



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

TÍTULO:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CAJA TÍPICA CON
DISEÑO EXCLUSIVO Y PRODUCTOS TRADICIONALES Y
SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA”

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
GRADO DE INGENIERA COMERCIAL.

AUTORA:

ZAURA ZORAIMA LOAIZA ANDRADE

DIRECTOR:

ING. EDISON VINICIO ESPINOSA MÆE.

LOJA - ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN

Ing. Edison Espinosa Bailón

DIRECTOR DE TESIS.-

CERTIFICA:

Haber asesorado, revisado y orientado en todas sus partes, el desarrollo de la investigación titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CAJA TÍPICA CON DISEÑO EXCLUSIVO Y PRODUCTOS TRADICIONALES Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA”**, de la autoría de la señora Zaura Zoraima Loaiza Andrade, bajo mi dirección y asesoría por estar sujeto a la normativa institucional, autorizo su presentación,

Loja, julio de 2015



Ing. Edison Espinosa B. MAE

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Zaura Zoraima Loaiza Andrade, declaro ser autora de la presente tesis, y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de ésta.

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

Autora:

Firma:

Zaura Zoraima Loaiza Andrade

C.I 1103417943

Loja, Julio de 2015

CARTA DE AUTORIZACIÓN

Carta de Autorización de tesis por parte de la autora para la consulta, reproducción parcial o total y publicación electrónica del texto completo.

Yo, Zaura Zoraima Loaiza Andrade declaro ser autora de la tesis titulada **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CAJA TÍPICA CON DISEÑO EXCLUSIVO Y PRODUCTOS TRADICIONALES Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA”**, como requisito para optar por el grado de **INGENIERA COMERCIAL**; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja, para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

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

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por plagio o copia que realice un tercero. Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja a los 13 días del mes de agosto de 2015, firma el autor.

FIRMA:

AUTORA: Zaura Zoraima Loaiza Andrade.

CÉDULA: 1103417943

DIRECCIÓN: Loja, Ciudadela. El rosal, calle Augusto Salazar y Ricardo Palma.

CORREO ELECTRÓNICO: zaurazoraima@hotmail.com

TELÉFONO: 072589999

CELULAR: 0992016845

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director de Tesis: Ing Edison Espinosa MAE

Miembros del Tribunal:

Presidente: Dr. Luis Quizhpe.

Vocal: Mg. Galo Salcedo.

Vocal: Mg. Carlos Rodríguez

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional de Loja, a la Modalidad de Estudios a Distancia, a las autoridades y al personal docente y administrativo.

Una gratitud especial al Ing. Edison Espinosa Bailón, Director de tesis, por su apoyo y orientación durante el desarrollo del presente trabajo de investigación.

Zoraima.

DEDICATORIA

Con amor a Sara, por su generosidad, por su tiempo y por siempre estar ahí.

A Esteban, por ser el compañero de vida y de estudios, por su apoyo incondicional y su gran paciencia.

A mi padre y especialmente a mi madre por su ejemplo de fortaleza.

A mis queridas amigas, que siempre estuvieron apoyándome.

Zoraima.

a. TÍTULO

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA PRODUCTORA DE CAJA TÍPICA CON DISEÑO
EXCLUSIVO Y PRODUCTOS TRADICIONALES Y SU
COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA”**

b. RESUMEN

Considerando la necesidad de tener un producto artístico, tradicional y exclusivo, representativo de la ciudad de Loja; se propone implementar el presente proyecto que tiene como objetivo general elaborar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de caja típica con diseño exclusivo y productos tradicionales y su comercialización en la ciudad de Loja

Para determinar la factibilidad y la puesta en marcha del proyecto, y cumplir los objetivos del mismo, se utilizaron varios métodos; el inductivo, deductivo, analítico, sintético e histórico; y técnicas de investigación, como la observación directa y la encuesta; que me permitieron cumplir con todas las exigencias para el desarrollo del presente trabajo.

El presente trabajo está basado en cuatro importantes estudios; el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio administrativo y el estudio financiero.

En el Estudio de Mercado, se determinó que el mercado conformado por la población económicamente activa de la ciudad de Loja. En base a los resultados se establece que la demanda potencial es de 101.671 demandantes potenciales que conocen el producto, la demanda real es de 62.430 demandantes reales, la demanda efectiva es 41.776 usuarios que compraría el producto a la nueva empresa, un consumo promedio de 4 cajas anualmente, dando como resultado una demanda insatisfecha anual de 167.104 cajas.

La oferta es inexistente debido a que ninguna empresa en la ciudad de Loja produce ni comercializa cajas con diseño exclusivo y productos tradicionales.

En el Estudio Técnico se establece el tamaño y localización del proyecto, el que se ubicará en el barrio San Sebastián, en las calles Lourdes 14-75 entre Sucre y Bolívar en la ciudad de Loja, cuyo espacio físico cuenta con todos los servicios básicos para su funcionamiento, se adjunta el plano de la distribución de la planta, la ingeniería del proyecto que presenta el proceso productivo de la empresa.

En el Estudio Administrativo, en este se propone la organización legal como una empresa Unipersonal, cuya razón social es LOJANITOS; se plantea la organización administrativa a través de organigramas y manual de funciones.

El Estudio Financiera que se expone para la creación de la empresa requiere una inversión de \$16.032,00.

El propietario aportará el 50,10 % de la inversión y el 49,90 % con un crédito de \$8000,00.

El Estado de Resultados muestra su utilidad líquida de \$ 22.353,88 en el primer periodo.

El flujo de caja es de \$ 23.555,62 en el primer año.

En la Evaluación del Proyecto se evidencia que el Valor Actual Neto es positivo, con un valor de \$ 168.782,86. La Tasa Interna de Retorno es de

158,89%, es decir es mayor que el costo de oportunidad del capital del 11,20 %. La relación beneficio costo indica que por cada dólar invertido se obtendrá \$0,42 de utilidad.

El tiempo que se requeriría para recuperar la inversión original es de 8 meses 6 días.

Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores que 1, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos incrementados 29,53%; y disminuidos en un 21.21% respectivamente, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

Y además se determinaron conclusiones y recomendaciones.

Demostrando que el proyecto es factible y rentable, por tanto se recomienda su ejecución y además es de gran importancia para el desarrollo de la ciudad de Loja.

ABSTRACT

Considering the need to have an artistic, traditional and exclusive representative of the city of Loja product; it is proposed to implement this project with the overall objective a draft an feasibility project for creation of a producer of typical box with exclusive design and traditional products and their marketing in the city of Loja.

To determine the feasibility and the implementation of the project and meet its objectives, I used several methods; inductive, deductive, analytical, synthetic and historical; and research techniques such as direct observation and survey; they allowed me to meet all the requirements for the development of this work.

The document presents four important studies: market survey; technical study, administrative study, and financial study.

According to the results shown in the market study carried on the economical active population of Loja, the potential demand is 101.671 people who know the product; the real demand displays a total of 62.430 real demanders. Results show then that the effective demand sums up 41.776 users who would buy the product to the new company; with an average purchase of 4 cases annually, the unsatisfied demand of the product shows a result of 167.104 cases.

On the other hand, there is no offer of the product in the city of Loja because there is no registered company that produces nor sells cases with exclusive design and traditional products.

The technical study establishes the size and location of the project, which will be located on the San Sebastián neighborhood, at 14-75 Lourdes St, between Sucre and Bolivar St, in Loja city. The facility has all utilities included, an annex of the plant facility drawings is attached, and the same portrays the productive process of the company.

The administrative study proposes the legal organization of the new company as a unipersonal enterprise, which business name is LOJANITOS. The administrative organization scheme is presented through an organization chart and an operations manual of the company.

The financial study exposes that an investment of \$16.032, 81 is required in order to create the company. The owner of the company will contribute with the 50, 10% of the total investment and the 49,90% with a loan of US\$800.000.

The financial report indicates that the liquid net income is \$ 22.353,88 within the first financial recovery period.

The cash-flow sums a total of \$ 23.555,62 during the first year.

On the evaluation report it is clear that the net present value is positive with a total of \$168.782,86. The internal return rate is 158,89%, which is to say that it is bigger than the capital opportunity cost of 11,20 %.

The cost-benefit relation indicates that for each invested dollar an outcome of \$ 0,42 will be obtained.

The time required to recover the original investment is 8 months 6 days.

For this project, the sensitivity values are lower than 1, therefore not affecting the project changes in costs and revenues increased 29,53%; and diminished by 21.21% respectively, that is to say the project is not sensitive to these changes.

And conclusions and recommendations were determined.

All of these data demonstrates that this project is feasible and profitable; hence it is recommended its execution, for its importance in Loja's city development.

c. INTRODUCCIÓN

El desarrollo empresarial de un país es muy importante, ya que es el principal generador de empleos y de inversión; en la ciudad de Loja es evidente el escaso desarrollo empresarial, lo cual limita el crecimiento económico y social de la población

Es por esto que se ha elaborado el presente trabajo: “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de caja típica con diseño exclusivo y productos tradicionales y su comercialización en la ciudad de Loja”; el mismo que ha sido evaluado a partir de cuatro estudios; el de mercado, técnico, organizacional y financiero; para de esta forma determinar su factibilidad y así proponer su ejecución, con la creación de esta entidad productora, por medio de la cual se generarían fuentes de empleo, y así se contribuiría al desarrollo socioeconómico de la ciudad.

En el Resumen; se detalla los resultados obtenidos en este proceso investigativo.

En la Introducción se hace referencia al problema planteado para ser investigado.

En la Revisión de la literatura se obtuvo información secundaria para estructurar el marco referencial y el marco conceptual de varios autores.

Con respecto a los Materiales y Métodos se describe la aplicación de los diferentes métodos, técnicas aplicados en el desarrollo del proyecto; los que se utilizaron para determinar el tamaño de la muestra.

A continuación se procedió a elaborar la tabulación y la interpretación de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas en el Análisis de Resultados.

Con respecto al estudio de mercado, en la Discusión, en el que se analiza la demanda del producto, la demanda potencial, la demanda real, uso percapita, la demanda efectiva, y además se incluye un plan de comercialización.

En el estudio técnico, se hace referencia a la capacidad instalada, la capacidad utilizada, la localización de la empresa, los factores de localización y la ponderación de estos.

El estudio organizacional, en el que se describe la organización legal y la estructura administrativa de la empresa.

Con respecto al estudio financiero se sistematiza la información, para de esta forma establecer la inversión del proyecto.

En lo referente al desarrollo del estudio técnico, se trató acerca de la localización, el tamaño; para determinar la capacidad instalada y la capacidad utilizada, se determina la macrolocalización y la microlocalización y se toma en cuenta los factores que influyen en esta decisión; en la ingeniería del proyecto se realiza la descripción del proceso de producción.

Luego se realiza el estudio administrativo, el mismo que determina la estructura orgánica funcional, la base legal y organizacional de la empresa; se elaboraron el organigrama estructural, el organigrama

funcional y el organigrama posicional; y se desarrollaron los manuales de funciones respectivos.

Con lo que respecta al estudio financiero, se realizó el cálculo de los recursos necesarios, el cálculo de la inversión total, costos totales, costos unitarios, y los ingresos por ventas que se respaldan en los respectivos presupuestos; se verificó a través de los indicadores financieros Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (RB/C), El Periodo de Recuperación de Capital (PR/C), y el Análisis de Sensibilidad.

Finalmente se determinan en el literal las conclusiones y las recomendaciones a las que se llegó en base a los resultados obtenidos; se presenta la bibliografía utilizada en el literal ; y los anexos respectivos para complementar el presente trabajo.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

Marco Referencial

Caja.

Pieza hueca, de madera, cartón, metal u otra materia, que sirve para meter dentro alguna cosa. Se suele cubrir con una tapa suelta o unida a la parte principal; tiene diversos usos y varias formas y tamaños.¹

Grafico 1

Caja



Fuente: La Autora

¹ La Enciclopedia, volumen 3, Salvat Editores 2004, Madrid.

Tipos de cajas

Existen varios tipos de cajas, entre ellas las cajas decorativas; las cajas utilitarias, que sirven para guardar artículos específicos.

Las cajas pueden ser de diversos materiales, como: marfil, cerámica, cartón, acrílico, madera.

Caja típica

Esta caja, es una caja elaborada en madera aglomerada o MDF, la misma que está pintada a mano, con un diseño exclusivo de Loja, y que además en su interior tiene cuatro productos tradicionales (café, horchata, chamicos y bocadillos)

MDF:

“Un tablero DM es un aglomerado elaborado con fibras de madera (que previamente se han desfibrado y eliminado la lignina (que poseían) aglutinadas con resinas sintéticas mediante fuerte presión y calor, en seco, hasta alcanzar una densidad media.

También se le llama DM (densidad media), mdf (sigla en inglés de *Medium Density Fibreboard*), Trupán (nombre común en Chile derivado de la marca comercial) o Fibrofácil (denominado así en Argentina, también derivado de una marca).

Presenta una estructura uniforme y homogénea y una textura fina que permite que sus caras y cantos tengan un acabado perfecto. Se trabaja prácticamente igual que la madera maciza, pudiéndose fresar y tallar en su totalidad. La estabilidad dimensional, al contrario que la madera maciza, es óptima, pero su peso es muy elevado. Constituye una base excelente para las chapas de madera. Es perfecto para lacar o pintar. También se puede barnizar (aunque debido a sus características no es necesario: Se encola (con cola blanca) fácilmente y sin problemas. Suele ser de color marrón medio-oscuro y es un tablero de bajo coste económico en el mercado actual.

Recomendable para construir todo tipo de muebles (funcionales o artísticos) en los que el peso no suponga ningún problema. Son una base óptima para lacar. Excelente como tapas de mesas y bancos de trabajo. No es apto para exterior ni condiciones húmedas. Existen placas de DM que llevan un tratamiento antihumedad (hidrófugo).”²

Grafico 2

MDF



Fuente: La Autora

² La Enciclopedia, volumen 13, Salvat Editores, 2004, Madrid.

MARCO CONCEPTUAL

EMPRESA

“La empresa es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos”³.

Importancia: En la empresa se materializa la capacidad intelectual, la responsabilidad, y la organización; condiciones y factores indispensables para la producción.

Favorece el progreso humano como finalidad principal, al permitir dentro de ella la autorrealización de sus integrantes.

Favorece directamente al avance económico de un país.

Armoniza los numerosos y divergentes intereses de sus miembros; accionistas, directivos, empleados, trabajadores y consumidores.

EL PROYECTO

“Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre muchas cosas, una necesidad humana”.

³ CHIAVENATO, Idalberto, Iniciación a la Organización Técnica y Comercial, Mc GrawHill,2010

FACTIBILIDAD

Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto. ⁴

PROYECTO DE FACTIBILIDAD

Cuando aún persisten dudas en torno a la viabilidad del proyecto en algunos de sus aspectos fundamentales, se procede a depurar la información que permita otorgar mejores y más confiables soportes a los indicadores de la evaluación. La decisión de pasar de la etapa anterior al estudio de factibilidad debe ser tomada por los interesados en los proyectos, pues su elaboración, implica altos gastos financieros y consumo de tiempo.

El estudio de factibilidad debe conducir a la identificación precisa del plan de negocio a través del estudio de mercado, tamaño, localización, ingeniería del proyecto, diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto, estimación del nivel de las inversiones necesarias y su cronología, lo mismo que los costos de operación y el cálculo de los ingresos, identificación plena de fuentes de financiación y la regulación de compromisos de participación en el proyecto, aplicación de criterios de evaluación financieros, económico, social y ambiental, que permita obtener argumentos para la decisión de realización del proyecto.

⁴ GALINDO, Carlos, Formulación y Evaluación de Planes de Negocio, Primera Edición, Ediciones de la U, 2011

En el estudio de factibilidad se puede abandonar el plan de negocio por no ser viable o conveniente, o por el contrario, mejorarlo, elaborando un diseño definitivo, teniendo en cuenta las sugerencias y modificaciones que propongan las posibles fuentes de financiamiento del proyecto.⁵

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado en los proyectos de inversión privados, busca cuantificar los bienes y/o servicios que la empresa debe producir y vender para satisfacer las necesidades del consumidor final. En los proyectos públicos, los esfuerzos se orientan al mejoramiento de las condiciones económicas y sociales de la comunidad que se beneficia con el proyecto.

Para su realización, se identifican una serie de variables de tipo económica, financiera, social, organizacional, y de producción, que al ser tenidas en cuenta, permiten desarrollar con posibilidades de éxito, el plan de negocio que se está elaborando.

En su proceso, es importante determinar el tipo de clientes a atender y en donde se encuentran localizados, para ello es necesario definir su nicho de mercado y su ubicación geográfica, es decir, si el mercado a atender es de carácter local, regional, nacional o de exportación.

Para la obtención de la información relacionada con el plan de negocio, es importante tener en cuenta la opinión de clientes potenciales, lo cual hace

⁵ FLÓREZ Juan Antonio; Proyectos de inversión para las PYME; Ecoe Ediciones; Bogotá 2010;pp8-9

necesario realizar una investigación de mercados, que permita cuantificar hasta cierto punto el comportamiento del consumidor final.⁶

DEMANDA

Es la suma de las adquisiciones de un bien o servicio por parte de las personas físicas y/o jurídicas, para satisfacer sus necesidades.

La demanda presente se lo hace a través del proceso de investigación de mercado.

DEMANDA REAL

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan en el mercado.

DEMANDA EFECTIVA

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos en el mercado.

DEMANDA POTENCIAL

Está constituida por la cantidad de bienes y servicios que podrían consumir o utilizarse de un determinado producto o servicio en el mercado.

⁶ FLÓREZ Juan Antonio; Proyectos de inversión para las PYME; Ecoe Ediciones, Bogotá 2010; p. 21

DEMANDA INSATISFECHA

Demanda de espacio que el mercado no puede satisfacer por razones diversas, como problemas de precio, etc...

OFERTA

En economía, se define la oferta como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado. Hay que diferenciar la oferta del término de una cantidad ofrecida, que hace referencia a la cantidad que los productores están dispuestos a vender a un determinado precio⁷

INVERSIÓN DE MERCADO

Es la recolección de información del mercado respecto a las decisiones de los consumidores sobre un producto o servicio, en forma sistemática, ordenada y lógica a través de técnicas cualitativas o cuantitativas que permiten tomar decisiones respecto a la viabilidad de un proyecto de inversión privada.⁸

⁷ LARA Byron 2010, Cómo elaborar proyectos de inversión, Editorial Oseas Espín, Quito 2010

⁸ FLOREZ, Juan Antonio, Proyectos de inversión para las pyme, Ecoe Ediciones, Bogotá 2010.

MARKETING MIX

El marketing mix forma parte tanto de la fase de análisis como de la fase comercial, ya que en todo momento se tienen en cuenta el producto, el precio, la promoción y la plaza.

PRODUCTO

Un buen análisis del producto que ofrece la empresa tiene que tener en cuenta varios aspectos. En primer lugar el diseño y características del producto o servicio, así como un análisis conjunto de incluyendo el precio al que se vende. Mediante este análisis se pueden identificar posibles aspectos de mejora para crear más valor al cliente o posibles a Un buen análisis del producto que ofrece la empresa tiene que tener en cuenta varios aspectos. En primer lugar el diseño y características del producto o servicio, así como un análisis conjunto que incluya el precio al que se vende. Mediante este análisis se pueden identificar posibles aspectos que mejoren el producto sin tener que cargar más valor al cliente, este análisis se puede hacer mediante una investigación de mercado.

En segundo lugar, todos los productos o servicios tienen un ciclo de vida, que comprende las fases de introducción, crecimiento, madurez y declive⁹

PRECIO

Es el valor de un bien, servicio o derecho expresado en dinero.

⁹ LARA Byron 2010, Cómo elaborar proyectos de inversión, Editorial Oseas Espín, Quito

Para el análisis del precio es conveniente hacerlo a través de una matriz comparativa, tanto del mercado competidor como el proveedor.

PLAZA

Se refiere a la ubicación de los ofertantes y esta puede ser establecida de acuerdo a la matriz de análisis de la competencia expuesta en párrafos anteriores y sirve para determinar el valor estratégico de mercado de cada uno o de los más importantes competidores que tendrá el proyecto así como sus fortalezas o debilidades de localización y otros aspectos estratégicos.

PROMOCIÓN

Se refiere al tipo de publicidad y promoción cuyo objetivo es hacer conocer el producto e insertarlo en el mercado, es un costo que se incluirá en el proyecto. Es vital incluir un determinado valor de gastos de publicidad o promoción y examinar su viabilidad, pues esto va a afectar a los flujos de efectivo en cada año de vida del proyecto.¹⁰

ESTUDIO TÉCNICO

Al realizar la inversión en el plan de negocio, se debe tener claro el modelo tecnológico que se va a utilizar. Por tanto se consideran los conceptos contenidos en la parte de producción del proyecto, lo cual

¹⁰ LARA Byron 2010, Cómo elaborar proyectos de inversión, Editorial Oseas Espín, Quito

permite optimizar la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o en la prestación de un servicio.¹¹

LOCALIZACIÓN

Cuando la empresa decide abrir una nueva planta, debe definir dónde se ubicará la misma. La ubicación de las instalaciones incluye evaluación de varios sitios para construir o modificar la solución de espacio necesario para el funcionamiento así como el mantenimiento de la materia prima e insumos. Aunque las empresas tienen en cuenta una diversidad de factores para ubicar las instalaciones, en la práctica uno de estos criterios predomina.

INGENIERÍA DE PROCESOS

Un proceso es comprendido como todo desarrollo sistemático que conlleva una serie de pasos ordenados u organizados, que se efectúan o suceden de forma alternativa o simultánea, los cuales se encuentran estrechamente relacionados entre sí y cuyo propósito es llegar a un resultado preciso. Desde una perspectiva general se entiende que el devenir de un proceso implica una evolución en el estado del elemento sobre el que se está aplicando el mismo hasta que este desarrollo llega a su conclusión.

