producto a elaborar comercializar, etc.
- ✓ Conocer el estudio económico del proyecto
- ✓ Conocer el estudio organizacional y legal de la microempresa
- ✓ Elaborar una evaluación financiera de la microempresa, misma que se basa en cálculos como; costos de producción, ingresos por venta, actualizados que genera el proyecto, obtener el VAN, TIR, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital y Análisis de Sensibilidad.

ANEXO N. 2

FORMATO ENTREVISTA PARA LOS CLIENTES



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Como egresada de la carrera de Administración de Empresas me encuentro empeñada en realizar el siguiente **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ARTESANIAS DE Balsa Y SU COMERCIALIZACION A LOS TURISTAS DE LA PROVINCIA DE PASTAZA”**, para obtener el título de grado, por lo que le solicito de la manera más comedida y respetuosa se digne colaborar en responder las siguientes preguntas:

1.- compra usted artesanías

SI ()

NO ()

2.- Que tipo de artesanías y en qué cantidad usted compra?

3.- Compra usted artesanías de balsa

SI ()

NO ()

“Si ha contestado NO en las preguntas anteriores le agradecemos por su tiempo; caso contrario por favor conteste las siguientes preguntas.”

4.- Con qué frecuencia usted adquiere artesanías de balsa

5.- En qué lugar usted adquiere artesanías de balsa

a) barrio obrero ()

b) centro de la ciudad ()

c) la casa de la balsa ()

6.- Si se crea una empresa productora y comercializadora de artesanías de balsa en la ciudad de Puyo usted estaría dispuesta a adquirir estos productos.

SI ()

NO ()

7.- Con qué frecuencia y en qué cantidad usted compraría artesanías de balsa

8.- Al momento de comprar artesanías de balsa que aspectos toma en cuenta

PRECIO ()

CALIDAD DEL PRODUCTO ()

VARIEDAD ()

BUENA ATENCION ()

OTROS ()

9.- Cuales son las características que más le agradan de las artesanías de balsa

TALLADO A MANO ()

BRILLO Y LOS DETALLES ()

SON DE MATERIAL NATURAL ()

QUE REFLEJA NUESTRA CULTURA ()

DURABILIDAD ()

OTROS ()

10.- Cuanto usted estaría dispuesto a pagar por las artesanías de balsa

LLAVEROS

1 DÓLAR ()

2 DOLARES ()

3 DOLARES ()

SERVILLETEROS

3 DOLARES ()

5 DOLARES ()

6 DOLARES ()

ARTICULOS DECORATIVOS

5 DOLARES ()

8 DOLARES ()

10 DOLARES ()

11.- Que lugares de venta de artesanías de balsa usted conoce**12.- en que lugares de la ciudad de puyo a usted le gustaría que el local de venta de artesanías funcione**

CENTRO ()

MERCADO MUNICIPAL ()

OBRERO ()

OTROS ()

13.- En que medios de comunicación le gustaría que se promocióne las artesanías de balsa

RADIO ()

TV ()

PRENSA ESCRITA ()

HOJAS VOLANTES ()

OTROS ()

GRACIAS POR SU COLABORACION

FORMATO DE ENTREVISTA PARA LA COMPETENCIA



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Como egresada de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, solicito de la manera más cordial se digne contestar la siguiente entrevista, que tiene como finalidad recaudar información necesaria para la elaboración de: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ARTESANIAS DE BALSA Y SU COMERCIALIZACION A LOS TURISTAS DE LA PROVINCIA DE PASTAZA”**.

1.- vende artículos elaborados en balsa

SI ()

NO ()

2.- en qué lugar usted compra estos artículos

.....

3.- Por que compra en ese lugar

.....

4.- Con qué frecuencia los adquiere

.....

5.- Que tipo de artesanías de balsa usted vende mensualmente y en qué cantidad

.....

6.- Que aspectos le agradan de las artesanías de balsa

.....

7.- Que aspectos le desagradan de las artesanías de balsa

.....

8.- De qué manera usted se enteró de la venta de artesanías de balsa

.....

9.-Porque medios le gustaría a usted informarse

.....

10.- Usted sabe de alguna empresa que se dedique a la elaboración de estas artesanías dentro de la provincia

.....

GRACIAS POR SU COLABORACION

**PRESUPUESTOS
ACTIVOS FIJOS
ANEXO N. 5
TERRENO**

CANTIDAD m	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
600	AREA DE 30 X 20	25	15000

FUENTE: Municipio de Puyo

ELABORACION: Autora

**ANEXO N. 6
CONSTRUCCION**

DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
GERENCIA	8.50	1275.00
SECRETARIA	8.5	637.50
DEP DE VENTAS	8.5	4200.00
DEP DE PRODUCCION	8.5	1530.00
BODEGA	8.5	1200.00
RECEPCION DE MATERIA PRIMA	8.5	0.00
BAÑOS	8.5	1275
TOTAL		10117.50

