



1859

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS

TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE LLAVEROS DE RESINA CON MOTIVOS CULTURALES Y SU COMERCIALIZACIÓN A LOS TURISTAS DE LA BASÍLICA DEL CISNE DE LA PROVINCIA DE LOJA”

TESIS PREVIA A OPTAR EL GRADO DE
INGENIERA COMERCIAL.

AUTORA: SONIA MARÍA MACAS AGÜINZACA

1859

DIRECTOR: ING. COM. CARLOS RODRÍGUEZ ARMIJOS MG. SC.

LOJA – ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN

Ing. Com.
Carlos Rodríguez Armijos. Mg. Sc.
DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Haber dirigido la presente tesis para la obtención del título de Ingeniera Comercial, realizada por la postulante: Sonia María Macas Agüinzaca, con el título: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE LLAVEROS DE RESINA CON MOTIVOS CULTURALES Y SU COMERCIALIZACIÓN A LOS TURISTAS DE LA BASÍLICA DEL CISNE DE LA PROVINCIA DE LOJA”**, de la carrera de Administración de Empresas de la Modalidad de Estudios a Distancia, la misma que cumple con todos los requisitos de fondo y forma, establecidos por el respectivo Reglamento de la Universidad Nacional de Loja para los trabajos de esta categoría, por lo que autorizo su presentación, para la defensa y sustentación ante el Tribunal correspondiente.

Loja, Julio de 2015

Atentamente,




Ing. Com. Carlos Rodríguez Armijos. Mg. Sc.
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **Sonia María Macas Agüinzaca**, declaro ser autora del presente trabajo de tesis, y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

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

Autora: Sonia María Macas Agüinzaca

Firma:  _____

Cédula: 114268105

Fecha: Loja, Julio de 2015

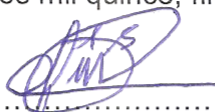
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, **Sonia María Macas Agüinzaca**, declaro ser autora de la tesis titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE LLAVEROS DE RESINA CON MOTIVOS CULTURALES Y SU COMERCIALIZACIÓN A LOS TURISTAS DE LA BASÍLICA DEL CISNE DE LA PROVINCIA DE LOJA”**, como requisito para optar al grado de Ingeniera Comercial; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja a los 29 días del mes julio del dos mil quince, firma la autora.

Firma: 

Autora: Sonia María Macas Agüinzaca.

Cédula: 110426810-5

Dirección: El Cisne, Barrio Unión y Progreso

Correo electrónico: soniamacasagüinzaca@hotmail.com

Teléfono: 072106088

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Ing. Com. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.

Tribunal de Grado: Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE.	PRESIDENTE
Ing. Edison Espinosa Bailón MAE.	VOCAL
Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.	VOCAL

AGRADECIMIENTO

Dejo constancia de mi perenne gratitud a la Universidad Nacional de Loja, a la Modalidad de Estudios a Distancia y en especial a su prestigiosa Carrera de Administración de Empresas en la persona de sus dignísimas autoridades. De igual manera expreso mi gratitud a los brillantes catedráticos que han participado en mi formación profesional y de manera especial al Ing. Carlos Rodríguez Armijos, que con mística y dedicación dirigiera la presente tesis.

LA AUTORA

DEDICATORIA

A mis abnegados padres, quienes me han guiado por el sendero de la verdad, la justicia y el amor, por su valioso apoyo incondicional en mi formación profesional, motivo y razón fundamental de mi existencia.

A mis entrañables hermanos, con quienes he compartido hazañas y nostalgias, quienes me han brindado el apoyo incondicional en todos los aspectos de mi vida.

A todas las personas que desinteresadamente han contribuido para la culminación exitosa del presente trabajo investigativo.

Sonia María

a. TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE LLAVEROS DE RESINA CON MOTIVOS CULTURALES Y SU COMERCIALIZACIÓN A LOS TURISTAS DE LA BASÍLICA DEL CISNE DE LA PROVINCIA DE LOJA”.

b. RESUMEN

El presente trabajo de tesis, se titula “Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa productora de llaveros de resina con motivos culturales y su comercialización a los turistas de la basílica del cisne de la provincia de Loja”.