¹¹ FLÓREZ Juan Antonio; Proyectos de inversión para las PYME; Ecoe Ediciones; Bogotá 2010

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

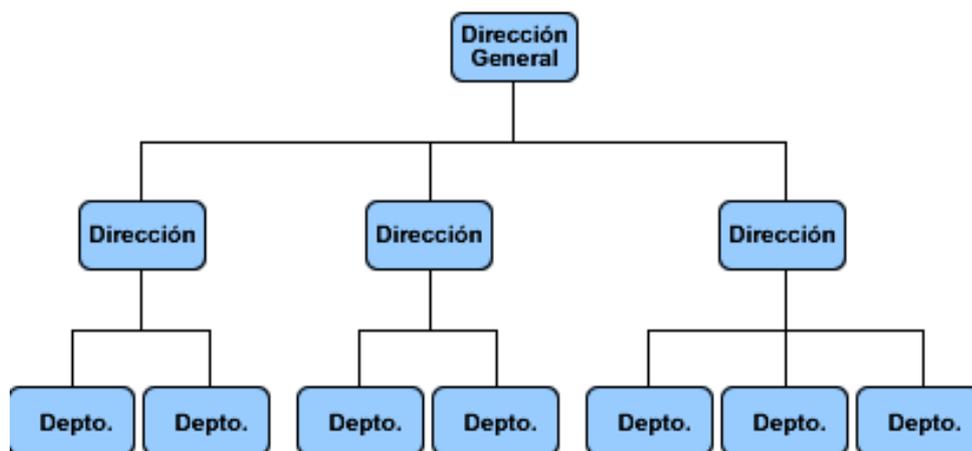
Cuando una empresa determina la ubicación de sus instalaciones y define la ingeniería de procesos; la próxima decisión operativa más importante es la distribución de las personas y los equipos en la planta.

La distribución de los recursos de la planta, incluye la ubicación de los departamentos así como las personas y los equipos.¹²

ORGANIGRAMA

El organigrama es un modelo abstracto y sistemático que permite obtener una idea uniforme y sintética de la estructura formal de una organización.

Grafico 3
Organigramas



Fuente: La Autora

¹² IDROVO Paúl, Administración de operaciones, Editora IMPROLISEM, Quito.

ESTRUCTURAL

Es un gráfico de la organización del proyecto y permite representar a la estructura organizativa de este. Señala la vinculación que existe entre departamentos diseñados en el estudio de factibilidad del proyecto.

FUNCIONAL

Representación gráfica que describe funciones, además de las estructuras de la empresa.

POSICIONAL

Es aquel organigrama donde se detallan el puesto que desempeñan dentro de la estructura organizacional, el nombre de quien ocupa el puesto, así como el salario que percibe por el desempeño de sus funciones.

MANUALES ADMINISTRATIVOS

Los manuales administrativos son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación que permiten registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática la información de una organización.¹³

¹³ CASTRO,Raúl, Evaluación Económica y Social de Proyectos, Editorial San Marcos, 2010.

ESTUDIO ECONÓMICO

“La última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto es el estudio financiero. Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad”.¹⁴

Los elementos básicos son:

- ✓ Inversión: inversión fija, inversión diferida, capital de trabajo.
- ✓ Costos de producción.
- ✓ Ingresos.
- ✓ Utilidades.
- ✓ Punto de equilibrio.
- ✓ Estados financieros proyectados.
- ✓ Flujo de caja.
- ✓ Índices financieros: TIR, VAN Beneficio Costo, Periodo de Recuperación

COSTOS DEL PROYECTO

Son todos aquellos egresos de dinero que se deben realizar en un proyecto en el proceso de producción de un bien o servicio

¹⁴ BACA URBINA Gabriel 2008, Evaluación de proyectos, Editorial McGraw Hill, Colombia

COSTOS FIJOS

Son aquellos costos que intervienen en el proceso de producción de un bien o servicio y que no varían al cambiar las unidades producidas. Estos costos permanecen constantes a los diferentes niveles de producción.

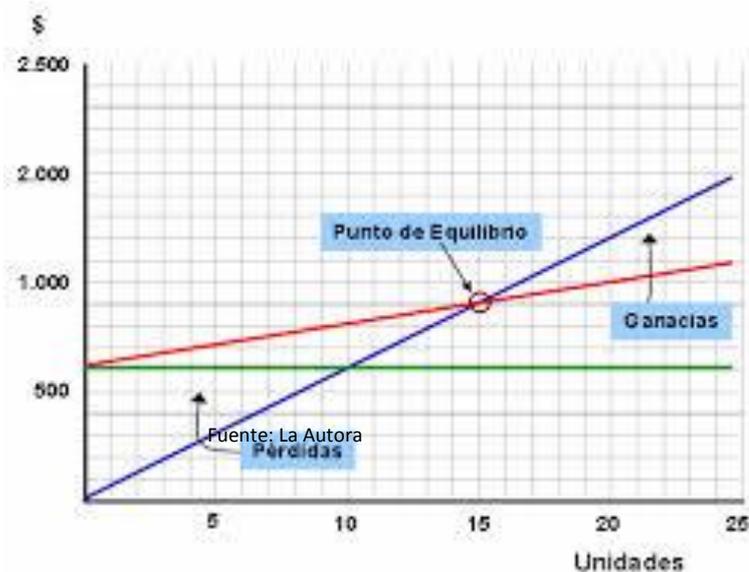
COSTOS VARIABLES

Son aquellos costos que intervienen en el proceso de producción de un bien o servicio y que varían al cambiar las unidades producidas.¹⁵

PUNTO DE EQUILIBRIO

Grafico

Punto de equilibrio



¹⁵ LARA Byron 2010, Cómo elaborar proyectos de inversión, Editorial Oseas Espín, Quito

Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender un determinado producto. Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto (**IT = CT**). Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos; de otra manera es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto.

EVALUACIÓN FINANCIERA

Esta es la última etapa de un proyecto en esta se especifican las necesidades de recursos a invertir; por lo tanto permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos y egresos que generará y como financiarlos.

MÉTODO VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Es la suma algebraica de la inversión total con signo negativo, más los flujos de caja de cada año, pero actualizados a una tasa referencial llamada TMAR o tasa de actualización.

$$VAN = \sum FNA - INVERSIÓN...INICIAL$$

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Es la tasa que convierte al VAN en cero, esto significa que la totalidad de los flujos positivos actualizados son exactamente igual a la totalidad de los flujos negativos actualizados. Lo que significa que es la tasa más alta que los inversionistas pueden pagar sin perder su dinero. Si reemplazamos dicha tasa TIR, en la fórmula del VAN, este nos dará cero.

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}} \right)^{16}$$

RELACIÓN BENEFICIO-COSTO

Es la relación entre los ingresos de efectivo del proyecto dividido para los egresos de efectivo actualizados incluyendo la inversión. “La relación beneficio costo, también llamada índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendente de productividad”

$$R(B/C) = \frac{\sum \text{Ingresos actualizados}}{\sum \text{Egresos actualizados}}$$

¹⁶ LARA Byron 2010, Cómo elaborar proyectos de inversión, Editorial Oseas Espín, Quito

El proyecto es aceptado, o no de acuerdo a los siguientes criterios:

- Si la relación es = 1 el proyecto es indiferente
- Si la relación es > 1 el proyecto es rentable
- Si la relación es < 1 el proyecto no es rentable

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Es el tiempo en que se recupera el capital invertido en el proyecto.

$$PRC = \text{año..anterior..a..cubrir..la..inversión} + \frac{\sum \text{primeros.flujos.actualizados} - \text{inversión}}{\text{Flujo.neto.del.año.que.supera.la.inversión}}$$

e. MATERIALES Y MÉTODOS:

Materiales

Recursos humanos:

La autora, Señora Zaura Zoraima Loaiza Andrade, será responsable del desarrollo de esta investigación, bajo el asesoramiento profesional del Director de Tesis, el Ing. Edison Espinosa.

Recursos materiales:

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó:

Suministros de oficina:

- ✓ Resma de papel bond
- ✓ Tableros
- ✓ Esferos
- ✓ Lápices
- ✓ Corrector
- ✓ Borradores
- ✓ Carpetas y perfiles

Equipo de oficina:

- ✓ Computador
- ✓ Impresora

- ✓ Calculadora
- ✓ Flash memory
- ✓ Perforadora
- ✓ Grapadora
- ✓ Cámara digital

En la presente investigación se tomará en cuenta los siguientes métodos y técnicas:

Métodos:

En la presente investigación se han utilizado los métodos que se detallan a continuación:

Método inductivo.- parte de lo particular a lo general. En la investigación propuesta se utilizó este método en el levantamiento de la información primaria para el estudio de mercado, a través de la aplicación de encuestas, con lo cual se obtendrá respuestas dadas por la muestra, y en base a ello se extraerá conclusiones acerca de toda la población.

Método deductivo.- es un tipo de razonamiento que lleva de lo general a lo particular. En la investigación se aplicó en el proceso de investigación bibliográfica para el análisis y estudio de casos de planes de negocio aplicados a empresas productivas.

Método analítico.- este consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos lo que permitió conocer más acerca del objeto de estudio.

Método sintético.- este método se lo utiliza en todas las ciencias experimentales ya que mediante este se extraen las leyes generalizadoras.; se lo utilizó para formular conclusiones y recomendaciones que contribuirán a los emprendedores o inversionistas a una toma de decisiones basada en los resultados.

Método histórico.- este método permitió utilizar técnicas y procedimientos que utilizan información primaria y otras evidencias que permitieron investigar acontecimientos pasados con respecto al mercado y además poder comparar con el actual; los mismos que fueron analizados y sistematizados para el desarrollo del proyecto.

En el presente trabajo de investigación se utilizó los métodos inductivo y deductivo. En el mismo se han aplicado 399 encuestas en las cuatro parroquias de la ciudad de Loja, con un promedio de 12 preguntas las misma que están debidamente tabuladas y cuyos resultados se analizan en el literal f. Análisis de resultados cuya interpretación se la hace teórica como gráficamente; usando como material de apoyo bibliografía detallada según su índice de texto

TÉCNICAS:

Los métodos utilizan diferentes técnicas, en esta investigación se utilizarán las siguientes:

La observación directa

La observación directa es una técnica de exploración que consiste en efectuar el proceso de percepción, interpretación y registro sistemático de aquello que quiere analizar

Este método comprende el registro del comportamiento del encuestado, objetivos y eventos.

La Encuesta

Es la recopilación de datos al establecer contacto con un número limitado de personas a través de cuestionarios, es el método más usado pero requiere de una planeación minuciosa, consume mucho tiempo y puede ser costosa.

La misma que permitió recopilar información de las preferencias de la Población Económicamente Activa de la ciudad de Loja, lo que permitió determinar la demanda, la oferta, los gustos y las preferencias; para el desarrollo del presente proyecto.

POBLACIÓN Y MUESTRA

POBLACIÓN

Por datos suministrados por el Consejo Nacional Electoral Loja, la Población Económicamente Activa en el año en curso tenemos: 146.451 ciudadanos distribuidos en las cuatro parroquias urbanas. Los datos estadísticos de este organismo de la Función Electoral son de Octubre 2014. La información utilizada para la construcción de las bases de datos se les actualiza cada trimestre; por este motivo no es necesaria una proyección.

DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

Para determinar la muestra, aplicaré la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población 146.451 ciudadanos PEA

e² = Margen de error, se aplica el 5%

APLICACIÓN DE LA FÓRMULA:

$$n = \frac{146.451}{1 + (0.05)^2 \times 146.451}$$

$$n = \frac{146.451}{367,1275} = 398,91 \cong 399$$

$$n = 399 \text{ encuestas}$$

Por los datos presentados resultado de aplicar la fórmula, tenemos que aplicar en las cuatro parroquias de la ciudad de Loja: **399 encuestas**.

DISTRIBUCIÓN MUESTRAL DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE LA CIUDAD DE LOJA						
300	LOJA	Hombres	Mujeres	Total ciudadanos	%	Encuestas
5.320	EL SAGRARIO *	10.649	11.981	22.630	15,45%	62
6.015	SAN SEBASTIAN *	14.081	15.880	29.961	20,46%	82
6.100	SUCRE *	27.822	29.975	57.797	39,47%	157
6.210	VALLE *	17.494	18.569	36.063	24,62%	98
	TOTAL LOJA:	70.046	76.405	146.451	100,00%	399
	FUENTE: Consejo Nacional Electoral 2014					
	ELABORACIÓN: La Autora					

f. ANÁLISIS DE RESULTADOS

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A CONSUMIDORES EN LA CIUDAD DE LOJA.

Pregunta Nº 1

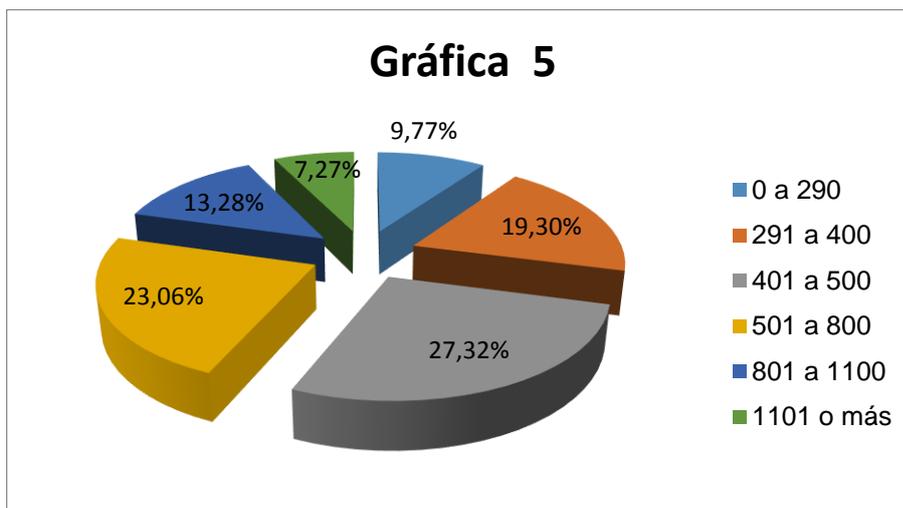
¿En qué rango se encuentran sus ingresos mensuales?

Cuadro 1

Alternativas	Frecuencia	%
1 a 290	39	9,77%
291 a 400	77	19,30%
401 a 500	109	27,32%
501 a 800	92	23,06%
801 a 1100	53	13,28%
1101 o más	29	7,27%
Total	399	100,00%

Fuente: PEA de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora



Análisis e Interpretación:

Según los datos obtenidos de las encuestas realizadas, existe un promedio de ingresos del 27,32% entre 401 a 500 dólares; el 23,06% de 501 a 800 dólares; el 19,30% de 291 a 400 dólares; el 13,28% de 801 a 1100 dólares; el 9,77% de 0 a 290 dólares, y el 7,27% de 1101 o más dólares.

Pregunta N° 2

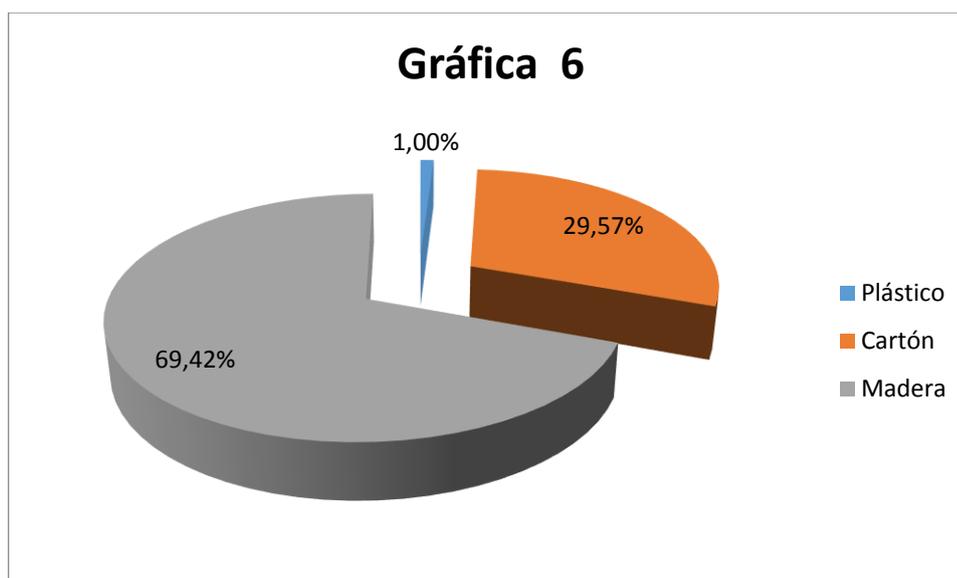
¿Cuándo compra cajas decoradas para regalo qué material prefiere?

Cuadro No. 2

Alternativas	Frecuencia	%
Plástico	4	1,00%
Cartón	118	29,57%
Madera	277	69,42%
Total	399	100,00%

Fuente: PEA de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora



Análisis e Interpretación:

En relación a los datos obtenidos, el 69,42 % manifiestan que el material que prefieren para la caja es la madera; el 29,57% prefieren que las cajas sean de cartón; y el 1,00% indican que les gustaría que las cajas sean de plástico.

Pregunta N° 3

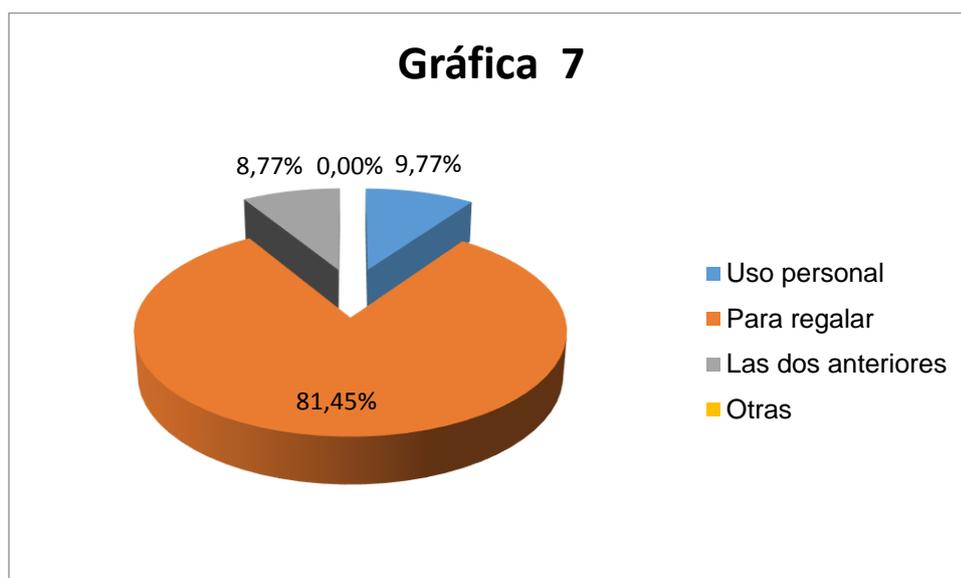
Cuando usted compra cajas decorativas, lo hace para:

Cuadro No. 3

Alternativas	Frecuencia	%
Uso personal	39	9,77%
Para regalar	325	81,45%
Las dos anteriores	35	8,77%
Otras	0	0,00%
Total	399	100,00%

Fuente: PEA de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

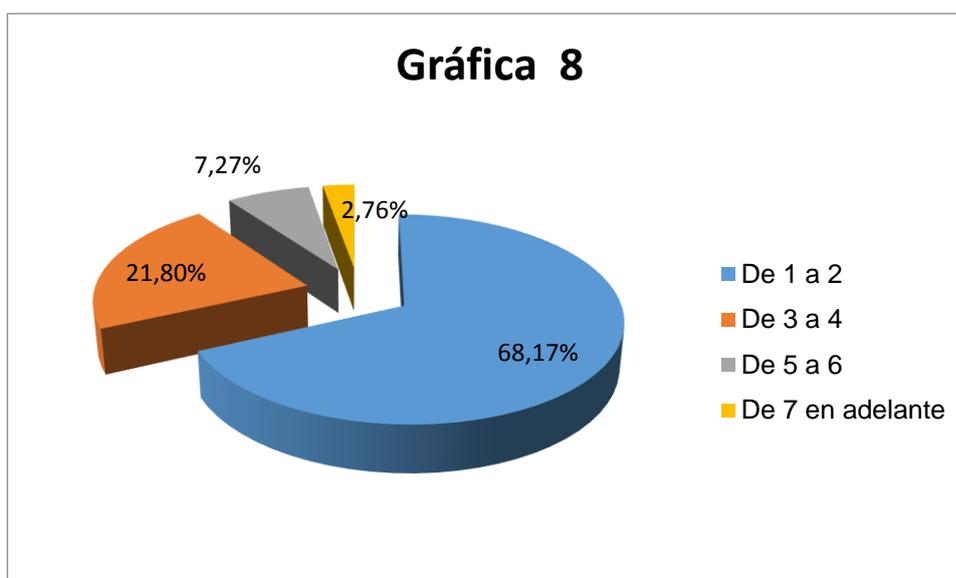


Análisis e Interpretación:

Según los datos obtenidos, el 81,45% de los encuestados compran cajas decorativas para regalar, el 9,77% las prefiere para uso personal; y el 8,77% indica que las adquiere para las dos anteriores (regalar y uso personal).

Pregunta N° 4**¿Qué cantidad de cajas decoradas compra usted por semestre?****Cuadro No. 4**

Alternativas	Frecuencia	%
De 1 a 2	272	68,17%
De 3 a 4	87	21,80%
De 5 a 6	29	7,27%
De 7 a 8	11	2,76%
Total	399	100,00%

Fuente: PEA de la ciudad de Loja**Elaboración:** La Autora**Análisis e Interpretación:**

Los datos obtenidos en esta interrogante, nos indican que el 68,17% compra de 1 a 2 cajas por semestre; el 21,80% compra de 3 a 4 cajas semestralmente; el 7,27% manifiesta que compra de 5 a 6 cajas; y el 2,76% adquiere de 7 a 8 cajas.