FUENTE: Constructores de la localidad

ELABORACION: Autora

**ANEXO N. 7
MAQUINARIA Y EQUIPO**

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Moto sierra	390	390
3	Caladora manual	15	45
1	Horno eléctrico	600	600
			1035

FUENTE: Almacenes de la localidad

ELABORACION: Autora

ANEXO N. 8

HERRAMIENTAS

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
4	Cuchillos	2.50	10.00
2	Machetes	5.00	10.00
	Lijas paca	75.00	75.00
2	Metro	1.50	3.00
2	Pinceles Kit	4.00	8.00
1	Brochas	5.00	5.00
TOTAL			111.00

FUENTE: Almacenes de la localidad

ELABORACION: Autora

**ANEXO N. 9
MUEBLES Y ENSERES**

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
3	Escritorios	100	300
3	Sillas ejecutivas	50	150
10	Sillas personales	15	150
2	Archivadores	35	70
TOTAL			670

FUENTE: Almacenes de la localidad

ELABORACION: Autora

ANEXO N. 10

EQUIPO DE PRODUCCION

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Mesa larga	30.00	30.00
4	Sillas para taller producción	6.00	24.00
4	Perchas	30.00	120.00
TOTAL			174.00

FUENTE: Almacenes de la localidad

ELABORACION: Autora

ANEXO N. 11

EQUIPO DE OFICINA

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	TOTAL
1	Calculadora	15	15
3	Teléfono	35	105
2	Engrapadora	2	4
2	Perforadora	2	4
2	Papeleras	8.75	17.50
TOTAL			145.50

FUENTE: Almacenes de la localidad

ELABORACION: Autora

**ANEXO 12
DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS**

DESCRIPCION	VALOR INICIAL	VALOR RESIDUAL	VIDA UTIL	VALOR A DEPRECIAR	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR DE RESCATE
CONSTRUCCION	10117.50	5%	20	9611.63	480.58	4805.81	5311.69
MAQUINARIA Y EQUIPO	1035	10%	10	931.50	93.10	931.50	103.50
HERRAMIENTAS	111	10%	10	99.90	9.99	99.9	11.10
MUEBLES Y ENSERES	670	10%	10	603	60.3	603	67
EQUIPO DE COMPUTACION							1733.16
EQUIPO DE OFICINA	145.50	10%	10	130.95	13.09	130.95	14.55
EQUIPO DE PRODUCCION	174	10%	10	156.60	15.66	156.60	17.40
SUBTOTAL							7258.40
TERRENO	15000				PLUSVALIA		29332.02
TOTAL							36590.42

ANEXO N. 13

EQUIPO DE COMPUTACION (1ra. INVERSION)

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2	Computadora	600.00	1200.00
2	Impresora	50.00	100.00
TOTAL			1300.00

FUENTE: Almacenes de la localidad

ELABORACION: Autora

ANEXO N.13 A

DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTACION

COSTO: 1300

VIDA UTIL: 3 años

VALOR RESIDUAL: (33.33%) 433.29

VALOR A DEPRECIAR: 866.71

VALOR ANUAL A DEPRECIAR: 288.87

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION	TOTAL
0	1300	433.29	-	866.71
1	866.71	433.29	288.87	577.84
2	577.84	433.29	288.87	288.87
3	288.87	433.29	288.87	-

ANEXO N. 13.1**EQUIPO DE COMPUTACION (2da. INVERSION)**

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2	Computadora	900.00	1800.00
2	Impresora	100.00	200.00
TOTAL			2000.00

ANEXO N.13.1 A**DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTACION**

COSTO: 2000

VIDA UTIL: 3 años

VALOR RESIDUAL: (33.33%) 666.60

VALOR A DEPRECIAR: 1333.40

VALOR ANUAL A DEPRECIAR: 444.47

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION	TOTAL
0	2000	666.60	-	1333.40
1	1333.40	666.60	444.47	888.93
2	888.93	666.60	444.47	444.47
3	444.47	666.60	444.47	

ANEXO N. 13.2**EQUIPO DE COMPUTACION (3ra. INVERSION)**

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2	Computadora	1050	2100
2	Impresora	150.00	300
TOTAL			2400

ANEXO N.13.2 A**DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTACION**

COSTO: 2400

VIDA UTIL: 3 años

VALOR RESIDUAL: (33.33%) 799.92

VALOR A DEPRECIAR: 1600.08

VALOR ANUAL A DEPRECIAR: 533.36

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION	TOTAL
0	2400	799.92	-	1600.08
1	1600.08	799.92	533.36	1066.77
2	1066.72	799.92	533.36	533.36
3	533.36	799.92	533.36	

ANEXO N. 13.3**EQUIPO DE COMPUTACION (4ta. INVERSION)**

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2	Computadora	1150	2300
2	Impresora	150	300
TOTAL			2600

ANEXO N.13.3 A**DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTACION**

COSTO: 2400

VIDA UTIL: 3 años

VALOR RESIDUAL: (33.33%) 799.92

VALOR A DEPRECIAR: 1600.08

VALOR ANUAL A DEPRECIAR: 533.36

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION	TOTAL
0	2600	866.58	-	1733.42
1	1733.42	866.58	577.81	1155.61
2	1155.61	866.58	577.81	577.81
3	577.81	866.58	577.81	-