Como objetivos se plantearon: Determinar la factibilidad para la creación de una microempresa productora de llaveros de resina con motivos culturales y su comercialización a los turistas de la Basílica del Cisne de la provincia de Loja”. Efectuar un estudio de mercado para establecer la oferta y la demanda del producto, elaborar el respectivo estudio técnico que ayude a instituir factores tales como: tamaño y localización de la microempresa, componente tecnológico y estructura organizativa. Diseñar la estructura organizativa empresarial, en la que constarán: la base legal de la constitución de la microempresa, los niveles jerárquicos de autoridad, organigramas y los diferentes tipos de manuales. Desarrollar un estudio económico que facilite detallar los requerimientos de inversión, así como también las fuentes que se requieren para el financiamiento de dicho proyecto; realizar la Evaluación Financiera pertinente del proyecto, para ello recurriré a los criterios de evaluación financiera como son: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (RB/C), Periodo de Recuperación de Capital y el Análisis de Sensibilidad.

Para fundamentar la presente tesis, se efectuó la revisión literaria en la misma se da a conocer lo referente a la producción de llaveros de resina. Durante la investigación se utilizaron algunos métodos tales como el método científico, analítico-sintético, inductivo-deductivo; además se recurrió a la observación directa la cual facilitó determinar la problemática existente; así como también la encuesta que luego de haberse establecido el tamaño de la muestra, fueron aplicadas a 400 turistas que visitan la Basílica del Cisne de la provincia de Loja, obteniéndose así información de los posibles consumidores.

Posteriormente se efectuó el estudio de mercado, que permitió conocer que la demanda potencial es de 78%, de los turistas que visitan El Cisne, de la misma que se detalla la demanda real que es el 68% de la demanda potencial, con una demanda efectiva de 78%, además se determinó los oferentes del producto (llaveros de resina), lo que facilitó efectuar el balance entre la oferta y la demanda, así como también la demanda insatisfecha que es de 423.229 llaveros en el año de estudio.

En el estudio técnico, se determinó la capacidad instalada de 49.275 llaveros al año, con el cual se cubrirá el 11, 41% de la demanda insatisfecha; al inicio de la producción se utilizara el 75% de la capacidad instalada, la misma que se ascenderá el 5% de la capacidad instalada, cada dos años.

En el estudio administrativo, se delineó la base legal y la estructura empresarial y los respectivos organigramas y manuales de función; como

también se determinó el número de personal necesaria para la puesta en marcha del proyecto, de las cuales se podrá aportar con 5 puestos directos en el mercado laboral.

En lo referente al estudio financiero se estableció la inversión de 21.947,62; de las cuales el 54,44% será financiado con capital propio y el 45,56% con un crédito otorgado por el BNF con una tasa de interés del 10,5%. El costo unitario de producción es de 1,45 dólares, tomando en cuenta este valor más el margen de utilidad se tiene el precio de venta al público de 2,03 dólares, que son acorde al de la competencia. Al realizar la evaluación del proyecto se determinó que luego de haber recuperado la inversión se tendrá un beneficio de 66673,77 dólares con una Tasa Interna de Retorno del 55,12% que es mayor a la tasa de descuento; de cada dólar invertido se tendrá 18 centavos de utilidad; el periodo de recuperación de capital es de 2 años, 3 meses y 27 días; si los costos se incrementan hasta el 6,36% o los ingresos de disminuyen el 5,43% el proyecto no es sensible; por lo que se puede concluir que el proyecto es factible financieramente ya que los indicadores así lo demuestran.

ABSTRACT

The present thesis work, is titled "Project of feasibility for the creation of a microenterprise producer of key rings of resin with cultural reasons and its commercialization to the tourists of the basilica of El Cisne of the province of Loja."