Pregunta N° 5

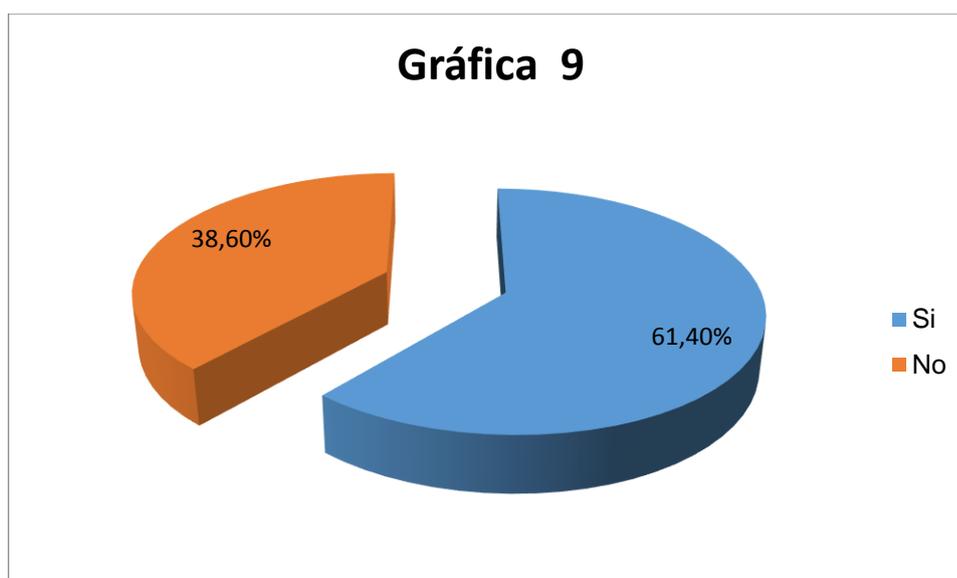
¿Utiliza cajas decorativas, utilitarias con diseño exclusivos en madera?

Cuadro No. 5

Alternativas	Frecuencia	%
Si	245	61,40%
No	154	38,60%
Total	399	100,00%

Fuente: PEA de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

**Análisis e Interpretación:**

De acuerdo a los datos obtenidos, el 61,40% si utiliza cajas de madera decorativas con diseños exclusivos; y el 38,60%, menciona que no las utiliza.

Pregunta N° 6

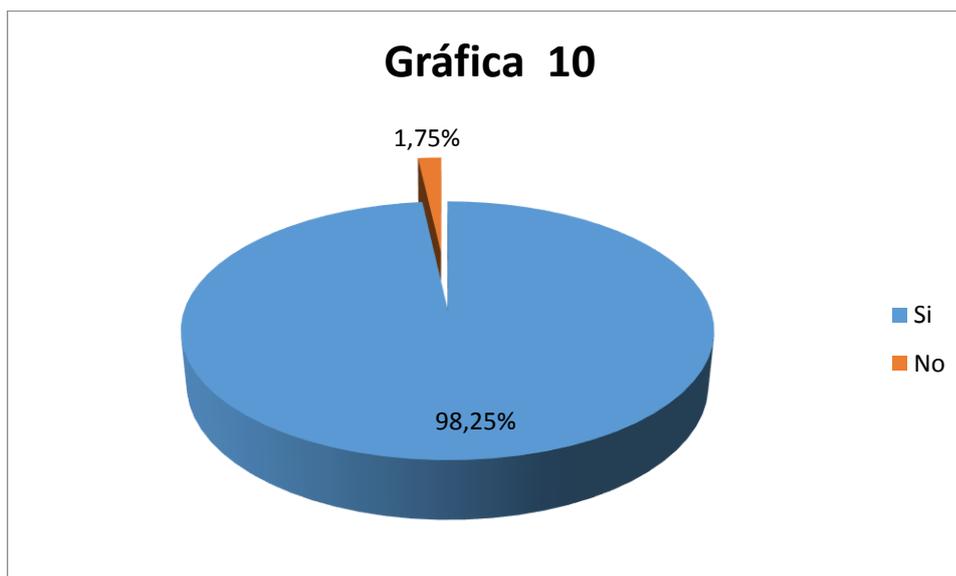
Conoce usted los siguientes productos tradicionales lojanos: Horchata; Café; Bocadillos; y, Chamico.

Cuadro No. 6

Alternativas	Frecuencia	%
Si	392	98,25%
No	7	1,75%
Total	399	100,00%

Fuente: PEA de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

**Análisis e Interpretación:**

El 98,25% de los encuestados manifiesta que si conoce los cuatro productos tradicionales lojanos (horchata, café, bocadillos, y chamicos); mientras que el 1,75% indica no conocerlos.

Pregunta Nº 7

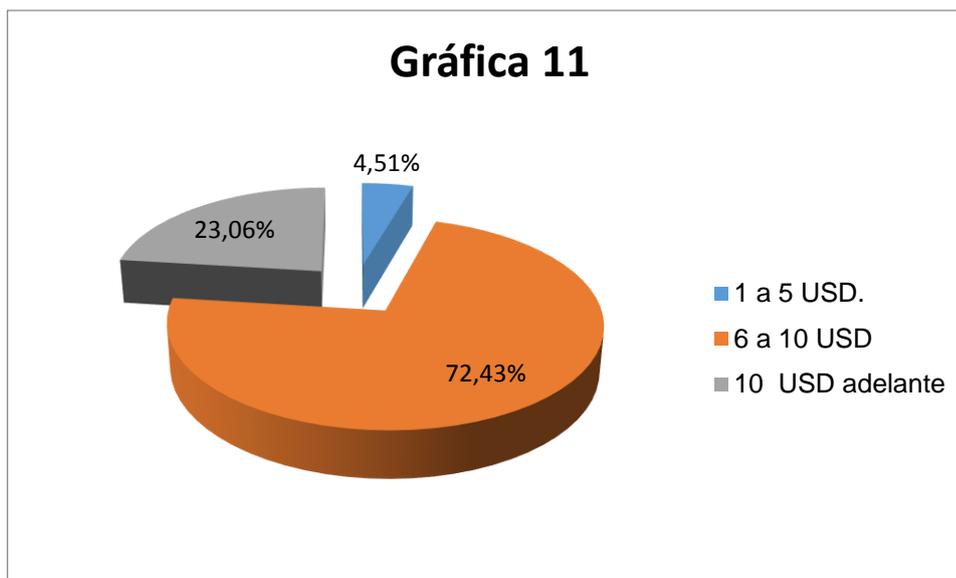
¿Cuánto paga usted por una caja decorativa, utilitaria con diseño exclusivo y productos tradicionales lojanos?

Cuadro No. 7

Alternativas	Frecuencia	%
1 a 5 USD.	18	4,51%
6 a 10 USD.	289	72,43%
10 a 15 USD.	92	23,06%
Total	399	100,00%

Fuente: PEA de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora



Análisis e Interpretación:

Según los datos obtenidos, el 72,43% están dispuestos a pagar de 6 a 10 dólares por el producto; el 23,06% manifiesta que pagaría por el producto de 10 dólares en adelante; y el 4,51% indica que pagaría de 1 a 5 dólares por el producto.

Pregunta N° 8

¿En qué lugar preferiría comprar las cajas decorativas, utilitarias con diseño exclusivo y productos tradicionales lojanos?

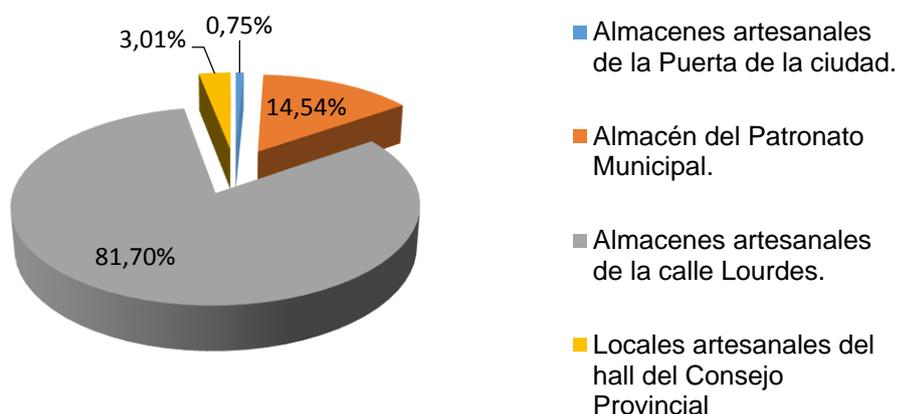
Cuadro No. 8

Alternativas	Frecuencia	%
Almacenes artesanales de la Puerta de la ciudad.	3	0,75%
Almacén del Patronato Municipal.	58	14,54%
Almacenes artesanales de la calle Lourdes.	326	81,70%
Locales artesanales del hall del Consejo Provincial	12	3,01%
Total	399	100,00%

Fuente: PEA de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfica 12



Análisis e Interpretación:

En relación a los datos obtenidos, el 81,70% de los encuestados prefiere comprar el producto en los almacenes artesanales de la calle Lourdes; el 14,54% en el almacén del Patronato Municipal; el 3,01% en los locales del Hall del Consejo Provincial; y el 0,75% manifiesta que prefiere comprar en los almacenes de la Puerta de la Ciudad.

Pregunta N° 9

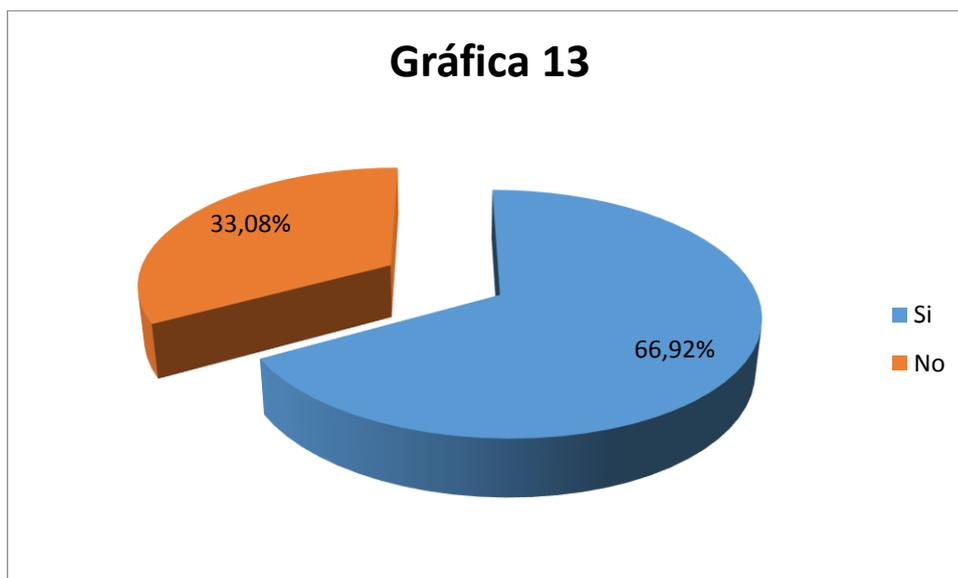
Si se implementara una empresa productora de cajas decorativas, utilitarias con diseño exclusivo y productos tradicionales lojanos; estaría dispuesto a adquirir el producto.

Cuadro No. 7

Alternativas	Frecuencia	%
Si	267	66,92%
No	132	33,08%
Total	399	100,00%

Fuente: PEA de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora



Análisis e Interpretación:

Según los datos obtenidos, el 66,92% de los encuestados manifiestan que están de acuerdo en adquirir el producto, mientras que el 33,08% no lo están.

Pregunta N° 10

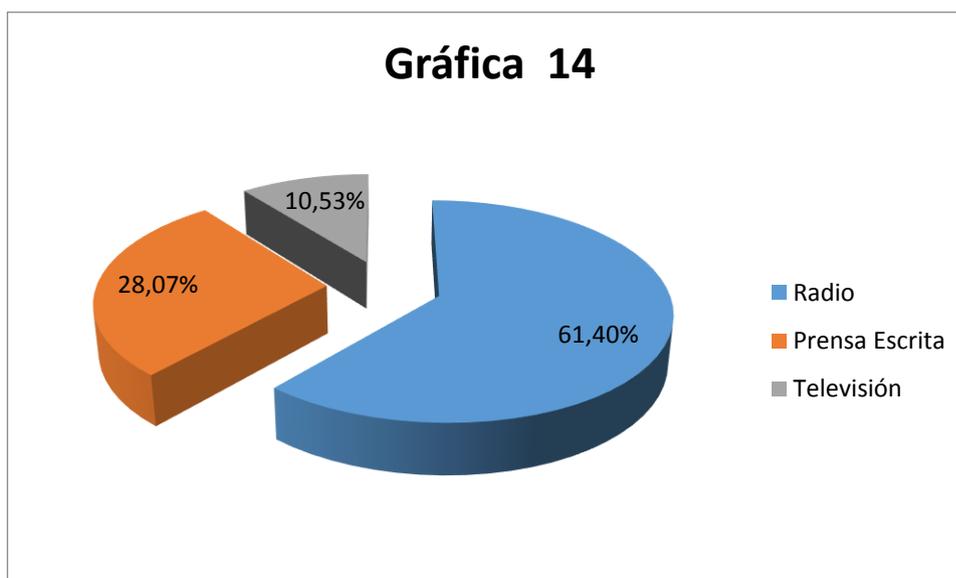
¿Por qué medio publicitario le gustaría informarse sobre la existencia del producto?

Cuadro No. 10

Alternativas	Frecuencia	%
Radio	245	61,40%
Prensa Escrita	112	28,07%
Televisión	42	10,53%
Total	399	100,00%

Fuente: PEA de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora



Análisis e Interpretación:

Con respecto a los datos obtenidos, el 61,40% de los encuestados manifiestan que les gustaría informarse acerca del producto por medio de la radio; el 28,07% por medio de la prensa escrita; y el 10,53% a través de la televisión.

Pregunta N° 11

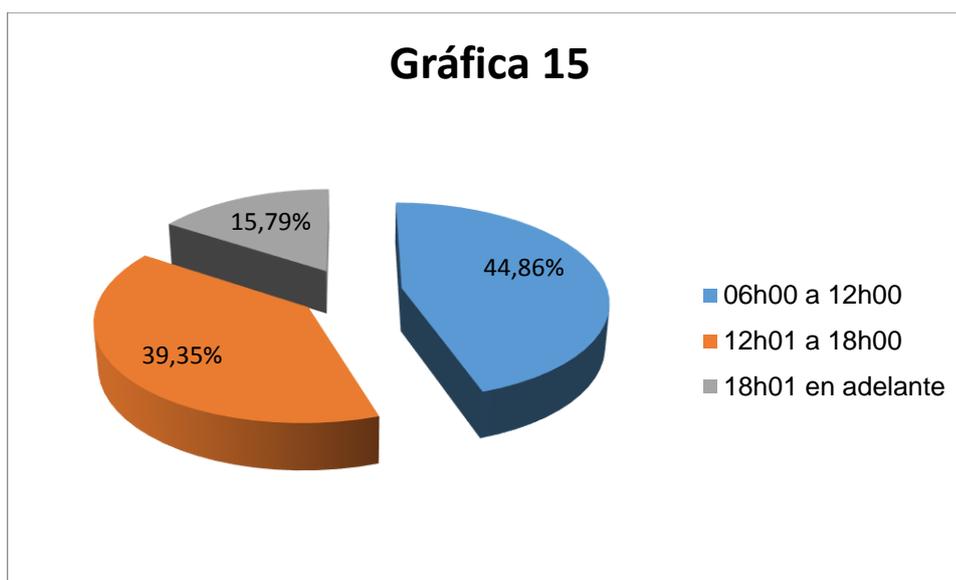
¿En qué horarios usted tiene acceso a estos medios de comunicación?

Cuadro No. 11

Alternativas	Frecuencia	%
06h00 a 12h00	179	44,86%
12h01 a 18h00	157	39,35%
18h01 a 24h00	63	15,79%
Total	399	100,00%

Fuente: PEA de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora



Análisis e Interpretación:

Según los datos obtenidos, el 44,86% de los encuestados prefiere el horario de 06h00 a 12h00 para informarse; el 39,35% el horario de 12h01 a 18h00; y el 15,79% manifiesta que el horario es de 18h01 en adelante.

Pregunta N° 12

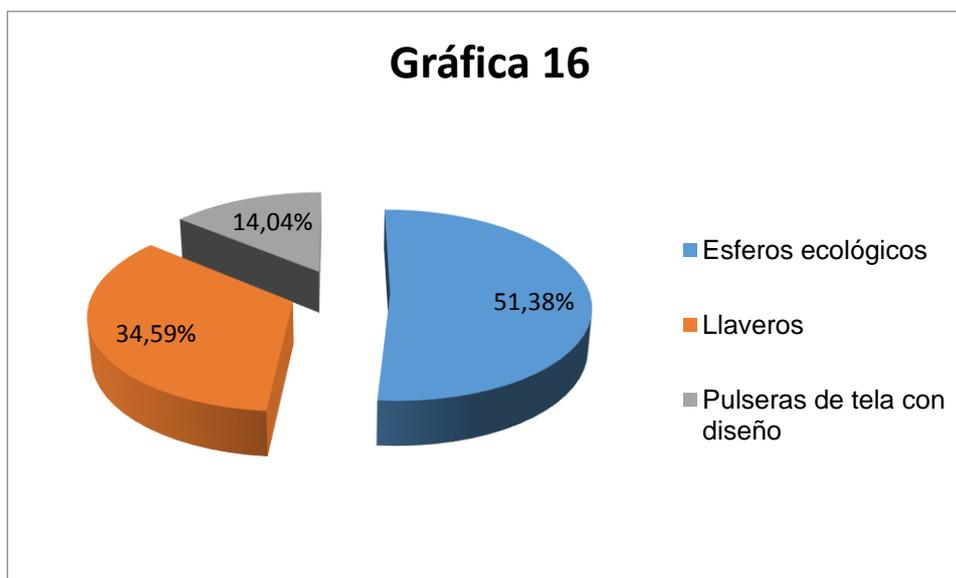
¿Qué tipo de producto promocional le gustaría que la empresa ofrezca a sus clientes: esferos ecológicos, llaveros, o pulseras de tela con diseño?

Cuadro No. 12

Alternativas	Frecuencia	%
Esferos ecológicos	205	51,38%
Llaveros	138	34,59%
Pulseras de tela con diseño	56	14,04%
Total	399	100,00%

Fuente: PEA de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora



Análisis e Interpretación:

De acuerdo a los datos obtenidos, el 51,38% prefieren que la promoción que ofrezca la empresa sea de esferos ecológicos; el 34,59% prefiere llaveros promocionales; mientras que el 14,04% prefiere pulseras de tela con diseño.

g. DISCUSIÓN.

ESTUDIO DE MERCADO

Este es el diagnóstico de los principales factores que inciden sobre el producto en el mercado, como el precio, calidad, para lo que se toma en cuenta la información primaria a través de la información directa, como encuestas aplicadas al segmento elegido.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para poder implementar este proyecto, realicé un análisis para determinar la cantidad de personas que requieren y están dispuestas a adquirir este producto durante un periodo determinado, con precios alternativos para así poder satisfacer las necesidades en determinado lugar y tiempo.

DEMANDA POTENCIAL

Para determinar la demanda potencial de este proyecto, se realizaron 399 encuestas a los posibles demandantes, a los mismos que se les consultó que cuando compran cajas para regalo, de que material prefieren, el 69,42% respondió que de madera.

La demanda potencial se determina tomando en cuenta la población económicamente activa (PEA), con una tasa de crecimiento de él 2,5% del área urbana de la ciudad de Loja, La fuente de investigación de la PEA usada es el Consejo Nacional Electoral (CNE).

Cuadro No. 13
Demanda Potencial

Años	Población Segmentada	Porcentaje	Demandantes potenciales
1	146.451	69,42%	101.671
2	150.112	69,42%	104.213
3	153.865	69,42%	106.819
4	157.711	69,42%	109.489
5	161.654	69,42%	112.226
6	165.695	69,42%	115.031
7	169.838	69,42%	117.908
8	174.084	69,42%	120.855
9	178.436	69,42%	123.877
10	182.897	69,42%	126.974

Fuente: Cuadro No. 2

Elaboración: La Autora

DEMANDA REAL

Para determinar la demanda real, se utilizaron las respuestas de la pregunta 5; que si utilizan cajas con diseño exclusivo en madera; a la que el 61,40% respondió que sí.

Para determinar la demanda real, se ha tomado como referencia la población que adquiere cajas utilitarias de madera. Obteniendo como resultado para el primer año, 62.430 demandantes reales.

**Cuadro No. 14
Demanda Real**

Años	Demandantes potenciales	Porcentaje	Demandantes reales
1	101.671	61,40%	62.430
2	104.213	61,40%	63.990
3	106.819	61,40%	65.590
4	109.489	61,40%	67.230
5	112.226	61,40%	68.911
6	115.031	61,40%	70.633
7	117.908	61,40%	72.399
8	120.855	61,40%	74.209
9	123.877	61,40%	76.065
10	126.974	61,40%	77.966

Fuente: Cuadro No.5

Elaboración: La Autora

CONSUMO PERCÁPITA

Para determinar el consumo per cápita se procedió a multiplicar el punto medio de cada uno de los intervalos de las cantidades adquiridas de cajas, por la frecuencia de cada una de las opciones de la pregunta 4 de los consumidores, lo que permitió calcular la demanda semestral promedio de este producto, y luego se procede a multiplicar por 12 meses que tiene el año, para así obtener la demanda anual.

