



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Título

***Proyecto de factibilidad para la creación de una
empresa productora de tabacos sin filtro “chamico”
y su comercialización en la ciudad de Loja***

Tesis previo a la obtención del
Grado de Ingeniero Comercial.

ALUMNO:

DANIEL PAZ SISALIMA

DIRECTOR:

ING. EDISON ESPINOSA BAILON

Loja – Ecuador

2015

CERTIFICACIÓN

Ing. Com. Edison Espinosa Bailón, MAE

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

CERTIFICA:

Que la presente tesis de grado titulado: **Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de tabacos sin filtro “chamico” y su comercialización en la ciudad de Loja**, realizado por el postulante: Daniel Paz Sisalima, cumple con los requisitos establecidos por las normas generales para la graduación en la Universidad Nacional de Loja, tanto en aspectos de forma como de contenido, por lo cual me permito autorizar su presentación para los fines pertinentes.

Loja, 14 de Agosto del 2015



.....
Ing. Com. Edison Espinosa Bailón, MAE

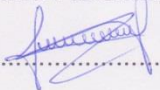
Director de Tesis

AUTORÍA

Yo, Daniel Paz Sisalima, declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes Jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido de la misma.

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

Autor: Daniel Paz Sisalima

Firma:.....

Cedula N°:1103421614

Fecha: Loja, Agosto del 2015

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR(A)
PARA LA CONSULTA DE REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo, Daniel Paz Sisalima, declaro ser autor de la tesis titulada: **Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de tabacos sin filtro "chamico" y su comercialización en la ciudad de Loja**, como requisito para optar el grado de Ingeniero 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 los contenidos de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y el exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 14 días del mes de Enero del Dos Mil Quince, firma el autor.

Firma: 

Autor: Daniel Paz Sisalima

Cedula: 1103421614

Dirección: calles Brasil y avenida pío Jaramillo Alvarado N° 18-30

Correo Electrónico: dapazsi1175@hotmail.es

Teléfono: 2572301- 0991631564

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTORA DE TESIS: Ing. Com. Edison Espinosa Bailón, MAE

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

PRESIDENTE: Dr. Mg. Luis Quizhpe Salinas

VOCAL: Ing. Mg. Carlos Rodríguez Armijos

VOCAL: Ing. Mg. Galo Salcedo López

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedico primeramente a Dios, a mi familia y amigos por su apoyo incondicional en todo momento hasta la consecución de mis metas y así mismo a todos quienes conforman la Universidad Nacional de Loja, especialmente a los docentes de la Carrera de Administración de Empresas, quienes nos brindan valiosos conocimientos permitiéndonos académicamente llegar a culminar nuestra carrera universitaria y el presente trabajo de investigación.

El Autor.

AGRADECIMIENTO

Al concluir la carrera quiero dejar constancia de mi presencia imperecedera gratitud y un especial agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja por darme la oportunidad de cursar y culminar mis estudios superiores, también a la Carrera de Administración de Empresas por permitirme formarme como profesional, a su planta docente, quienes desinteresadamente supieron compartir sus conocimientos en forma oportuna y sincera; a mi Director de Tesis el Ing. Com. Edison Espinosa Bailón, MAE, que en forma profesional y leal orientó el presente trabajo de tesis.

El Autor.

a. TÍTULO:

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA PRODUCTORA DE TABACOS SIN FILTRO “CHAMICO” Y
SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA”**

b. RESUMEN

El tabaco tiene principalmente 2 ventajas de consumo sobre las otras drogas: es socialmente aceptada y es de consumo legal lo que contribuye a que sea más utilizado

Otro problema se da cuando la persona adicta al tabaco deja de consumirlo, se presentan algunas alteraciones de carácter psíquico y físico, tales como: angustia, mal humor, nerviosismo, insomnio, temblores, etc.

Cómo debatir o disminuir riesgos inherentes al emprendimiento en este mercado (tabaco) en el país? Una herramienta adecuada lo constituyen los estudios de Factibilidad, la misma que permitirán evaluar comercial, técnica, legal y financieramente la idea de negocio, siempre tratando de buscar la mejor alternativa para tratar de comercializar y aprovechar fortalezas que tenga este tipo de producto que se ha venido elaborando y consumiendo por nuestros ancestros y que pretendemos ampliar el mercado.

Es así que con el objeto de promover el desarrollo y crecimiento de nuestra ciudad y dar solución a la problemática explicada se ha creído conveniente la creación de un taller de mecánica automotriz. A través de la Universidad Nacional de Loja y su compromiso con la comunidad, se pretende realizar el trabajo de investigación denominado: "Proyecto de Factibilidad para la creación de una empresa productora de tabaco sin filtro "chamico" y su comercialización en la ciudad de Loja".

Este trabajo de investigación tiene como objetivo principal:

Determinar la factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora tabacos sin filtro "CHAMICO "en la ciudad de

Loja. Y el análisis completo del proyecto se requiere de la realización de los objetivos específicos: estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y legal, estudio económico, financiero y finalmente la evaluación del proyecto.

Para el estudio de la investigación se utilizó la siguiente metodología: el método deductivo permitió obtener conclusiones válidas determinando si es viable o no la creación del proyecto y el método descriptivo analítico este método se utilizó durante el desarrollo de toda la investigación.

En los resultados se aplicó una encuesta tanto a los demandantes Demanda potencial en 58%, con una demanda real del 58% y una demanda efectiva de un 78% y la oferta para este producto está en 0 ya que no hay empresas dedicadas a la elaboración de tabaco sin filtro.

En los resultados se aplicó una encuesta tanto a los demandantes en la Ciudad de Loja para determinar la aceptación del producto en el mercado. Dentro de la discusión se realizó el estudio de mercado donde se estableció la demanda; pudiéndose obtener la demanda insatisfecha que es de 4780804 unidades de tabacos para el primer año, posteriormente se establece el plan de comercialización, determinación del precio, plaza y publicidad del producto; En el estudio técnico se detalla el tamaño y localización de la planta; En el estudio administrativo y legal de la empresa facilita determinar el grupo empresarial, la constitución, organización y los manuales de funciones.

Capacidad instalada para el primer año es de 3942000 unidades al año

Capacidad utilizada para el primer año es de 936000 unidades al año.

En el estudio financiero se señala la inversión necesaria para poder implementar el proyecto la misma que es de \$28,255.71 dólares.

Finalmente se realizó la evaluación para lo cual se analizó los siguientes indicadores: Valor Actual Neto de \$68,506.55; Tasa Interna de Retorno de 52.50%; Relación Beneficio Costo es de 1.43 por cada dólar invertido la empresa gana 0.43 centavos de dólar; Periodo de Recuperación de Capital es de 2 años, 5 meses y 23 días; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 24.55% dando un total del 0.98% y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos del 18.10% dando un total del 0.99% por lo cual el proyecto es factible, cuyas conclusiones y recomendaciones así lo determinan, adjuntándose la bibliografía consultada con sus respectivos anexos.

ABSTRACT

The snuff has mainly two advantages over other drug consumption: it is socially acceptable and legal consumer is what helps make it more widely used

Another problem is when the person addicted to snuff stop consuming, some mental and physical disorders, such as occur in nature: anxiety, irritability, nervousness, insomnia, tremors, etc.

How rebut or reduce risks inherent in this market entrepreneurship (snuff) in the country? A suitable tool constituent studies Feasibility, the same that will evaluate commercial, technical, legal and financial business idea, always trying to find the best alternative to trying to market and leverage strengths that have this type of product that has come prepared and consumed by our ancestors and we intend to expand the market.

Thus, in order to promote the development and growth of our city and solve the problem explained it was thought advisable to create an automotive mechanics. Through the National University of Loja and commitment to the community is to conduct research work entitled: "Feasibility Project for the creation of a producer of snuff unfiltered" fireweed "and its commercialization in the city of Loja ".

This research has as its main objective:

Determine the feasibility of implementing a producer and marketer of seafood Skewers Company in the city of Loja. And the complete analysis of the project requires the realization of the specific objectives: market research, technical study, administrative and legal study, economic, financial study and finally the evaluation.

To study the following research methodology was used: the deductive method yielded valid conclusions determining the feasibility or project creation and analytical descriptive method this method was used during the development of all research.

In the results a survey was applied to both plaintiffs City Loja to determine product acceptance in the market. Within the discussion studying market where demand was established was performed; being able to obtain the unsatisfied demand is 4780804 units of tobacco for the first year, then the marketing plan, pricing, place and product advertising is established; The technical study the size and location of the plant is detailed; In the administrative and legal study of the company facilitates determining business group, the constitution, organization and functions manuals.

In the financial investment necessary study notes to implement the project the same which is \$ 28,255.71 US dollars.

Finally the assessment for which the following indicators are analyzed was performed: Net Present Value of \$ 68,506.55; Internal Rate of Return of 52.50%; Benefit Cost Ratio is 1.43 for every dollar invested company earns 0.43 cents; Capital Recovery Period is 2 years, 5 months and 23 days; Sensitivity analysis indicates that the project supports an increase in the cost of 24.55% for a total of 0.98% and a sensitivity analysis on the decrease in revenues of 18.10% for a total of 0.99% so the project is feasible, the conclusions and recommendations so determined, accompanied by the literature consulted with their respective annexes.

c. INTRODUCCIÓN

En el proyecto de mención se ha tomado en consideración varios aspectos importantes que han permitido analizar cualitativa y cuantitativamente la conveniencia de emprender un proyecto de inversión.

Para el desarrollo de dicho proyecto de inversión se abordaron los siguientes objetivos como son:

Un Resumen donde se habla de las partes más importantes de todo a la investigación realizada, en la revisión de literatura se encuentra los conceptos generalizados del tema planteado.

Los materiales y métodos utilizados como: materiales los suministros de oficina y equipos de oficina; y métodos de investigación: Método inductivo: Este método me sirvió como apoyo para definir el grado de aceptación del segmento de la población encuestada y la percepción del consumidor frente a la adquisición del producto; y el Método deductivo: permitió obtener conclusiones válidas para determinar si es viable o no la creación del proyecto, conociendo de forma real el entorno dónde se ubica la empresa.

En la exposición de resultados se procedió a redactar los referentes del producto a ofrecer, así como también se describió y realizó el estudio de mercado, el mismo que sirvió para realizar el análisis de demanda de los tabacos sin filtro en la Ciudad de Loja, a través de encuestas directas aplicadas a los consumidores, de cuyos análisis se logró la cuantificación de la demanda, obteniendo así la oportunidad en el mercado, además se determinó la posibilidad del proyecto en el mercado, los canales de comercialización, precios y publicidad.

Una vez obtenida la oportunidad de mercado se procedió a determinar el tamaño del proyecto sobre la base del análisis de ciertos factores como son: demanda, oferta, se adquirió tecnología requerida, la distribución de la planta, como también establecer la macro y micro localización.

En el estudio organizacional se propone la organización legal, estructura organizativa y manual de funciones de la empresa, las mismas que serán una base para el normal funcionamiento de la empresa.

Seguidamente se procedió a realizar el estudio financiero, en donde se determina las inversiones y financiamiento del proyecto, también se realizó la evaluación del proyecto para establecer la conveniencia del proyecto y de su ejecución para cual se analizó los siguientes indicadores como el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital, Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos en donde indica que el proyecto es rentable.

Una vez realizados los estudios necesarios para la elaboración del proyecto se formuló las debidas conclusiones y recomendaciones de la investigación.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

TABACO.

El tabaco es un producto de la agricultura y es también originario del continente americano y es procesado mediante las hojas de diversas plantas, se puede consumir de varias formas, siendo la principal por combustión produciendo humo. El tabaco proviene de una planta que se ha usado desde hace muchos siglos.

El tabaco contiene más de 4,000 sustancias químicas activas y por lo menos 43 de esas 4,000 son cancerígenas y el resto de las demás sustancias son toxicas, venenosas y dañan los genes.¹

Grafico N° 1



HISTORIA DEL TABACO

El nombre tabaco, para denominar a la misma planta, es explicado por uno de los primeros cronistas americanos, el padre Gonzalo Fernández de

¹ VARIOS AUTORES, Elaboración y Evaluación de proyectos de Inversión Módulo 10, 2010

Oviedo y Valdez, quien en su obra “Historia general de las Indias” (Sevilla 1535) relata: “entre otras costumbres reprobables los indios tienen una que es especialmente nociva y que consiste en la absorción de una cierta clase de humo a lo que llaman “tabaco” para producir un estado

CHAMICO.

El chamico es una de las tradiciones que identifica a Vilcabamba, parroquia del cantón Loja, conocida a nivel mundial como el Valle de la Longevidad, en donde es fácil encontrar entre sus habitantes a hombres y mujeres centenarios que le atribuyen su salud al clima, la calidad del agua y sus hábitos, entre los que se incluye disfrutar de un chamico, cigarro tipo habano.

Esa costumbre, pese a estar amenazada por la industria tabacalera, aún se conserva y tiene un espacio muy importante en Vilcabamba, desde donde se distribuye a otros sectores de la provincia y el país.²

PROYECTO DE FACTIBILIDAD.

Es un conjunto de informaciones que permite tomar decisiones para la asignación de Recursos (Humanos, Materiales, Económicos) a una determinada actividad productiva que asegure una rentabilidad mayor que la tasa de Interés de Oportunidad (TIO), EL Costo de Oportunidad de la Inversión (CO), o el costo de capital (CK).Es la decisión de utilizar los

² VARIOS AUTORES, Elaboración y Evaluación de proyectos de Inversión Módulo 10, 2010

recursos escasos, con el objetivo de incrementar, mejorar o mantener la producción de bienes o la prestación de servicios.³

TIPOS DE PROYECTO.

PROYECTO DE INVERSIÓN PRIVADO.

Es realizado por un empresario particular para satisfacer sus objetivos. Los beneficios que la espera del proyecto, son los resultados del valor de la venta de los productos (bienes o servicios), que generara el proyecto.

PROYECTO DE INVERSIÓN PÚBLICA O SOCIAL.

Busca cumplir con objetivos sociales a través de metas gubernamentales o alternativas, empleadas por programas de apoyo. Los terminas evolutivos estarán referidos al termino de las metas bajo criterios de tiempo o alcances poblacionales.

GENERACIÓN Y ANÁLISIS DE LA IDEA DE PROYECTO.

La generación de una idea de proyecto de inversión surge como consecuencia de las necesidades insatisfechas, de políticas, de un la existencia de otros proyectos en estudios o en ejecución, se requiere complementación mediante acciones en campos distintos, de políticas de acción institucional, de inventario de recursos naturales.

En el planteamiento y análisis del problema corresponde definir la necesidad que se pretende satisfacer o se trata de resolver, establecer su magnitud y establecer a quienes afectan las deficiencias detectadas (grupos, sectores,

³ VARIOS AUTORES, Elaboración y Evaluación de proyectos de Inversión Módulo 10, 2010

regiones o a totalidad del país). Es necesario indicar los criterios que han permitido detectar la existencia del problema, verificando la confiabilidad y pertinencia de la información utilizada. De tal análisis surgirá la especificación precisa del bien que desea o el servicio que se pretende dar.

ETAPAS DE INVERSIÓN

Esta etapa de un proyecto se inicia con los estudios definitivos y termina con la puesta en marcha. Sus fases son:

FINANCIAMIENTO: Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar a la inversión, en forma o proporción definida en el estudio de pre-inversión correspondiente. Por lo general se refiere a la obtención de préstamos.

ETAPAS DE OPERACIÓN.

Es la etapa en que el proyecto entra en producción, iniciándose la corriente de ingresos generados por la venta del bien o servicio resultado de las operaciones, los que deben cubrir satisfactoriamente a los costos y gastos en que sea necesario incurrir. Esta etapa se inicia cuando la empresa entra a producir hasta el momento en que termine la vida útil del proyecto, periodo en el que se hará el análisis evaluación de los resultados obtenidos.⁴

La determinación de la vida útil de un proyecto puede determinarse por el periodo de obsolescencia del activo fijo más importante (ejemplo: maquinarias y equipo de procesamiento). Para efecto de evaluación

⁴ apag, N.y Sapag, R., (1998) Preparación y Evaluación de Proyectos (Tercera Edición), p17.

económica y financiera, el horizonte o vida útil del proyecto más utilizado es la de 10 años de operario, en casos excepcionales 15 años.

ETAPA DE EVALUACIÓN DE RESULTADOS.

El proyecto es la acción o respuesta a un problema, es necesario verificar después de un tiempo razonable de su operación, que efectivamente el problema ha sido solucionado por la intervención del proyecto. De no ser así, se requiere introducir las medidas correctivas pertinentes. La evaluación de resultados cierra el ciclo, preguntándose por los efectos de la última etapa a la luz de lo que inicio el proceso. La evaluación de resultados tiene por lo menos dos objetivos importantes:

1. Evaluar el impacto real del proyecto (empleo, divisas y descentralización), ya entrando en operación, para sugerir las acciones correctivas que se estimen convenientes.
2. Asimilar la experiencia para enriquecer el nivel de conocimientos y capacidad para mejorar los proyectos futuros.⁵

ETAPAS DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio del mercado de un proyecto es uno de los más importantes y complejos de todos los que deben enfrentar el preparador del proyecto ya que se identifica con la definición del precio y la demanda a que los consumidores están dispuestos a comprar. Más que el estudio del consumidor para determinar el precio del producto y la cantidad que

⁵ apag, N.y Sapag, R., (1998) Preparación y Evaluación de Proyectos (Tercera Edición), p17.

demandará, para calcular los ingresos tendrá que analizar los mercados, proveedor, competidor, distribuidor y consumidor y en algunos casos, por su particular importancia, deberá realizarse un estudio del mercado externo.⁶

Es por ello que para conocer los más importantes factores que inciden en el producto, se aplican herramientas para lo cual es necesario realizar diagnósticos sobre publicidad, ventas, precio, diseño, calidad, canales de comercialización, es decir este estudio determina los bienes y servicios que serán demandados por la sociedad.

a) OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Se entiende por objetivo de estudio de mercado lo siguiente:

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado o brindar un mejor servicio del que ofrecen de los productos existentes.
- Tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo.
- Indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente.
- Conocer cuáles son los medios que se emplean para ser llegar los bienes o servicios a los usuarios. Exponer los canales de distribución

⁶Sapag, N.y Sapag, R., (1998) Preparación y Evaluación de Proyectos (Tercera Edición), p17.

acostumbrados para el tipo de bien o servicio que se desea colocar y cuál es su funcionamiento.

- Propone dar una idea al inversionista del riesgo que su producto corre de ser o no ser aceptado en el mercado, ya que una demanda insatisfecha clara y grande no siempre indica que pueda penetrarse con facilidad en el mercado.

INVESTIGACION DE MERCADO

Aunque cada proyecto requiere de una investigación de mercado, proceso que considere un estudio histórico tendiente a determinar una relación de causa efecto entre las experiencias de otros y los resultados logrados, un estudio de la situación vigente que permita definirla y un estudio proyectado que tenga en cuenta la situación sin y con el proyecto y con la determinación de su estrategia comercial, ya que esta será en definitiva la que indique la composición de los costos. Para esto será fundamental el estudio del consumidor, de sus hábitos y motivaciones de compra, de su nivel de ingreso y composición del gasto. En la investigación de mercado se aplican herramientas como la realización de encuestas y métodos que permiten obtener la información necesaria para la identificación y cuantificación del segmento de mercado objeto del plan de negocio.⁷

DEMANDA

El estudio de la demanda está encaminada a estudiar su comportamiento actual y futuro, en un área de influencia determinada y en ciertos niveles de

⁷Sapag, N. y Sapag, R., (1998) Preparación y Evaluación de Proyectos (Tercera Edición), p 68.

precios, consultando naturalmente, la capacidad de pago de los consumidores. Es decir la demanda es el proceso mediante el cual se logran determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien o servicio.