As objectives they thought about: To determine the feasibility for the creation of a microenterprise producer of key rings of resin with cultural reasons and their commercialization to the tourists of the Basilica of El Cisne of the province of Loja." To make a market study to establish the offer and the demand of the product, to elaborate the respective technical study that helps to institute such factors as: size and localization of the microenterprise, technological component and organizational structure. To design the organizational managerial structure, in which it will consist: the legal base of the constitution of the microenterprise, the hierarchical levels of authority, flowcharts and the different types of manuals. To develop an economic study that facilitates to detail the investment requirements, as well as the sources that are required for the financing of this project; to carry out the Financial pertinent Evaluation of the project, for I will appeal it to the approaches of financial evaluation as they are: Current Net (Van) Value, Appraises It Interns of Return (TIR), Relationship Benefits Cost (RB / C), Period of Capital Recovery and the Analysis of Sensibility.

To base the present thesis, the literary revision was made in the same one it is given to know the with respect to the production of key rings of resin. During the investigation some such methods were used as the scientific, analytic-synthetic, inductive-deductive method; it was also appealed to the direct observation which facilitated to determine the existent problem; as well as the survey that after being had established the size of the sample, they were applied 400 tourists that visit the Basilica of El Cisne of the province of Loja, being obtained this way the possible consumers' information.

Later on the market study was made that allowed to know that the demand develops it is of 78%, of the tourists that visit El Cisne, of the same one that the real demand is detailed that is 68% of the potential demand, with an effective demand of 78%, it was also determined the offerers of the product (key rings of resin), what facilitated to make the balance between the offer and the demand, as well as the unsatisfied demand that is of 423.229 key rings in the year of study.

In the technical study, the installed capacity was determined of 49.275 key rings a year, with which will cover the 11, 41% of the unsatisfied demand; to the beginning of the production 75% of the installed capacity, the same one was used that 5% of the installed capacity, every two years will be ascended. In the administrative study, it was delineated the legal base and the managerial structure and the respective flowcharts and function manuals; as

well as the number was determined of personal necessary for the setting in march of the project, of which one will be able to contribute with 5 direct positions in the labour market.

Regarding the financial study the investment settled down of 21.947,62; of which 54,44% will be financed with own capital and 45,56% with a credit granted by BNF with an interest rate of 10,5%. The unitary cost of production is of 1,45 dollars, taking into account this value more the margin of utility one has the selling price to the public of 2,03 dollars that are in agreement to the competition. When carrying out the evaluation of the project it was determined that after having recovered the investment one will have a benefit of 66673,77 dollars with an Internal Rate of Return of 55,12% that is bigger to the discount rate; of each invested dollar one will have 18 cents of utility; the period of capital recovery is of 2 years, 3 months and 27 days; if the costs are increased until 6,36% or the revenues of the diminish 5,43% the project it is not sensitive; for what I can conclude that the project is feasible the indicators demonstrate financially since this way it.

c. INTRODUCCIÓN

Uno de las metas anheladas en nuestro proyecto de vida, se constituye la culminación de los estudios superiores y con ella, la satisfacción de haberme formado como ser humano y profesional, de ahí que es fundamental plasmar la diversidad de conocimientos adquiridos en la vida universitaria y de esta manera ponerlos en práctica en el diario vivir y contribuir a la sociedad mediante la creación de microempresas; así como también el dar cumplimiento a las normativas estipuladas por la Universidad Nacional de Loja para la obtención del grado en Ingeniería Comercial; para ello, se estudió las problemáticas inmersas en lo referente a la creación de microempresas desde un ámbito general llegando a un ámbito local.

Actualmente nos encontramos inmersos en un mundo globalizado, en el mismo que existe una confrontación entre dos sistemas, por una parte el subdesarrollo en el que existe una imperiosa necesidad de bienes básicos, careciendo de poder adquisitivo, y por otra el mundo desarrollado que tiene gran capacidad de satisfacer estas necesidades, vendiendo sus productos únicamente a quienes tienen una gran capacidad adquisitiva.

Al momento al Ecuador se lo considera como un país medianamente productivo puesto que están presentes poderes monopólicos que buscan intereses personales, más no sociales, lo que genera la falta de apoyo para que las MIPYMES no puedan desarrollarse, como contraparte existen

diferentes empresas las mismas que efectúan préstamos con organismos extranjeros lo cual les permite ingresar a un mercado más competitivo debido a que cuentan con el capital adecuado para la adquisición de maquinaria sofisticada y por ende ofrecen productos de excelente calidad.