Cuadro No. 15
Consumo Percápita

Descripción	XM	Frecuencia	XM*f
De 1 a 2	1,5	272	408,00
De 3 a 4	3,5	87	304,50
De 5 a 6	5,5	29	159,50
De 7 a 8	7,5	11	82,50
Total		399	954,50

Fuente: Cuadro No. 4

Elaboración: La Autora

$$X = \frac{\sum X_m \cdot f}{N}$$

$$X = \frac{769}{398} \quad 2,39$$

$$X = 2$$

$$\text{Periodo por año} = 2$$

$$\text{Promedio anual} = 4$$

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA

Para determinar la demanda efectiva del proyecto de investigación se considera el grado de aceptación del producto de los posibles clientes, y su disposición para comprar la caja con diseños exclusivos lojanos y productos tradicionales. Se determina la demanda efectiva proyectada para 10 años de vida útil del proyecto.

**Cuadro No. 16
Demanda Efectiva**

Años	Demandantes reales	Porcentaje	Demandantes efectivas
1	62.430	66,92%	41.776
2	63.990	66,92%	42.820
3	65.590	66,92%	43.891
4	67.230	66,92%	44.988
5	68.911	66,92%	46.113
6	70.633	66,92%	47.265
7	72.399	66,92%	48.447
8	74.209	66,92%	49.658
9	76.065	66,92%	50.900
10	77.966	66,92%	52.172

Fuente: Cuadro No. 7

Elaboración: La Autora

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

A continuación, se presenta la proyección de la demanda efectiva para los diez años de vida útil del proyecto.

Cuadro No. 17
Proyección de la Demanda

Años	Demandantes potenciales 69,42%	Demandantes reales 61,40%	Demandantes efectivos 66,92%	Promedio uso anual	Demanda proyectada
1	101.671	62.430	41.776	4	167.104
2	104.213	63.990	42.820	4	171.280
3	106.819	65.590	43.891	4	175.564
4	109.489	67.230	44.988	4	179.952
5	112.226	68.911	46.113	4	184.452
6	115.031	70.633	47.265	4	189.060
7	117.908	72.399	48.447	4	193.788
8	120.855	74.209	49.658	4	198.632
9	123.877	76.065	50.900	4	203.600
10	126.974	77.966	52.172	4	208.688

Fuente: Cuadros No. 2, 5, 7 y 15

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Luego de revisar la información obtenida, se pudo determinar que no existe oferta de cajas con diseños exclusivos y productos tradicionales en la ciudad de Loja; ya que el producto de este proyecto de investigación es completamente novedoso e innovador.

DEMANDA INSATISFECHA

La diferencia entre la demanda proyectada y la oferta nos da como resultado la demanda insatisfecha.

Demanda Insatisfecha					
Cuadro No. 18					
Años	Demanda proyectada	Oferta	Demanda insatisfecha	Unidades Producidas	% De Mercado a cubrir
1	167.104	0	167.104	16.640	10%
2	171.280	0	171.280	16.640	10%
3	175.564	0	175.564	16.640	9%
4	179.952	0	179.952	16.640	9%
5	184.452	0	184.452	16.640	9%
6	189.060	0	189.060	16.640	9%
7	193.788	0	193.788	16.640	9%
8	198.632	0	198.632	16.640	8%
9	203.600	0	203.600	16.640	8%
10	208.688	0	208.688	16.640	8%
Fuente: CuadroNo. 17					
Elaboración: La Autora					

En la vida útil del proyecto se ha determinado que la demanda insatisfecha del proyecto es de 208.688 unidades de cajas para los 10 años, en la implementación del proyecto se cubrirá el 8% de ésta, ya que para poder satisfacer la demanda implica que la maquinaria que se tendría que ocupar supera el poder económico de inversionista; en este proyecto se realizara con la implementación de maquinaria más pequeña, lo que determinara la capacidad instalada y la utilizada que la empresa.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.

Este análisis implica conocer sobre: el producto, el precio, la promoción y la plaza.

Producto

Al producto se lo define como todo aquello que satisface una necesidad, sea esta física o psicológica; debe estar disponible para la venta.

En este caso el producto es una caja de MDF pintada con diseños exclusivos lojanos; y que en su parte interior contiene los cuatro productos más tradicionales de la provincia de Loja; como son el café, la horchata, los bocadillos y los chamicos.

Gráfico No.13

Producto



NOMBRE:

“LOJANITOS”

ESLOGAN:

“Una parte de Loja...va contigo”

Gráfico No.14**Logotipo****PRECIO.**

El precio del producto, es el valor de un bien, servicio o derecho expresado en dinero, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto; para determinar el precio la empresa tiene en cuenta lo siguiente:

- ✓ Los costos de producción y distribución.
- ✓ El margen de ganancia a obtener.
- ✓ Los elementos del entorno; como la competencia principalmente.
- ✓ Las estrategias de mercadotecnia adoptadas.

Según la investigación de mercados, los consumidores manifiestan que el precio que pagarían por una caja decorativa oscila entre \$ 6,00 a \$ 10,00 dólares americanos.

PLAZA

Es el elemento de la mezcla que se refiere a la ubicación de los ofertante; utilizada para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente. En este caso se va a comercializar a través del siguiente canal de distribución:



PROMOCIÓN

Se refiere al tipo de publicidad y promoción que se incluirá en este proyecto. Según el cuadro 10 las preferencias para la publicidad son de publicidad en radio, y el horario de 06h00 a 12h00 (cuadro 11); además la empresa ofrecerá por las compras promociones de esferos ecológicos y llaveros (cuadro 12).

ESTUDIO TÉCNICO

Tamaño de la planta

Estará determinada de acuerdo al área que permita cubrir de forma adecuada los espacios para poder realizar los procesos técnicos operativos y administrativos; hay que tomar en cuenta la localización y la estructura de costo para la ejecución del proyecto, por esta razón se necesita un área de 60 metros cuadrados.

Capacidad instalada

Se la determina de acuerdo a un análisis de la capacidad de producción de la maquinaria y equipos que se necesita para producir las cajas de madera; las cuales pasarán en una segunda etapa al proceso de pintura. Por las máquinas de corte para madera y el tiempo que lleva la ejecución se ha determinado; que en ocho horas de trabajo se pueden producir 64 cajas, que se multiplicaran por 260 días laborales por periodo: resultado del producto de estas dos cifras se ha determinado que la producción por periodo es de 16.640, que corresponde al 10% de la demanda insatisfecha para el primer año del proyecto.

Cuadro No. 19
Capacidad Instalada

Capacidad de producción uso de Maquinaria de Corte	Número de días laborables	Capacidad Instalada
64	260	16.640

Elaboración: La Autora

Capacidad utilizada.

Determinado la capacidad instalada de la planta se debe tomar una fracción para, satisfacer un porcentaje de la demanda.

La empresa Lojanitos en su primer periodo va a ocupar un 93% de la capacidad instalada y cada año aumentará en un 2%, en el 4 año ocupará un 99% de su capacidad instalada, hasta el final del proyecto; por efecto del mantenimiento de la maquinaria.

Cuadro No. 20
Capacidad Utilizada

Año	Capacidad Instalada	%	Capacidad Utilizada
1	16.640	93%	15.475
2	16.640	95%	15.808
3	16.640	97%	16.140
4	16.640	99%	16.473
5	16.640	99%	16.473
6	16.640	99%	16.473
7	16.640	99%	16.473
8	16.640	99%	16.473
9	16.640	99%	16.473
10	16.640	99%	16.473

Fuente: Cuadros 18 y 19.

Elaboración: La Autora

Localización de la Planta

Se realiza mediante un análisis de variables que permiten definir el lugar de localización del proyecto, la idea principal es de maximizar utilidades y minimizar los costos de operación.

Macrolocalización:

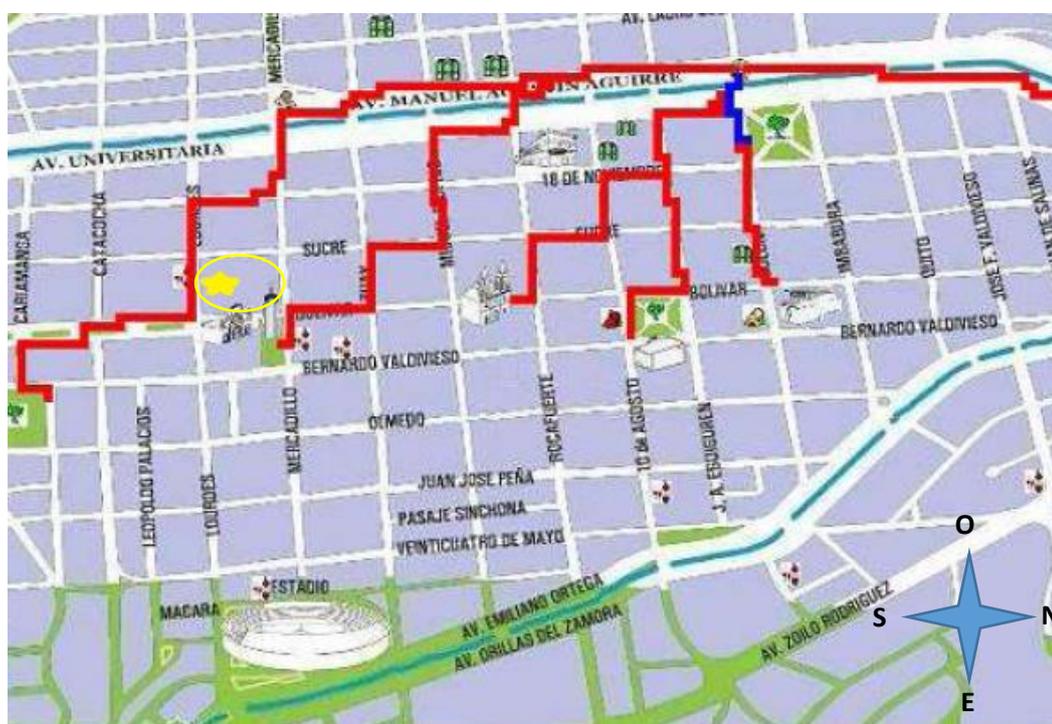
La empresa LOJANITOS, estará ubicada en la región sur, provincia de Loja, cantón Loja, ciudad de Loja; debido a la existencia de una importante demanda insatisfecha; la infraestructura es favorable en el área urbana, y de esta forma va a abastecer directamente al consumidor.

Gráfico No. 15**MACROLOCALIZACIÓN**

Macrolocalización: Consiste en definir la zona, región, provincia o área geográfica donde se ubicará la empresa; este por tanto estará en la provincia de Loja, cantón Loja, en la ciudad de Loja.

Gráfico No. 16

MICROLOCALIZACIÓN



Microlocalización

Determinado la provincia, cantón y ciudad donde va a ser implementado el proyecto, se debe definir la parroquia y las avenidas dónde se establecerán las instalaciones. Para determinar el sitio exacto además de los resultados arrojados por la investigación de mercados, se ha realizado

un cuadro de ponderación que toma en cuenta varias variables, para calificar tres opciones.

- Opción 1: Parroquia el Valle; Salvador Bustamante Celi y Guayaquil.
- Opción 2: Parroquia San Sebastián; Lourdes entre Bolívar y Sucre.
- Opción 3: Parroquia Sucre; Pio Jaramillo y Kennedy.

Cuadro No. 21				
Factores de Localización				
Matriz Ponderada				
Factores de Localización	Ponderación/1,00	Opción 1	Opción 2	Opción 3
Servicios Básicos	0,25	0,20	0,25	0,20
Materia Prima disponible	0,25	0,25	0,20	0,15
Mano de obra disponible	0,10	0,10	0,10	0,08
Espacio Físico Local	0,10	0,10	0,10	0,07
Precio de arriendo	0,15	0,10	0,15	0,08
Acceso Físico	0,15	0,15	0,15	0,12
Total	1	0,90	0,95	0,70
Elaboración: La Autora				

La ubicación de la empresa LOJANITOS será en la Opción 2: en la parroquia de San Sebastián; en la calle Lourdes 14-75, entre Bolívar y Sucre

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Descripción del proceso de producción:

Construcción de la Caja:

- Recepción de recortes MDF.
- Toma de medidas
- Corte de piezas
- Engomado
- Secado
- Acabado
- Traslado a mesa de pintura.

Recepción de recortes MDF.

Se receipta la materia prima, y se procede a llevar a la mesa de corte.

Toma de medidas

Se procede a tomar las respectivas medidas, para los laterales de la caja las bases y las tapas

Corte de piezas

Luego de tomar medidas se procede a cortar las piezas ya trazadas con la ingleteadora y caladoras.

Engomado

Se procede a engomar y pegar las piezas de los laterales de la caja, y luego estos sobre la base de la misma.

Secado

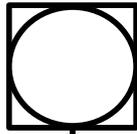
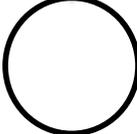
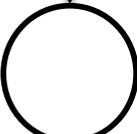
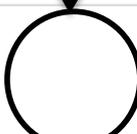
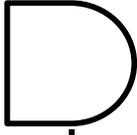
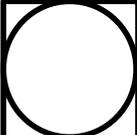
Se colocan las piezas ya pegadas en la mesa de secado, para proseguir con el proceso.

Acabado

Se realiza una inspección de las piezas ya pegadas, y se procede a lijar, para que vaya al siguiente paso.

Traslado a mesa de pintura.

Se colocan las cajas ya terminadas; y se procede a dibujar los diseños exclusivos en cada tapa, para proceder al siguiente paso.

Cuadro No. 22		
Flujograma para producir 64 cajas MDF (4 horas)		
	Recepción de recortes MDF.	20 minutos
	Toma de medidas	30 minutos
	Corte de piezas	35 minutos
	Engomado	60 minutos
	Secado	50 minutos
	Acabado	30 minutos
	Traslado a mesa de pintura.	15 minutos
TOTAL		240 minutos
Elaboración: La Autora		

Proceso de Pintura

- Poner fondo interno de la caja, contracara de la tapa y base.
- Secado
- Color fondo parte externa de la caja y tapa.
- Secado
- Copiar diseño parte externa de la tapa
- Pintar cada diseño exclusivo en la tapa
- Secado
- Lacado
- Secado
- Traslado a mesa de trabajo de productos típicos.

Poner fondo interno de la caja, contracara de la tapa y base.

Se procede a pintar con acrílico dorado mate el fondo interno de la caja, y su base; y la base de la tapa.

Secado

Luego del pintado de los fondos, se coloca en la mesa de secado.

Color fondo parte externa de la caja y tapa.

Se procede a pintar con acrílico la parte externa de la caja y la tapa, de acuerdo al diseño exclusivo elegido (naranja, verde, azul y marrón), según corresponda.

Secado

Se colocan las cajas y tapas ya pintadas, nuevamente en la mesa de secado.

Copiar diseño parte externa de la tapa

Se realiza el diseño exclusivo elegido para cada una de las tapas, es decir se lo dibuja en cada una de ellas.

Pintar cada diseño exclusivo en la tapa

Se procede a pintar cada uno de los diseños ya dibujados en el paso anterior; con los colores que requiere cada uno.

Secado

Luego de la pintura de cada uno de los diseños, se colocan en la mesa de secado nuevamente.

Lacado

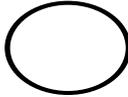
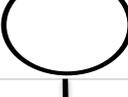
Luego de que pasaron por el secado de la pintura; se procede a realizar el lacado con laca brillante.

Secado

Y luego de lacar se procede a colocar otra vez en la mesa de secado.

Traslado a mesa de trabajo de productos típicos.

Pasa la caja ya terminada con todos sus acabados a la mesa de trabajo.

Cuadro No. 23		
Flujograma Pintura Decorativa de 64 cajas (3 horas)		
	Poner fondo interno de la caja, contracara de la tapa y base.	25 minutos
		
	Secado	10 minutos
		
	Color fondo parte externa de la caja y tapa.	20 minutos
		
	Secado	10 minutos
		
	Copiar diseño parte externa de la tapa	15 minutos
		
	Pintar cada diseño exclusivo en la tapa	60 minutos
		
	Secado	10 minutos
		
	Lacado	20 minutos
		
	Secado	10 minutos
		
	Traslado a mesa de trabajo de productos típicos.	5 minutos
TOTAL		180 minutos
Elaboración: La Autora		

Proceso de Empacado de Productos Típicos

- Empaque bocadillos
- Empacar Chamicos
- Empacar funditas de Horchata
- Empacar Café
- Colocar Productos, etiquetar caja
- Ubicar producto final en estantería

Empaque bocadillos

Se colocan 3 bocadillos tipo caramelo con envoltura de papel celofán, y se la cierra con un trozo de fibra natural.

Empacar Chamicos

Se empaca tres chamicos en una funda de polifan, luego se la cierra funda con un trozo de fibra natural, y se coloca un adhesivo con el nombre del producto.

Empacar funditas de Horchata

En la fundita de polifan se procede a colocar la horchata y sellarla con la fibra natural, y además se coloca el adhesivo con el nombre del producto.

Empacar Café

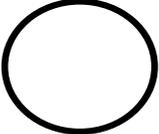
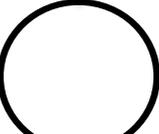
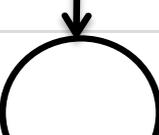
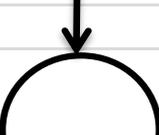
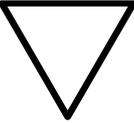
Se empaca el café en funditas de polifan y se la cierra a la misma con la fibra natural, y se procede a colocar el adhesivo con su nombre.

Colocar Productos, etiquetar caja

Se colocan los cuatro productos tradicionales (bocadillos, chamicos, horchata y café), dentro de la caja.

Ubicar producto final en estantería

Luego se procede a etiquetar cada una de las cajas ya terminadas y se almacena en la estantería, para luego ser distribuida

Cuadro No. 24		
Flujograma Empacado Productos Típicos 64 cajas(1 hora)		
	Empacar bocadillos	8 minutos
		
	Empacar Chamicos	10 minutos
		
	Empacar funditas de Horchata	15 minutos
		
	Empacar Café	12 minutos
		
	Colocar Productos, etiquetar caja	10 minutos
		
	Ubicar producto final en estantería	5 minutos
TOTAL		60 minutos
Elaboración: La Autora		

Distribución de la planta.

La distribución de la planta para la empresa LOJANITOS; está distribuida en área administrativa, almacén, área de producción, bodega y servicios sanitarios.

Área administrativa: Consta de $13m^2$; y en su espacio se distribuirán; un escritorio para secretaria, un archivador, un escritorio para gerente.

Almacén: Posee $17 m^2$; y en su espacio se instalarán; seis vitrinas, y un mostrador-caja.

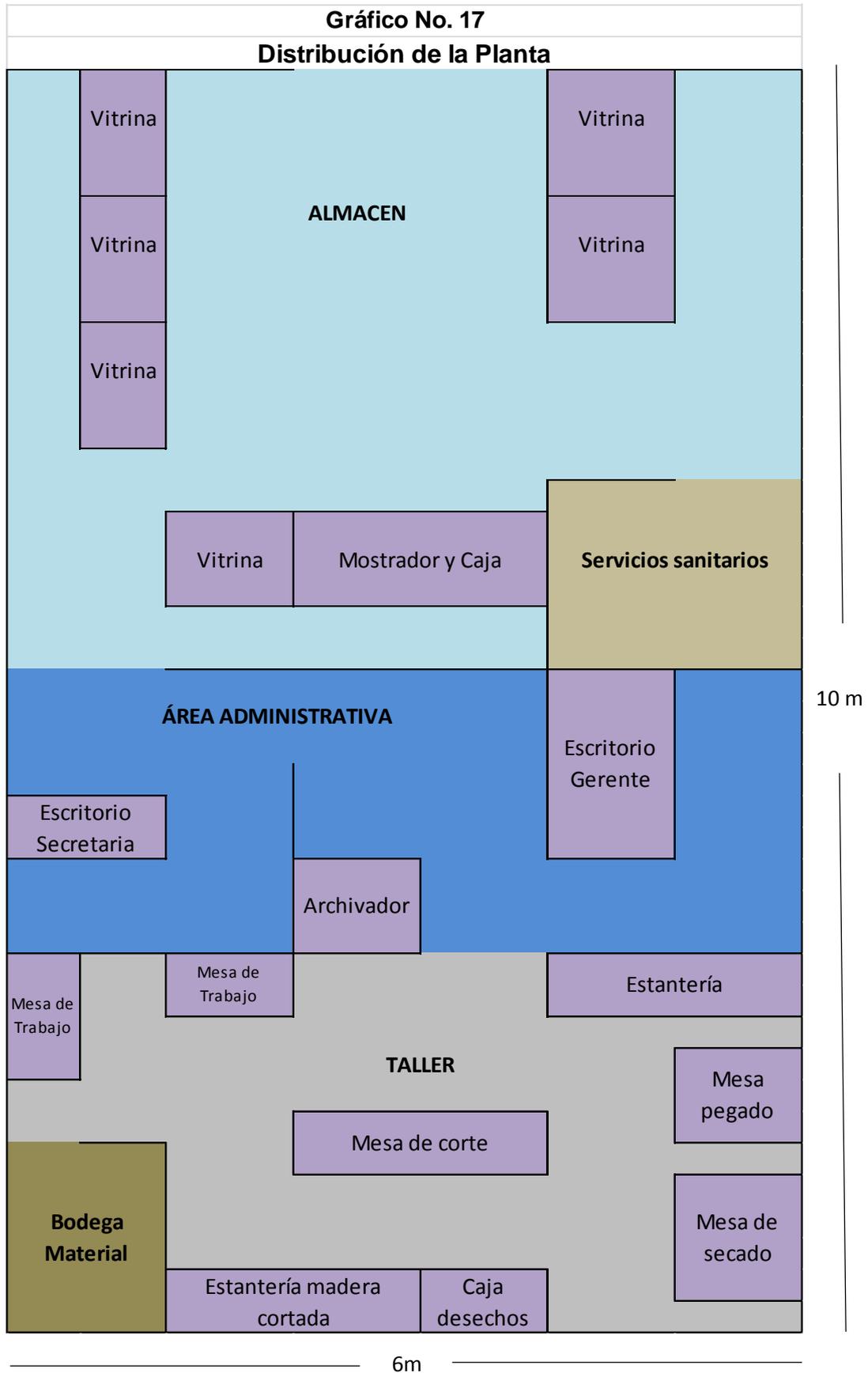
Área de producción: Su espacio físico es de $23m^2$; y tiene dos mesas de trabajo, una mesa de corte, una estantería, una mesa de pegado, una mesa de secado, una estantería para colocar la madera cortada y una caja para desechos.