En el área del mercado es de suma importancia la determinación de la zona geográfica en donde se ubican los potenciales demandantes o beneficiarios que poseen el deseo o la necesidad, la capacidad de pago y la decisión de adquirirlo.

OFERTA

El estudio de la oferta tiene por objeto identificar la forma como se han atendido y como se atenderán en un futuro, las demandas o las necesidades de la comunidad. No suele ser tarea fácil estimar, con algún grado de certeza, la oferta en un proyecto determinado, puesto que la información que interesa está en manos de la competencia, que por obvias razones no está interesada en divulgarla, ya que en algunas ocasiones constituye en una arma poderosa para competir en el mercado; sin embargo a través de algunos mecanismos indirectos de información global se podrá llegar a tener una idea aproximada del comportamiento de la oferta.

Un buen punto de partida puede ser el observar el número de empresas que concurren al mercado, con el fin de inferir, en primera instancia, el régimen del mismo, esto es, observar si se trata de un solo proveedor o por lo contrario, son varios o muchos los que atienden la demanda. ⁸

⁸Miranda, J. Gestión del Proyecto ,p. 101

COMERCIALIZACIÓN

El estudio de comercialización señala las formas específicas de procesos intermedios que han sido previstos para que el producto o servicio llegue al usuario final.

El proceso de comercialización incluye: las formas de almacenamiento, los sistemas de transporte empleados, la presentación del producto o servicio, el crédito a los consumidores, la asistencia técnica a los usuarios, los mecanismos de promoción y publicidad.

Conocer los canales de comercialización permite determinar el costo agregado al producto por efecto de su distribución. El canal de comercialización o de distribución, está determinado por el camino que recorre un bien o servicio desde el productor hasta el consumidor; esto supone el hecho, vinculaciones que se pactan entre la empresa que produce el bien o servicio y los intermediarios que garantizan la relación con los usuarios finales.

Para conocer los procesos que se dan en la comercialización de un bien o servicio, se precisa de un conjunto de relaciones organizacionales entre los productores, los intermediarios y desde luego, los usuarios finales.⁹

El margen de comercialización es una medida del costo de comercialización en cada etapa del proceso. En términos generales se puede definir como la

⁹Miranda, J Gestión del Proyecto ,p. 105

diferencia entre el precio que paga el consumidor y el valor que recibe el productor o la empresa que presta el servicio. ¹⁰

Su expresión matemática se presenta en la siguiente forma:

$$MC = P_c - P_p$$

MC= margen de comercialización

P_c= precio al consumidor

P_p= Precio al productor

PROMOCION Y PUBLICIDAD

La razón misma de producción de bienes o servicios que se ofrecen tienen la deliberación intención de llevarlos a los usuarios finales, por lo tanto cualquier acción de promoción o publicidad encaminada a hacerlo conocer o impulsar su consumo o utilización, genera necesariamente un valor agregado y supone desde luego la necesidad de asumir un costo por ese concepto. Algunos productos de gran consumo presentados en gran variedad de formas y marcas tendrán que disputarse a los consumidores a través de calidad, precio y desde luego, mediante las promociones (rifas, regalos, bonos estímulos, facilidades de crédito, garantías ampliadas, atención preferencial etc.) y campañas publicitarias (a través de prensa, radio, televisión, vallas, Internet, etc.)¹¹

¹⁰Miranda, J Gestión del Proyecto, p. 106

¹¹Gestión del Proyecto Juan José Miranda Miranda Pag. 108

ESTUDIO TÉCNICO

Es el Estudio Técnico, que supone la determinación del tamaño más conveniente, la localización final apropiada, la selección del modelo tecnológico y administrativo, consecuentes con el comportamiento del mercado y las restricciones de orden financiero. Todo lo financiero del proyecto, que corresponde a la estimación de las inversiones, los costos e ingresos además de la identificación de las fuentes está montado en gran parte en el resultado de los estudios técnicos. El estudio técnico además, se encamina a la definición de una función adecuada de producción que garantice la utilización óptima de los recursos disponibles. ¹²

- **TAMAÑO**

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

CAPACIDAD DEL PROYECTO

Desde un principio es importante definir la unidad de medida del tamaño del proyecto que permita dimensionarlo y compararlo con otros similares. La forma más utilizada es establecer la cantidad de producción o de prestación del servicio por unidad de tiempo. Existen, además algunas medidas que permiten contemplar la apreciación del tamaño del proyecto, pueden ser entre otras el monto de inversión asignada al proyecto, el número de puestos de trabajos creados, el área física ocupada, la participación en el mercado a los niveles de ventas alcanzados, entre otras.

¹²Gestión del Proyecto Juan José Miranda Miranda Pag. 118

Por otro lado es útil aclarar ciertos términos con respecto a la capacidad del proyecto, podemos distinguir tres situaciones:

- **Capacidad Diseñada.-** Corresponde al máximo nivel posible de producción o de prestación del servicio.
- **Capacidad Instalada.-** Corresponde a la capacidad máxima disponible permanentemente.
- **Capacidad Utilizada.-** Es la fracción de capacidad instalada que se está empleando. En la medida en que se pueda penetrar al mercado y se mejore la eficiencia empresarial, se irá incrementando la capacidad utilizada hasta llegar al tope dado por la capacidad instalada.¹³

LOCALIZACIÓN

Al estudiar la localización adecuada de la empresa, se busca determinar aquella localización que maximice la rentabilidad del proyecto. La decisión de la localización de un proyecto es una decisión de largo plazo con repercusiones económicas importantes que deben considerarse con la mayor exactitud posible. Esto exige que su análisis se realice en forma integrada con las restantes variables del proyecto: demanda, transporte, competencia, etc. Su objetivo es más general que la ubicación por si misma; es elegir aquella que permita las mayores ganancias entre las alternativas que se consideran factibles. ¹⁴

¹³Miranda, J Gestión del Proyecto, p. 119

¹⁴Sapag, N.y Sapag, R., (1998) Preparación y Evaluación de Proyectos (Tercera Edición), p 183

a) MICROLOCALIZACIÓN

El análisis de la micro localización solo indicara cual es la mejor alternativa de instalación dentro de la macro zona elegida. Sin embargo, debe tener presente que el estudio de la microlocalización no corregirá los errores en que se pudo haber incurrido en la macro localización.

b) MACROLOCALIZACIÓN

La selección previa de una macro localización permitirá, a través de un análisis preliminar, reducir el número de soluciones posibles, al descartar los sectores geográficos que no respondan a las condiciones requeridas por el proyecto. La selección de la macro zona tendrá que considerar, para un mismo proyecto, muchos factores de localización diferentes de los que se utilizaran en la elección de la micro ubicación; por ejemplo, factores como políticas impositivas, las influencias climáticas y otras que tienen preponderancia en la selección de la macro localización.¹⁵

c) FACTORES DE LA LOCALIZACIÓN

Los factores que influyen más comúnmente en la decisión de la localización de un proyecto son:

- **Factores Geográficos.-** Son los que afectan físicamente a la empresa como la localización, el clima, la infraestructura y las vías de acceso.
- **Factores Institucionales.-** Son los relacionados a planes y estrategias de desarrollo y descentralización.
- **Factores sociales y Culturales-** Se estudian no solo las variables demográficas como tamaño, distribución, edad y cambios migratorios, entre

¹⁵Sapag, N.y Sapag, R., (1998) Preparación y Evaluación de Proyectos (Tercera Edición), p185

otras, sino también aspectos como la actitud hacia la nueva industria, disponibilidad, calidad y confiabilidad en los trabajadores en potencia, tradiciones y costumbres que pueden inferir con las modalidades conocidas de realizar negocios.

- **Factores Económicos, legales y políticos.-** Marco de restricciones y oportunidades al análisis, tales como leyes sobre niveles de contaminación, especificaciones de construcción, franquicias tributarias o agilidad en la obtención de permisos para las nuevas instalaciones. Relacionados con el comportamiento de la economía nacional e internacional. ¹⁶

INGENIERIA DEL PROYECTO

Conocido como tecnología, es un conjunto de conocimientos de carácter técnico y científico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados para la fabricación de una unidad de producción. Son métodos y procedimientos que hacen más eficientes la productividad y distribución de productos. Consiste en seleccionar una función de producción que permita racionalizar los recursos reales y financieros.

Realiza una tarea combinada entre la construcción de obras físicas y la instalación de servicios básicos.

PROCESOS DE PRODUCCIÓN

Es aquel ciclo productivo al cual se someten la materia prima o insumos para su transformación en bienes finales con participación de la tecnología, la

¹⁶NassirSapagChain; Reinaldo SapagChain Preparación y Evaluación de Proyectos Tercera Edición 1998. Pág. 186

mano de obra y otros. El proceso de producción, es un conjunto de pasos que son experimentales dentro del aparato productivo, al cual son sometidos los insumos con el objeto de obtener bienes de uso final.

a) DISEÑO DEL PRODUCTO

El diseño del producto es un pre requisito para la producción al igual que el pronóstico de volumen. El resultado de la decisión del diseño del producto se transmite a operaciones en forma de especificaciones del producto. En estas especificaciones se indican las características que se desea tenga el producto y así se permite que se proceda con la producción.

b) DESCRIPCION DEL PRODUCTO

En este punto se trata de definir: 1. El producto o servicio a ofrecer ("Qué ofrecemos, para qué sirve").2. El segmento o segmentos del mercado al que va dirigido ("Para quién"). Debe contener una explicación detallada del concepto básico y de las características técnicas de los productos o servicios. Debe contener una indicación expresa de las cualidades más significativas, de las ventajas que aportan, de los soportes tecnológicos donde se apoyan.¹⁷

c) DIAGRAMA DEL PROCESO

Es una representación gráfica de los pasos que se siguen en toda una secuencia de actividades, dentro de un proceso o un procedimiento, identificándolos mediante símbolos de acuerdo con su naturaleza; incluye, además, toda la información que se considera necesaria para el análisis, tal como distancias recorridas, cantidad considerada y tiempo requerido.

¹⁷ NassirSapagChain; Reinaldo SapagChain Preparación y Evaluación de Proyectos Tercera Edición 1998.

Para representar y analizar el proceso productivo, existen varios métodos entre los cuales tenemos el diagrama de bloques, el diagrama de flujo.

ESTUDIO LEGAL

Entre las formas legales más representativas de la organización empresarial en países de economía privada o mixta, se pueden distinguir las de empresario individual, compañía de responsabilidad limitada, compañía anónima, compañía colectiva, en comandita, compañía de economía mixta.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

En el Estudio Organizacional se define el marco formal: el sistema de comunicación y los niveles de responsabilidad y autoridad de la organización, necesaria para puesta en marcha y ejecución del proyecto. Incluye organigramas, descripción de cargos y funciones y los gastos administrativos necesarios para el posterior estudio económico y financiero.¹⁸

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La estructura empresarial influye en la cantidad de reglas, procedimientos, trámites y otras limitaciones a que se ven enfrentados los trabajadores en el desarrollo de su trabajo. La finalidad de una estructura organizacional es establecer un sistema de papeles que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar juntos de forma óptima y que se alcancen las metas fijadas en la planificación.

¹⁸ NassirSapagChain; Reinaldo SapagChain Preparación y Evaluación de Proyectos Tercera Edición 1998.

- **ORGANIGRAMAS**

Los organigramas son sistemas de organización que se representa en forma intuitiva y con objetividad. Representa las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competenciales de vigor en la organización.

TIPOS DE ORGANIGRAMAS

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.- Es aquel que está representado jerárquicamente o por el cargo que ocupan en la compañía,.Los organigramas estructurales consisten en representar gráficamente a las personas, puestos u otras unidades, los que están colocados y conectados por líneas, las cuáles indican la cadena de mando (la jerarquía de los empleados); de tal manera pueden expresar grados de autoridad y responsabilidad y clase de la relación que los liga.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL.- Incluyen las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general.

ORGANIGRAMA DE POSICIÓN.- Este organigrama recoge los nombres de las personas que pertenecen a cada uno de los niveles estructurales y funcionales. 19

19 NassirSapagChain; Reinaldo SapagChain Preparación y Evaluación de Proyectos Tercera Edición 1998.

- **MANUAL DE FUNCIONES**

Manual de funciones es la versión detallada de la descripción de los objetivos, funciones, autoridad y responsabilidad de los distintos puestos de trabajo que componen la estructura de la Organización.²⁰

ESTUDIO FINANCIERO

Es una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, diagnóstico de la situación actual y predicción de eventos futuros y que, en consecuencia, se orienta hacia la obtención de objetivos previamente definidos. Su objetivo es 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.²¹

- **INVERSIONES.**

Son las aplicaciones de recursos financieros destinados a incrementar los activos fijos o financieros de una entidad. Desembolsos de recursos financieros destinados a la adquisición de instrumentos de producción, que la empresa va a utilizar durante varios periodos económicos.

ACTIVOS FIJOS.- Son aquellos que no varían durante el ciclo de explotación de la empresa. Bienes que la empresa utiliza de una manera continúa durante el curso normal de sus operaciones y que representarán al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido.

²⁰VARIOS AUTORES, Elaboración y Evaluación de proyectos de Inversión Módulo 10, 2010

En tanto, para que un bien sea plausible de ser considerado como el activo fijo de una empresa deberá cumplir o reunir las siguientes características: ser físicamente tangible, tener una vida útil relativamente larga, por lo menos mayor a un año, sus beneficios deben extenderse por lo menos un año o un ciclo normal de operaciones, ser utilizado en la producción o comercialización de bienes y servicios, ya sea para ser alquilados a terceros o bien para fines administrativos, esto quiere decir que el bien existe con la finalidad de ser usado en las operaciones de la empresa de manera continuada y no para ser destinado a la venta en lo que sería el curso normal del negocio.

ACTIVOS DIFERIDOS

Son todos los recursos que son pagados para obtener un beneficio futuro, entre los cuales se encuentran los gastos anticipados, como intereses, seguros, arrendamientos, los cargos diferidos que representan bienes o servicios recibidos de los cuales se espera obtener beneficios económicos en otros periodos.

El valor histórico de estos activos, se debe amortizar en forma sistemática durante el lapso estimado para su recuperación. La amortización de los activos diferidos se debe reconocer desde la fecha en que se originen ingresos, teniendo en cuenta que los correspondientes a organización, pre operativos y puesta en marcha se deben amortizar en el menor tiempo entre el estimado y la duración del proyecto.²²

²² NassirSapagChain; Reinaldo SapagChain Preparación y Evaluación de Proyectos Tercera Edición 1998.

CAPITAL DE TRABAJO

Son aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios). La empresa para poder operar, requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos, etc. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo.

• PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN

Es aquel que va desde la adquisición de la materia prima hasta la transformación de la misma, con la utilización de los recursos técnicos, tecnológicos y humanos que sean para la obtención de un producto útil. Esta actividad termina con el almacenamiento de estos productos.

Un plan de producción debe contener:

1. Las necesidades totales de producción por producto.
2. Las políticas de inventarios de producción y productos en proceso.
3. La capacidad de la planta en funcionamiento y los límites de desviaciones permisibles.
4. Políticas de expansión o contratación de la capacidad de la Planta.²³
5. Las compras de materias primas, su política de inventarios y disponibilidad de MO.

²³ NassirSapagChain; Reinaldo SapagChain Preparación y Evaluación de Proyectos Tercera Edición 1998.

6. El efecto de la duración del tiempo de procesamiento.
7. Los lotes económicos.
8. La programación de la producción a través del periodo de presupuesto.

• FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Estas pueden ser internas o externas; el financiamiento interno se realiza invirtiendo parte de las utilidades de la empresa (autofinanciamiento). El financiamiento externo proviene de los créditos bancarios o de la emisión de valores como las acciones y obligaciones.²⁴

PRESUPUESTOS DE COSTOS E INGRESOS

Permite proyectar los ingresos que la empresa va a generar en cierto periodo de tiempo. Para poder proyectar los ingresos de una empresa es necesario conocer las unidades a vender, el precio de los productos y la política de ventas implementadas. En toda actividad productiva al ofrecer fabricar un producto o prestar un servicio se generan costos, entendiéndose que los costos son desembolsos monetarios relacionados justamente con la fabricación del producto o la prestación del servicio ya sea en forma directa o indirectamente.²⁵

COSTOS TOTALES

Este método consiste en tomar como costos a todos los desembolsos relacionados al producto, incluyendo los gastos de ventas y de administración, y denominando gastos a todo lo demás (gastos financieros, impuestos, etc.). Éste método se suele utilizar para hallar el punto de

²⁵ Nassir Sapag Chain; Reinaldo Sapag Chain Preparación y Evaluación de Proyectos Tercera Edición 1998.

equilibrio. Por definición, los costos totales incurridos en la operación de una empresa durante un periodo dado, se cuantifican sumando sus costos fijos y variables, expresándose esta relación según se indica a continuación:

$$\text{COSTOS TOTALES} = \text{COSTOS FIJOS} + \text{COSTOS VARIABLES}^{26}$$

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

Los costos unitarios de producción son calculados comparando los costos totales de cada uno de los años de vida útil del proyecto y la cantidad de unidades (producto) producido en cada uno de los años.

Es importante determinar estos costos unitarios de producción por cuanto nos permiten hacer comparaciones con el precio de venta actual y tener una idea más clara de la posible ganancia por unidad producida.²⁷

COSTOS FIJOS

Son aquellos que no varían con respecto al volumen de producción, es decir que son los costos en que incurre la empresa haya o no producción y que al mantenerse constante se tornan en una carga fija para la empresa. Los Costos Fijos no cambian durante un periodo específico. Por lo tanto, a diferencia de los variables, no dependen de la cantidad de bienes o servicios producidos durante el mismo periodo (Por lo menos dentro de un rango de producción). Tan solo son fijos a los largo de un periodo en particular, digamos un trimestre o un año. Más allá de esos plazos, los arrendamientos pueden terminarse y los ejecutivos pueden ser despedidos. Para ser más

²⁷ Nassir Sapag Chain; Reinaldo Sapag Chain Preparación y Evaluación de Proyectos Tercera Edición 1998.

específicos, cualquier costo fijo puede eliminarse o modificarse en un plazo suficiente de tiempo.

COSTOS VARIABLES

Son aquellos que se modifican de acuerdo con el volumen de producción, es decir, si no hay producción no hay costos variables y si se producen muchas unidades el costo variable es alto. Unitariamente el costo variable se considera Fijo, mientras que en forma total se considera variable. Varían o fluctúan de conformidad con la mayor o menor utilización de la capacidad instalada, o lo que es lo mismo, con el volumen de producción.