No debemos dejar de lado a nuestra localidad como es el Cantón Loja y más específicamente la Parroquia “El Cisne”, la cual tiene una gran afluencia de turistas que visitan la Basílica todo el año, en la misma se evidencia una deficiente iniciativa para la creación de microempresas que satisfagan las necesidades demandadas por los turistas y personas propias del lugar.

La inexistencia de una microempresa que se dedique a la producción de derivados de resina repercute en un carente desarrollo empresarial dentro de la parroquia “El Cisne”, puesto que los llaveros y demás recuerdos que se elaboran y comercializan al público son hechos utilizando otras materias primas que dejan pocas utilidades por su alto costo; en tanto que si se utiliza la resina como materia prima para la elaboración de recuerdos y llaveros, éstos resultan mayormente atractivos y por lo tanto tendrán mayor acogida entre los turistas, lo que también permitirá el aumento de utilidades para quienes los comercializan.

Ante ello, el presente proyecto pretende fomentar el emprendimiento empresarial hacia rumbos de desarrollo social y económico de la población

que busca mejorar su calidad de vida (fuentes de trabajo, responsabilidad social, etc.); y como una alternativa para difundir la cultura de nuestra provincia he planteado el siguiente tema de tesis:

“Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa productora de llaveros de resina con motivos culturales y su comercialización a los turistas de la basílica del cisne de la provincia de Loja”.

Desde el inicio hasta la culminación de la presente tesis fue indispensable abordar distintas fases las mismas que a continuación se ponen en consideración.

➤ Diseño del anteproyecto:

Etapa que comprendió la elaboración de la propuesta de estudio, selección, validación de los instrumentos a aplicarse y su aprobación.

➤ Se determinó la utilización de materiales y métodos, tales como:

El método científico, analítico - sintético inductivo - deductivo, descriptivo; los que permitieron que la investigación sea sistemática y lógica, y de esta manera conocer de cerca la realidad en que se desenvolvía el objeto de estudio; además las técnicas de la observación, y la encuesta aplicada a los turistas que visitan la Parroquia en un número de 400, determinando así la demanda existente.

➤ Adicional a ello, se procedió a realizar el estudio de mercado, en que se establece comportamiento del mercado, comercialización, tabulación de preguntas establecimiento de la oferta y la demanda y su balance.

Así como también el estudio técnico, en el que se considera aspectos como: tamaño y localización de la microempresa e ingeniería del proyecto. El estudio administrativo, en el que se hace mención a la base legal y la estructura empresarial, y finalmente el estudio financiero, en el cual se delinea las inversiones y financiamiento, costo total de producción, determinación del precio de venta al público, los ingresos, presupuesto proyectado, estado de pérdidas y ganancias, determinación y clasificación de los costos, punto de equilibrio, flujo de caja y evaluación financiera.

➤ Finalmente, se establecieron las respectivas conclusiones y recomendaciones, las mismas que son producto de un análisis minucioso e interpretación de resultados, determinando de ésta manera la factibilidad del presente proyecto.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

RESINA

“La resina es una sustancia pastosa o sólida que se obtiene de manera natural a partir de una secreción orgánica de ciertas plantas. Gracias a sus propiedades químicas, las resinas se utilizan para la elaboración de perfumes, adhesivos, barnices y aditivos alimenticios, entre otros productos.

La resina es cualquiera de las sustancias de secreción de las plantas con aspecto y propiedades más o menos análogas a las de los productos así denominados. Del latín resina. Se puede considerar como resina las sustancias que sufren un proceso de polimerización o secado dando lugar a productos sólidos siendo en primer lugar líquidas.”¹

“Se entiende por resina cualquiera de las resinas naturales modificadas químicamente o sintéticos polimerizados físicamente similares, incluyendo los materiales termoplásticos tales como polivinil, poliestireno y polietileno y materiales termo-rígidos tales como poliésteres, epóxidos y siliconas que son utilizados con los estabilizadores, pigmentos y otros componentes para formar plásticos.