Bodega: Tiene $4 m^2$; y es el lugar asignado para almacenar los productos terminados.

Servicios sanitarios: su espacio físico es de $3 m^2$; y da servicio a todo el personal de la empresa.

Para el desarrollo óptimo de la empresa con un total de $60m^2$; la planta se encuentra distribuida en su estructura física en:

Área administrativa $13 m^2$, Almacén $17 m^2$, Área de producción $23 m^2$,
Bodega $4 m^2$, Servicios sanitarios. $3 m^2$



REQUERIMIENTOS

Para poder desarrollar las actividades de manera eficaz la empresa requiere maquinaria, muebles y enseres, equipo de computación, y herramientas; que se detallan a continuación:

Cuadro No. 25		
Maquinaria Requerida		
Detalle	Cantidad	Imagen
Ingleteadora	2	
Tupi	1	
Caladora de Banco	1	
Esmeril	1	
Caladora de mano	1	
Lijadora de mano	1	
Elaboración: La Autora		

Cuadro No. 26	
Muebles y Enseres	
Detalle	Cantidad
Taburetes plásticos	6
Sillas Giratorias tipo secreta	2
Escritorios	2
Archivador 4 gavetas	1
Mesas de trabajo	5
Mesas larga	1
Estantería	2
Vitrinas dobles	2
Vitrinas simples	6
Mostrador caja	1
Teléfono	1
Calculadora	1
Elaboración: La Autora	

Cuadro No. 27	
Equipos de Computación	
Detalle	Cantidad
Computadoras	3
Impresora	1
Elaboración: La Autora	

Cuadro No. 28	
Herramientas	
Detalle	Cantidad
Caladoras de mano	2
Escuadras	2
Serucho Plano	1
Arco de sierra	1
Martillos	2
Martillo de madera	1
Matillo de goma	1
Taladro de mano	1
Prensas	10
Juego de 10 limas grande pa	1
Juegos de limas pequeñas	2
Entenalla de Escritorio	1
Entenalla	1
Elaboración: La Autora	

Requerimiento de personal

El recurso humano necesario que requiere la empresa para su desempeño es el siguiente:

Personal Operativo

Este está conformado por:

- 1 Jefe de producción.
- 1 Vendedor-Cajero.
- 3 Operarios

Personal Administrativo

Conformado de la siguiente forma:

- 1 Gerente.
- 1 Secretaria-Contadora
- 1 Asesor Jurídico.
- 1 Jefe de Ventas.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA

BASE LEGAL

Para iniciar los respectivos trámites de legalización y constitución de la empresa, se lo hará por medio del registro de esta en el Servicio de Rentas Internas (SRI); a la que se la denominará “LOJANITOS“ ; será una empresa artesanal de carácter unipersonal.

Extracto de la constitución de la empresa.

Art.1.- Nombre de la compañía y razón social

Nombre de la compañía: LOJANITOS

Razón social: Producción y comercialización de caja con diseños exclusivos y productos tradicionales.

Art. 2.- De la constitución y el número de socios.

Empresa unipersonal

Art. 3.- De los socios.

Nombre: Zaura Zoraima Loaiza Andrade

C.I: 1103417943

Edad: 39 años

Nacionalidad: Ecuatoriana

Estado civil: casada

Art. 4.-Capital y aporte.

La empresa LOJANITOS, está conformada por Zaura Zoraima Loaiza Andrade, quién hará un aporte económico de \$16.032,81.

Art.5.- Domicilio de la empresa.

Calle Lourdes 14-75 entre Sucre y Bolívar; Loja- Ecuador.

Art. 6.- La persona natural a quién le pertenece la empresa, se denominará Gerente.

Art. 7.- La empresa unipersonal LOJANITOS, es de carácter comercial.

Art. 8.- Del tiempo de duración; este es de 10 años.

Art. 9.- El objetivo de la creación de la empresa unipersonal "LOJANITOS" es ofrecer a la colectividad un producto innovador y tradicional, y como valor agregado dar a conocer productos típicos lojanos (café, horchata, chamico y bocadillos).

Art. 10.- Nuestra Meta. De las metas de nuestra empresa es, con nuestro producto llegar a sitios muy altos y por consiguiente dar a conocer la riqueza artesanal de nuestra ciudad.

Art. 11.- Aporte Social. La empresa colaborará con la sociedad en el ámbito laboral y de capacitación, lo cual ayudara a mejorar el estilo de vida de sus habitantes.

Art. 12.- Aporte Económico. La empresa realizara sus declaraciones al fisco para de esta manera contribuir con las obras de infraestructura de nuestro país.

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

NIVELES JERÁRQUICOS

Los niveles jerárquicos se definen de acuerdo a cada tipo de empresa, y según lo que establece la ley de compañías con respecto a la administración, a más de las que corresponden a toda organización productiva, los niveles jerárquicos que comprenden la estructura administrativa de la presente investigación son los siguientes:

a. Nivel ejecutivo

Conformado por el Gerente, el cuál será responsable de la gestión operativa de la empresa, de su capacidad de gestión dependerá en gran medida el éxito o el fracaso de la empresa.

b. Nivel asesor

Este nivel está conformado por el Asesor Jurídico, el mismo que se contratará temporalmente, es decir cuando la empresa lo requiera; es el que brinda asesoramiento en asuntos de orden legal, con respecto a las actividades administrativas de la empresa, controversias judiciales y jurídicas en caso de que lleguen a darse.

c. Nivel de apoyo

Este nivel es el que ejecuta actividades administrativas de rutina y sirve de apoyo; se limita a cumplir órdenes de los niveles superiores; su grado de autoridad es mínimo; lo conforma la secretaria.

d. Nivel operativo

Este nivel es el él directo responsable de la ejecución de las actividades básicas de la empresa; ejecuta de forma material las órdenes del nivel ejecutivo.

Organigramas

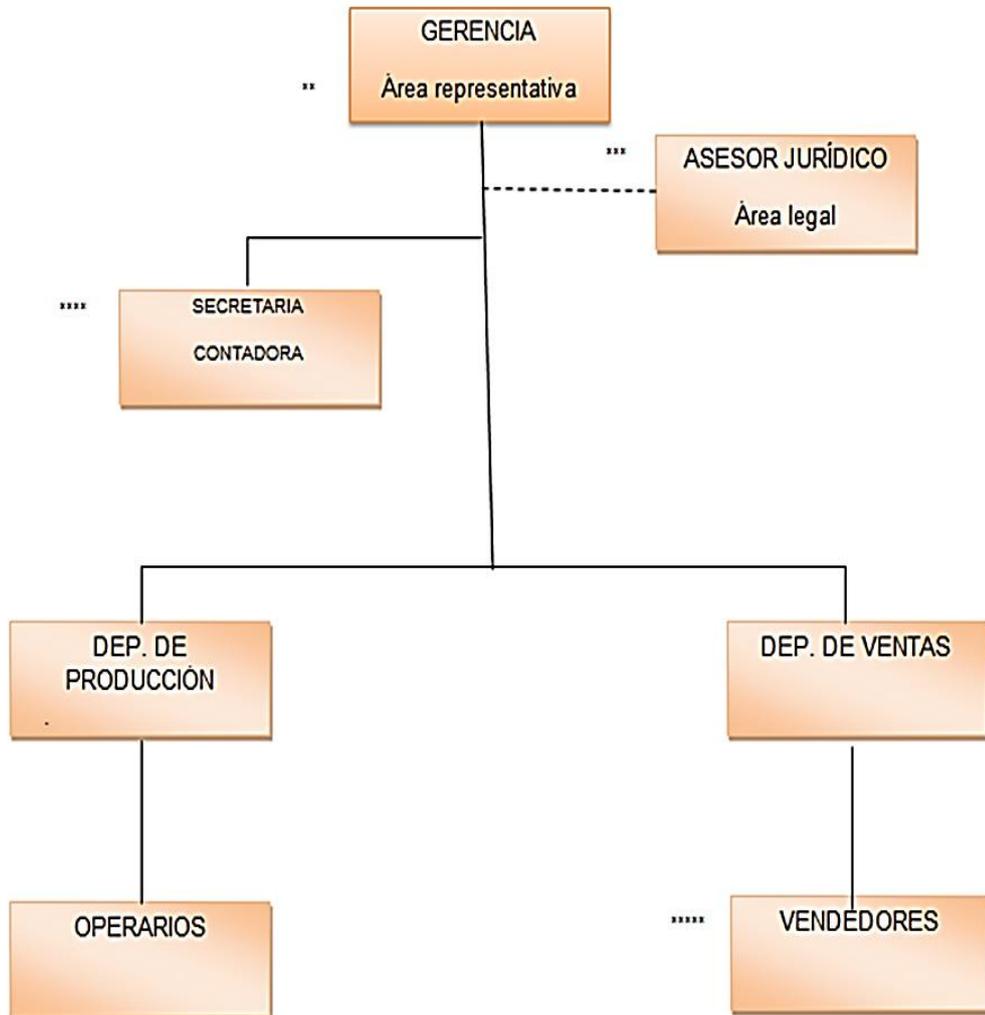
Los organigramas son la representación gráfica de la organización y estructura de la empresa, y muestran la composición de las unidades administrativas de la empresa y su interrelación con los niveles jerárquicos, los canales formales de comunicación, las líneas de autoridad, supervisión y asesoría.

Organigrama Estructural

Este organigrama es la representación gráfica de la estructura administrativa de la empresa, nos permite conocer de forma objetiva sus partes.

Gráfico No. 18

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



×× Nivel Ejecutivo

××× Nivel Asesor

×××× Nivel Auxiliar

××××× Nivel Operativo

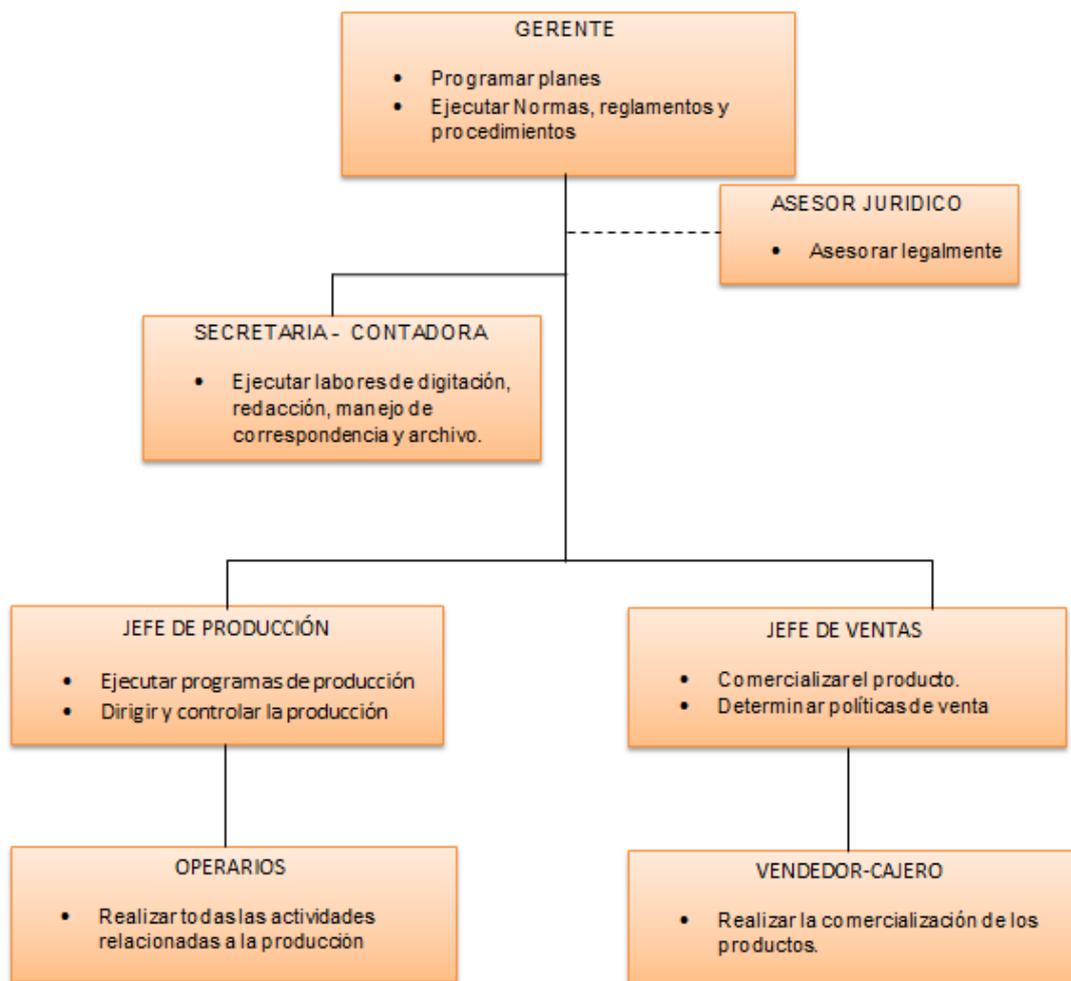
Organigrama Funcional

Organigrama Funcional

Este organigrama representa gráficamente las funciones básicas de una unidad o departamento de trabajo.

Gráfico No. 19

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

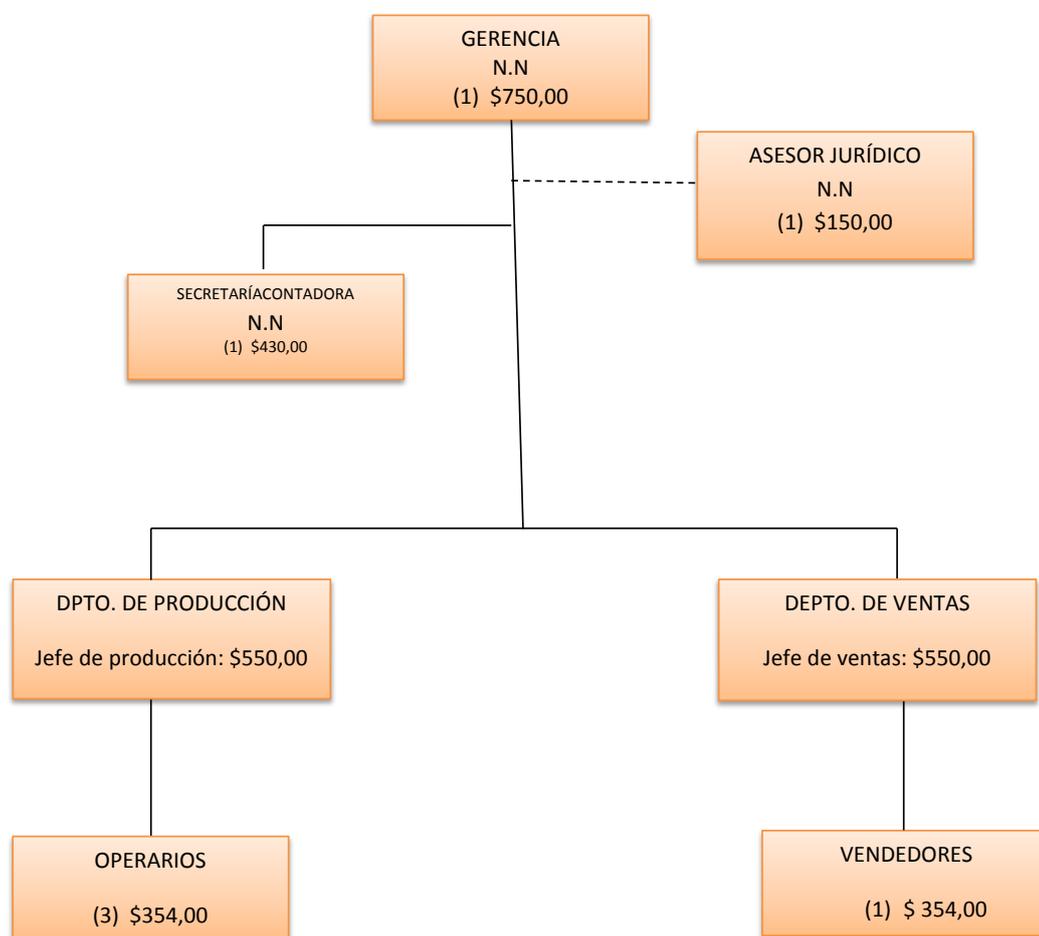


Organigrama Posicional

Este organigrama representa la distribución del personal en las diferentes unidades administrativas, el número de cargos, la denominación del puesto; además puede incluir el nombre del empleado y la remuneración.

Gráfico No.20

ORGANIGRAMA POSICIONAL



MANUAL DE FUNCIONES

CÓDIGO 01	TÍTULO DEL PUESTO: GERENTE
NATURALEZA DEL PUESTO: Planificar, organizar, dirigir y controlar la marcha de la empresa para alcanzar los objetivos planteados, supervisar, guiar y planificar el proceso de comercialización de la empresa.	ESPECIFICACIONES DEL PUESTO: Pertenece al nivel ejecutivo, y tiene bajo su dependencia a todo el personal.
FUNCIONES PRINCIPALES:	PLANIFICAR: Lo que va a realizar en la empresa. ORGANIZAR: Coordinar los recursos y actividades materiales, técnicas y humanas. EJECUTAR: Los planes. CONTROLAR: Que se de ejecución al plan para realizar los ajustes debidos. REPRESENTAR: En forma legal a la empresa, interpretar planes, programas y más procedimientos técnicos y administrativos del nivel. SELECCIONAR: El personal adecuado.
FUNCIONES DE COMERCIALIZACIÓN:	Elaborar y ejecutar las estrategias de promoción y publicación de la empresa. Analizar las políticas de ventas. Guiar al personal
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:	Responsabilidad administrativa, económica y técnica en la ejecución de las tareas.
REQUISITOS:	Título en Ingeniería Comercial. Experiencia mínima de dos años. Curso de relaciones humanas. Cursos de mercadotecnia. Cursos de administración.

CÓDIGO 02	TÍTULO DEL PUESTO: ASESOR JURÍDICO
NATURALEZA DEL PUESTO: Aconsejar e informar legalmente sobre proyectos vinculados con la empresa.	ESPECIFICACIONES DEL PUESTO: Pertenece al nivel Administrativo
FUNCIONES PRINCIPALES:	<p>Asesorar a la empresa y a sus funcionarios sobre asuntos jurídicos.</p> <p>Aconsejar e informar sobre proyectos en materia jurídica, para la empresa.</p> <p>Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa.</p> <p>Participar en procesos contractuales.</p> <p>Coordinar su trabajo con las entidades de control</p>
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:	Está caracterizado por mantener autoridad funcional más no de mando en razón de que aconseja y recomienda, pero no toma decisiones y su participación es eventual.
REQUISITOS:	<p>Título universitario, Abogado, Doctor en Jurisprudencia.</p> <p>Dos años en funciones de esta índole.</p>

CÓDIGO 03	TITULO DEL PUESTO: SECRETARIA - CONTADOR
NATURALEZA DEL PUESTO: Manejar, tramitar documentos e informaciones confidenciales de la empresa; ejecutar operaciones contables y realizar el análisis financiero.	ESPECIFICACIONES DEL PUESTO: Pertenece al nivel Administrativo Financiero
FUNCIONES PRINCIPALES	
FUNCIONES DE SECRETARÍA: Mantener buenas relaciones interpersonales, internas como externas. Manejar datos e información confidencial de la empresa. Tramitar pedidos u órdenes de los jefes. Enviar y recibir correspondencia de la empresa. Mantener archivos de la correspondencia enviada y recibida.	FUNCIONES DE CONTABILIDAD: Llevar actualizado el control contable de la empresa. Preparar estados financieros de la empresa. Determinar el control previo sobre gastos. Organizar en forma adecuada los registros contables. Realizar análisis financieros. Reportarse al jefe inmediato superior (Gerente).
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:	Responsabilidad técnica y económica en el manejo de los trámites administrativos y operaciones contables.
REQUISITOS:	Título en Secretariado y Contador Público autorizado. Experiencia mínima dos años. Curso de secretariado y contabilidad. Curso de computación. Curso de relaciones humanas.