PRESUPUESTO DE INGRESOS

Están constituidos por los ingresos esperados por la venta de los productos, lo que se calcula multiplicando el precio de cada unidad por la cantidad de unidades que se proyecta producir y vender cada año; y, por los ingresos estimados de otras fuentes.²⁸

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es el que muestra los productos, rendimientos, Ingresos, Rentas, Utilidades, Ganancias, Costos, Gastos y pérdidas correspondientes a un periodo determinado, con objeto de computar la Utilidad neta o la pérdida líquida obtenida durante dicho periodo. El Estado de Resultados viene a ser la demostración en detalle, de una de las partidas del Balance General que

²⁸ NassirSapagChain; Reinaldo SapagChain Preparación y Evaluación de Proyectos Tercera Edición 1998.

permite a los usuarios de la información, un análisis más completo de las cuentas de ingresos y gastos.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el nivel de ventas en el cual los ingresos obtenidos son iguales a los costos de producción, tanto fija como variable, dicho de otro modo, es el nivel de ventas en el cual la empresa ni gana ni pierde. Es útil que el empresario calcule el punto de equilibrio, que es la cantidad mínima de ventas que se necesitan para la supervivencia de la empresa. Cuando se calcula el punto de equilibrio a menudo resulta evidente que el negocio no es factible.

El punto de equilibrio permite determinar el lugar fijo en el que las ventas igualan a los costos y no hay pérdidas ni ganancias para una actividad empresarial; sin embargo ninguna organización debe estar sobre el punto de equilibrio.²⁹

OBJETIVOS

- Determinar en qué momento son iguales los ingresos y los gastos son iguales.
- Medir la eficiencia de operación y controlar las sumas por cifras predeterminadas por medio de compararlas con cifras reales, para desarrollar de forma correcta las políticas y decisiones de la administración de la empresa.

²⁹ NassirSapagChain; Reinaldo SapagChain Preparación y Evaluación de Proyectos Tercera Edición 1998.

- Influye de forma importante para poder realizar el análisis, planeación y control de los recursos de la entidad.

EVALUACION FINANCIERA

Es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto. Antes que mostrar el resultado contable de una operación en la cual puede haber una utilidad o una pérdida, tiene como propósito principal determinar la conveniencia de emprender o no un proyecto de inversión. En el ámbito de la Evaluación Financiera de Proyectos se discute permanentemente si las proyecciones de ingresos y gastos deben hacerse a precios corrientes o a precios constantes; es decir, si se debe considerar en las proyecciones de ingresos y gastos el efecto inflacionario, o si se debe ignorarlo.³⁰

FLUJO DE CAJA

Es un estado financiero que muestra el total de efectivo que ingreso o que salió de la empresa durante un periodo determinado. El flujo de caja permite proyectar de manera concreta y confiable, la situación de la empresa en tiempos futuros, facilitando a la vez, tanto el cálculo de las cantidades de dinero que se requerirán en fechas posteriores (para compra de equipo, materia prima, pago de deudas, pago de sueldos, etc.), y como de las cantidades de dinero que ingresara a la empresa, por concepto de ventas, intereses, otros ingresos, etc.

³⁰ NassirSapagChain; Reinaldo SapagChain Preparación y Evaluación de Proyectos Tercera Edición 1998.

Existen dos tipos de flujos de caja uno es el financiero y otro es el contable

VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto es la diferencia entre todos los ingresos y todos los egresos actualizados al periodo actual. El valor actual neto consiste en traer todos los flujos de caja netos al valor presente, este dato nos puede dar como resultado un valor positivo o negativo. Si el valor es igual a cero o menor el proyecto no es rentable, se vuelve rentable si este es mayor que cero. Entre más alto es el valor más rentable será el negocio.³¹

PERIODO DE RECUPERACION DEL CAPITAL

Es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo. Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, permite optimizar el proceso de toma de decisiones.

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. Su interés principal es conocer en cuantos años, meses, días y hasta minutos tomará recuperar la inversión.

La manera de calcularla es sumando uno a uno los flujos de efectivo que nos reporta la inversión para flujos mixtos; en el caso de flujos constantes basta con dividir la inversión inicial (\$) entre la cantidad de uno de los flujos de

³¹ Nassir Sapag Chain; Reinaldo Sapag Chain Preparación y Evaluación de Proyectos Tercera Edición 1998.

efectivo. Un presupuesto de capital efectivo puede mejorar tanto la oportunidad de las adquisiciones de activos como la calidad de los activos comprobados. Una empresa que pronostique en forma anticipada sus necesidades de activos de capital tendrá la oportunidad de comprar e instalar dichos activos antes de que se necesiten.

RELACION COSTO BENEFICIO (RCB)

Este indicador financiero expresa la rentabilidad en términos relativos. La interpretación de tales resultados es en centavos por cada "dólar" que se ha invertido.

Para el cómputo de la Relación Beneficio Costo (B/c) también se requiere de la existencia de una tasa de descuento para su cálculo.³²

En la relación de beneficio/costo, se establecen por separado los valores actuales de los ingresos y los egresos, luego se divide la suma de los valores actuales de los costos e ingresos.³³

LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Es la tasa que reduce a cero las equivalencias del valor presente neto / valor futuro o valor anual en una serie de egresos e ingresos es decir es la tasa compuesta de retorno anual que se puede ganar de una inversión. Por lo mismo, matemáticamente el TIR se calcula partiendo de la ecuación del VAN, haciendo este igual a cero y calculando "i" para este valor.

³² NassirSapagChain; Reinaldo SapagChain Preparación y Evaluación de Proyectos Tercera Edición 1998.

Se considera que si el TIR es mayor que el costo del capital para un proyecto, este último entrega valor a la compañía. Desde otro punto de vista, un proyecto es bueno siempre y cuando su TIR sea mayor al retorno a la inversión que se pueda obtener en inversiones alternativas, como por ejemplo depósitos a plazo.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Permite diseñar escenarios en los cuales podremos analizar posibles resultados de nuestro proyecto, cambiando los valores de sus variables y restricciones financieras y determinar cómo estas afectan el resultado final.³⁴

Es posible considerar al análisis de sensibilidad como una herramienta de evaluación de un modelo de un proceso, sin embargo, se considera que es parte fundamental de todo sistema de soporte a la toma de decisiones.³⁵

³⁴ Nassir Sapag Chain; Reinaldo Sapag Chain Preparación y Evaluación de Proyectos Tercera Edición 1998.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Es necesario mencionar los materiales, métodos y técnicas que se emplearon para la recopilación de la información presente, que permitió tener un panorama claro tanto de información como de estrategias empleadas en la búsqueda de los conocimientos antes expuestos.

MATERIALES

Los materiales que se utilizó son los siguientes

Suministro de oficina: Esferográficos, lápiz, hojas de papel, entre otros.

Equipo de oficina: Flash memory, computadora, grapadora, CD's, calculadora, entre otros.

Métodos

Para el desarrollo de la presente investigación dependió del uso de algunos métodos, técnicas y procedimientos para llegar a buen término la misma.

MÉTODO INDUCTIVO-DEDUCTIVO

Permitió el logro de los objetivos planteados, los mismos que fueron contrastados con los resultados obtenidos de la presente investigación, concluyendo con nuevos planteamientos particulares en el proyecto de inversión sobre la factibilidad para crear una empresa en la ciudad de Loja productora y comercializadora de tabacos sin filtro "chamicos" ; es decir, con este método se partió de lo general de las teorías hacia lo particular de las

aplicaciones prácticas a través de las encuestas, para luego inducir los resultados obtenidos hacia la población de estudio.

MÉTODO DESCRIPTIVO

El mismo que me ayudó a describir la realidad de la demanda, oferta y resultados que se reflejaron en el análisis e interpretación de los resultados, así como también describió el plan de comercialización y estructura administrativa de la empresa.

MÉTODO ANALÍTICO.

La utilización de este método me facilitó el interpretar los hechos de la realidad del mercado al desintegrar por variables los componentes del mismo, esto es gustos, preferencias, hábitos de compras y en definitiva la amplia gama de factores intervinientes en la decisión de compra y venta en el mercado.

TÉCNICAS

- **Fichaje bibliográfico:** Que se lo utilizó para los conocimientos de documentos cuya información se relaciona con el problema investigado, los mismos que ayudaron con las fuentes de consulta confiables y actualizados, lo que permitió formar juicios sólidos, valederos y objetivos; también, proporcionaron los datos de identificación de los documentos consultados para la realización de la bibliografía.
- **Encuesta:** Fue aplicado a una muestra representativa de 399 habitantes en la ciudad de Loja.

- **Entrevista:** Fue efectuada a 134 Oferentes del IEPI (Instituto de Propiedad Intelectual del Ecuador) sobre cuestiones de marca; así como también a personal de agrupaciones destinadas al cultivo y producción de tabaco en las zonas de cultivo (Vilcabamba).

PROCEDIMIENTO

En la recolección de información se utilizaron instrumentos como la encuesta y el cuestionario de entrevista, que permitieron la obtención de la información primaria, misma que fue organizada, tabulada y presentada en los diferentes cuadros referenciales, con la información recopilada se realizó el estudio de mercado y así analizar: la oferta, la demanda, demanda insatisfecha, etc.

Determinación de la Muestra.- El tamaño de la muestra se lo determina con la población de estudio que está conformada por la población urbana de la ciudad de Loja, para lo cual se hace uso de los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): que corresponde al año 2010 (último censo), con la tasa de crecimiento del 2.65% para la ciudad de Loja;

Para la realización del presente proyecto nuestro target lo constituyo el rango de edad desde 18 años hasta los 65 años que se estima inicia la edad del fumador y termina respectivamente, no se hizo distinción de hombre y mujer en virtud que en estos últimos tiempos ha aumentado el consumo de cigarrillos por parte de las mujeres

Cuadro N ° 1

Población	Hombre	Mujer	Total
Población del Cantón Loja Por: De 0 A 17 Años	32514	31609	64123
Población Del Cantón Loja Por: De 18 A 64 Años	64261	71663	135924
Población Del Cantón Loja Por: De 65 Años Y Más	6695	8113	14808
Población Del Cantón Loja Por: Total	103470	111385	214855

Elaboración: El Autor.

Fuente: http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Poblaci%C3%B3n_del_Cant%C3%B3n_Loja_por_edad

Esta información la proyecte para el año 2015, y sirvió como de base para la proyección de la vida útil del proyecto que será de 5 años. Con la siguiente fórmula:

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

De donde:

Pf = Población final (2015)

Po = Target Inicial (2010 = 135.924)

i = Tasa de crecimiento (2.65%)

n = Tiempo transcurrido (5 años)

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

$$Pf = 135924 (1 + 0.0265)^5$$

$$Pf = 135924 (1.0265)^5$$

$$Pf = 135924 (1.13971)$$

Pf = 154914 habitantes en la ciudad de Loja (edad de 15-64 años)

Se determinó el tamaño de la muestra mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

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

En donde:

N = Población (154914)

n = Muestra

e = Margen de error (0.05)

Para el cálculo del tamaño de la muestra a aplicarse, se tomó el grupo objetivo de la ciudad de Loja perteneciente a la provincia de Loja, que es de 154914 personas, según los datos proyectados y obtenidos en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y que se fundamentan en el censo realizado en el año 2010.

Formula:

$$n = \frac{154914}{1 + 154914 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{154914}{1 + 339.81}$$

$$n = \frac{154914}{387.29}$$

n = 399 encuestas

f. RESULTADOS

ENCUESTA APLICADA A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE LOJA

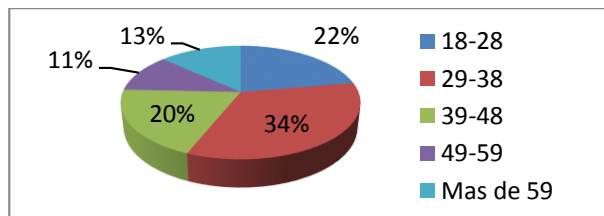
1. ¿Cuál es el promedio de edad que tiene?

Cuadro N° 1

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
18-28	89	22
29-38	135	34
39-48	78	20
49-59	44	11
Mas de 59	53	13
TOTAL	399	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 1



Interpretación y Análisis: La encuesta ha sido por el 34% de personas de 29 a 38 años, el 22% de 18 a 28 años, el 20% de personas de 38 a 48, un 13% mx ayores de 59 años y un 11% personas de 49 a 58 años de edad. Se observa que las encuestas han sido contestadas por personas mayores de edad.

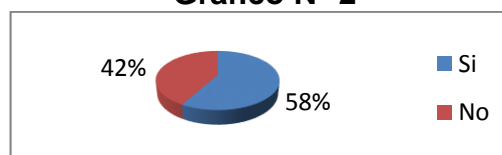
2. ¿Usted Fuma tabaco?

Cuadro N° 2

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	232	58
No	167	42
TOTAL	399	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 2



Interpretación y Análisis: El 58% de los encuestados manifestaron que si fuman tabaco, mientras que un 42% indicaron lo contrario. El consumo de tabaco es un poco alto lo cual es favorable para la empresa.

3. ¿Con que frecuencia fuma usted tabaco? Y ¿Cuantos?

Cuadro N° 3

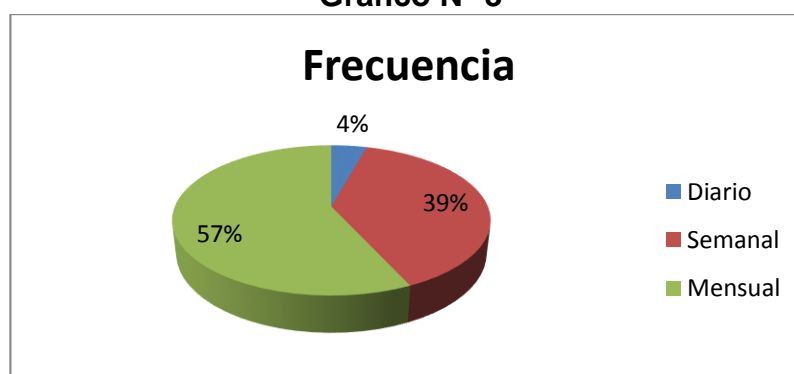
Alternativa	cantidad	Frecuencia	xm	f*xm	Cantidad Anual	Porcentaje
Diario	1 a 2	3	1,5	4,5	1642,5	1
	3 a 4	5	3,5	17,5	6387,5	2
	más de 5	2	5	10	3650	1
Subtotal		10			11680	4
Semanal	1 a 2	45	1,5	67,5	3510	19
	3 a 4	33	3,5	115,5	6006	14
	más de 5	12	5	60	3120	5
Subtotal		90			12636	39
Mensual	1 a 2	42	1,5	63	756	18
	3 a 4	36	3,5	126	1512	16
	más de 5	54	5	270	3240	23
Subtotal		132			5508	57
TOTAL		232			29824	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: El Autor

El cálculo del promedio del consumo de tabaco anual, se lo efectúa de la siguiente manera:

$$\text{Promedio} = \frac{\sum \text{Cantidad Anual}}{\sum f} \quad \text{Promedio} = \frac{29824}{232} \quad \text{Promedio} = 129 \text{ unidades}$$

Gráfico N° 3



Interpretación y Análisis: El 57% de las personas que consumen tabaco lo realiza mensual, el 39% semanal y un 4% diario. El promedio del consumo anual es de 129 tabacos.

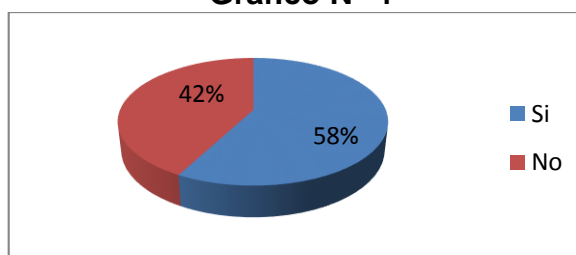
4. ¿Usted Consume Tabaco sin filtro?

Cuadro N° 4

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	134	58
No	98	42
TOTAL	232	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 4



Interpretación y Análisis: De las 232 personas que consumen tabaco solo el 58% consume tabaco sin filtro y el 42% tabaco con filtro. El consumo de tabaco sin filtro es un poco más alto, ya que es más sano consumir este producto.

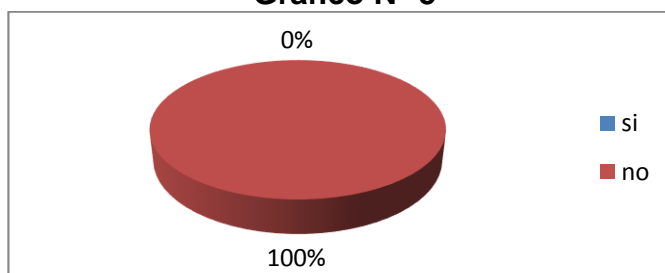
5. ¿Conoce en el medio una fábrica productora y comercializadora de tabaco sin filtro?

Cuadro N° 5

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
si	0	0
no	134	100
TOTAL	134	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 5



Interpretación y Análisis: Las personas que consumen tabaco sin filtro respondió el 100% que no conocen una empresa productora y comercializadora de tabaco sin filtro en el medio. Esto quiere decir que en la zona no hay estas empresas.

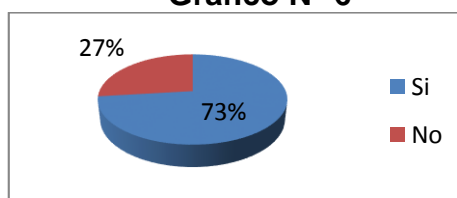
6. Si se implementara una empresa de productora de tabacos sin filtro “chamico” ¿Ud. Compraría el producto?

Cuadro N° 6

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	98	73
No	36	27
TOTAL	134	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 6



Interpretación y Análisis: El 73% de las personas que si consumen tabaco con filtro está dispuesto a comprar el producto a esta nueva empresa, y el 27% manifestó que no comprarían el producto. Se observa que hay una alta demanda a este producto.

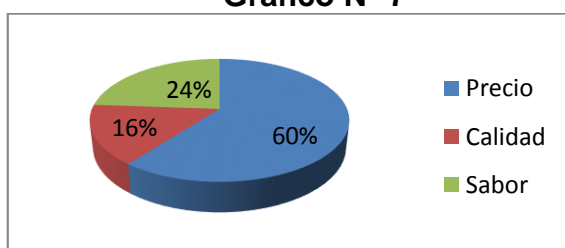
7. ¿Qué es lo primordial que observaría al comprar los tabacos sin filtro “chamico”?

Cuadro N° 7

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Precio	81	60
Calidad	21	16
Sabor	32	24
TOTAL	134	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 7



Interpretación y Análisis: Lo que más observarían los posibles compradores del tabaco sin filtro con un 60% el precio que sea accesible a la economía de cada comprador, con un 24% que tenga un agradable sabor y un 16% que sea de la mejor calidad. Se tiene que tener consideración en el precio del nuevo producto a ofrecer.

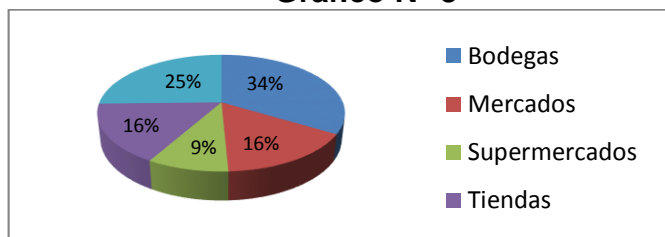
8. ¿Dónde le gustaría adquirir los tabacos sin filtro “chamico”?