La noción de resina también se usa para nombrar a la sustancia sintética fabricada por el hombre que presenta propiedades similares a las resinas

¹ Sarrett, D. RELEVANCIA DE MATERIALES Y COMPOSICIÓN DE RESINAS. (2005). Ed. Masson. Barcelona.

naturales de las plantas. Esto quiere decir que el concepto puede dividirse en resinas naturales y resinas sintéticas.

Cuando hablamos de resina en el mundo de la modelación de objetos, principalmente nos referimos a la resina sintética, no a la resina obtenida de los árboles. La resina es un material gomoso y líquido cuando es calentado a altas temperaturas, se utiliza en las figuras u objetos porque es un material que una vez puesto en el molde y dejado endurecer, es sólido, fuerte y fiable.”²

CLASIFICACIÓN DE LAS RESINAS

Generalmente las resinas se clasifican en: resinas naturales y resinas sintéticas.

RESINAS NATURALES

- **“Resina verdadera:** La resina verdadera es una resina dura, quebradiza, parecida exteriormente a la goma, pero insoluble y que no se reblandece en agua. La resina verdadera más típica es la colofonia, no es una resina natural, puesto que se obtiene de la destilación seca de la oleoresina del pino (la trementina).”³
- **“Gomorresinas:** La gomorresina es una mezcla natural de goma y resina que se emulsiona al mezclarse con agua. Puede contener o no, además, un aceite esencial volátil (gomorresinas con o sin olor).

² Bayne S. Taylor D. **MATERIALES Y RESINAS, QUIMICA COMPUESTA.** Tercera edición. Harcourt Brace. Madrid, (1999).

³ Geraldí, S. Perdigão, J. **ANÁLISIS QUÍMICO DE LAS RESINAS.** J. Dent. Res. (2003).

- **Oleorresinas:** La oleorresina es una mezcla más o menos fluida de resina y aceite esencial, como por ejemplo la trementina de pino.
- **Bálsamos:** El bálsamo es una secreción vegetal compuesta de resina, ácidos aromáticos, alcoholes y ésteres, por ejemplo el incienso. Los bálsamos suelen ser utilizados como desodorizadores y purificadores, dado que en ocasiones las momias egipcias eran cubiertas con bálsamos el proceso de momificación también recibió el nombre de embalsamado.
- **Lactó resinas:** Las lactó serrinas son resinas vegetales procedentes del látex coagulado. Contienen, principalmente, productos derivados de la polimerización del isopreno.”⁴

RESINAS SINTÉTICAS

- **“Poliéster:** Las resinas de poliéster (termoestables) son usadas también como matriz para la construcción de equipos, tuberías anticorrosivos, fabricación de pinturas. Para dar mayor resistencia mecánica suelen ir reforzados con cortante, o también llamado endurecedor o catalizador, sin purificar.
- **Poliuretano:** El poliuretano es una resina sintética que se obtiene mediante condensación de poliésteres; se caracteriza por su baja densidad y son muy utilizados como aislantes térmicos y espumas

⁴ Sarrett, D. RELEVANCIA DE MATERIALES Y COMPOSICIÓN DE RESINAS. (2005). Ed. Masson. Barcelona.

resilientes, elástómeros durables, adhesivos y selladores de alto rendimiento, pinturas, fibras, sellos, empaques, juntas, preservativos, partes automotrices, en la industria de la construcción, del mueble y múltiples aplicaciones más.

Las resinas de poliuretano son un producto industrial, a menudo utilizado en la fabricación de tintas, la formación de moldes, en plásticos y materiales adhesivos. Estas resinas son maleables, sus propiedades de dureza y elasticidad pueden alterarse, y una vez asentadas en su forma final, no vuelven a la forma que tenían originalmente.