CÓDIGO 04	TITULO DEL PUESTO: JEFE DE PRODUCCIÓN
NATURALEZA DEL PUESTO: Liderar la función productiva de la empresa	ESPECIFICACIONES DEL PUESTO: Pertenece al nivel de Producción
FUNCIONES PRINCIPALES:	<p>Cumplir las disposiciones dadas por el jefe inmediato.</p> <p>Supervisar el mantenimiento y conservación de la maquinaria y equipo.</p> <p>Controlar la correcta operación de maquinaria y equipo de producción.</p> <p>Controlar el uso eficiente de la materia prima.</p> <p>Supervisar el mantenimiento y conservación de la maquinaria y el equipo</p>
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:	Planificar, organizar, dirigir y controlar proyectos en el área de producción de la empresa
REQUISITOS:	<p>Título de bachiller.</p> <p>Título Artesanal.</p> <p>Experiencia mínima de dos años.</p> <p>Cursos de capacitación artesanal.</p> <p>Cursos de capacitación (SECAP).</p> <p>Cursos de relaciones humanas.</p>

CÓDIGO 05	TÍTULO DEL PUESTO: OPERARIO
NATURALEZA DEL PUESTO: Ejecutar la preparación de la materia prima.	ESPECIFICACIONES DEL PUESTO: Pertenece al nivel de Producción
FUNCIONES PRINCIPALES:	<p>Cumplir las disposiciones dadas por el jefe inmediato.</p> <p>Controlar el mantenimiento y conservación de la maquinaria y equipo.</p> <p>Operar la maquinaria y el equipo bajo su cargo.</p> <p>Evitar desperdicios de materiales.</p> <p>Determinar los materiales adecuados a utilizarse.</p> <p>Controlar el mantenimiento y conservación de la maquinaria y el equipo</p>
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:	Responsabilidad económica y técnica de sus labores, por las características del trabajo se requiere habilidad y destreza manual.
REQUISITOS:	<p>Título de bachiller.</p> <p>Experiencia mínima de un año.</p> <p>Cursos de capacitación artesanal.</p> <p>Cursos de capacitación (SECAP).</p> <p>Cursos de relaciones humanas.</p>

CÓDIGO 06	TÍTULO DEL PUESTO: JEFE DE VENTAS
NATURALEZA DEL PUESTO: Organiza y planifica estrategias comerciales	ESPECIFICACIONES DEL PUESTO: Pertenece al nivel de Producción
FUNCIONES PRINCIPALES:	Supervisar la atención al público. Elaborar estrategias comerciales. Organizar entregas de pedidos. Supervisar los volúmenes de producción.
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:	Responsabilidad en la adecuada supervisión en la venta de los productos.
REQUISITOS:	Título de Ingeniero en mercadotecnia. Experiencia mínima de dos años. Curso de relaciones humanas. Buena apariencia

CÓDIGO 07	TÍTULO DEL PUESTO: VENDEDOR
NATURALEZA DEL PUESTO: Se responsabiliza de las ventas y planifica las estrategias comerciales necesarias para la comercialización.	ESPECIFICACIONES DEL PUESTO: Pertenece al nivel de Producción
FUNCIONES PRINCIPALES:	<p>Atender al público que requiere información en el área de ventas.</p> <p>Elaborar planes de posibles pedidos.</p> <p>Elaborar cronogramas de entrega de productos terminados.</p> <p>Revisar los volúmenes del producto para la venta.</p> <p>Conocer requerimientos y preferencias del consumidor.</p>
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:	Responsabilidad en la adecuada venta de los productos.
REQUISITOS:	<p>Título de Bachiller.</p> <p>Experiencia mínima de dos años.</p> <p>Curso de relaciones humanas.</p> <p>Buena apariencia</p>

ESTUDIO FINANCIERO

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

Luego de haber conocido todos los requerimientos de la empresa se estima el monto total de la inversión.

INVERSIONES

Las inversiones son todos los gastos que se efectúan por unidad de tiempo para poder adquirir los diferentes factores de producción, como mano de obra, materia prima, y capital productivo entre otros que son necesarios para la implementación del proceso productivo, que nos generará beneficios, en el periodo establecido como vida útil del proyecto.

ACTIVOS FIJOS

Son las inversiones realizadas en bienes tangibles y duraderos para la operación y durante la vida útil del proyecto.

Maquinaria y equipo

Cuadro No. 29

PRESUPUESTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total
Ingleteadora	2	360,00	720,00
Tupi	1	160,00	160,00
Caladora de Banco	1	209,00	209,00
Esmeril	1	69,00	69,00
Caladora de mano	1	110,00	110,00
Lijadora de mano	1	70,00	70,00
TOTAL			1338,00

Fuente: La Autora

Muebles y enseres

Cuadro No. 30

PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total
Taburetes plásticos	6	7,00	42,00
Sillas Giratorias tipo secretaria	2	48,00	96,00
Escritorios	2	250,00	500,00
Archivador 4 gavetas	1	125,00	125,00
Mesas de trabajo	5	80,00	400,00
Mesas larga	1	40,00	40,00
Estantería	2	80,00	160,00
Vitrinas dobles	2	450,00	900,00
Vitrinas simples	6	225,00	1350,00
Mostrador caja	1	390,00	390,00
Teléfono	1	38,00	38,00
Calculadora	1	18,00	18,00
			4059,00

Fuente: La autora

Equipos de computación

Cuadro No. 31

PRESUPUESTO DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total
Computadoras	3	750,00	2250,00
Impresora	1	252,50	252,50
		TOTAL	2502,50

Fuente: La Autora

Herramientas

Cuadro No. 32

PRESUPUESTO DE HERRAMIENTAS			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total
Caladoras de mano	2	22,00	44,00
Escuadras	2	8,50	17,00
Serucho Plano	1	12,00	12,00
Arco de sierra	1	3,50	3,50
Martillos	2	5,00	10,00
Martillo de madera	1	6,50	6,50
Matillo de goma	1	10,50	10,50
Taladro de mano	1	19,00	19,00
Prensas	10	5,50	55,00
Juego de 10 limas grande para madera	1	80,00	80,00
Juegos de limas pequeñas	2	12,00	24,00
Entenalla de Escritorio	1	25,00	25,00
Entenalla	1	22,00	22,00
		TOTAL	328,50

Fuente: La Autora

ACTIVOS FIJOS

Cuadro No. 33

ACTIVOS FIJOS	
Detalle	Costo Total
Maquinaria y equipo	1338,00
Muebles y enseres	4059,00
Equipo de computación	2502,50
Herramientas	328,50
Imprevistos (5%)	411,40
Total	8639,40

Fuente: La Autora

ACTIVOS DIFERIDOS

Cuadro No. 34

ACTIVOS DIFERIDOS	
Detalle	Costo Total
Estudios preliminares	1221,00
Impuestos y tasas municipales	20,00
Imprevistos (5%)	62,05
Total	1303,05

Fuente: La Autora

Son inversiones que se realizan sobre activos constituidos y adquiridos para la marcha del proyecto, son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente.

ACTIVO CIRCULANTE

Cuadro No. 35

ACTIVO CIRCULANTE (Capital de Trabajo)		
Detalle	Mensual	Anual
Materia prima	824,88	25792,56
Materiales directos	12,00	1346,40
Materiales indirectos	12,00	144,00
Mano de obra directa	1062,00	12744,00
Mano de obra indirecta	755,98	15036,76
Sueldos administrativos	2523,60	30283,19
Gastos generales	443,00	5316,00
Suministros de oficina	19,45	233,40
Útiles de aseo	12,80	71,80
Gastos de venta	134,64	1615,68
Imprevistos (5%)	290,02	4629,19
Total	6090,36	

Fuente: La Autora

Mano de obra directa

Cuadro No. 36

MANO DE OBRA DIRECTA				
Detalle	Cantidad	Salario Mensual	Total Mensual	Total Anual
Obrero	3	354,00	1062,00	12744,00
			TOTAL	12744,00

Fuente: La Autora

Mano de obra indirecta

Cuadro No. 37

Sueldos Mano de Obra Indirecta

Especificaciones	Jefe de Producción	Vendedor Cajero
Sueldo	550,00	354,00
Décimo Tercer Sueldo	45,83	29,50
Décimo Cuarto Sueldo	29,50	29,50
Vacaciones	22,94	14,76
Fondos de Reserva	45,83	29,50
Aporte Individual (IESS) 11,15%	61,325	39,471
SECAP 0,05%	0,28	0,18
IECE 0,05%	0,28	0,18
Total Mensual	755,98	497,09
Total Anual	9071,72	5965,04

Fuente: La Autora

Sueldos administrativos

Cuadro No. 38
Sueldos Administrativos

Especificaciones	Gerente	Secretaria Contadora	Jefe de Ventas
Sueldo	750,00	430,00	550,00
Décimo Tercer Sueldo	62,50	35,83	45,83
Décimo Cuarto Sueldo	29,50	29,50	29,50
Vacaciones	31,28	17,93	22,94
Fondos de Reserva	62,50	35,83	45,83
Aporte Individual (IESS) 11,15%	83,625	47,945	61,325
SECAP 0,05%	0,38	0,22	0,28
IECE 0,05%	0,38	0,22	0,28
Total Mensual	1020,15	597,47	755,98
Total Anual	12241,8	7169,67	9071,72

Fuente: La Autora

Cuadro No.39

RESUMEN DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS				
Detalle	Cantidad	Total Mensual	Total Mensual	Total Anual
Gerente	1	1020,15	1020,15	12241,80
Secretaria	1	597,47	597,47	7169,67
Jefe de Ventas	1	755,98	755,98	9071,72
Asesor Jurídico	1	150,00	150,00	1800,00
TOTAL				30283,19

Fuente: La Autora

Servicios básicos

Cuadro No. 40

GASTOS GENERALES				
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total Mensual	Total Anual
Alquiler de instalaciones	1	360,00	360,00	4320,00
Electricidad	1	30,00	30,00	360,00
Agua	1	8,00	8,00	96,00
Internet	1	20,00	20,00	240,00
Teléfono	1	25,00	25,00	300,00
TOTAL				5316,00

Fuente: LA Autora

Gastos de publicidad

Cuadro No. 41

GASTOS DE PUBLICIDAD				
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total Mensual	Total Anual
Publicidad en radio	132	1,00	132,00	1584,00
Imprevistos (2%)			2,64	31,68
			TOTAL	1615,68

Fuente: La Autora

Gastos de suministros de limpieza

Cuadro No. 42

GASTOS DE ÚTILES DE ASEO				
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total Mensual	Total Anual
Escoba	2	3,00	6,00	36,00
Trapeador	1	0,30	0,30	1,80
Recogedor	2	2,00	4,00	4,00
Detergente	1	2,50	2,50	30,00
			TOTAL	71,80

Fuente: La Autora.

Suministros de Oficina

Cuadro No. 43

SUMINISTROS DE OFICINA				
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total Mensual	Total Anual
Papel Bond Resma	2	4,10	8,20	98,40
Esfero	3	0,25	0,75	9,00
Lápiz	10	0,35	3,50	42,00
Copias	1	7,00	7,00	84,00
			TOTAL	233,40

Fuente: La Autora

Costos de Producción

Cuadro No. 44

MATERIA PRIMA				
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total Mensual	Total Anual
Trupán 4mm	42	19,64	824,88	9898,56
Trupán 6mm	42	18,75	787,5	9450,00
Café molido	32	3,00	96	1152,00
Horchata	105	0,50	52,5	630,00
Chamico paquete 15	273	0,50	136,5	1638,00
Bocadillo	84	3,00	252	3024,00
			TOTAL	25792,56

Fuente: La Autora

Cuadro No. 45

MATERIALES DIRECTOS				
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total Mensual	Total Anual
Pintura amarilla	1	12,00	12,00	144,00
Pintura azul	1	12,00	12,00	144,00
Pintura roja	1	12,00	12,00	144,00
Pintura blanca	1	12,00	12,00	144,00
Pintura negra	1	12,00	12,00	144,00
Cola (galón)	1	6,80	6,80	81,60
Laca (galón)	1	45,40	45,40	544,80
			TOTAL	1346,40

Fuente: La Autora

Cuadro No. 46

MATERIALES INDIRECTOS				
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total Mensual	Total Anual
Lija (pliego)	30	0,40	12,00	144,00
			TOTAL	144,00

Fuente: La Autora

RESUMEN TOTAL DE LA INVERSIÓN

Cuadro No. 47

INVERSIÓN INICIAL	
Detalle	Total
Activos Fijos	8639,40
Activos Diferidos	1303,05
Activo circulante o capital de trabajo	6090,36
Total	16032,81

Fuente: La Autora

Cuadro No. 48

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN				
Detalle	Aporte Propio	Crédito	Inversión total	Porcentaje (%)
Activos Fijos	639,40	8000,00	8639,40	53,89%
Activos Diferidos	1303,05		1303,05	8,13%
Activo circulante o capital de trabajo	6090,36		6090,36	37,99%
TOTAL	8032,81	8000,00	16032,81	100,00%

Fuente: La Autora

Cuadro No. 49

FINANCIAMIENTO		
Detalle	Porcentaje (%)	Total
Fuente externa	49,90%	8000
Fondos propios	50,10%	8032,81
Total	100,00%	16032,81

Fuente La Autora

DEPRECIACIONES

Cuadro No. 50

DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO				
Vida útil 10 años		Depreciación 10%		
Año	Valor Activo	Val. Residual	Depreciación 10%	Valor Actual
0	1.338,00	133,80		1.204,20
1	1.204,20		120,42	1.083,78
2	1.083,78		120,42	963,36
3	963,36		120,42	842,94
4	842,94		120,42	722,52
5	722,52		120,42	602,10
6	602,10		120,42	481,68
7	481,68		120,42	361,26
8	361,26		120,42	240,84
9	240,84		120,42	120,42
10	120,42		120,42	0,00

Fuente: La Autora

Cuadro No. 51

DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTAS				
Vida útil 10 años			Depreciación 10%	
Año	Valor Activo	Val. Residual	Depreciación 10%	Valor Actual
0	328,50	32,85		295,65
1	295,65		29,57	266,09
2	266,09		29,57	236,52
3	236,52		29,57	206,96
4	206,96		29,57	177,39
5	177,39		29,57	147,83
6	147,83		29,57	118,26
7	118,26		29,57	88,70
8	88,70		29,57	59,13
9	59,13		29,57	29,57
10	29,57		29,57	0,00

Fuente: La Autora

Cuadro No. 52

DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES				
Vida útil 10 años			Depreciación 10%	
Año	Valor Activo	Val. Residual	Depreciación 10%	Valor Actual
0	4.059,00	405,90		3.653,10
1	3.653,10		365,31	3.287,79
2	3.287,79		365,31	2.922,48
3	2.922,48		365,31	2.557,17
4	2.557,17		365,31	2.191,86
5	2.191,86		365,31	1.826,55
6	1.826,55		365,31	1.461,24
7	1.461,24		365,31	1.095,93
8	1.095,93		365,31	730,62
9	730,62		365,31	365,31
10	365,31		365,31	0,00

Fuente: La Autora

Cuadro No. 53

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN				
Vida útil 3 años			Depreciación 33,33%	
Año	Valor Activo	Val. Residual	Depreciación 33,33%	Valor Actual
0	2.502,50	834,08		1.668,42
1	1.668,42		556,14	1.112,28
2	1.112,28		556,14	556,14
3	556,14		556,14	0,00
4	1.668,42	556,08		1.112,33
5	1.112,33		370,78	741,56
6	741,56		370,78	370,78
7	370,78		370,78	0,00
8	1.668,42	556,08		1.112,33
9	1.112,33		370,78	741,56
10	741,56		370,78	370,78

Fuente: La Autora

AMORTIZACIONES

Cuadro No, 54

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS			
Vida útil 10 años		Amortización 10%	
Año	Valor Activo	Amortización	Valor Actual
1	1.303,05	130,31	1.172,75
2	1.172,75	130,31	1.042,44
3	1.042,44	130,31	912,14
4	912,14	130,31	781,83
5	781,83	130,31	651,53
6	651,53	130,31	521,22
7	521,22	130,31	390,92
8	390,92	130,31	260,61
9	260,61	130,31	130,31
10	130,31	130,31	0,00

Fuente: La Autora

FINANCIAMIENTO

Cuadro No. 55				
CREDITO MEDIANO/LARGO PLAZO				
BANCO NACIONAL DE FOMENTO				
CUOTA FIJA				
MONTO:		8000		
PLAZO		10		
GRACIA TOTAL		0		
GRACIA PARCIAL		0		
INTERÉS NOMINAL		1,00%	ANUAL	11,20%
CUOTA		1.066,44		
PERIODO DE PAGO		Semestral		
Periodo	Pago de Capital	Intereses	Dividendo	Saldo de Capital
0				8.000,00
1	618,44	448	1.066,44	7.381,56
2	653,07	413,37	1.066,44	6.728,49
3	689,64	376,8	1.066,44	6.038,85
4	728,26	338,18	1.066,44	5.310,58
5	769,05	297,39	1.066,44	4.541,54
6	812,11	254,33	1.066,44	3.729,42
7	857,59	208,85	1.066,44	2.871,83
8	905,62	160,82	1.066,44	1.966,22
9	956,33	110,11	1.066,44	1.009,89
10	1.009,89	56,55	1.066,44	0
Elaboración: El Autor				

PRESUPUESTOS DE COSTOS

Son gastos que la empresa debe afrontar durante el proceso productivo.

Cuadro N° 56

ESTRUCTURA DE COSTOS											
PERIODOS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Costo Primo											
Materia prima		25792,56	26717,87	27676,37	28669,26	29697,77	30763,18	31866,81	33010,03	34194,26	35420,98
Materiales directos		1346,40	1394,70	1444,74	1445,26	1497,10	1550,81	1606,45	1664,08	1664,08	1664,08
Materiales indirectos		144,00	149,17	154,52	160,06	165,80	171,75	177,91	184,30	190,91	197,76
Mano de obra directa		12744,00	13615,48	14546,55	15541,29	16604,06	17739,50	18952,58	20248,62	21633,29	23112,65
Mano de obra indirecta		15036,76	16065,03	17163,61	18337,31	19591,28	20930,99	22362,32	23891,53	25525,32	27270,82
Total Costo Primo		55063,72	57942,24	60985,78	64153,18	67556,01	71156,23	74966,07	78998,56	83207,86	87666,29
COSTO DE PRODUCCIÓN											
Depreciación de maquinaria y equipo		120,42	120,42	120,42	120,42	120,42	120,42	120,42	120,42	120,42	120,42
Depreciación de herramientas		29,57	29,57	29,57	29,57	29,57	29,57	29,57	29,57	29,57	29,57
Mantenimiento		71,80	72,52	73,24	73,98	74,72	75,46	76,22	76,98	77,75	78,53
Amortización de activos diferidos		130,31	130,31	130,31	130,31	130,31	130,31	130,31	130,31	130,31	130,31
Imprevistos (5%)		17,60	17,64	17,68	17,71	17,75	17,79	17,83	17,86	17,90	17,94
Total Costo de Producción		369,69	370,45	371,21	371,98	372,76	373,54	374,33	375,13	375,94	376,76
GASTOS ADMINISTRATIVOS											
Sueldos administrativos		30283,19	30283,19	30283,19	30283,19	30283,19	30283,19	30283,19	30283,19	30283,19	30283,19
Gastos generales		5316,00	5369,16	5422,85	5477,08	5531,85	5587,17	5643,04	5699,47	5756,47	5814,03
Depreciación de muebles y enseres		365,31	365,31	365,31	365,31	365,31	365,31	365,31	365,31	365,31	365,31
Depreciación de equipo de computación		556,14	556,14	556,14	556,14	556,14	556,14	556,14	556,14	556,14	556,14
Suministros de oficina		233,40	235,73	238,09	240,47	242,88	245,31	247,76	250,24	252,74	255,27
Imprevistos (5%)		1837,70	1840,48	1843,28	1846,11	1848,97	1851,86	1854,77	1857,72	1860,69	1863,70
Total Gastos de administración		38591,74	38650,01	38708,86	38768,30	38828,34	38888,97	38950,21	39012,07	39074,54	39137,63
GASTOS DE VENTAS											
Publicidad		1584,00	1599,84	1615,84	1632,00	1648,32	1664,80	1681,45	1698,26	1715,25	1732,40
Imprevistos (5%)		79,20	79,99	80,79	81,60	82,42	83,24	84,07	84,91	85,76	86,62
Total Gastos de Ventas		1663,20	1679,83	1696,63	1713,60	1730,73	1748,04	1765,52	1783,18	1801,01	1819,02
GASTOS FINANCIEROS											
Pago de capital e interés por crédito		2132,88	2132,88	2132,88	2132,88	2132,88	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Gastos Financieros		2132,88	2132,88	2132,88	2132,88	2132,88	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN		97821,24	100775,41	103895,36	107139,93	110620,71	112166,78	116056,14	120168,94	124459,35	128999,70

CÁLCULO DEL COSTO UNITARIO

Cuadro Nº 57					
NIVEL DE PRODUCCIÓN DE LA EMPRESA					
AÑO 1	Detalle	Cantidad anual	Costo Unitario	PVP	Utilidad
	Cajas Pintadas con Productos Típicos	15475	6,32	8,50	2,18
AÑO 2	Detalle	Cantidad anual	Costo Unitario	PVP	Utilidad
	Cajas Pintadas con Productos Típicos	15808	6,37	8,80	2,43
AÑO 3	Detalle	Cantidad anual	Costo Unitario	PVP	Utilidad
	Cajas Pintadas con Productos Típicos	16140	6,44	9,12	2,68
AÑO 4	Detalle	Cantidad anual	Costo Unitario	PVP	Utilidad
	Cajas Pintadas con Productos Típicos	16473	6,50	9,45	2,94
AÑO 5	Detalle	Cantidad anual	Costo Unitario	PVP	Utilidad
	Cajas Pintadas con Productos Típicos	16473	6,72	9,79	3,07
AÑO 6	Detalle	Cantidad anual	Costo Unitario	PVP	Utilidad
	Cajas Pintadas con Productos Típicos	16473	6,81	10,14	3,33
AÑO 7	Detalle	Cantidad anual	Costo Unitario	PVP	Utilidad
	Cajas Pintadas con Productos Típicos	16473	7,05	10,14	3,10
AÑO 8	Detalle	Cantidad anual	Costo Unitario	PVP	Utilidad
	Cajas Pintadas con Productos Típicos	16473	7,29	10,51	3,21
AÑO 9	Detalle	Cantidad anual	Costo Unitario	PVP	Utilidad
	Cajas Pintadas con Productos Típicos	16473	7,56	10,88	3,33
AÑO 10	Detalle	Cantidad anual	Costo Unitario	PVP	Utilidad
	Cajas Pintadas con Productos Típicos	16473	7,83	11,27	3,44
Fuente: La Autora			INCREMENTO DE PRECIO		