Cuadro N° 8

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Bodegas	45	34
Mercados	21	16
Supermercados	12	9
Tiendas	22	16
Bares en General	34	25
TOTAL	134	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 8



Interpretación y Análisis: El 34% desean adquirir este producto en las bodegas, el 25% en los bares, el 16% en las tiendas, un 16% desean adquirir el tabaco sin filtro en los Mercados y tan solo el 9% en los supermercados. Se debe tomar en consideración esta pregunta para la comercialización de los tabacos sin filtro.

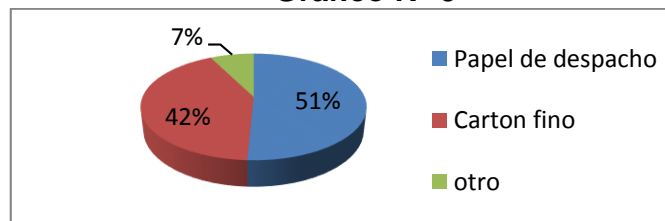
9.-¿Qué tipo de envoltura desearía que tenga el producto?

Cuadro N° 9

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Papel de despacho	68	51
Cartón fino	56	42
otro	10	7
TOTAL	134	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 9



Interpretación y Análisis: En cuanto al tipo de envoltura que desean que tenga el producto manifestaron un 51% desean que sea con papel de despacho, el 42% con cartón fino y un 7% de otro material.

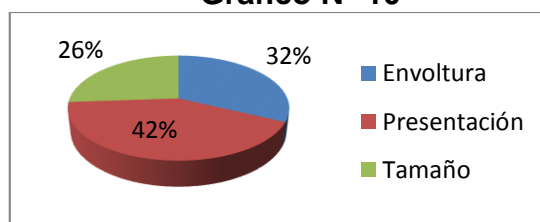
10.-¿Qué es lo que más le llama la atención en la etiqueta de un producto?

Cuadro N° 10

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Envoltura	43	32
Presentación	56	42
Tamaño	35	26
TOTAL	134	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 10



Interpretación y Análisis: Según la pregunta de lo que más les llama la atención en las etiquetas se obtuvo que un 42% es la presentación, un 32% la envoltura del producto y el 26% el tamaño. Es muy relevante tomar en cuenta esta pregunta para la etiqueta del producto.

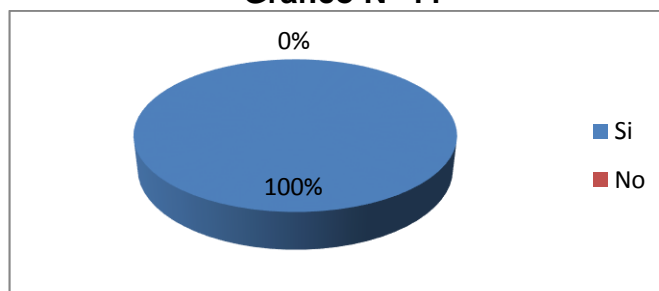
11.-¿Le gustaría que la empresa ofrezca promociones a sus clientes?

Cuadro N° 11

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	134	100
No	0	0
TOTAL	134	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 11



Interpretación y Análisis: El 100% de los encuestados manifestaron que si desean que la empresa ofrezca promociones a sus clientes.

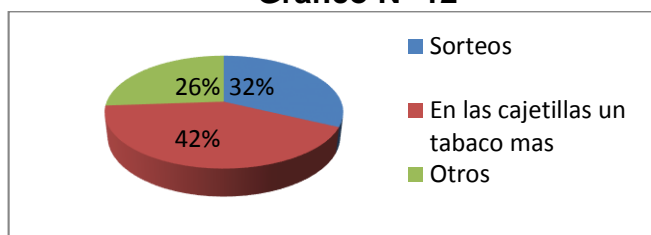
12.-¿Qué promociones desearía que ofrezca la empresa?

Cuadro N° 12

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sorteos	43	32
En las cajetillas un tabaco mas	56	42
Otros	35	26
TOTAL	134	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 12



Interpretación y Análisis: Con un 42% de los encuestados desean que las promociones que en las cajetillas de tabaco venga uno gratis, el 32% sorteos y el 26% otros tipos de promociones. Las promociones que se den no deben afectar la economía de la empresa.

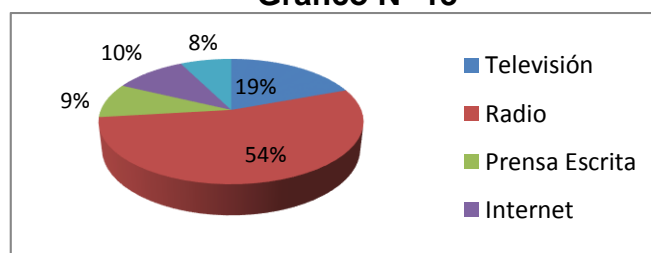
13.- ¿Qué medio publicitario recomendaría para la publicidad de esta nueva empresa?

Cuadro N° 13

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	26	19
Radio	72	54
Prensa Escrita	12	9
Internet	14	10
Hojas Volantes	10	7
TOTAL	134	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 13



Interpretación y Análisis: El 54% indica que la publicidad de esta empresa se debe dar por la radio, el 19% por la televisión, el 10% vía internet, el 9% prensa escrita y un 7% mediante hojas volantes. La publicidad debe ser estratégica y en medios de comunicación más escuchados.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

Análisis de la Demanda

Demanda Potencial.- Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado servicio, en el mercado, en un tiempo determinado o no establecido

Para obtener la demanda potencial se tomó en consideración la edad desde los 18 años hasta los 65 años de edad proyectada para el 2014 que es de 150.915 habitantes.

Además para obtener la demanda potencial se realizó una pregunta de las personas que si fuman con el 58% cuadro N° 2, cuyo cuadro se describe a continuación.

Cuadro N° 14
Demanda Potencial

Años	Habitantes de 18 a 65 años	Demanda Potencial
	2,65%	58%
1	150915	87531
2	154914	89850
3	159019	92231
4	163233	94675
5	167559	97184

Fuente: Cuadro N° 2
Elaboración: El Autor

Demanda Real.- Se determina en base a la encuesta aplicada a los demandantes, en la que indican que si consume tabaco de filtro, con un porcentaje del 58% (cuadro N° 4)

**Cuadro N° 15
Demanda Real**

Años	Habitantes de 18 a 65 años	Demanda Potencial
		2,65%
1	150915	87531
2	154914	89850
3	159019	92231
4	163233	94675
5	167559	97184

Fuente: Cuadro N° 4 y 14
Elaboración: El Autor

Demanda Efectiva.- Se determinó de la encuesta a los demandantes que si van a comprar del producto de la nueva empresa a implementarse; cuadro N° 6 con el porcentaje del 73%.

**Cuadro N° 16
Demanda Efectiva**

Años	Demanda Real	Demanda Efectiva
		73%
1	87531	63897
2	89850	65591
3	92231	67329
4	94675	69113
5	97184	70945

Fuente: Cuadro N° 6 y 15
Elaboración: El Autor

Demanda Efectiva en Unidades.- Se determinó de la encuesta a los demandantes donde se preguntó con qué frecuencia consume tabacos, el promedio anual es de 129 unidades cuadro N° 3.

**Cuadro N° 17
Demanda Efectiva en Unidades**

Años	Demanda Efectiva (Familias)	Consumo Promedio	Demanda Efectiva Anual
1	63897	129	8242766
2	65591	129	8461199
3	67329	129	8685421
4	69113	129	8915585
5	70945	129	9151848

Fuente: Cuadro N° 3 y 16
Elaboración: El Autor

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Oferta Actual

La oferta para este producto es “0”, ya que no hay empresas dedicadas a la elaboración y comercialización de tabacos sin filtro.

Análisis Demanda Insatisfecha

La diferencia entre la oferta y la demanda efectiva permitirá obtener la demanda insatisfecha de venta de tabaco en el mercado de la ciudad de Loja. Para el primer año la demanda es de 4780804 unidades anual y la oferta de 0, la diferencia de estas da como resultado una demanda insatisfecha de 4780804 unidades al año. En el cuadro siguiente se realizan las operaciones para determinar esta demanda.

**Demanda Insatisfecha
Cuadro N° 18**

Años	Demanda Efectiva Anual	Oferta Anual	Demanda Insatisfecha
1	8242766	0	8242766
2	8461199	0	8461199
3	8685421	0	8685421
4	8915585	0	8915585
5	9151848	0	9151848

Fuente: Cuadro N° 17
Elaboración: La Autor

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

La comercialización será una estrategia que permitirá hacer llegar nuestro producto a los consumidores del mercado de la ciudad de Loja, para lo cual es necesario tener presente algunas variables los cuales se definen a continuación:

Producto:

El producto que se ofrecerá es tabaco sin filtro:

Grafico N° 14



Nombre de la empresa:

Grafico N° 15



Logotipo:

Grafico N° 16



Precio

Se trata del producto que cumpla con todas las expectativas del consumidor, el mismo que debe satisfacer sus necesidades, pero siempre este debe de estar en función de los gustos y preferencias de los clientes. Para la fijación de los precios del producto a ofrecerse en la nueva unidad productiva, se obtendrán sumando los costos reales de producción, un margen de utilidad

además se tomará en cuenta el precio de la competencia. La forma de pago el cliente la realizará al contado.

Plaza

Si tengo un buen producto, con un buen precio, me corresponde ahora hacerlo llegar a los posibles consumidores en la forma más rápida y eficiente.

Canales de Comercialización

Esta actividad nos permite hacer llegar un producto de calidad al consumidor, con los beneficios de tiempo y lugar.

Para la comercialización de mis productos utilizare dos canales como es:

Canal 1: Directo

Se utilizara el canal de distribución directa, se comercializará el producto al consumidor final.

Gráfico N° 17



Canal 2: Indirecto

Se utilizara el canal de distribución indirecta, se comercializará el producto mediante un distribuidor para llegar así al consumidor final.

Gráfico N° 18



Promoción

La promoción permite ofrecer un incentivo adicional y con la finalidad de estimular el mercado que origine un incremento en las ventas a corto plazo o una asociación con el producto. En mi empresa la promoción tiene un enfoque a más corto plazo ya que pretende conseguir el crecimiento paulatino de las ventas entre los habitantes de la ciudad. Estas son las promociones que la empresa ofrecerá a sus clientes. A continuación se describen las promociones:

- ✚ Se realizarán pruebas de los tabacos sin filtro a ofrecer.
- ✚ Se realizaran cajetillas de cigarros más uno gratis.

Publicidad

La publicidad tiene por objeto los estudios de los procedimientos más adecuados para la divulgación comercial de un servicio o producto.

Por tal motivo la publicidad utilizada será de tipo informativa, siendo un producto importante porque con esto se pretende informar al cliente sobre la misión y al mismo tiempo convencerlo de consumir los tabacos sin filtro y se lo realizara a través de: una campaña de lanzamiento en las principales radios de Loja así dentro de las principales cadenas informativas como la Radio Matovelle.

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico se refiere a la determinación de la tecnología adecuada, espacio físico y recursos humanos, tomando como base el estudio de mercado. Tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costos de las operaciones pertinentes en esta área.

Uno de los resultados de este estudio será definir la función del producto que optimice la utilización de los recursos disponibles para la elaboración del mismo. Aquí se podrá obtener la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

En particular del estudio técnico deberán determinarse los requerimientos del equipo de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN.

Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto no es otra cosa sino determinar los factores que intervienen directamente en la capacidad instalada, es decir demanda, la oferta, costos, etc.

Entonces en el proceso de comercialización los factores predominantes serán los materiales y los trabajadores que juegan un papel primordial para la venta del producto, que en el presente caso es tabaco sin filtro.

Definir el tamaño que tendrá el proyecto es importante por su incidencia sobre el nivel de las inversiones y del costo que se calcula y por lo tanto sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.

De igual manera la decisión que se toma con respecto al tamaño determinara el nivel de operación que permitirá la explicación de la estimación de los ingresos por ventas.

b) Capacidad Instalada de la Planta.

Es aquella que indica cual será la máxima capacidad de comercialización que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. Se tomara en cuenta la capacidad de la máquina para envasar las unidades de tabaco el cual es 15 unidades en 2 minutos, es decir en una hora envasara 450 unidades.

La capacidad se medirá de acuerdo a la capacidad de cada juego:

Capacidad Instalada
Cuadro N° 19

Capacidad en una hora	Capacidad en el día (24 horas)	Días en el Año	Total en el Año
450	10800	365	3942000
TOTAL			3942000

Elaboración: El Autor

Participación en el Mercado
Cuadro N° 20

Años	Demanda Existente	Capacidad Instalada al 100%	% de Atención
1	8242766	3942000	48
2	8461199	3942000	47
3	8685421	3942000	45
4	8915585	3942000	44
5	9151848	3942000	43

Fuente: Cuadro N° 19

Elaboración: El Autor

Capacidad Utilizada

Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se trabaja, esta capacidad se ha determinado mediante la capacidad de la máquina de envasadora de tabacos por unidad el cual en una hora elabora 450 unidades.

Si la empresa trabaja de lunes a viernes (5 días a la semana), y las 8 horas laborables en el día se obtendría lo siguiente:

Días Laborables:

5 días/semana * 52 semanas/año= **260 días al año**

Producción:

450 unidades * 8 horas= 3600 unidades en el día.

3600 u/d * 260 d/a = **936000 unidades al año**

**Cuadro Nº 21
Capacidad Utilizada**

Años	Capacidad Instalada	Porcentaje	Capacidad Utilizada	Capacidad Utilizada
1	3942000	23,74	936000	46800
2	3942000	28,74	1133100	56655
3	3942000	33,74	1330200	66510
4	3942000	38,74	1527300	76365
5	3942000	43,74	1724400	86220

Fuente: Cuadro Nº 19

Elaboración: El Autor

Localización de la Planta

La ubicación más adecuada será la que posibilite maximizar el logro del objetivo definido del proyecto. Aunque las opciones de localización pueden ser algunas, lo que en la práctica se reducen a unas pocas, por cuanto las restricciones y exigencias propias del proyecto eliminan la mayoría de ellas.

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

Los principales factores que influyen en la ubicación de un proyecto son los siguientes:

- 1. Transporte y accesibilidad de los consumidores:** En donde se va a encontrar ubicada la empresa, existen vías de comunicación de primer orden, en donde los clientes pueden acudir sin ningún inconveniente.
- 2. Servicios Básicos:** El lugar donde se pretende ubicar a la nueva empresa, cuenta con todos Los servicios básicos indispensables para el desenvolvimiento de cualquier actividad, además de accesos a internet y líneas telefónicas.

Matriz ponderada

Factores de localización para determinar la localización hay que tener en cuenta la decisión de la localización del proyecto que son

- Medios y costos de transporte
- Disponibilidad y costos de mano de obra idóneo
- Cercanía o fuentes de abastecimiento
- Costos y disponibilidad de terrenos
- Existencia de infraestructura adecuada

Macro localización

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

internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

La empresa se encontrará ubicada en la Provincia de Loja en la ciudad de LOJA.

MAPA DE LA PROVINCIA DE LOJA

Grafico N° 19



Micro localización

En este punto y apoyados preferentemente en la representación gráfica (planos urbanísticos), se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local.

La nueva empresa se encontrará ubicada en las calles Brasil y avenida pío Jaramillo Alvarado N°18-30.

Microlocalización

Grafico N° 20



Elaboración: El Autor

INGENIERÍA DEL PROYECTO

El estudio de la ingeniería del proyecto se lo realiza con la finalidad de poder determinar los aspectos relacionados con la infraestructura física, tecnología necesaria para el producto a elaborar. Esto representa un primer acercamiento a las realidades del medio para poder llevar a cabo el funcionamiento de la planta.

PROCESO DE PRODUCCIÓN

En esta parte se describe el proceso mediante se obtendrá el producto, es importante indicar cada una de las fases del proceso.

En el proceso o preparación del producto, la empresa deberá ser muy escrupulosa en la realización de ello; ya que el producto (tabacos sin filtro), deberá ser lo menos manipulado para evitar su contaminación.

1. Recepción y selección de la materia prima:

En esta etapa se adquieren los materiales los cuales son adquiridos a la diferente empresa dentro del mercado local, y estos son transportados a la fábrica de producción.

2. Rebanador:

Esta parte de la línea rebana los fardos de tabaco a través de una cuchilla vertical, optimizando el peso de estos últimos para acelerar el despegado y el separado en el interior del cilindro acondicionador. Las láminas obtenidas son transportadas a través de una cinta transportadora hacia el DCCC (cilindro de acondicionamiento y curado).

3. Silos

Esta parte de la línea de producción sirve para mezclar y acondicionar el tabaco que proviene del DCCC, cargado a través de un carrito móvil adecuado. La humedad y el aroma de la mezcla de tabaco son homogeneizados durante el tiempo de permanencia en el interior del Silos.

4. Picadora de tabaco:

Esta máquina pica el tabaco proveniente de los Silos. La mezcla, cuyo nivel es medido por sensores específicos, es volcada en el dispositivo de compactación, comprimida a través de una cinta y picada, en una medida preestablecida, por 5 cuchillas dispuestas en un tambor rotatorio.

5. Fabricación del cigarrillo:

El tabaco picado va desde los Silos hasta la G.D 121 donde en una primera etapa es controlado automáticamente y se desechan las partes no aptas para la producción. El material obtenido sufre un proceso de transformación en un doble cilindro continuo (papel + picado) que alimenta de manera continua a la G.D AF12. La pone-filtros G.D AF12 toma los filtros provenientes de las máquinas productoras de filtros, Molins PM5, los corta a medida y los encola al cilindro que viene de la G.D 121 para obtener al final el producto terminado.

6. Envase del producto:

En este paso se procede a colocar los envases de cada unidad de tabaco y además en su respectiva cajetilla (20 unidades), terminando con el sellado.