Las resinas de poliuretano tienen una amplia variedad de usos, tanto en bienes de consumo como con propósitos industriales. En bienes de consumo, estas resinas se hallan en tintas, pinturas, compuestos para modelado, compuestos adhesivos, barnices y otras capas protectoras. Se pueden producir en formas variadas, incluyendo formas duras, brillantes, coberturas resistentes a los solventes o a la abrasión y gomas resistentes a los solventes, como también fibras y espumas flexibles o rígidas.”⁵

- **“Resina epoxi:** Los epoxis se usan mucho en capas de imprimación, tanto para proteger de la corrosión como para mejorar la adherencia de las posteriores capas de pintura. Las latas y contenedores metálicos se suelen revestir con epoxi para evitar que se oxiden, especialmente en

⁵ Bayne S. Taylor D. **MATERIALES Y RESINAS, QUIMICA COMPUESTA.** Tercera edición. Harcourt Brace. Madrid, (1999).

alimentos ácidos, como el tomate. También se emplea en decoraciones de suelos de alta resistencia, como el terrazo.

Las resinas epoxi pueden ser hechas de diferentes materiales, este tipo de resinas contienen un químico hecho de moléculas de oxígeno combinadas con otras moléculas. El oxígeno está adherido a las moléculas, a menudo de carbono, que está ya unido, creando un anillo o cadena de moléculas.

Las resinas epoxy tienden a durar mucho más tiempo, e incluso superando a las de poliéster.

- **Acrílicos:** Es miscible con agua, alcoholes, éteres y cloroformo. Es producido a partir del propileno, un subproducto gaseoso de la refinación de petróleo. El ácido acrílico presenta una acentuada tendencia a la creación de polímeros, los cuales, en su forma neutralizada (como el poliacrilato de sodio) son utilizados comercialmente.
- **Viniléster:** El viniléster es un tipo de resina muy resistente a la corrosión, incluso de ácidos. Soporta altas temperaturas, el exterior y la fatiga. También tiene buenas propiedades de aislamiento tanto térmico como eléctrico.”⁶

⁶ Bayne S. Taylor D. **MATERIALES Y RESINAS, QUIMICA COMPUESTA.** Tercera edición. Harcourt Brace. Madrid, (1999).

LAS RESINAS Y SUS APLICACIONES

“Se entiende por resina cualquiera de las resinas naturales modificadas químicamente o sintéticos polimerizados físicamente similares, incluyendo los materiales termoplásticos tales como polivinil, poliestireno y polietileno y materiales termorígidos tales como poliésteres, epóxidos y siliconas que son utilizados con los estabilizadores, pigmentos y otros componentes para formar plásticos.

Los diferentes tipos de resinas que existen, sus principales propiedades y aplicaciones, se resumen a continuación:

FENÓNICAS

Entre las propiedades más destacables de las resinas fenólicas constan: Buena fuerza, estabilidad al calor y resistencia al impacto, alta resistencia a la corrosión por químicos y a la penetración de humedad.

APLICACIONES

- Impregnación de resinas
- Revestimiento de freno
- Resinas de hule
- Componentes eléctricos
- Laminado
- Adhesivos para cemento
- Adhesivos aglomerados
- Moldes

AMINAS

Entre las propiedades más destacables de las resinas fenólicas constan: Buena resistencia al calor, resistencia a solventes y químicos, dureza superficial extrema, resistencia al descoloramiento

APLICACIONES

- Compuestos de moldeo
- Adhesivos
- Resinas de laminado
- Recubrimiento de papel
- Tratamiento de textiles
- Madera laminada
- Estructuras de decoración.”⁷

⁷ Geraldí, S. Perdigão, J. **ANÁLISIS QUÍMICO DE LAS RESINAS**. J. Dent. Res. (2003).

MARCO CONCEPTUAL

MICROEMPRESA

“La microempresa es aquella empresa que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción, de comercialización de bienes o de prestación de servicios”⁸

PROYECTO

“Un proyecto es el conjunto de actividades que desarrolla una persona o una entidad, para alcanzar un determinado objetivo. Estas actividades se encuentran interrelacionadas y se desarrollan de manera coordinada. Es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas. La razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un supuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo previamente definido.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD

Un proyecto de inversión es: “un paquete discreto de inversiones, insumos y actividades, diseños con el fin de eliminar o reducir varias restricciones al desarrollo, para lograr uno o más productos y beneficios, en términos del incremento de la productividad y del mejoramiento de la calidad de vida de un grupo de beneficiarios dentro de un determinado periodo de tiempo. Es también el aporte del capital para la producción de un bien o la prestación de un servicio, mediante la cual una persona decide vincular recursos financieros líquidos a

⁸ Manual de la micro, pequeña y mediana empresa. 2009

cambio de la expectativa de obtener una mayor rentabilidad a lo largo de un plazo de tiempo que se denomina vida útil.