PRESUPUESTO DE INGRESOS

Cuadro No. 58					
INGRESOS POR VENTAS					
AÑO	Detalle	Producción Mensual	Producción Anual	PVP	Ingresos Anuales por ventas
1	Cajas Pintadas con Productos Típicos	1290	15475	8,50	131537,50
2	Cajas Pintadas con Productos Típicos	1317	15808	8,80	139188,45
3	Cajas Pintadas con Productos Típicos	1345	16140	9,12	147209,95
4	Cajas Pintadas con Productos Típicos	1373	16473	9,45	155637,30
5	Cajas Pintadas con Productos Típicos	1373	16473	9,79	161220,79
6	Cajas Pintadas con Productos Típicos	1373	16473	10,14	167004,58
7	Cajas Pintadas con Productos Típicos	1373	16473	10,14	167064,49
8	Cajas Pintadas con Productos Típicos	1373	16473	10,51	173057,93
9	Cajas Pintadas con Productos Típicos	1373	16473	10,88	179266,39
10	Cajas Pintadas con Productos Típicos	1373	16473	11,27	185697,57

Fuente: La Autora

DETERMINACIÓN DE COSTOS

Cuadro No. 59											
COSTOS Y FIJOS Y VARIABLES											
PERIODO		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTOS	TIPO	Variable									
Materia prima	Variable	25792,56	26717,87	27676,37	28669,26	29697,77	30763,18	31866,81	33010,03	34194,26	35420,98
Materiales directos	Variable	1346,40	1394,70	1444,74	1445,26	1497,10	1550,81	1606,45	1664,08	1664,08	1664,08
Materiales indirectos	Variable	144,00	149,17	154,52	160,06	165,80	171,75	177,91	184,30	190,91	197,76
Mano de obra directa	Variable	12744,00	13615,48	14546,55	15541,29	16604,06	17739,50	18952,58	20248,62	21633,29	23112,65
TOTAL COSTOS		40026,96	41877,21	43822,17	45815,87	47964,73	50225,24	52603,75	55107,03	57682,54	60395,47
GASTOS	TIPO	Fijo									
Mano de obra indirecta	Fijo	15036,76	16065,03	17163,61	18337,31	19591,28	20930,99	22362,32	23891,53	25525,32	27270,82
Mantenimiento	Fijo	71,80	72,52	73,24	73,98	74,72	75,46	76,22	76,98	77,75	78,53
Depreciaciones	Fijo	1071,43	1071,43	1071,43	1071,43	1071,43	1071,43	1071,43	1071,43	1071,43	1071,43
Amortizaciones	Fijo	130,31	130,31	130,31	130,31	130,31	130,31	130,31	130,31	130,31	130,31
Gastos administrativos	Fijo	37670,29	37728,56	37787,41	37846,85	37906,89	37967,52	38028,76	38090,62	38153,09	38216,19
Gastos de ventas	Fijo	1663,20	1679,83	1696,63	1713,60	1730,73	1748,04	1765,52	1783,18	1801,01	1819,02
Gastos financieros	Fijo	2132,88	2132,88	2132,88	2132,88	2132,88	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL GASTOS		57776,67	58880,55	60055,51	61306,35	62638,23	61923,76	63434,56	65044,05	66758,90	68586,29
TOTAL EGRESOS		97803,63	100757,77	103877,68	107122,22	110602,96	112149,00	116038,32	120151,07	124441,44	128981,76
VENTAS		131537,50	139188,45	147209,95	155637,30	161220,79	167004,58	167064,49	173057,93	179266,39	185697,57

Fuente: La Autora

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1

MÉTODO MATEMÁTICO

a. En Función de la Capacidad Instalada

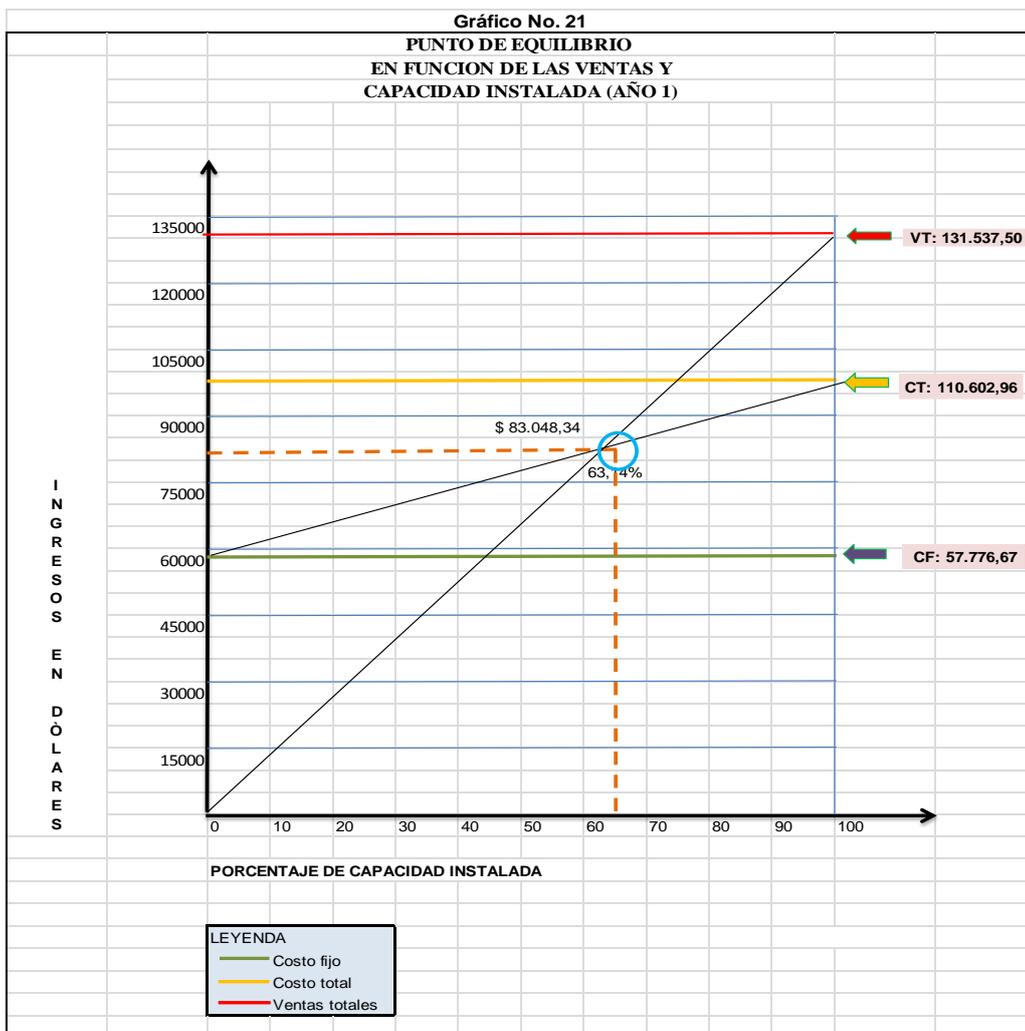
Costo Fijo Total		
PE = ----- x 100		
Ventas Totales - Costo Variable Total		
57776,67		
PE = ----- x 100		
131537,50	-	40026,96
PE = 63,14 %		

b. En Función de las Ventas

Costo Fijo Total		
PE = -----		
	-	Costo Variable Total
1		-----
		Ventas Totales
57776,67		
PE = -----		
	-	40026,96
1		-----
		131537,50
PE = \$ 83.048,34		

c. En Función de las Unidades Producidas

Costo Fijo Total			
PE = ----- x 100			
Precio venta unitario - Costo variable unitario			
57776,67			
PE = ----- x 100			
8,50	-	2,59	
PE = 977039,33			
63,14%	9770 UNIDADES		



Análisis

La empresa Lojanitos su punto de equilibrio en el primer año es de un ingreso de \$ 77.935,00 y una capacidad instalada de 50,36% que corresponde a 7.793 cajas típicas.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5

MÉTODO MATEMÁTICO

a. En Función de la Capacidad Instalada

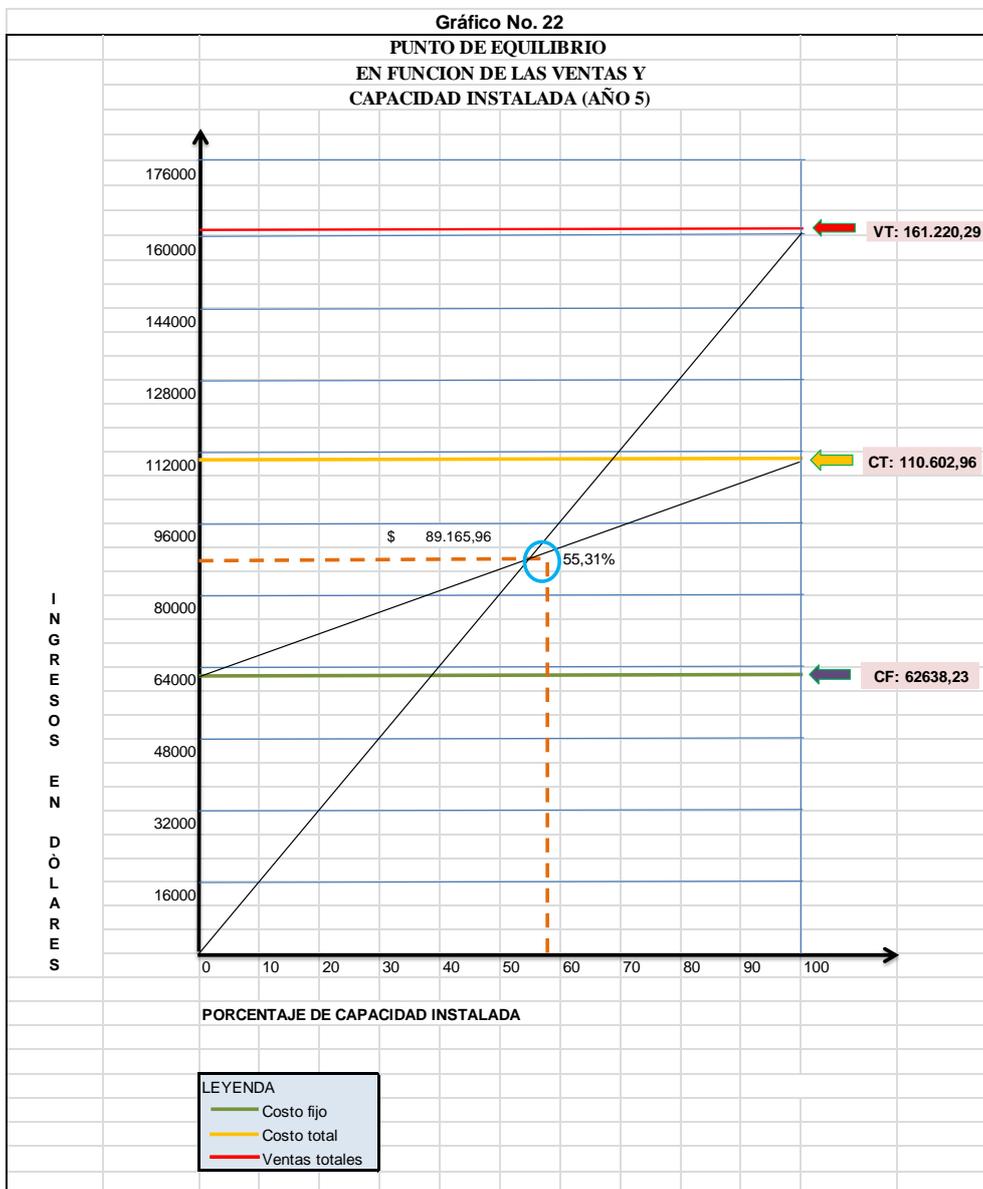
Costo Fijo Total		
PE =	----- x 100	
	Ventas Totales - Costo Variable Total	
	62638,23	
PE =	----- x 100	
161220,79	-	47964,73
PE =	55,31 %	

b. En Función de las Ventas

Costo Fijo Total		
PE =	-----	
		Costo Variable Total
1	-	-----
		Ventas Totales
	62638,23	
PE =	-----	
		47964,73
1	-	-----
		161220,79
PE =	\$ 89.165,96	

c. En Función de las Unidades Producidas

Costo Fijo Total		
PE = ----- x 100		
Precio venta unitario - Costo variable unitario		
62638,23		
PE = ----- x 100		
9,79	-	2,91
PE = 911067,90		
55,31%	9111 UNIDADES	



Análisis

La empresa Lojanitos su punto de equilibrio en el quinto año es de un ingreso de \$ 81.206,95 y una capacidad instalada de 38,71 % que corresponde a 6.377 cajas típicas.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 10

MÉTODO MATEMÁTICO

a. En Función de la Capacidad Instalada

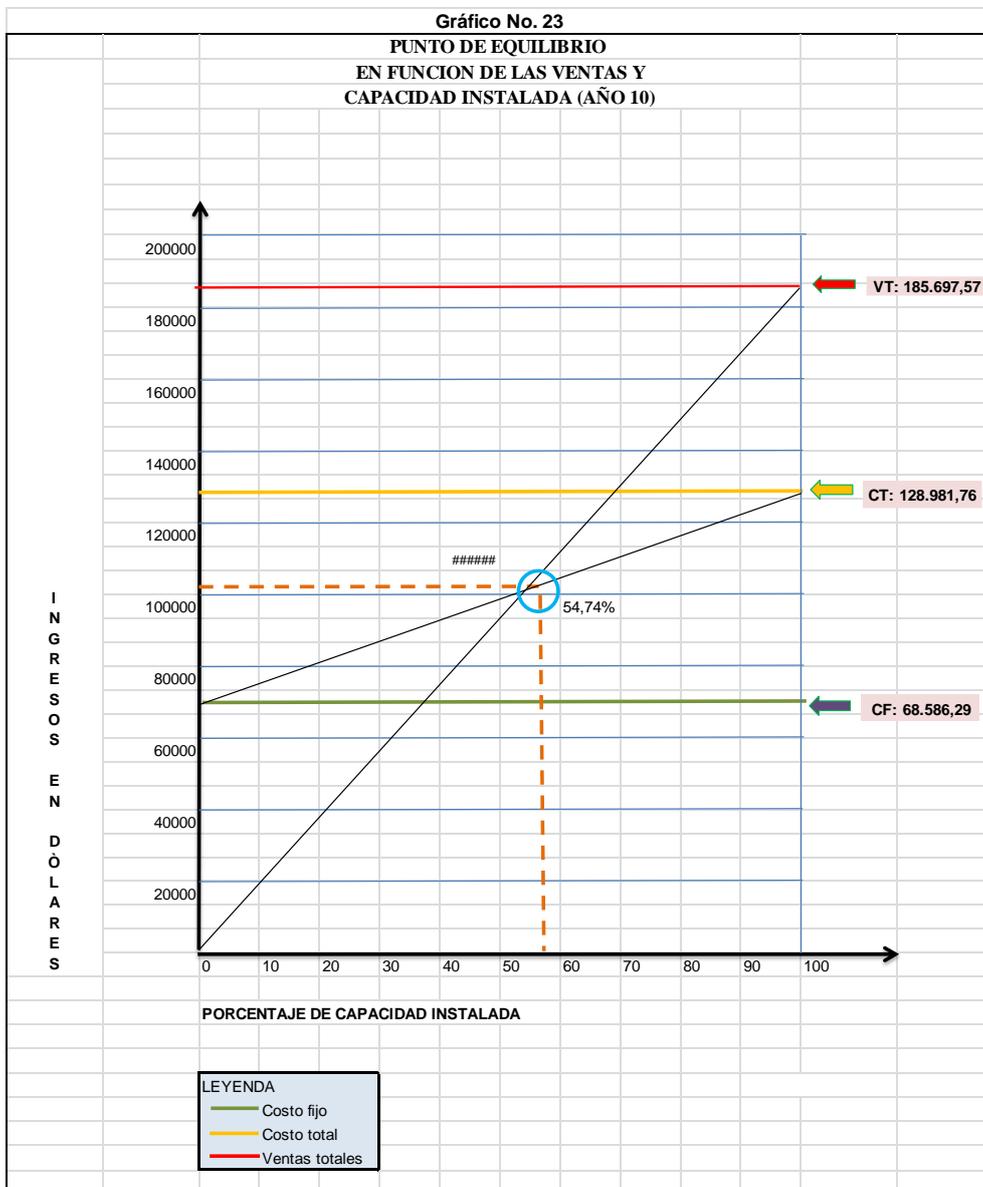
Costo Fijo Total		
PE = ----- x 100		
Ventas Totales - Costo Variable Total		
68586,29		
PE = ----- x 100		
185697,57	-	60395,47
PE =		54,74 %

b. En Función de las Ventas

Costo Fijo Total		
PE = -----		
		Costo Variable Total
1	-	-----
		Ventas Totales
	68586,29	
PE = -----		
		60395,47
1	-	-----
		185697,57
PE =		\$ 101.644,80

c. En Función de las Unidades Producidas

Costo Fijo Total		
PE = ----- x 100		
Precio venta unitario - Costo variable unitario		
68586,29		
PE = ----- x 100		
11,27	-	3,67
PE = 901678,41		
54,74%	9017 UNIDADES	



Análisis

La empresa Lojanitos su punto de equilibrio en el décimo año es de un ingreso de \$ 87.408,74 y una capacidad instalada de 31,17% que corresponde a 5.134 cajas típicas.

ESTADOS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es un informe sobre resultados obtenidos durante un periodo determinado; ya sea de utilidad o pérdida, en el que se indica la cantidad de todos los flujos que entran y salen de la empresa.

EVALUACIÓN FINANCIERA

FLUJO DE CAJA

El flujo de caja de un proyecto son las entradas y salidas de efectivo que realizan generalmente por las actividades normales de la empresa.

Cuadro No. 61
FLUJO DE CAJA

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS										
Ventas	131537,50	139188,45	147209,95	155637,30	161220,79	167004,58	167064,49	173057,93	179266,39	185697,57
Valor residual			834,08			834,08			834,08	1406,63
Total Ingresos	131537,50	139188,45	148044,03	155637,30	161220,79	167838,66	167064,49	173057,93	180100,47	187104,20
EGRESOS										
COSTO DE PRODUCCIÓN	55433,42	58312,69	61356,99	64525,16	67928,77	71529,77	75340,41	79373,69	83583,80	88043,05
GASTOS ADMINISTRATIVOS	38591,74	38650,01	38708,86	38768,30	38828,34	38888,97	38950,21	39012,07	39074,54	39137,63
GASTOS DE VENTAS	1663,20	1679,83	1696,63	1713,60	1730,73	1748,04	1765,52	1783,18	1801,01	1819,02
GASTOS FINANCIEROS										
Interés	861,37	714,97	551,72	369,67	166,66					
Amortización del capital	1271,51	1417,91	1581,16	1763,207	1966,22					
Presupuesto de operación	97821,24	100775,41	103895,36	107139,93	110620,71	112166,78	116056,14	120168,94	124459,35	128999,70
Utilidad trabajadores (15%)	5057,44	5761,96	6497,19	7274,60	7590,01	8225,67	7651,25	7933,35	8221,06	8504,68
Impuesto a la renta (22%)	6304,94	7183,24	8099,83	9069,01	9462,21	10254,67	9538,56	9890,24	10248,92	10602,50
Reinversión Equip. Computo				2502,50			2502,50			2502,50
Total Egresos	109183,62	113720,60	118492,38	125986,05	127672,94	130647,12	135748,46	137992,53	142929,32	150609,38
UTILIDAD NETA	22353,88	25467,85	29551,65	29651,25	33547,85	37191,54	31316,04	35065,40	37171,15	36494,82
(+) Deprec. De Activo Fijo	1071,43	1071,43	1071,43	1071,43	1071,43	1071,43	1071,43	1071,43	1071,43	1071,43
(+) Amortización. Act. Diferido	130,31	130,31	130,31	130,31	130,31	130,31	130,31	130,31	130,31	130,31
FLUJO NETO DE CAJA	23555,62	26669,59	30753,39	30852,99	34749,59	38393,28	32517,78	36267,14	38372,89	37696,56

Elaboración: La Autora

VALOR ACTUAL NETO VAN

Es la suma algebraica de la inversión total, con signo negativo, más los flujos de caja de cada año, pero actualizados a una tasa referencial llamada TMAR o tasa de actualización.

Cuadro No. 62

VALOR ACTUAL NETO (VAN)			
AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJO ACTUALIZADO
		11,20%	
0	- 16.032,81		
1	23555,62	0,89928058	21183,11
2	26669,59	0,80870555	21567,84
3	30753,39	0,72725320	22365,50
4	30852,99	0,65400467	20178,00
5	34749,59	0,58813370	20437,40
6	38393,28	0,52889721	20306,10
7	32517,78	0,47562699	15466,33
8	36267,14	0,42772211	15512,26
9	38372,89	0,38464219	14759,83
10	37696,56	0,34590125	13039,29
Elaboración: La Autora			184815,67

VAN = SUMATORIA DE FLUJO NETO ACTUALIAZDO - INVERSION
VAN = 184815,67- 16032,81
VAN = 168782,86

TASA INTERNA DE RETORNO TIR

La tasa interna de retorno es cuando la sumatoria del flujo neto actualizado, es igual a la inversión del proyecto.

Cuadro No. 63
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR 158%	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR 159%
0			-16032,81		-16032,81
1	23555,62	0,38759690	9130,09	0,38610039	9094,83
2	26669,59	0,15023136	4006,61	0,14907351	3975,73
3	30753,39	0,05822921	1790,75	0,05755734	1770,08
4	30852,99	0,02256946	696,34	0,02222291	685,64
5	34749,59	0,00874785	303,98	0,00858027	298,16
6	38393,28	0,00339064	130,18	0,00331285	127,19
7	32517,78	0,00131420	42,73	0,00127909	41,59
8	36267,14	0,00050938	18,47	0,00049386	17,91
9	38372,89	0,00019743	7,58	0,00019068	7,32
10	37696,56	0,00007652	2,88	0,00007362	2,78
Elaboración: La Autora			96,79		-11,57

TIR =	$T_m + Dt (VAN\ menor / Van\ menor - Van\ mayor)$
TIR =	$158\% + 1\% \{96,79 / [96,79 - (-11,57)]\}$
TIR =	158,89%

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO R.B.C

La relación beneficio/costo, es la comparación de la relación de los ingresos actualizados en razón a los egresos actualizados del proyecto; si es mayor a la unidad se acepta el proyecto, si es igual a la unidad es indiferente y si es menor a la unidad el proyecto se rechazará.