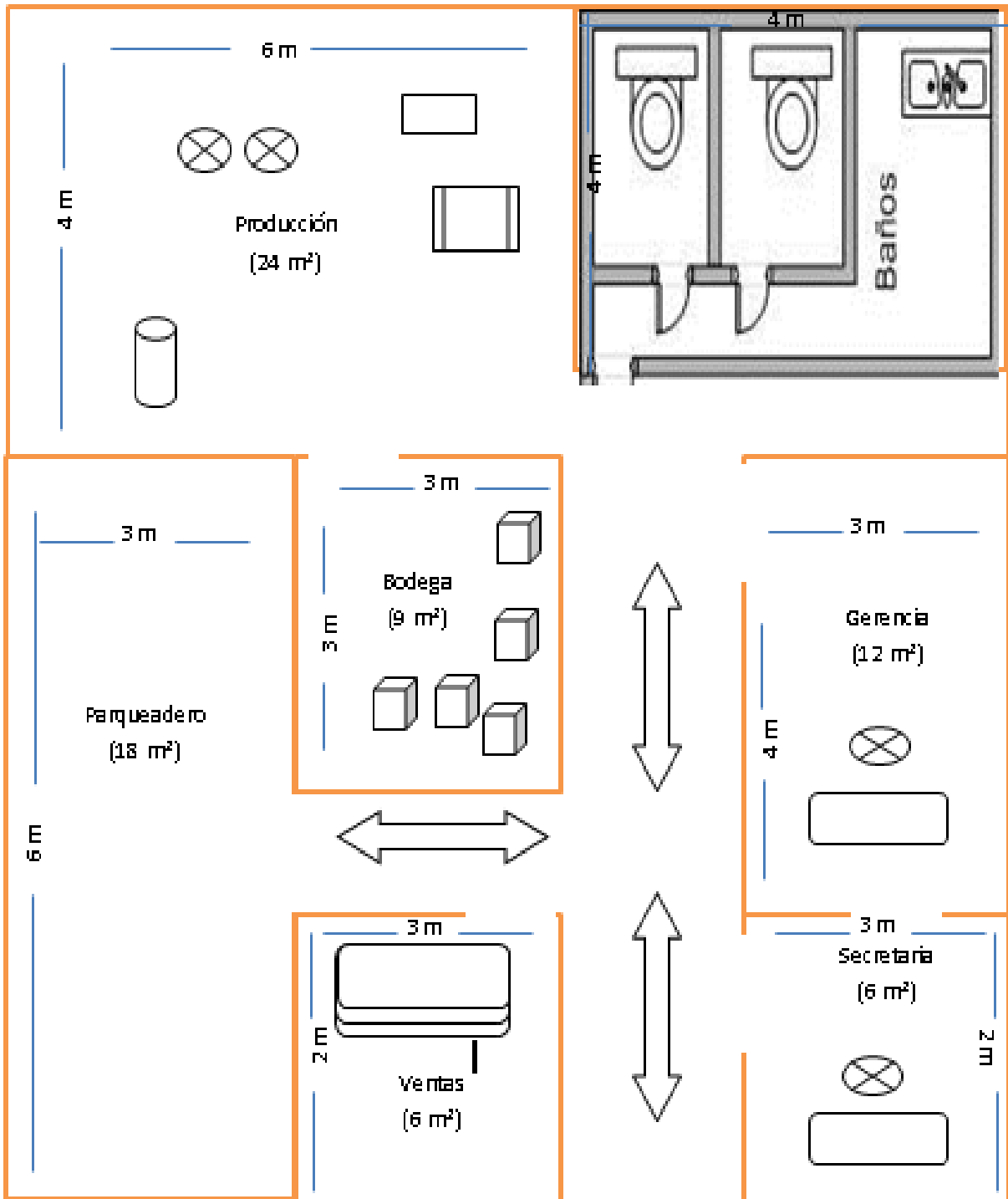
7. Almacenamiento: Estando ya empacado se precede a almacenar a bodega con el clima adecuado para su conservación hasta su posterior comercialización.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

La planta de producción de la empresa, estará dividida en secciones que son:

- * Producción
- * Bodega
- * Baños
- * Gerencia
- * Secretaria
- * Ventas
- * Parqueadero

DISEÑO DE LA PLANTA
GRAFICO Nº 24



Elaboración: El Autor

TECNOLOGÍA A UTILIZAR

La tecnología que se utilizara está representada por la maquinaria y equipo requerido para la producción de los tabacos sin filtro, su descripción a continuación:

Máquina para fabricar cigarrillos PAP

Grafico N° 21



Características:

La línea funciona en un ciclo totalmente automático. Su productividad: 15 cigarrillos/ 2 minutos. El manejo de **la línea para fabricar cigarrillos** consiste en llenar un alimentador de tubos y un alimentador de tabaco. Se llena un tubo de tabaco y se pasa el producto preparado a la encartonadora que empaqueta los cigarrillos en los paquetes (de 20 o de 25 cigarrillos). Luego sella las cajetillas de cigarrillos (20 unidades).

Rebanadora de Tabaco
Grafico N° 22



Características:

Detección automática del tamaño de la bala y cálculo óptimo de la anchura de la rebanada para cada uno bala separada

Anchura exacta de la rebanada alcanzada immobilizando la bala mientras que rebana

Alimentación continúa al weighbelt que descarga

Clasificador de Tabaco
Grafico N° 23



Características:

Planta simple y eficaz

Buen tabaco nunca expulsado en error

Rodillos de la limpieza aprisa a cambiar

Dirección de producto apacible con la generación baja del polvo

Emisiones de poco ruido







Pocas piezas del mueble, ningunas impulsiones de la cadena

INFRAESTRUCTURA FÍSICA







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

Para que las actividades se desarrollen con normalidad y en un ambiente agradable, se requiere de un local de aproximadamente 100 metros cuadrados como mínimo, para las instalaciones físicas necesarias.

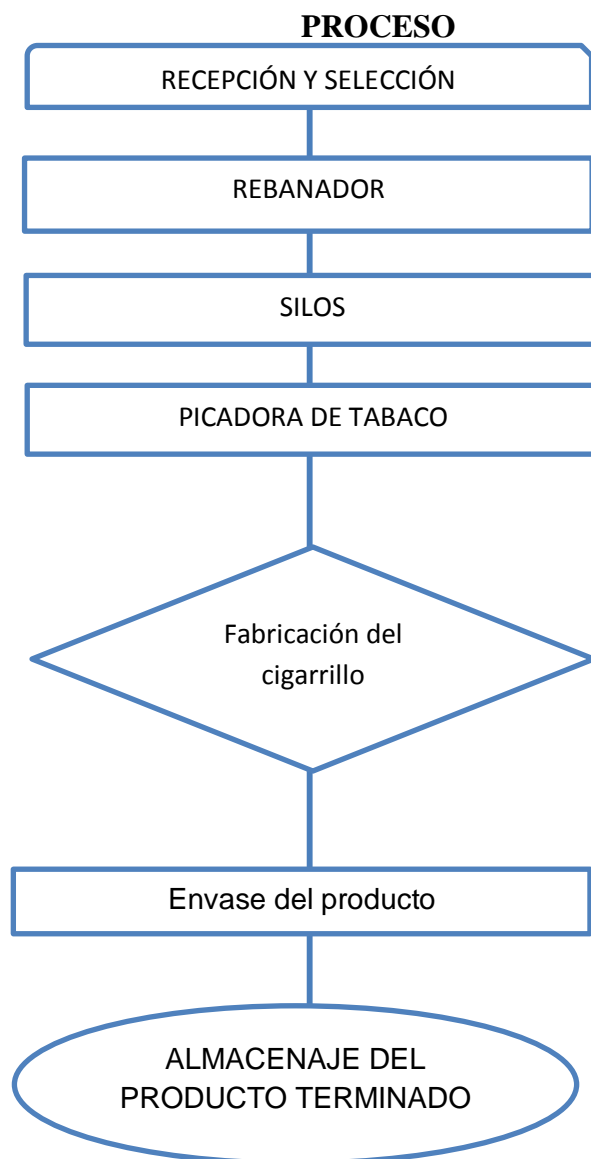
DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO DE 180 CAJETILLAS DE TABACOS SIN FILTRO (20 UNIDADES) EN EL DÍA

Nº	ACTIVIDADES							RESPONSABLE	TIEMPO
1	Recepción y selección de la materia prima				X			Obrero	10min
2	Rebanador	x						Obrero	10 min
3	Silos	x						Obrero	15 min
4	Picadora de tabaco	x						Obrero	20 min
5	Fabricación del cigarrillo						x	Obrero	20 min
6	Envase del producto	x						Obrero	20 min
7	Almacenado				X			Obrero	10 min
Total									480 minutos

Simbología:

-  Operación
-  Inspección
-  Demora
-  Almacenamiento
-  Transporte
-  Inspección y Operación

FLUJOGRAMA DEL PROCESO PARA LA ELABORACIÓN DE 180 CAJETILLAS DE TABACOS SIN FILTRO (20 UNIDADES) EN EL DÍA



Elaboración: El Autor

➤ ESTUDIO ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA

El análisis administrativo pretende establecer los aspectos relacionados con la organización legal y administrativa de la empresa.

La empresa pretende cumplir con todos los requisitos legales necesarios para poder iniciar las operaciones como una empresa legalmente constituida en la ciudad de Loja.

Base Legal.- Para su operación se crea la empresa cumpliendo con lo que exige la Constitución Política del Estado, Ley de Compañías, Código de trabajo y más leyes concordantes y conexas, así como también sus reglamentos y normas que tengan relación con la iniciación y desarrollo de toda actividad empresarial o de producción el país.

Para la implementación de esta empresa se adoptará la forma jurídica de Compañía de Responsabilidad Limitada, cuyo capital es aportaciones por 1 socio. Para que una empresa se constituya legalmente la Superintendencia de Compañías exige el cumplimiento de los siguientes requisitos mismos que se detallan a continuación:

- **Razón Social:** Esta empresa estará constituida jurídicamente como Compañía de Responsabilidad Limitada y su razón social será: “tabaco sin filtro chamico” CÍA. LTDA
- **Objeto:** El objeto principal de la compañía será de ofrecer y comercializar tabacos sin filtro a los habitantes de la ciudad de Loja.
- **Domicilio:** El domicilio de la presente compañía estará ubicado en las calles Brasil y avenida pío Jaramillo Alvarado N°18-30, de la ciudad de Loja.

- **Nacionalidad:** La compañía será de nacionalidad ecuatoriana, por tanto está sujeta a las leyes vigentes en el Ecuador y a los estatutos que se elaboren dentro de ella.
- **Duración:** El Plazo de duración será constituida por el lapso de cinco años a partir de su fecha de inscripción.
- **Capital:** La empresa estará conformada por 1 socio, las cuales en base a la necesidad de inversión del proyecto, establecerá el monto individual de sus aportaciones, y con ello, el capital social.

Derecho del Socio

Los Socios tendrán los siguientes derechos:

- ❖ Intervenir en las decisiones y deliberaciones de la compañía.
- ❖ Percibir los beneficios que le correspondan de acuerdo a su participación en el capital social pagado.
- ❖ No puede obligárseles a incrementar su participación social.
- ❖ Puede pedir la revocatoria de la designación del gerente.
- ❖ Puede convocar a junta general en base a lo dispuesto por la ley de Compañías.

Obligaciones de los Socios.

Las obligaciones de los socios en este tipo de compañía, entre otras, son las siguientes:

- * Pagar a la empresa la participación suscrita.
- * Cumplir con los deberes impuestos por el contrato social.
- * No entrometerse en los actos administrativos de la compañía.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Para el cumplimiento de las actividades la empresa **Tabacos sin Filtro “TABACO SIN FILTRO CHAMICO” CÍA. LTDA.** Requiere de una estructura vertical en donde todas sus obligaciones y decisiones recaen sobre la gerencia, además la empresa cuenta con un área administrativa (gerente y secretaria-contadora).

DETERMINACIÓN DE LOS NIVELES JERÁRQUICOS

Es el conjunto de órganos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que posean. En nuestra empresa únicamente se cuenta con el nivel ejecutivo, nivel de apoyo y nivel operativo.

NIVEL Legislativo: Lo constituye los socios de la empresa.

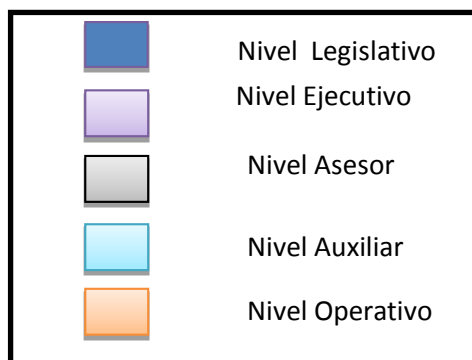
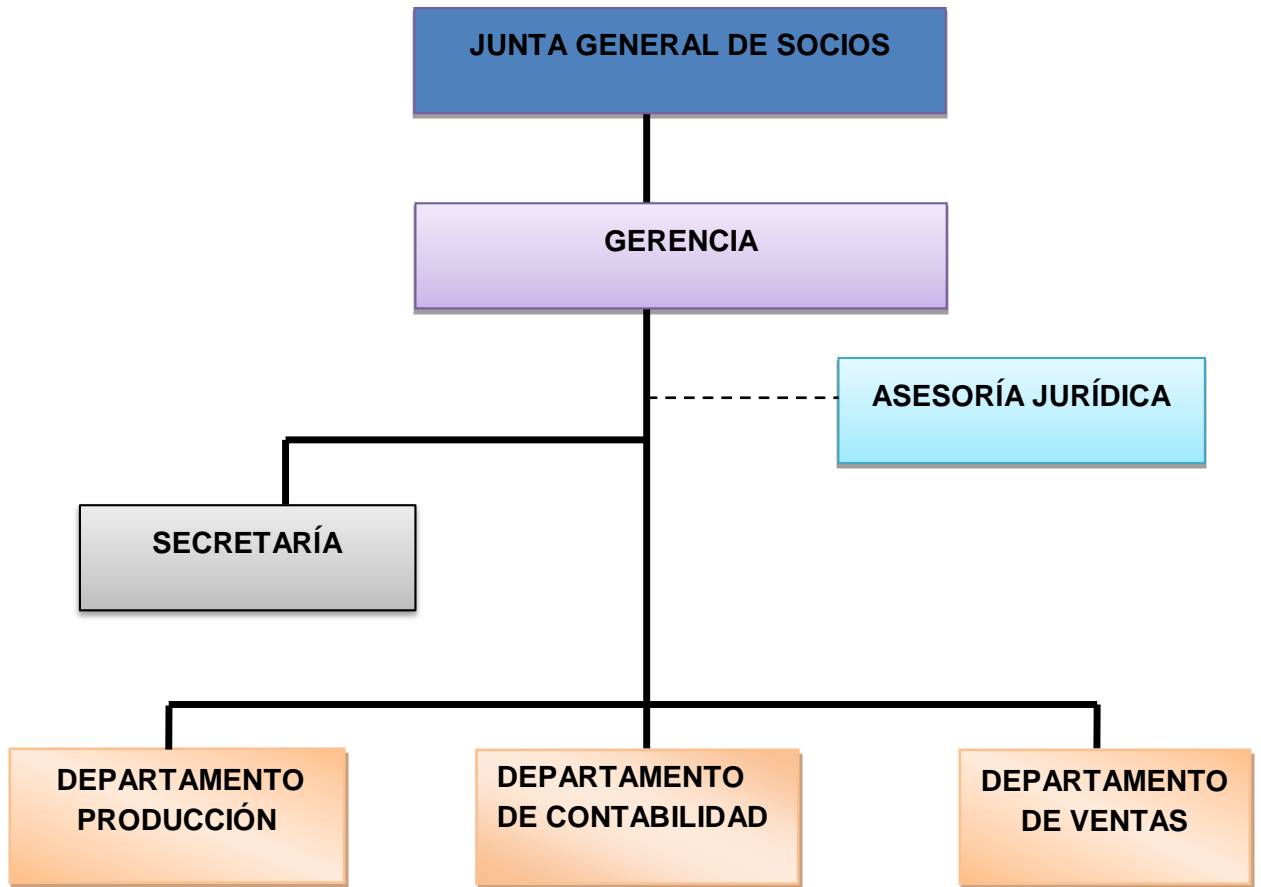
NIVEL EJECUTIVO: Lo constituye el gerente que será nombrado por los socios.

NIVEL DE APOYO: Está conformado por un asesor jurídico, es decir un abogado quien se encargara de los problemas legales de la empresa.

NIVEL Auxiliar: En este nivel se encuentra la secretaria-contadora que tiene relación directa con las actividades administrativas.

NIVEL OPERATIVO: Conformado por 2 obreros.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA



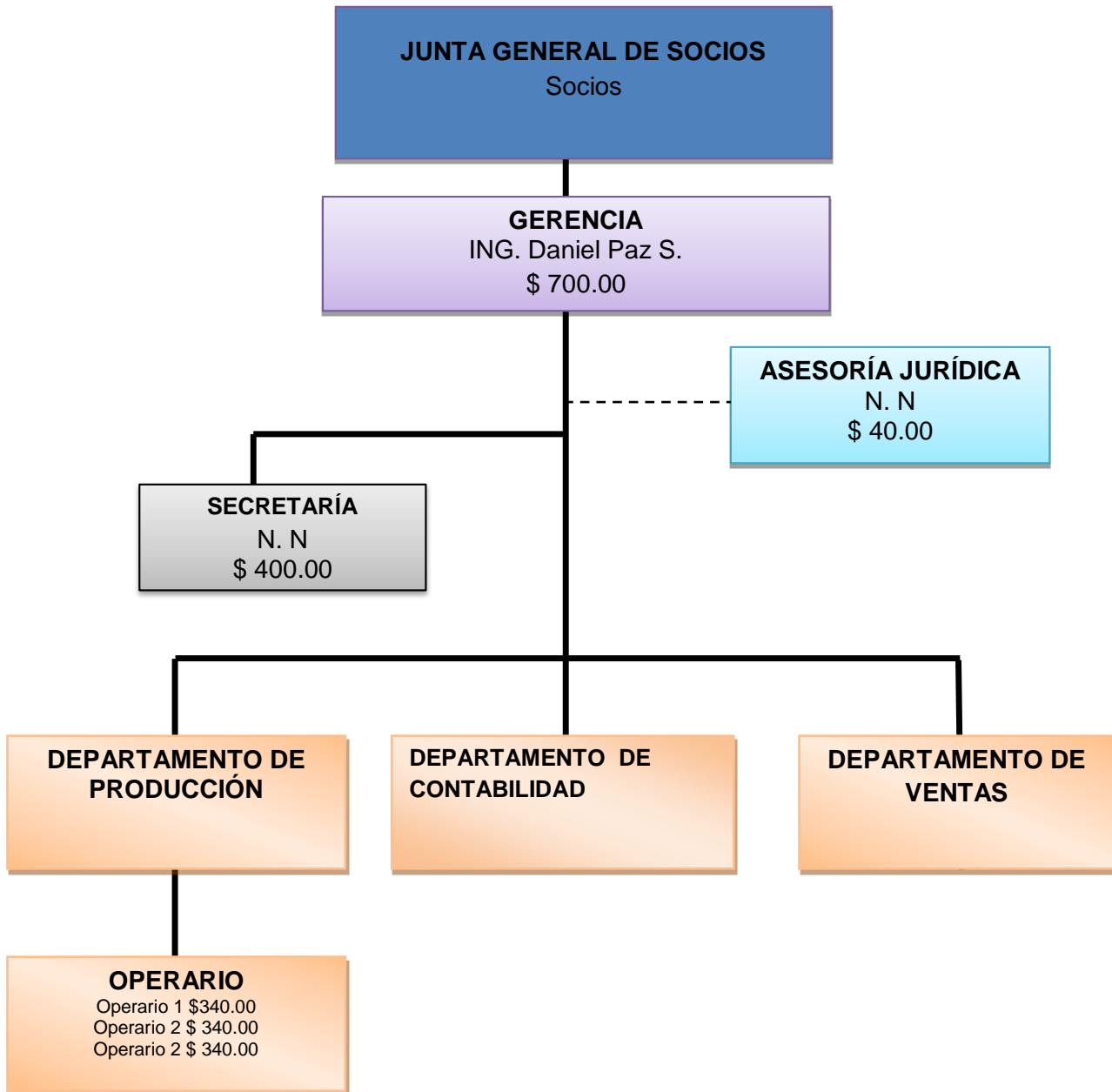
Elaboración: El Autor

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA



Elaboración: El Autor


ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA



Elaboración: El Autor

MANUAL DE FUNCIONES

Todos quienes integran el Recurso Humano de la Compañía deben tener conocimiento claro del trabajo de la Empresa y del suyo, esto dependerá para alcanzar una mayor productividad en la Empresa.