ANEXO N. 14

MATERIA PRIMA DIRECTA

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL PRODUCCION MENSUAL	TOTAL PRODUCCION ANUAL
LLAVEROS				
1	Balsa	13.00	13.00	156.00
SERVILLETEROS				
2	Balsas	13	26.00	312.00
ADORNOS				
2	Balsas	13	26	312.00
TOTAL				780.00

FUENTE: vendedores de madera y ferretería

ELABORACION: Autora

ANEXO N. 15

MATERIA PRIMA INDIRECTA

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNIT.	TOTAL PRODUCCION MENSUAL	TOTAL PRODUCCION ANUAL
LLAVEROS				
1L	Pintura	12	12	
1	Goma	0.50	0.50	
1/2l	Agua	0.68	0.22	
TOTAL			12.72	152.64
SERVILLETEROS				
2L	Pintura	12	24	
1	Goma	0.50	0.50	
½	agua	0.68	0.23	
TOTAL			24.73	296.76
ADORNOS				
4L	Pintura	12	48	
1	Goma	1	1.00	
1/2	agua	0.68	0.23	
TOTAL			49.23	590.76
TOTAL			86.68	1040.16

FUENTE: vendedores de balsa y ferretería

ELABORACION: Autora

ANEXO N. 16**MANO DE OBRA DIRECTA**

CANTIDAD	2
PUESTO	Obrero
SUELDO BASICO	354
DECIMO TERCER	29.50
DECIMO CUARTO	29.50
VACACIONES	14.75
APORTE PATRONAL	39.47
APORTE IEESS	3.54
VALOR MENSUAL	470.76
VALOR NOMINA MENSUAL	941.52
VALOR ANUAL	11298.24

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales

ELABORACION: Autora

ANEXO N. 17**SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

CANTIDAD	1	1	1	TOTAL
PUESTO	GERENTE	SECRETARIA	JEFE VENTAS	
SUELDO BASICO	500	354	354	
DECIMO TERCER	41.67	29.50	29.50	
DECIMO CUARTO	24.33	29.50	29.50	
VACACIONES	20.83	14.75	14.75	
APORTE PATRONAL	55.75	39.47	39.47	
APORTE IEESS	5	3.54	3.54	
VALOR MENSUAL	647.58	470.76	470.76	
VALOR NOMINA MENSUAL				
VALOR ANUAL	7770.96	5649.12	5649.12	19069.20

ANEXO N. 18**SERVICIOS BASICOS**

CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNIT.	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
1	Teléfono	12.00	12.00	144
1	Internet	18.00	18.00	216
1	Energía eléctrica	25.00	25.00	300
1	agua	7.00	7.00	84
TOTAL			62.00	744

FUENTE: Empresas que prestan servicios

ELABORACION: Autora

ANEXO N. 19**MATERIALES DE ASEO**

CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
3	Escobas	2.00	6.00
2	Trapeadores	2.50	5.00
1	PH paca	18.00	18.00
1	Desinfectante	8.00	8.00
1	Detergente	2.89	2.89
5	Jabón liquido	2.00	10.00
6	Ambiental	0.50	3.00
4	Franelas	1.50	6.00
2	Fundas basura	2.00	4.00
1	Recogedor basura	2.50	2.50
4	Basurero	3.00	12.00
3	toalla	2.00	6.00
TOTAL ANUAL			83.39
TOTAL MENSUAL			6.95

FUENTE: Almacenes de la localidad

ELABORACION: Autora

ANEXO N. 20**UTILES DE OFICINA**

CANTIDAD	DESCRIPCION	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Esferos	Caja	1.50	1.50
1	lápices	Caja	1.00	1.00
1	Hojas papel bond	Resma	4.50	4.50
1	Cartucho		16.00	16.00
5	Carpetas	Folder	0.25	1.25
5	carpetas	Colgantes	0.25	1.25
1	Facturas	X 100	7.00	7.00
1	Clips	Caja	0.50	0.50
1	Grapas	caja	0.80	0.80
3	sacapuntas		0.25	0.75
TOTAL MENSUAL				34.55
TOTAL ANUAL				414.60

FUENTE: Almacenes de la localidad

ELABORACION: Autora

ANEXO N. 21**PUBLICIDAD**

CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNIT.	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
1	Cuña publicitaria	60.00	60.00	720.00

INDICE

CARÁTULA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
ABSTRACT	5
c. INTRODUCCIÓN	7
d. REVISIÓN DE LITERATURA	10
e. MATERIALES Y MÉTODOS	41
f. RESULTADOS	45
g. DISCUSIÓN	65
h. CONCLUSIONES	144
i. RECOMENDACIONES	146
j. BIBLIOGRAFÍA	147
k. ANEXOS	149
FICHA RESUMEN	149
INDICE	165