Cuadro No. 64

RELACIÓN BENEFICIO COSTO					
AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 11,20%	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0					
1	131537,50	97821,24	0,89928058	118289,12	87968,74
2	139188,45	100775,41	0,80870555	112562,47	81497,63
3	147209,95	103895,36	0,72725320	107058,91	75558,23
4	155637,30	107139,93	0,65400467	101787,52	70070,02
5	161220,79	110620,71	0,58813370	94819,38	65059,77
6	167004,58	112166,78	0,52889721	88328,26	59324,70
7	167064,49	116056,14	0,47562699	79460,38	55199,43
8	173057,93	120168,94	0,42772211	74020,70	51398,91
9	179266,39	124459,35	0,38464219	68953,41	47872,31
10	185697,57	128999,70	0,34590125	64233,02	44621,16
Elaboración: La Autora				909513,17	638570,91

R B/C= INGRESOS ACTUALIZADOS /EGRESOS ACTUALIZADOS

(909513,17 / 638570,91)

R B/C= 1,42

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

El periodo de recuperación de capital es la sumatoria de los flujos actualizados hasta cuando se supera la inversión menos la inversión del proyecto dividido para el último flujo del año dónde se recupera el capital.

Cuadro No. 65

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN			
AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO NETO	FLUJO ACUMULADO
0			
1	16032,81	23555,62	
2		26669,59	50225,21
3		30753,39	80978,60
4		30852,99	111831,59
5		34749,59	146581,18
6		38393,28	184974,46
7		32517,78	217492,24
8		36267,14	253759,38
9		38372,89	292132,27
10		37696,56	329828,83
Elaboración: La Autora		329828,83	1667803,76

PRC= (AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN+(INVERSIÓN INICIAL-SUMA PRIMEROS FLUJOS NETOS/ FLUJO DELAÑO QUE SUPERA INVERSIÓN)

$$PRC= ((0 + (16032,81 - 0) / 23555,62))$$

$$PRC= 0,68$$

-	Años		0,68
8	Meses	0,68 x 12=	8,17
6	Días	0,17 x 30=	5,03

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Este indicador determina la solidez del proyecto desde el punto de vista financiero, mide hasta qué punto afectan los incrementos en los costos

Cuadro No. 66

Análisis de sensibilidad con un 21,21% de disminución en los Ingresos

AÑOS	Costo Original	Ingreso Original	Ingreso Original con disminución 21,21%	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 61%	VALOR ACTUAL	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 62%	VALOR ACTUAL
0						-16032,81		-16032,81
1	97821,24	131537,50	103638,40	5817,16	0,62111801	3613,14	0,61728395	3590,84
2	100775,41	139188,45	109666,58	8891,17	0,38578759	3430,10	0,38103948	3387,89
3	103895,36	147209,95	115986,72	12091,36	0,23961962	2897,33	0,23520955	2844,00
4	107139,93	155637,30	122626,63	15486,69	0,14883206	2304,92	0,14519108	2248,53
5	110620,71	161220,79	127025,86	16405,14	0,09244227	1516,53	0,08962412	1470,30
6	112166,78	167004,58	131582,91	19416,13	0,05741756	1114,83	0,05532353	1074,17
7	116056,14	167064,49	131630,11	15573,97	0,03566308	555,42	0,03415033	531,86
8	120168,94	173057,93	136352,34	16183,41	0,02215098	358,48	0,02108045	341,15
9	124459,35	179266,39	141243,99	16784,64	0,01375837	230,93	0,01301262	218,41
10	128999,70	185697,57	146311,11	17311,41	0,00854557	147,94	0,00803248	139,05
Elaboración: La Autora						136,79		-186,61

NTIR = $T_m + D_t$ (VAN menor/ Van menor - Van mayor)
 NTIR = $(61\% + 1\% * (136,79 / (136,79 - (-186,61)))) = 61,42\%$

TIR DEL PROYECTO = $T_m + D_t$ (VAN menor/ Van menor - Van mayor)
 TIR DEL PROYECTO = 158,89%

1. DIFERENCIA DE TIR

DIF. TIR = Tir Del proyecto - Nueva Tir = 158,89% - 61,42% =

DIF. TIR = 97,47%

2. PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% VARIACIÓN = (Diferencia de TIR/Tir del proyecto) X 100 = $(97,47\% / 158,89\%) * 100 =$

% VARIACIÓN = 61,34%

3. SENSIBILIDAD

Sensibilidad = % Variación/Nueva Tir = 61,34% / 61,42%

Sensibilidad =	0,999	INSENSIBLE
----------------	-------	------------

Cuadro No. 67

Análisis de sensibilidad con un 29,53% de Incremento en los Costos

AÑOS	Costo Original	Ingreso Original	Costo Total Original con incremento 29,53%	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 61%	VALOR ACTUAL	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 62%	VALOR ACTUAL
0						-16032,81		-16032,81
1	97821,24	131537,50	126707,85	4829,65	0,62111801	2999,78	0,61728395	2981,27
2	100775,41	139188,45	130534,39	8654,07	0,38578759	3338,63	0,38103948	3297,54
3	103895,36	147209,95	134575,66	12634,29	0,23961962	3027,42	0,23520955	2971,70
4	107139,93	155637,30	138778,36	16858,94	0,14883206	2509,15	0,14519108	2447,77
5	110620,71	161220,79	143287,01	17933,78	0,09244227	1657,84	0,08962412	1607,30
6	112166,78	167004,58	145289,63	21714,95	0,05741756	1246,82	0,05532353	1201,35
7	116056,14	167064,49	150327,52	16736,97	0,03566308	596,89	0,03415033	571,57
8	120168,94	173057,93	155654,82	17403,11	0,02215098	385,50	0,02108045	366,87
9	124459,35	179266,39	161212,19	18054,20	0,01375837	248,40	0,01301262	234,93
10	128999,70	185697,57	167093,31	18604,26	0,00854557	158,98	0,00803248	149,44
Elaboración: La Autora						136,60		-203,08

NTIR = $T_m + D_t [VAN \text{ menor} / (VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor})]$
 NTIR = $(61\% + 1\% * (136,60 / (136,60 - (-203,08)))) = 61,40\%$

TIR DEL PROYECTO = $T_m + D_t (VAN \text{ menor} / (VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}))$
 TIR DEL PROYECTO = 158,89%

1. DIFERENCIA DE TIR

DIF. TIR = Tir Del proyecto - Nueva Tir = 158,89% - 61,40% = DIF. TIR = 97,49%

2. PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% VARIACIÓN = (Diferencia de TIR/Tir del proyecto) X 100 = $(97,49\% / 158,89\%) * 100 = 61,36\%$

3. SENSIBILIDAD

Sensibilidad = % Variación/Nueva Tir = 61,36% / 61,40%

Sensibilidad =	0,999	INSENSIBLE
----------------	-------	------------

h. CONCLUSIONES

Después de haber realizado los estudios relacionados con la elaboración del proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora en la ciudad de Loja; se plantean las siguientes conclusiones:

- Es factible la implementación de la empresa LOJANITOS, esto lo establecen los estudios de mercado, técnico, administrativo y financiero; la recuperación de la inversión con gran margen de utilidad.
- Esta empresa estará ubicada en la calle Lourdes 14-75, en el barrio de San Sebastián, en la ciudad de Loja; ya que este lugar es el apropiado y cumple con todos los requerimientos que esta necesita.
- El presente estudio no tiene oferta; es inexistente debido a que ninguna empresa en la ciudad de Loja produce ni comercializa cajas con diseño exclusivo y productos tradicionales.
- La empresa productora y comercializadora de cajas típicas con diseño exclusivo y productos tradicionales, estará constituida como unipersonal, y su razón social será LOJANITOS, y su plazo de duración será de 10 años a partir desde su inicio de actividad económica.

- En la Evaluación financiera se evidencia que el Valor Actual Neto es positivo, con un valor de \$ 168.782,86. La Tasa Interna de Retorno es de 158,89% , es decir es mayor que el costo de oportunidad del capital del 11,20 %. La relación beneficio costo indica que por cada dólar invertido se obtendrá \$0,42 de utilidad.

i. RECOMENDACIONES

- Luego de todos los estudios realizados, se recomienda la ejecución e implementación de esta empresa, debido a su alta rentabilidad.
- Este proyecto es viable, ya que cumple con los requerimientos necesarios para su ejecución; y resulta de vital importancia su implementación ya que los indicadores financieros demuestran su rentabilidad; y además contribuirá para generar nuevas fuentes de trabajo.
- Se recomienda ejecutarlo, ya que la evaluación financiera nos confirma su gran rentabilidad.
- Los indicadores financieros, demuestran su rentabilidad; además generaría fuentes de trabajo.
- Se recomienda el presente trabajo, como fuente de consulta, que permitan comparar hechos reales con los parámetros establecidos en esta investigación; y para que en futuros estudios actualicen y amplíen información relacionada.

j. BIBLIOGRAFÍA

BACA, Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos. Mc Graw Hill. 4ta. Edición. México.

CASTRO, Raúl, Evaluación Económica Social de Proyectos. Editorial San Marcos. 2010

CAMPOY, Daniel Mateo Cómo gestionar y planificar un proyecto en la empresa, Ediciones de la U, Bogotá 2010.

COLLAZOS, Cerrón Jesús El estudio de mercado en los proyectos de inversión, Editorial San Marcos, Lima 2002.

COMMARMOND, Giselè y Exiga Alain Cómo fijar objetivos y resultados, Ediciones Deusto S.A, Bilbao 2001.

FLÓREZ, Juan Antonio Proyectos de inversión para las pyme, Ecoe Ediciones, Bogotá 2010.

GALINDO, Carlos, Formulación y Evaluación de Planes de Negocios. Ediciones de la U 2011.

IDROVO, Paúl, Administración de Operaciones. Editora Improlisem, Quito 2010

INFANTE, Villareal Arturo Evaluación financiera de proyectos de inversión, , Editorial Norma, Bogotá 1998.

La Enciclopedia, volumen 3. Salvat Editores 2004.

La Enciclopedia, volumen 13. Salvat Editores 2004.

k. ANEXOS**ANEXO Nº 1
RESUMEN DEL PROYECTO**

TEMA:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA PRODUCTORA DE CAJA TÍPICA CON DISEÑO
EXCLUSIVO Y PRODUCTOS TRADICIONALES Y SU
COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA”****PROBLEMÁTICA**

Actualmente el Ecuador se encuentra viviendo cambios sustanciales, en el marco jurídico, empresarial, social y cultural, de modo que la época está marcada por una severa inestabilidad política, económica e institucional del Estado. El ámbito empresarial se ve cada vez más comprometido a la rigidez que exige el ser cada vez más competitivo y preparado a los cambios globalizadores que han sido provocados por la corriente de las nuevas tecnologías.

Al ser la provincia de Loja fronteriza y después de décadas de inestabilidad política por los varios conflictos con la hermana república del Perú, el poco impulso de parte de los gobiernos de turno en la segunda mitad del siglo XX, marcaron a la provincia por el poco interés que se dio a incentivar la creación de empresas e industrias, en el siglo pasado.

El 26 de octubre de 1998 en Brasilia se firmó el acuerdo de paz entre Ecuador y Perú, lo que ha determinado en la primera década de esta centuria el incremento del comercio y del tránsito de turistas internos y externos en las provincias o departamentos regionales fronterizos, sea cinco a seis veces mayor que en la época de conflicto entre los dos países.

Una de las políticas de los últimos gobiernos locales de turno es la implementada en el Plan de Manejo Integral de Desechos Sólidos, siendo un aporte a la ecología, en busca de una economía sustentable. El MDF (trupán o fibrofácil) es elaborada a base de fibras de madera residual, siendo una alternativa económica de bajo costo, que permiten un trabajo de buen acabado, en lo referente a la carpintería; es un material que aporta a una menor deforestación. Lo que no ha sido aprovechado por las empresas del medio.

Más de la tercera parte de la población económicamente activa de Loja según el INEC trabaja por cuenta propia o microempresa, siendo este segmento un aporte al crecimiento de la economía regional, pese al empirismo existente en las mismas.

Loja se caracteriza por tener una cultura, tradiciones y alimentación propia, siendo claros ejemplos: la bebida natural de flores y hierbas medicinales, la famosa Horchata; en varios cantones de la provincia la

producción de café, ha determinado que se tenga otro exquisito elixir; en los cantones de Paltas y Chaguarpamba la producción de bocadillos, dulce a base de panela y maní; y, la producción de tabaco natural en las parroquias de Malacatos y Vilcabamba, armado en forma artesanal por sus pobladores, (Chamico). En el momento no existe empresa que impulse la venta de estos productos en conjunto.

En la ciudad de Loja existen dos microempresas productoras de artículos de MDF semielaborados, los mismos que se dedican exclusivamente al mercado de material educativo, para la materia de manualidades. Por lo que se podría dar acabados con diseños exclusivos.

Por lo tanto es necesario estudiar el siguiente problema:

FALTA DE ESTUDIO DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CAJA TÍPICA CON DISEÑO EXCLUSIVO Y PRODUCTOS TRADICIONALES DE LA PROVINCIA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA

JUSTIFICACIÓN:

1. Justificación Académica

Por medio de la elaboración del presente trabajo de investigación se pretende consolidar los conocimientos adquiridos en la Universidad Nacional de Loja, en la modalidad de estudios a distancia durante el transcurso de los nueve módulos anteriores que forman parte de la carrera de Administración de Empresas; vinculando la teoría con la práctica, generando así una fuente de consulta para los estudiantes y otros investigadores; además de que tiene por objetivo cumplir con el requisito para la obtención del Grado de Ingeniera Comercial.

2. Justificación Social

La implementación de una empresa productora y comercializadora de caja típica con diseño exclusivo y productos tradicionales en la ciudad de Loja, no sólo buscará generar ingresos para los inversionistas, también servirá para crear fuentes de trabajo para así poder aportar al desarrollo del país, y de la comunidad; mejorar el nivel de las familias y además desarrollar habilidades y destrezas en quienes laboren en dicha empresa.

3. Justificación Económica.

Analizando el ámbito empresarial en el entorno, y su desenvolvimiento de las perspectivas económicas, este trabajo de investigación tiene como finalidad, aportar a la gestión empresarial, para que de esta forma sus inversionistas tomen decisiones adecuadas y así les permita alcanzar el objetivo empresarial, de satisfacer a sus clientes, y además obtener utilidades; las mismas que aportarán al desarrollo económico de la ciudad de Loja.

OBJETIVOS:**1. General:**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de caja típica con productos tradicionales, con diseño exclusivo y su comercialización en la ciudad de Loja.

2. Específicos:

- ✓ Elaborar el estudio de mercado a fin de determinar la oferta y la demanda del producto.
- ✓ Realizar un estudio técnico con la finalidad de determinar la localización, tamaño, ingeniería de proyecto.
- ✓ Determinar el estudio legal y organizacional de la empresa.
- ✓ Definir el estudio económico financiero y buscar la mejor fuente de financiamiento para la ejecución del proyecto; además determinar presupuestos, análisis de costos y estados financieros.
- ✓ Realizar la evaluación del proyecto, en función al Valor Actual Neto; al Tasa Interna de Retorno; Relación Beneficio-Costo; Periodo de Recuperación de Capital; y, Análisis de Sensibilidad para determinar su factibilidad.

METODOLOGÍA:

En la presente investigación se tomará en cuenta los siguientes métodos y técnicas:

Métodos:

Método inductivo.- parte de lo particular a lo general. En la investigación propuesta se aplicará este método en el levantamiento de la información primaria para el estudio de mercado, a través de la aplicación de encuestas, con lo cual se obtendrá respuestas dadas por la muestra, y en base a ello se extraerá conclusiones acerca de toda la población.

Método deductivo.- es un tipo de razonamiento que nos lleva de lo general a lo particular. En la investigación se aplicará en el proceso de investigación bibliográfica para el análisis y estudio de casos de planes de negocio aplicados a empresas productivas.

Método analítico.- este consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos lo que nos permitirá conocer más acerca de nuestro objeto de estudio.

Método sintético.- este método se lo utiliza en todas las ciencias experimentales ya que mediante este se extraen las leyes generalizadoras.; se lo utilizará para formular conclusiones y recomendaciones que contribuirán a los emprendedores o inversionistas a una toma de decisiones basada en los resultados.

Método histórico.- este método nos permite utilizar técnicas y procedimientos que utilizan información primaria y otras evidencias que

permitirán investigar acontecimientos pasados con respecto al mercado y además poder comparar con el actual; los mismos que serán analizados y sistematizados para el desarrollo del proyecto.

En el presente trabajo de investigación utilizaré los métodos inductivo y deductivo.

TÉCNICAS:

Los métodos utilizan diferentes técnicas, en esta investigación se utilizarán las siguientes:

La observación directa

La observación directa es una técnica de exploración que consiste en efectuar el proceso de percepción, interpretación y registro sistemático de aquello que quiere analizar

Este método comprende el registro del comportamiento del encuestado, objetivos y eventos.

La encuesta

Es la recopilación de datos al establecer contacto con un número limitado de personas a través de cuestionarios, es el método más usado pero requiere de una planeación minuciosa, consume mucho tiempo y puede ser costosa.

La misma que nos permitirá recopilar información de las preferencias de la Población Económicamente Activa de la ciudad de Loja, lo que nos permitirá determinar la demanda, la oferta, los gustos y las preferencias; para el desarrollo del presente proyecto.

POBLACIÓN Y MUESTRA

POBLACIÓN

Por datos suministrados por el Consejo Nacional Electoral Loja, la Población Económicamente Activa en el año en curso tenemos: 146.451 ciudadanos distribuidos en las cuatro parroquias urbanas. Los datos estadísticos de este organismo de la Función Electoral son de Octubre 2014. La información utilizada para la construcción de las bases de datos se les actualiza cada trimestre; por este motivo no es necesaria una proyección.

DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

Para determinar la muestra, aplicaré la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población 146.451 ciudadanos PEA

e² = Margen de error, se aplica el 5%

APLICACIÓN DE LA FÓRMULA:

$$n = \frac{146.451}{1 + (0.05)^2 \times 146.451}$$

$$n = \frac{146.451}{367,1275} = 398,91 \cong 399$$

$n = 399$ encuestas

Por los datos presentados resultado de aplicar la fórmula, tenemos que aplicar en las cuatro parroquias de la ciudad de Loja: **399 encuestas**.

DISTRIBUCIÓN MUESTRAL DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE LA CIUDAD DE LOJA						
300	LOJA	Hombres	Mujeres	Total ciudadanos	%	Encuestas
5.320	EL SAGRARIO *	10.649	11.981	22.630	15,45%	62
6.015	SAN SEBASTIAN *	14.081	15.880	29.961	20,46%	82
6.100	SUCRE *	27.822	29.975	57.797	39,47%	157
6.210	VALLE *	17.494	18.569	36.063	24,62%	98
	TOTAL LOJA:	70.046	76.405	146.451	100,00%	399
	FUENTE: Consejo Nacional Electoral 2014					
	ELABORACIÓN: La Autora					

ANEXO Nº 2**MODELO DE ENCUESTA**

Para cumplir con los requerimientos académicos, previo a la obtención del título de Ingeniera Comercial de la UNL, de la Modalidad de Estudios a Distancia, debo realizar un “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CAJA TÍPICA CON DISEÑO EXCLUSIVO Y PRODUCTOS TRADICIONALES Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA”; para lo que preciso su información:

Marque con una (X) las respuestas que considere conveniente

1 ¿En qué rango se encuentran sus ingresos mensuales?

0 a 290

291 a 400

401 a 500

501 a 800

801 a 1100

1101 o más

2 ¿Cuándo compra cajas decoradas para regalo qué material prefiere?

Plástico

Cartón

Madera

3 Cuando usted compra cajas decorativas, lo hace para:

Regalar

Uso personal

Las dos anteriores

Otras

¿Por qué?

4 ¿Qué cantidad de cajas decoradas compra usted por semestre?

De 1 a 2

De 3 a 4

De 5 a 6

De 7 en adelante

5 ¿Utiliza cajas decorativas, utilitarias con diseño exclusivos en madera?

Si

No

¿Por qué?

Conoce usted los siguientes productos tradicionales lojanos:
6 Horchata; Café; Bocado; y, Chamico.

Si

No

- 7 Si se implementara una empresa productora de cajas decorativas, utilitarias con diseño exclusivo y productos tradicionales lojanos; estaría dispuesto a adquirir el producto.

Si No

¿Por qué? _____

- 8 ¿En qué lugar preferiría comprar las cajas decorativas, utilitarias con diseño exclusivo y productos tradicionales lojanos?

Almacenes artesanales de la Puerta de la ciudad.

Almacén del Patronato Municipal.

Almacenes artesanales de la calle Lourdes.

Locales artesanales del hall del Consejo Provincial

- 9 ¿Cuánto paga usted por una caja decorativa, utilitaria con diseño exclusivo y productos tradicionales lojanos?

1 a 5 USD. 6 a 10 USD 10 USD adelante

- 10 ¿Por qué medio publicitario le gustaría informarse sobre la existencia del producto?

Radio

Prensa Escrita

Televisión

¿En qué horarios usted tiene acceso a estos medios de comunicación?

06h00 a 12h00

12h01 a 18h00

18h01 en adelante

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

Esferos ecológicos

Llaveros

Pulseras de tela con diseño

Gracias por su colaboración.

ÍNDICE**ÍNDICE DE CONTENIDOS.**

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	5
c. INTRODUCCIÓN.....	8
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	11
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	29
f. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	35
g. DISCUSIÓN.....	47
h. CONCLUSIONES.....	120
i. RECOMENDACIONES.....	122
j. BIBLIOGRAFÍA.....	123
k. ANEXOS.....	124
ÍNDICE.....	138