	NIVEL JERÁRQUICO: : Nivel Ejecutivo
CÓDIGO: 001	
NOMBRE DEL PUESTO : Gerente	
NATURALEZA DEL TRABAJO: Planifica, organiza, dirige y evalúa todas las actividades de la empresa	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none">• Planificar las actividades a realizarse• Organizar en forma coordinada los recursos económicos- financieros, humanos, materiales, etc.• Controlar la ejecución del plan para realizar los ajustes correspondientes.• Ejercer la representación legal, judicial de la empresa.• Contratar al personal que se requiera para la realización de las diferentes actividades.	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none">• Supervisar y controlar las actividades bajo su mando, así como las actividades de la empresa, usando su criterio profesional para la solución de los problemas inherentes a su cargo.	
REQUISITOS MÍNIMOS: <ul style="list-style-type: none">• Título de Ingeniero Comercial, Economista o carreras afines• Experiencia 1 años en actividades similares• Calidad de gestión, liderazgo y confiabilidad. Tener buenas relaciones interpersonales, presencia y facilidad de palabra.	



**NIVEL JERÁRQUICO: : Nivel
Asesor**

CÓDIGO: 002

NOMBRE DEL PUESTO : Asesor Jurídico

NATURALEZA DEL TRABAJO: Controlar las actividades legales de la empresa, asesorar e informar sobre aspectos legales.

FUNCIONES:


- Asesorar a los directivos sobre aspectos legales
- Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa
- Participar en sesiones, juntas de accionistas y jefes departamentales.
- En caso de existir alguna demanda legal que perjudique a la empresa el asesor se encargara de resolver los problemas de la mejor manera
- Defender los casos económicos y financieros de la empresa

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Mantiene autoridad funcional más no de mando en razón de que asesora y recomienda pero no toma decisiones además su participación es eventual.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título superior en jurisprudencia (abogado)
- Experiencia mínima de 3 años en trabajos similares
- Conocimiento de los programas básicos Excel, Word, etc.
- Buenas relaciones interpersonales.

	<p>NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Auxiliar</p>
<p>CÓDIGO: 003</p>	
<p>NOMBRE DEL PUESTO : Secretaria</p>	
<p>NATURALEZA DEL TRABAJO: Realizar labores de secretaría, y asistencia directa al Gerente de la empresa.</p>	
<p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redactar oficios, memorándums, circulares de la empresa. • Atender al público en general y asignarles las entrevistas con el Gerente. • Mantener el archivo de documentación recibida y entregada. • Controlar la asistencia del personal. • Asistir de manera adecuada al Gerente de la empresa. 	
<p>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Requiere de responsabilidad y conocimiento de secretariado, y tener buenas relaciones interpersonales. 	
<p>REQUISITOS MÍNIMOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título de Secretaria Ejecutiva • Experiencia de 1 año en funciones similares • Cursos de relaciones humanas interpersonales 	



NIVEL JERÁRQUICO: Nivel
Auxiliar

CÓDIGO: 004

NOMBRE DEL PUESTO :Contadora

NATURALEZA DEL TRABAJO:Ejecutar las operaciones contables de la empresa y realizar el análisis financiero.

FUNCIONES:


- Preparar los estados financieros de la empresa.
- Actualizar los sistemas contables de la empresa.
- Organizar adecuadamente los registros contables.
- Elaborar los roles de pago de todo el personal.
- Mantener correctamente el manejo de los libros contables.
- Determinar el control previo sobre los gastos.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- El puesto requiere de mucha responsabilidad y mucha concentración.
- Responsabilidad técnica y económica en el manejo de las operaciones contables.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título de Contadora.
- Experiencia mínima de dos años en funciones similares.
- Cursos de contabilidad y relaciones interpersonales.

	NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Operativo
CÓDIGO: 006	
NOMBRE DEL PUESTO : vendedor	
NATURALEZA DEL TRABAJO: Receptar y entregar los tabacos donde lo requieran para su venta.	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Llevar un control permanente de las entregas que se realizan. • Presentar informes periódicos de las actividades ejecutadas al Supervisor. • Realizar el mantenimiento periódico del vehículo a su cargo. • Es responsable de la producción que se pierda del vehículo en caso de que lo hubiere. • Presentar informes periódicos de las actividades ejecutadas al jefe de ventas. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none"> • El trabajo requiere de iniciativa y de contratación en las labores a él asignadas. 	
REQUISITOS MÍNIMOS: <ul style="list-style-type: none"> • Bachiller • Experiencia en el área en ventas • Licencia de conducir profesional 	



NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Operativo

CÓDIGO: 007

NOMBRE DEL PUESTO :Operarios

NATURALEZA DEL TRABAJO:Se encarga de la producción de los tabacos sin filtro desde su elaboración hasta el almacenaje para su posterior comercialización.

FUNCIONES:

- Son los responsables de los materiales y herramientas que se empleen en la ejecución de las actividades.
- Informan de todas las actividades realizadas y de los inconvenientes encontrados a su inmediato superior.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Requiere de iniciativa y buena disposición en las tareas asignadas.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Ingeniero en Industrias
- Experiencia mínima 1 año

ESTUDIO FINANCIERO

Para la realización del estudio financiero de mi empresa su considero un sinnúmero de activos tanto fijos, variables y diferidos que vamos a utilizar para la implementación de la empresa. Por medio del estudio financiero he determinado la evaluación financiera.

INVERSIONES

La inversión se debe efectuar la puesta en marcha del proyecto y para que la empresa realice sus operaciones se clasifica en tres rubros:

- Activos Fijos
- Activo diferido
- Activo circulante

Activos Fijos

Son las inversiones que se realizan en comprar bienes tangibles, se utilizan para garantizar la operación del proyecto a continuación se describen los siguientes Activos Fijos:

Maquinaria y Equipo: Son aquellos instrumentos que van a permitir elaborar los tabacos sin filtro con la mejor tecnología. Con un costo de \$3100.00

Cuadro N°22
Maquinaria y Equipo
MAQUINARIA Y EQUIPO

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Maquina para fabricar cigarrillos PAP	1	1200	1200
Rebanadora de tabaco	1	1150	1150
Clasificador de tabaco	1	750	750
TOTAL			3100

Fuente: Proveedores

Elaboración: El Autor

Herramientas: Serán utilizadas para el arreglo de algunas fallas de las máquinas y para transportar el producto. Cuyo costo es de \$252.00

**Cuadro Nº 23
Herramientas**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Set de Herramientas	1	98	98
Carritos Transportadores	1	154	154
TOTAL			252

Fuente: Almacenes de la Ciudad
Elaboración: El Autor

Muebles y Enseres: En este rubro se incluyen los valores correspondientes al mobiliario que facilitara la comodidad y adecuación del área administrativa para el uso del personal y de los clientes. El monto es de \$665.00.

**Cuadro Nº 24
Muebles Y Enseres**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio	3	120	360
Silla Giratoria	3	45	135
Archivadores de 4G	1	125	125
Sillas Plasticas	6	7,5	45
TOTAL			665

Fuente: Almacén de la ciudad
Elaboración: El Autor

Equipo de Oficina: Para las actividades administrativas y operativas de la empresa se ha planificado la compra de equipo de oficina con un monto de \$147.00 dólares.

**Cuadro Nº 25
Equipo de Oficina**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Sumadora	2	35	70
Perforadora	2	8	16
Grapadora	2	8	16
Telefono	1	45	45
TOTAL			147

Fuente: Librerías de la ciudad
Elaboración: El Autor

Equipos de Cómputo: Son necesarios para la realización de los tareas en el área administrativa este presupuesto tiene un costo de \$ 3400.00

**Cuadro N° 26
Equipo de Cómputo**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadora con Impresora HP	2	1700	3400
TOTAL			3400

Fuente: Locales de la ciudad

Elaboración: El Autor

Equipos de Seguridad y Limpieza: Son necesarios para la seguridad de la empresa y para el mantenimiento de limpieza de la misma, este presupuesto tiene un costo de \$ 578.00

**Cuadro N° 27
Equipo de Seguridad y Limpieza**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Camaras	2	250	500
Extintor	1	35	35
Escoba	2	3	6
Recogedor	1	3	3
Trapeador	1	4	4
Basurero	2	15	30
TOTAL			578

Fuente: Locales de la ciudad

Elaboración: El Autor

Vehículo: Es un bien que será utilizado para el transporte de la materia prima y la comercialización del producto terminado. Tiene un costo de 20000

**Cuadro N° 28
Vehículo**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Vehículo	1	20000	20000
TOTAL			20000

Fuente: Feria de Carros de la Ciudad de Loja

Elaboración: El Autor

RESUMEN DE DEPRECIACIONES

Cuadro Nº 29

Descripción	Valor	% Depreciación	Valor Residual	Vida Util	Depreciación Anual
Maquinaria y Equipo	3100	20%	620	10	248
Equipo de Oficina	147	20%	29,4	10	11,76
Equipo de Computación	3400	33,33%	1133,22	3	755,59
Herramientas	252	33,33%	83,99	10	16,80
Muebles y Enseres	665	10%	66,5	10	59,85
Equipo de Seguridad y Limpieza	578	33,33%	192,65	5	77,07
Vehículo	20000	20%	4000	5	3200,00
TOTAL			6125,76		4369,07

Elaboración: El Autor

Formula:

$$Vr = Va \frac{100\%}{N^{\circ} \text{ años}} \quad Dp = \frac{Va - Vr}{N^{\circ} \text{ años}}$$

Nomenclatura

Vr= Valor Residual; **Va=** Valor Actual; **Dp=** Depreciación del Activo

Resumen de Activos Fijos

Cuadro Nº 30

Activos	Valor Total
Maquinaria y Equipo	3100
Equipo de Oficina	147
Equipo de Computación	3400
Herramientas	252
Muebles y Enseres	665
Equipo de Seguridad y Limpieza	578
Vehículo	20000
TOTAL	28142,00

Elaboración: El Autor

INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

Son aquellas de carácter intangible necesarios para realizar todo estudio de factibilidad; dentro del proyecto son aquellos gastos de constitución de la empresa, estudio preliminar, etc. Estos gastos se amortizan en 5 años de

vida útil del proyecto, los gastos y rubros se incurren en el presente proyecto:

Gastos de Constitución

Es el gasto que toda la empresa debe establecer en forma legal, este desembolso tiene un monto de \$ 2550.00 dólares.

**Cuadro Nº 31
Gastos de Constitución**

conceptos	valor total
costo del proyecto	1300
constitución de la empresa	500
patentes y registro de marca	400
permiso de funcionamiento	350
Total	2550

Fuente: Investigación en Entidades Públicas
Elaboración: El autor

**Cuadro Nº 32
AMORTIZACIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO**

Descripción	Vida Util	Valor Activo	Valor Amortizado Anual
Activos Diferidos	5	2550	510

Elaboración: El Autor

ACTIVOS CIRCULANTES

Son los gastos que se deben realizar al iniciar el funcionamiento de la empresa, pago de personal administrativo y suministros varios. Dicho capital se lo ha calculado para un mes.

Materia Prima: Son todos los componentes básicos para la obtención del producto; su cantidad está relacionada con la capacidad de la planta.

**Cuadro Nº 33
Materiales**

Descripción	Unidad	Cantidad Mensual	Precio Unitario	Precio Total	Valor Anual
Tabaco	kg	78	60	4680	56160
TOTAL				4680	56160

Elaboración: El Autor

Nota: Con un kilogramo de tabaco se obtiene 50 cajetillas de tabaco de 20 unidades.

Mano de Obra Directa: Son las personas que están en contacto con el proceso productivo.

**Cuadro Nº 34
Mano de Obra Directa**

Especificaciones	Personal
Salario Básico	354
Décimo Tercero(S.B/12)	29,50
Décimo Cuarto(S.B/12)	29,50
Vacaciones(S.B/24)	14,75
Aporte Patronal IESS(12,15%)	43,011
Total Remuneración (I-E)	470,76
Nº de Obreros	3
Total Mensual	1412,28
Total Anual	16947,396

Fuente: Ministerio de Trabajo y Empleo
Elaboración: El Autor

Materia Prima Indirecta: Son los elementos materiales secundarios que se utiliza para la transformación de un producto. En este caso la materia prima directa serán los que se describen a continuación.

**Cuadro Nº 35
Materia Prima Indirecta**

Descripción	unidad	cantidad mensual	valor unitario	valor mensual	valor anual
celofán	metros	500	0,15	75	900
papel	kg	20	3,25	65	780
cajetillas		3900	0,12	468	5616
total				608	7296

Fuente: Bodegas Distribuidoras
Elaboración: El Autor

Servicios Básicos: Son todos los pagos que se realizan como: el agua, energía eléctrica y el teléfono que se necesita en las operaciones de la nueva empresa.

**Cuadro Nº 36
Servicios Básicos**

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Total
Agua	m3	300	0,096	28,80	345,60
Energía Eléctrica	k/h	750	0,12	90	1080
Teléfono	m/h	175	0,08	14	168
Total				132,80	1593,60

Fuente: Municipio; EERSSA; CNT.
Elaboración: El Autor

Sueldos Administrativos: Conforman el gasto de los sueldos y salarios del personal que no intervienen directamente en el proceso del Servicio, pero que son necesarios para lograr el desarrollo óptimo de la empresa.

Cuadro Nº 37
Sueldos Administrativos

Especificaciones	Gerente	Secretaria-Contadora	Abogado
Salario Básico	700	400	
Décimo Tercero(S.B/12)	58,33	33,33	
Décimo Cuarto(S.B/12)	29,50	29,50	
Vacaciones(S.B/24)	29,17	16,67	
Aporte Patronal IESS(12,15%)	85,05	48,6	
Total Remuneración (I-E)	902,05	528,10	60
TOTAL ANUAL	10824,60	6337,2	720
TOTAL ANUAL	17881,80		
TOTAL MENSUAL	1490,15		

Fuente: Ministerio de Trabajo y Empleo
Elaboración: El Autor

Nota: El sueldo del Asesor Jurídico es un estimado debido que es un trabajador temporalde la empresa.

Útiles de Oficina: Es el gasto que se produce con la adquisición de material de oficina y útiles de oficina como: carpetas de archivo, lápices, resmas de papel, etc.

Cuadro Nº 38
Útiles de oficina

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Carpetas de Archivo	Unidad	3	12	36	432
Esferográficos	Docena	1	2	2	24
Resma de Hojas (4 veces en el año)	Unidad	2	3,75	7,50	30
Tinta de Impresora(4 veces en el año)	Cartucho	2	5	10	40
TOTAL				55,50	526

Fuente: Papelerías de la Ciudad
Elaboración: El Autor

Arriendo: Cconveniente realizar las operaciones de la empresa en un local, el mismo que debe encontrarse en perfecta ubicación y en las mejores condiciones para el correcto funcionamiento de la empresa, se ha considerado un rubro aproximado ya que el local es propio.

**Cuadro Nº 39
Arriendo**

Descripción	Mensual	Anual
Arriendo	150	1800
total	150	1800

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: El Autor

Materiales y Útiles de Aseo: Estos gastos se ocasionan al adquirir implementos necesarios para el mantenimiento y aseo de la empresa para el transcurso del año.

**Cuadro Nº 40
Materiales y Útiles de Aseo**

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Detergente Multiuso	Fundas	3	3	9	108
Papel Higiénico	Paca	4	4,5	18	216
Toalla de Mano	Unidad	6	1,5	9	108
Guantes	Pares	6	2,5	15	180
Desinfectante	Galón	3	4,5	13,5	162
Total				64,5	774

Fuente: Almacenes Locales
Elaboración: El Autor

Publicidad: En este rubro se incluyen todo los gastos que efectúa la empresa para conseguir una publicidad efectiva para dar a conocer el servicio que ofrecerá la nueva empresa.

**Cuadro Nº 41
Publicidad**

calendarios	Factor	Cantidad	Precio	Valor Mensual	Valor Anual
Radio	Avisos	30	1,5	45	540
calendarios	impresos	100	0,15	15	180
TOTAL				60	720

Fuente: Radio Motovelle e Imprentas
Elaboración: El Autor

Mantenimiento de Maquinaria y Equipo: En este rubro se incluye un porcentaje del valor de la maquinaria y equipo para su adecuado mantenimiento.

Cuadro Nº 42
Mantenimiento de Maquinaria y Equipo

DENOMINACION	VALOR	ALICUOTA	Valor Mensual	Valor Anual
maquinaria y Equipo	3100	2%	5,17	62
TOTAL			5,17	62

Fuente: Técnicos de la Ciudad
Elaboración: El Autor

Lubricantes y Combustibles: Para el desarrollo normal del vehículo, para la distribución del producto o materias primas. .

Cuadro Nº 43
Lubricante y Combustible

Descripcion	costo mensual	costo anual
Combustible	25	300
Lubricantes	12	144
Total	37	444

Fuente: gasolineras y lubricadoras locales
Elaboración: El Autor

RESUMEN DEL ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO
Cuadro Nº 44

Especificaciones	Valor Total Anual	Valor Total Mensual
Materia prima directa	56160	4680
Mano de Obra Directa	16947,396	1412,283
Materia prima indirecta	7296	608
Servicios Básicos	1593,60	132,80
Sueldos Administrativos	17881,80	1490,15
Útiles de Oficina	526	55,50
Útiles de Aseo	774	64,5
Arriendo	1800	150,00
Lubricantes y Combustibles	444	37,00
Gastos Publicitarios	720	60
Mantenimiento de Maquinaria y Equipo	62	5,17
Imprevistos 3%	5210,24	434,77
Total	109415,04	9130,17

Elaboración: El Autor

RESUMEN DE LOS ACTIVOS
Cuadro Nº 45

ESPECIFICACIONES	VALOR TOTAL	PORCENTAJE
ACTIVO FIJO	28142,00	20
ACTIVO DIFERIDO	2550	2
ACTIVO CIRCULAR O CAPITAL	109415,04	78
TOTAL	140107,04	100

Elaboración: El Autor

FINANCIAMIENTO

Para el financiamiento de la empresa y a la vez el ofrecimiento del servicio los socios aportaran el 95% de capital propio y se pedirá un crédito del 5 % con una tasa de interés del 15% en el Banco Nacional de Fomento el monto será de \$7000.00 dólares.

Cuadro Nº 46
Financiamiento

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
Capital Interno	133107,04	95
Capital Externo	7000,00	5
TOTAL	140107,04	100

Elaboración: El Autor

Amortización del Préstamo

Cálculo Matemático:

Datos:

Saldo inicial: \$ 7000.00

Interés: $15\% / 100 = 0.15$

Tiempo: 5 años

Forma de pago: Semestral (10 pagos cada 6 meses) → $6 \text{ m} / 12 = 0.5$

Desarrollo:

Para sacar la amortización se divide:

$7000.00 / 10 \text{ \# de pagos} = 700.00$

Para sacar el interés se multiplica:

$\$ 7000.00 \times 0.5 \times 0.15 = 525.00$

AMORTIZACIÓN

Monto: \$ 7000.00

Interés: 15%

Amortización: Semestral

Número de pagos: 10

Pagos anuales: 2

AÑO	SEMESTRAL	SALDO INICIAL	AMORTIZACIÓN	INTERES	DIVIDENDO SEMESTRAL	DIVIDENDO ANUAL	SALDO FINAL
1	1	7.000,00	700,00	525,00	1.225,00	2.397,50	6.300,00
	2	6.300,00	700,00	472,50	1.172,50		5.600,00
2	1	5.600,00	700,00	420,00	1.120,00	2.187,50	4.900,00
	2	4.900,00	700,00	367,50	1.067,50		4.200,00
3	1	4.200,00	700,00	315,00	1.015,00	1.977,50	3.500,00
	2	3.500,00	700,00	262,50	962,50		2.800,00
4	1	2.800,00	700,00	210,00	910,00	1.767,50	2.100,00
	2	2.100,00	700,00	157,50	857,50		1.400,00
5	1	1.400,00	700,00	105,00	805,00	1.557,50	700,00
	2	700,00	700,00	52,50	752,50		-

**PROYECCIÓN DE LOS PRESUPUESTOS PARA LOS 5 AÑOS DE VIDA
ÚTIL DEL PROYECTO
Cuadro Nº 48**

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN	85282,47	88070,84	90956,68	93943,40	97034,57
COSTOS PRIMOS					
Materia prima directa	56160	58221,07	60357,79	62572,92	64869,34
Mano de Obra Directa	16947,40	17455,82	17979,49	18518,88	19074,44
TOTAL COSTOS PRIMOS	73107,40	75676,89	78337,28	81091,79	83943,79
Gastos Indirectos de Fabricación					
Materia prima indirecta	7296	7514,88	7740,33	7972,54	8211,71
Depreciaciones	4369,07	4369,07	4369,07	4369,07	4369,07
Amortización Activos Diferidos	510,00	510,00	510,00	510,00	510,00
Total de Gastos Indirectos de Fabricación	12175,07	12393,95	12619,40	12851,61	13090,79
COSTOS DE OPERACIÓN	24798,90	25330,54	25885,45	26464,35	27068,01
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos Administrativos	17881,80	18418,25	18970,80	19539,93	20126,12
Servicios Basicos	1593,60	1652,09	1712,72	1775,57	1840,74
Arriendo	1800,00	1854,00	1909,62	1966,91	2025,92
Materiales y Utiles de Oficina	526,00	545,30	565,32	586,06	607,57
Materiales y utiles de Aseo	774	802,41	831,85	862,38	894,03
Mantenimeinto de Maquinaria y Equipo	62	64,28	66,63	69,08	71,62
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	22637,40	23336,32	24056,94	24799,93	25566,00
GASTOS DE VENTAS					
Publicidad	720,00	746,42	773,82	802,22	831,66
Lubricates y Combustibles	444,00	460,29	477,19	494,70	512,86
TOTAL GASTO EN VENTAS	1164,00	1206,72	1251,01	1296,92	1344,51
GASTOS FINANCIEROS					
Interes del Prestamo	997,50	787,50	577,50	367,50	157,50
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	997,50	787,50	577,50	367,50	157,50
TOTAL DE COSTOS	110081,37	113401,39	116842,13	120407,76	124102,58

Elaboración: El Autor

COSTO UNITARIO

A continuación se describe el costo unitario del servicio que se ofrecerá

Cuadro N° 49
Costo Unitario

AÑOS	COSTOS TOTALES	N° DE PRODUCTOS AL AÑO	COSTO UNITARIO
1	110081,37	46800	2,35
2	113401,39	56655	2,00
3	116842,13	66510	1,76
4	120407,76	76365	1,58
5	124102,58	86220	1,44

Elaboración: El Autor

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

Cuadro N° 50
Precio de Venta al Público

Años	Costo Unitario	Margen de Utilidad	Precio de Venta al Público
1	2,35	0,67	3,50
2	2,00	0,57	3,50
3	1,76	0,50	3,50
4	1,58	0,45	3,50
5	1,44	0,41	3,50

Elaboración: El Autor

INGRESOS TOTALES

Cuadro N° 51
Ingresos

Años	Precio de Venta al Público	Unid. Producidas al año	Ingresos Totales
1	3,50	46800	163800
2	3,50	56655	198293
3	3,50	66510	232785
4	3,50	76365	267278
5	3,50	86220	301770

Elaboración: El Autor

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Los costos fijos y variables se determinan con la finalidad de representar los valores monetarios para una medición empresarial, mediante el punto de equilibrio en función de las ventas y la capacidad instalada.

Costos Fijos: son aquellos que se mantiene constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos durante el transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen de producción.

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

Cuadro N° 52

	AÑO 1		AÑO 5	
RUBROS	C.F	C.V	C.F	C.V
COSTO DE PRODUCCIÓN				
COSTO PRIMO				
Materia Prima Directa		56160,00		64869,34
Mano de obra Directa		16947,40		19074,44
Gastos Indirectos de Fabricacion				
Materia Prima Inirecta		7296,00		8211,71
Depreciaciones	4369,07		4369,07	
Amort. Activos Diferidos	510,00		510,00	
COSTOS DE OPERACIÓN				
GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Sueldos administrativos	17881,80		20126,12	
Servicios basicos		1593,60		1840,74
Arriendo	1800,00		2025,92	
Materiales y útiles de oficina	526,00		607,57	
Materiales y útiles de aseo	774,00		894,03	
Mantenimiento de Maquinaria y Equipo	62,00		71,62	
GASTO DE VENTAS				
Publicidad	720,00		831,66	
Lubricates y Combustibles	444,00		512,86	
GASTOS FINANCIEROS				
interés del préstamo	997,50		157,50	
TOTAL DE COSTOS	28084,37	81997,00	30106,35	93996,23
Costo Total	110081,37		124102,58	

Elaboración: El Autor

ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

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

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendo menos que el punto de equilibrio tendré pérdidas y si vendo más que el punto de equilibrio obtendré ganancias. Para realizar este cálculo es necesario clasificar los costos fijos y los variables.

Existen dos tipos de cálculo que son; método matemático y método gráfico.

Método Matemático; En este método se plantea tres alternativas; en función a la capacidad instalada, en función de las ventas y en función de la producción.

Cálculo del Punto de Equilibrio para el año 1.

Método matemático

a. En función de las ventas

$$P.E = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$P.E = \frac{28084.37}{1 - \frac{81997.00}{163800.00}}$$

$$P.E = \frac{28084.37}{0.5005}$$

$$P.E = 56235.35$$

b. En función de la capacidad instalada

$$\text{P. E} = \frac{\text{CostoFijoTotal}}{\text{Ventastotales} - \text{Costosvariablestotales}} \times 100$$

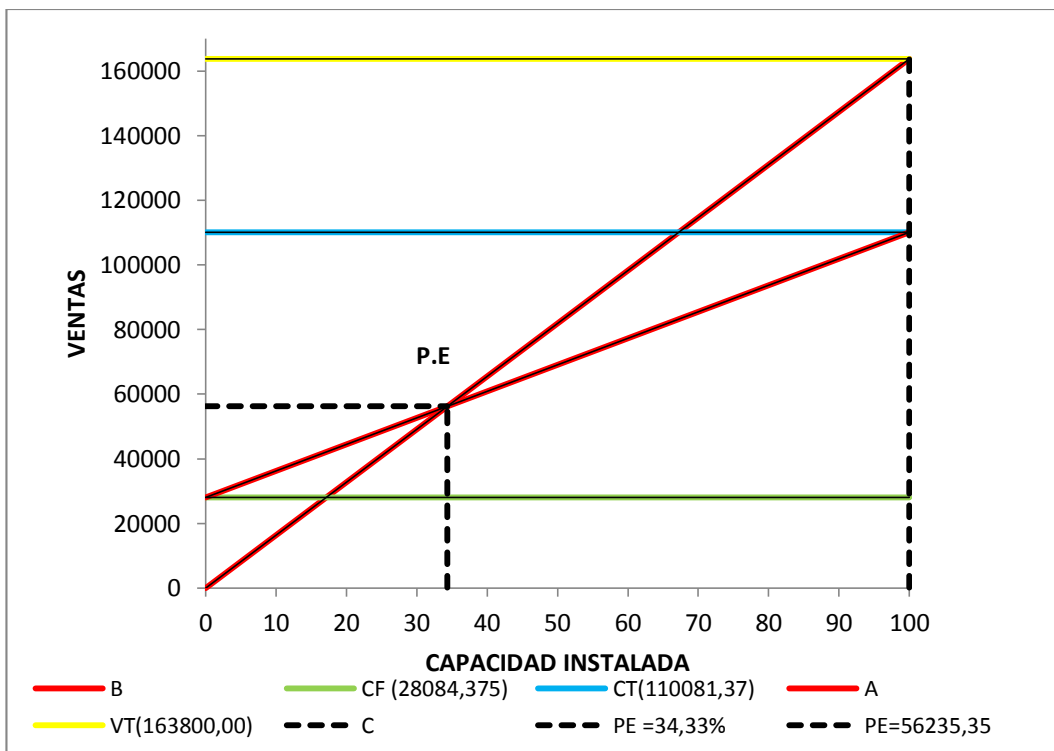
$$\text{P. E} = \frac{28084.37}{163800.00 - 81997.00} \times 100$$

$$\text{P. E} = \frac{28084.37}{81803.00} \times 100$$

$$\text{P. E} = 0.3433 \times 100$$

$$\text{P. E} = 34.33\%$$

Punto de Equilibrio para el Año 1



Análisis: El siguiente gráfico indica que para el primer año la empresa debe vender \$56,235.35 dólares de su servicio para llegar al punto de equilibrio con un 34.33% de capacidad instalada.

Cálculo del Punto de Equilibrio para el año 5.

Método matemático

a. En función de las ventas

$$P.E = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$P.E = \frac{30106.35}{1 - \frac{93996.23}{301770.00}}$$

$$P.E = \frac{30106.35}{0.6885}$$

$$P.E = 43726.37$$

b. En función de la capacidad instalada

$$\text{P.E} = \frac{\text{CostoFijoTotal}}{\text{Ventastotales} - \text{Costosvariablestotales}} \times 100$$

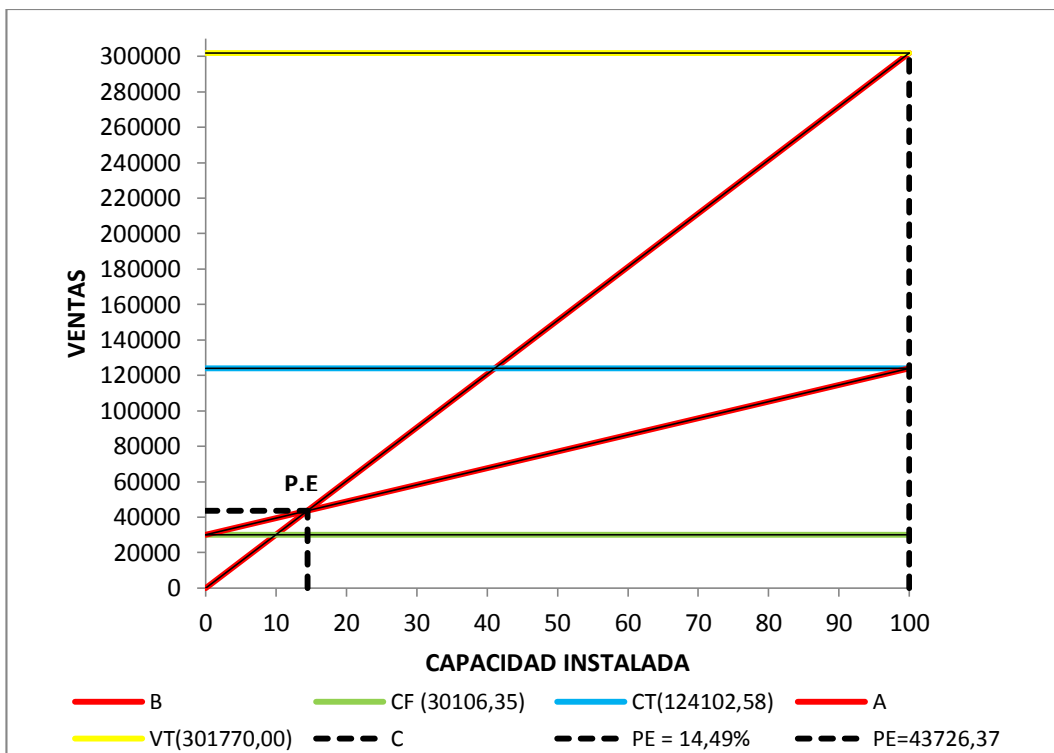
$$\text{P.E} = \frac{30106.35}{301770.00 - 93996.23} \times 100$$

$$\text{P.E} = \frac{30106.35}{207773.77} \times 100$$

$$\text{P.E} = 0.1448 \times 100$$

$$\text{P.E} = 14.49\%$$

Punto de Equilibrio para el Año 5



Análisis: El siguiente gráfico indica que para el quinto año la empresa debe vender \$43,726.37 dólares de su servicio para llegar al punto de equilibrio con un 14.49% de capacidad instalada.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias es un estado financiero que presenta los resultados financieros, en un periodo de tiempo determinado, como producto de una actividad económica de la empresa.

Cuadro N° 53

Estado De Pérdidas y Ganancias

PERIODOS	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	163.800,00	198.292,50	232.785,00	267.277,50	301.770,00
(-) Costo Total	110081,37	113401,39	116842,13	120407,76	124102,58
(=) Utilidad Bruta Ventas	53.718,63	84.891,11	115.942,87	146.869,74	177.667,42
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	8057,79	12733,67	17391,43	22030,46	26650,11
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	45.660,83	72.157,45	98.551,44	124.839,28	151.017,30
(-) 22% Impuesto a la renta	10045,38	15874,64	21681,32	27464,64	33223,81
(-) 10% Reserva Legal	1004,54	1587,46	2168,13	2746,46	3322,38
(=) Utilidad Neta	9.040,85	14.287,17	19.513,19	24.718,18	29.901,43

Elaboración: El Autor

EVALUACIÓN FINANCIERA

Es uno de los puntos más importantes, ya que del mismo dependerá su aceptación o rechazo del proyecto.

FLUJO DE CAJA

Es aquel que representa los recursos en efectivo entre ingresos y egresos de la empresa, demostrando los fondos y si disponibilidad para pagar deudas o comprar activos.

Cuadro N° 54
Flujo de Caja

Denominación	Periodo					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
ventas		163.800,00	198.292,50	232.785,00	267.277,50	301.770,00
crédito bancario	7000,00					
Capital Propio	133107,04					
Valor Residual				1133,22		4992,54
Total Ingresos	140107,04	163800,00	198292,50	233918,22	267277,50	306762,54
Egresos						
activo Fijo	28142,00					
Acto Diferido	2550,00					
Activo Circulante	109415,04					
Reinversion					3400,00	
Presupuesto de Operación	140107,04	110081,37	113401,39	116842,13	120407,76	124102,58
Depreciación y amortización		4879,07	4879,07	4879,07	4879,07	4879,07
15% de Utilidad de Trabajo		8057,79	12733,67	17561,41	21860,48	27398,99
22% Impuesto a la Renta		11818,10	18676,04	25756,74	32311,34	40185,19
Amortización de Capital		1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00
Total de Egresos	140107,04	136236,34	151090,17	166439,36	184258,65	197965,84
Balance	0,00	27.563,66	47.202,33	67.478,86	83.018,85	108.796,70

Elaboración: El Autor

VALOR ACTUAL NETO

Gracias a este valor logramos calcular el valor presente de los flujos de caja futuros originados por una inversión, a este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

Cuadro N° 55
Valor Actual Neto

VAN		10,00%	
Años	Flujo Neto	Fact. Actual	Flujo descontado
0	- 140.107,04		
1	27.563,66	0,909091	25.057,87
2	47.202,33	0,826446	39.010,19
3	67.478,86	0,751315	50.697,87
4	83.018,85	0,708425	58.812,64
5	108.796,70	0,620921	67.554,19
		Total	241.132,76
		Inversión	-140.107,04
		VAN	101.025,73

Elaboración: El Autor

Formula del Factor de Actualización:

$$f = \frac{1}{(1+i)^n}$$

F= Factor de actualización; **i**= Interés del préstamo; **n**= Número de años

Para determinar el VAN se utiliza la siguiente fórmula:

VAN = Sumatoria VAN - Inversión inicial

VAN = 241132.76 - 140107.04

VAN = **101025.72**

El valor actual neto en el presente proyecto es de \$101025.72 dólares; por lo tanto se acepta el proyecto.

TASA INTERNA DE RETORNO

Expresa en forma porcentual la capacidad de ganancia de un proyecto, además se la conoce como la tasa de descuento que hace posible que la corriente de beneficios actualizados sea iguales a la inversión inicial.

Cuadro N° 56
Tasa Interna de Retorno

Años	Flujo Neto	Factor de descuento	Valor Actual	Factor de descuento	Valor Actual
		29,40%	Tm	29,50%	TM
0	-140.107,04		-140.107,04		-
1	27.563,66	0,772798	21.301,13	0,7722008	21.284,68
2	47.202,33	0,597216	28.189,99	0,5962940	28.146,47
3	67.478,86	0,461527	31.143,32	0,4604587	31.071,23
4	83.018,85	0,356667	29.610,08	0,3555666	29.518,73
5	108.796,70	0,275631	29.987,78	0,2745688	29.872,18
VAN Tm			125,26	VAN TM	-213,76
				TIR	29,44%

Elaboración: El Autor

Para poder determinar la TIR se procede a aplicar la siguiente fórmula:

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

$$TIR = 29.40\% + 1 \left(\frac{125.26}{125.26 - (-213.76)} \right)$$

$$TIR = 29,44\%$$

La tasa interna de retorno en el presente proyecto es de 29,44%% siendo este mayor al resto de oportunidad, por lo tanto es rentable.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital.

Cuadro N° 57
Periodo de Recuperación de Capital

Años	Inversión Inicial	Flujo Neto	Flujo Acumulado
Inversión	-140.107,04		
1		27.563,66	27.563,66
2		47.202,33	74.765,99
3		67.478,86	142.244,85
4		83.018,85	225.263,70
5		108.796,70	334.060,40
TOTAL		334.060,40	

Elaboración: El Autor

Su fórmula es:

PRC = Año que se supera la inversión a la inversión + (Inversión -

∑ Primeros Flujos / flujo de año que supera la inversión)

PRC = 3+ ((-140107.04-142244.85)/26,67478.86)

PRC = 3.22

- 3 años
- 0.22*12 meses= 2.64
- 0.64*30 días= 19 días

Esto nos indica que el periodo de recuperación de la inversión inicial, será de 3 años, 2 meses y 19 días.

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

- ~ B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.
- ~ B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.
- ~ B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.

Cuadro Nº 58
Relación Beneficio / Costo

Año	Ingresos Original	Costos Originales	Factor Actualización 10%	Ingresos Actualizados	Costos Actualizados
1	163800	110081,37	0,909091	148909,09	100073,97
2	198293	113401,39	0,826446	163878,10	93720,16
3	232785	116842,13	0,751315	174894,82	87785,22
4	267278	120407,76	0,708425	189346,12	85299,89
5	301770	124102,58	0,620921	187375,43	77057,94
				864403,55	443937,18
					1,95

Elaboración: El Autor

Para determinar la RBC se aplica la siguiente fórmula:

$$RBC = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Costos actualizados}}$$

$$RBC = \frac{864403.55}{443937.18}$$

$$RBC = 1.95$$

La relación beneficio-costo en el presente proyecto es, que por cada dólar que se invierte se obtendrá una rentabilidad de 0.95 dólares.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Es la interpretación de incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de interpretar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

ANÁLISIS DE LA SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DEL 46.31% EN LOS COSTOS								
Años	Costo T. Original	Costo T. original aumentado	Ingreso Original	Actualización Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
		46,31%			22,80%		22,90%	
0				-140.107,04				
1	110081,37	161.060,05	163800,00	2.739,95	0,81433225	2.231,23	0,8136697	2.229,41
2	113401,39	165.917,57	198292,50	32.374,93	0,66313701	21.469,01	0,6620583	21.434,09
3	116842,13	170.951,72	232785,00	61.833,28	0,54001385	33.390,83	0,5386967	33.309,39
4	120407,76	176.168,59	267277,50	91.108,91	0,43975069	40.065,21	0,4383212	39.934,97
5	124102,58	181.574,49	301770,00	120.195,51	0,35810317	43.042,39	0,3566487	42.867,57
					Total	140.198,67	Total	139.775,42
					Inversión	-140.107,04	Inversión	-140.107,04
					VAN Tm	91,63	VAN TM	-331,61
							NTIR	22,82%
					TIR del Proyecto	29,44%		
					1) Diferencia de TIR =	6,62%	Tasa mayor	0,23
					2) % de Variacion =	22,47%	Tasa menor	0,23
					3) Sensibilidad	0,98	Diferencia de Tasa	0,00
							VAN Tasa menor	91,63
							VAN Tasa mayor	-331,61
							NTIR	0,2282

Elaboración: El Autor

Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor a 1 el proyecto es sensible

Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a 1 el proyecto no sufre ningún efecto

Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor a 1 el proyecto no es sensible

TIR DEL PROYECTO = 29,44%

NUEVA TIR = 22.82%

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

$$TIR = 22.80 + 0.10 \left(\frac{91.63}{91.63 - (-331.61)} \right)$$

NUEVA TIR = 22.82%

DIFERENCIA DE TIR:

Diferencia de Tir = Tir del Proyecto – Nueva Tir

Diferencia de Tir = 29.44– 22.82= 6.62%

PORCENTAJE DE VARIACIÓN:

% Variación = (Diferencia de Tir / Tir del Proyecto) * 100

% Variación = (6.62% / 29.44%) * 100

% Variación = 22.47%

SENSIBILIDAD:

Sensibilidad = % Variación / Nueva Tir

Sensibilidad = 22.47/ 22.82

Sensibilidad = 0.98

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Es la interpretación de incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de interpretar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

ANÁLISIS DE LA SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DEL 24.48% EN LOS INGRESOS								
	Ingreso Original	Ingreso original disminuido	Costo Original	Actualización				
Años		24,48%		Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual Tm	Factor de Actualización	Valor Actual TM
					22,70%		22,80%	
0				-140.107,04				
1	163.800,00	123.701,76	110.081,37	13.620,39	0,81499593	11.100,56	0,8143322	11.091,52
2	198.292,50	149.750,50	113.401,39	36.349,11	0,66421836	24.143,74	0,6631370	24.104,44
3	232.785,00	175.799,23	116.842,13	58.957,10	0,54133525	31.915,56	0,5400139	31.837,65
4	267.277,50	201.847,97	120.407,76	81.440,21	0,44118603	35.930,28	0,4397507	35.813,39
5	301.770,00	227.896,70	124.102,58	103.794,12	0,35956481	37.320,71	0,3581032	37.169,00
					Total	140.410,86	Total	140.016,01
					Inversión	-140.107,04	Inversión	-
					VAN	303,83	VAN	140.107,04
							NTIR	-91,03
								22,78%
					TIR del Proyecto	29,44%		
					1) Diferencia de TIR =	6,66%	Tasa mayor	0,2280
					2) % de Variacion =	22,62%	Tasa menor	0,2270
					3)Sensibilidad	0,99	Diferencia de Tasa	0,0010
							VAN Tasa menor	303,83
							VAN Tasa mayor	-91,03
							NTIR	0,2278

Elaboración: El Autor

Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor a 1 el proyecto es sensible

Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a 1 el proyecto no sufre ningún efecto

Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor a 1 el proyecto no es sensible

TIR DEL PROYECTO = 29,44%

NUEVA TIR = 22,78

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

$$TIR = 22.70 + 1 \left(\frac{303.83}{303.83 - (-91.03)} \right)$$

NUEVA TIR = 22.78%

DIFERENCIA DE TIR:

Diferencia de Tir = Tir del Proyecto – Nueva Tir

Diferencia de Tir = 29.44- 22.78= 6.66%

PORCENTAJE DE VARIACIÓN:

% Variación = (Diferencia de Tir / Tir del Proyecto) * 100

% Variación = (6.66% / 29.44%) * 100

% Variación = 22.62%

SENSIBILIDAD:

Sensibilidad = % Variación / Nueva Tir

Sensibilidad = 22.62/22.78

Sensibilidad = 0.99

h. CONCLUSIONES

Luego de haber culminado con el presente trabajo investigativo, y tomando como base los resultados obtenidos en la misma presento a continuación las conclusiones a las que se ha llegado:

- ✚ Mediante la creación de una empresa productora y comercializadora de tabaco sin filtro en la ciudad de Loja, no solo se fortalecerá el comercio sino también estará elaborando un producto más saludable para las personas.
- ✚ Referente al estudio de mercado realizado, se resalta que existe un gran volumen de demandantes insatisfechos de 4780804, en cuanto se refiere a unidades de tabaco.
- ✚ El estudio técnico determina que la empresa tendrá una capacidad utilizada del 23.74% de la capacidad instalada.
- ✚ En el estudio legal indica la razón y objeto social “ DON CHAMICO” como Compañía de Responsabilidad Limitada, el plazo de duración de la empresa es de 5 años de vida útil.
- ✚ El Estudio Financiero determina los valores totales en activos fijos de \$18142.00 dólares, en activos diferidos de \$1250.00 dólares y en capital de trabajo de \$8863.71 dando una inversión de \$28255.71 dólares.
- ✚ El estudio de costos e ingresos establece que para el primer año el valor del costo de producción es de \$107283.13.
- ✚ En la evaluación financiera se establece el Valor Actual Neto de \$68,506.55; Tasa Interna de Retorno de 52.50%; Relación Beneficio

Costo es de 1.43 por cada dólar invertido la empresa gana 0.43 centavos de dólar; Periodo de Recuperación de Capital es de 2 años, 5 meses y 23 días; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 24.55% dando un total del 0.98% y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos del 18.10% dando un total del 0.99% por lo cual el proyecto es factible.

i. RECOMENDACIONES

- ✚ Se recomienda la ejecución de este proyecto, debido a que es recomendable económicamente de acuerdo a los resultados obtenidos, además se cuenta con un amplio mercado y excelente mano de obra local, permitiendo una competencia justa.
- ✚ Que las instituciones de nivel superior orienten y motiven a través de los estudiantes a la población en general, mediante programas de capacitación y apoyo al desarrollo empresarial, y así propiciar la generación de fuentes de trabajo que indican positivamente en la economía de Loja y el país.
- ✚ Para la implementación de una empresa es aconsejable realizar un buen estudio de mercado, porque es el punto de partida del proyecto con lo cual se puede mermar cualquier tipo de riesgo que pudiese existir, de tal manera que su rentabilidad y éxito sea garantizada.
- ✚ Que en un futuro se deberían realizar estudios técnicos y económicos, con la expectativa de mejorar la capacidad de producción y poder cubrir una mayor demanda del mercado, aunque esto ocasione un poco más de inversión.
- ✚ A los inversionistas y futuros emprendedores que deseen formar parte de esta iniciativa empresarial, tomar en consideración el presente proyecto ya que es factible.

j. BIBLIOGRAFÍA

- ❖ VARIOS AUTORES, Elaboración y Evaluación de proyectos de Inversión Módulo 10, 2010
- ❖ SAPAG, N. y SAPAG R. (1998) Preparación y Evaluación de Proyectos (Tercera Edición).
- ❖ MIRANDA, J. Gestión del Proyecto.
- ❖ FLORES, J. Proyecto de Inversión para la PYME. Estudio del mercado
- ❖ SCRHOEDER ,R. Administración de Operaciones: disponible Online

k. ANEXOS

ANEXO Nº 1

FICHA RESUMEN DEL PROYECTO

TEMA:

Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de tabacos sin filtro “chamico “y su comercialización en la ciudad de Loja

PROBLEMÁTICA

Hablar de crisis económica ya no es solo tema de los países pobres o tercermundistas como nos llaman, lo cierto es que en la actualidad la crisis es mundial, gracias a la globalización los efectos de una crisis o recesión económica que afecte a los país industrializados o llamaos del primer mundo se dispersa por todo el mundo como efecto domino; y, es menester del manejo de las economías locales tratar de menguar o rebatir dichos efectos.

La globalización ha logrado que este tipo de productos se han propagado fácilmente hasta lo mas recóndito del mundo y mediante los anuncios y todo tipo de publicidad han logrado entrar en la mente de la gente y que sus productos sean muy demandados y usados, además de ser hechos un habito de vida cotidiana hasta llegar a la necesidad de si, también el cigarro se ha vuelto una moda gracias al consumismo imperante en este SistemaEconómicoNeoliberal.

El tabaco tiene principalmente 2 ventajas de consumo sobre las otras

drogas: es socialmente aceptada y es de consumo legal lo que contribuye a que sea más utilizado

Otro problema se da cuando la persona adicta al tabaco deja de consumirlo, se presentan algunas alteraciones de carácter psíquico y físico, tales como: angustia, mal humor, nerviosismo, insomnio, temblores, etc

Cómo rebatir o disminuir riesgos inherentes al emprendimiento en este mercado (tabaco) en el país? Una herramienta adecuada lo constituyen los estudios de Factibilidad, la misma que permitirán evaluar comercial, técnica, legal y financieramente la idea de negocio, siempre tratando de buscar la mejor alternativa para tratar de comercializar y aprovechar fortalezas que tenga este tipo de producto que se ha venido elaborando y consumiendo por nuestros ancestros y que pretendemos ampliar el mercado.

Es así que con el objeto de promover el desarrollo y crecimiento de nuestra ciudad y dar solución a la problemática explicada se ha creído conveniente la creación de un taller de mecánica automotriz. A través de la **Universidad Nacional de Loja** y su compromiso con la comunidad, se pretende realizar el trabajo de investigación denominado: **“Proyecto de Factibilidad para la creación de una empresa productora de tabaco sin filtro “chamico” y su comercialización en la ciudad de Loja”**.

OBJETIVOS

Determinar el estudio para la implementación una empresa productora de tabaco sin filtro “chamico” y su comercialización en la ciudad de Loja

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer mediante el estudio de mercado un plan comercialización lo más adecuado a los gustos, deseos y necesidades de los consumidores de la ciudad de Loja.
- Realizar un estudio factibilidad para medir el grado de aceptación de la creación de una empresa productora de tabacos sin filtro “chamico” parda la ciudad de Loja
- Plantear las mejores alternativas en cuanto a los procesos existentes en la elaboración del producto, tratando de mantener las costumbres y atributos ancestrales.
- Realizar el estudio financiero, para establecer la inversión total del proyecto, costos de producción, precios de venta y presupuestos proyectados
- Realizar la evaluación financiera para determinar la viabilidad del proyecto, mediante el cálculo de indicadores financieros como el VAN, TIR, RBC, PRC, Análisis de sensibilidad.

METODOLOGÍA

Para el desarrollo de la presente investigación se dependerá del uso de algunos métodos, técnicas y procedimientos para llegar a buen término la misma.

6.2.1 MÉTODO INDUCTIVO-DEDUCTIVO

Permitirá el logro de los objetivos planteados, los mismos que serán contrastados con los resultados obtenidos de la presente investigación, esto partirá realizando una generalización sobre el fenómeno objeto de estudio, esto es sobre la teoría de proyectos de inversión y que permitirá verificar y comprobar cada uno de los cuatro estudios: mercado, técnico, administrativo y financiero, en relación con los objetivos; concluyendo con nuevos planteamientos particulares en el proyecto de inversión sobre la factibilidad para crear una empresa en la ciudad de Loja productora y comercializadora de tabacos sin filtro “chamicos” ; es decir, con este método partimos de lo general de las teorías hacia lo particular de las aplicaciones prácticas a través de las encuestas, para luego inducir los resultados obtenidos hacia la población de estudio. Con respecto a la inducción en cada estudio se realizará un análisis particular para llegar a las conclusiones acertadas. En lo que tiene que ver con la determinación de la demanda y oferta, la ubicación de la planta y la ingeniería del proyecto además se analizaran los presupuestos y estados financieros.

6.2.2 MÉTODO DESCRIPTIVO

El mismo que nos permitirá describir la realidad de la demanda, oferta y resultados que se reflejen en el análisis e interpretación de los resultados, así como también describir como se efectuará el plan de comercialización y estructura administrativa de la empresa.

6.2.3 MÉTODO ANALÍTICO.

La utilización de este método nos facilitará el interpretar los hechos de la realidad del mercado al desintegrar por variables los componentes del mismo, esto es gustos, preferencias, hábitos de compras y en definitiva la amplia gama de factores intervinientes en la decisión de compra y venta en el mercado.

Dicha interpretación se plasma en la estructuración de encuestas, entrevistas, observaciones y delineamiento de las técnicas apropiadas para afrontar dicho análisis.

6.3. TÉCNICAS

- **Fichaje bibliográfico:** Que se lo utilizará para hacer nuestros los conocimientos de documentos cuya información se relaciona con el problema investigado, los mismos que deberán salir de fuentes de consulta confiables y actualizados , lo que nos permitirá formar juicios sólidos, valederos y objetivos; también, nos proporcionara los datos de identificación de los documentos consultados para la realización de la bibliografía.
- **Encuesta:** Será aplicado a una muestra representativa de las personas que constituyan nuestros target en la ciudad de Loja.
- **Entrevista:** Será efectuada a personal del IEPI (Instituto de Propiedad Intelectual del Ecuador) sobre cuestiones de marca; así

como tambien a personal de agrupaciones destinadas al cultivo y producción de tabaco en las zonas de cultivo (Vilcabamba).

6.4. PROCEDIMIENTO

En la recolección de información se utilizó instrumentos como la encuesta y el cuestionario de entrevista, que permitirán la obtención de la información primaria, misma que será organizada, tabulada y presentada en los diferentes cuadros referenciales, con la información recopilada se realizará el estudio de mercado y así analizar: la oferta, la demanda, demanda insatisfecha, etc.

Determinación de la Muestra.- El tamaño de la muestra se lo determina con la población de estudio que está conformada por la población urbana de la ciudad de Loja, para lo cual se hace uso de los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC):que corresponde al año 2010 (último censo), con la tasa de crecimiento del 2.65% para la ciudad de Loja;

Para la realización del presente proyecto nuestro target lo constituirá el rango de edad desde 15 años hasta los 65 años que se estima inicia la edad del fumador y termina respectivamente, no hacemos distinción de hombre y mujer en virtud que en estos últimos tiempos ha aumentado el consumo de cigarrillos por parte de las mujeres

POBLACION	HOMBRE	MUJER	TOTAL
Población del Cantón Loja por: De 0 a 14 años	32514	31609	64123
Población del Cantón Loja por: De 18 a 64 años	64261	71663	135924
Población del Cantón Loja por: De 65 años y más	6695	8113	14808
Población del Cantón Loja por: Total	103470	111385	214855

Elaboración: El Autor.

Fuente:

http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Poblaci%C3%B3n_del_Cant%C3%B3n_Loja_por_edad

Esta información la proyectamos al año 2014, y servirá de base para la proyección de la vida útil del proyecto que será de 5 años. Con la siguiente fórmula:

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

De donde:

Pf = Población final (2014)

Po = Target Inicial (2010 = 135.924)

i = Tasa de crecimiento (2.65%)

n = Tiempo transcurrido (4 años)

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

$$Pf = 135.924 (1+ 0,0265)^4$$

$$Pf = 135.924 (1,0265)^4$$

$$Pf = 135.924 (1,11029)$$

Pf = 150.915 habitantes en la ciudad de Loja (edad de 15-64 años)

Se determina el tamaño de la muestra mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

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

En donde:

N = Población (150.915)

n = Muestra

e = Margen de error (0.05)

Para el cálculo del tamaño de la muestra a aplicarse, se tomó el grupo objetivo de la ciudad de Loja perteneciente a la provincia de Loja, que es de 150.915 personas, según los datos proyectados y obtenidos en el

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y que se fundamentan en el censo realizado en el año 2010.

$$n = \frac{150.915}{1 + 150.915 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{150.915}{1 + 514,77}$$

$$n = \frac{150.915}{378,29}$$

n = 399 encuestas

ANEXO Nº 2



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

Como egresado de la carrera de Administración de Empresas me encuentro empeñada en elaborar un **Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de tabacos sin filtro “chamico” y su comercialización en la ciudad de Loja**, para lo cual le pedimos de la manera más comedida y respetuosa se digne contestar las siguientes preguntas:

9. ¿Cuál es el promedio de edad que tiene?

- | | |
|-----------|-----|
| 18 - 28 | () |
| 29 - 38 | () |
| 39 - 48 | () |
| 49-58 | () |
| más de 59 | () |

10. ¿Usted Fuma tabaco?

- | | |
|----|-----|
| Si | () |
| No | () |

11. ¿Con que frecuencia fuma usted tabaco? Y ¿Cuántos?

Frecuencia:

- | | |
|---------|-----|
| Diario | () |
| Semanal | () |
| Mensual | () |

Cantidad:

- 1 a 2 ()
3 a 4 ()
Más de 5 ()

12. ¿Usted Consume Tabaco sin filtro?

- Si ()
No ()

13. ¿Conoce en el medio una fábrica productora y comercializadora de tabaco sin filtro?

- Si ()
No ()

14. Si se implementara una empresa de productora de tabacos sin filtro “chamico” ¿Ud. Compraría el producto?

- Si ()
No ()

15. ¿Qué es lo primordial que observaría al comprar los tabacos sin filtro “chamico”?

- Precio ()
Calidad ()
Sabor ()

16. ¿Dónde le gustaría adquirir los tabacos sin filtro “chamico”?

- Bodegas ()
Mercados ()
Supermercados ()
Tiendas ()
Bares en general ()

9.-¿Qué tipo de envoltura desearía que tenga el producto?

- Papel de despacho ()
- Cartón fino ()
- Otro ()

10.-¿Qué es lo que más le llama la atención en la etiqueta de un producto?

- Envoltura ()
- Presentación ()
- Tamaño ()

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

- Si ()
- No ()

12.-¿Qué promociones desearía que ofrezca la empresa?

- Sorteos ()
- En las cajetillas un tabaco más ()
- Otros ()

13.- ¿Qué medio publicitario recomendaría para la publicidad de esta nueva empresa?

- Televisión ()
- Radio ()
- Prensa Escrita ()
- Internet ()
- Hojas Volantes ()

GRACIAS

I. ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
AUTORÍA	¡Error! Marcador no definido.
Cedula N°:	¡Error! Marcador no definido.
AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	V
a. TÍTULO:	1
b. RESUMEN	2
c. INTRODUCCIÓN	7
d. REVISIÓN DE LITERATURA	9
e. MATERIALES Y MÉTODOS	37
f. RESULTADOS	43
g. DISCUSIÓN	50
h. CONCLUSIONES	113
i. RECOMENDACIONES	115
j. BIBLIOGRAFÍA	116
k. ANEXOS	117
l. ÍNDICE GENERAL	129