Etapas de un Proyecto de Factibilidad

El estudio de factibilidad es un proceso en el cual intervienen cuatro grandes etapas: Idea, Pre inversión, Inversión y Operación. En términos generales se estiman las inversiones probables, los costos de operación y los ingresos que demandará y generará el proyecto.”⁹

Financiamiento

“El financiamiento no es más que los recursos monetarios financieros necesarios para llevar a cabo una actividad económica, con la característica esencial que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. El financiamiento es el conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de fondos necesarios para financiar una inversión, en forma o porción definida en el estudio de pre-inversión.”¹⁰

Estudios Definitivos

Se denomina también estudio de ingeniería, es el conjunto de estudios detallados para la construcción, montaje y puesta en marcha. Generalmente se refiere a estudios de diseño e ingeniería que se concretan en planos de estructuras, instalaciones, etc., La etapa de estudios definitivos no solo incluye

⁹ Gabriel Vaca Urbina. Evaluación de Proyectos.1990

¹⁰ J. FRED WESTON FUGENE F. BRIGHAM. **FUNDAMENTOS DE LA ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**. Editorial Mc Graw Hill. XII edición año 2010.

aspectos técnicos del proyecto, sino también actividades financieras, jurídicas y administrativas.

Ejecución y Montaje.

Comprende el conjunto de actividades para la implementación de la nueva unidad de producción. Esta etapa consiste en llevar a cabo el proyecto que se constituía solo en un planteamiento teórico.

Puesta en marcha

Se denomina también “Etapa de Prueba”, consiste en el conjunto de actividades necesarias para determinar las deficiencias, de la instalación de la infraestructura de producción a fin de realizar las correcciones del caso y poner “a punto” la empresa para el inicio de su producción normal.

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. La determinación de la vida útil de un proyecto puede determinarse por el periodo de obsolescencia del activo fijo más importante. El horizonte o vida útil del proyecto más utilizado es la de 10 años de operario, en casos excepcionales 15 años”¹¹

¹¹ Naresh k. Malhotra. Investigación de mercados. Un enfoque aplicado

ESTRUCTURA DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD

ESTUDIO DE MERCADO

“Consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización.

MERCADO

El mercado puede ser un lugar físico y también a las transacciones de un cierto tipo de bien o servicio, en cuanto a la relación existente entre la oferta y la demanda de los mismos.”¹²

DEMANDA Y OFERTA.

DEMANDA

“Es el número de unidades de un determinado bien o servicio que los consumidores están dispuestos a adquirir durante un periodo determinado de tiempo según determinadas condiciones de precios, calidad, ingresos, gastos de los consumidores, etc.

Demanda total.

La demanda total del mercado para un producto es el volumen total que adquiriría un grupo de clientes definido en una área geográfica definida, dentro de un periodo definido, en un ambiente de mercadeo definido, bajo un programa de mercadeo definido.

¹² LEON GARCIA Oscar, **ADMINISTRACIÓN FINANCIERA, FUNDAMENTOS Y APLICACIÓN**, Sexta Edición 2009.

Demanda potencial.

La demanda potencial es la máxima demanda posible que se podría dar para uno o varios productos en un mercado determinado.

Demanda Efectiva.

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

Demanda actual.

Consiste en determinar en cifras las cantidades y precios de los productos iguales o similares que se consumen (incluida la demanda insatisfecha).

Demanda insatisfecha.

Es aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que puede ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta.

Proyección de la demanda.

Se refiere fundamentalmente al comportamiento que esta variable pueda tener en el tiempo, suponiendo que los factores que la condicionaron el consumo histórico del bien "Z" actuaran de igual manera en el futuro."¹³

¹³ MALHOTRA, Naresh. **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UN ENFOQUE PRÁCTICO**, Segunda Edición. Prentice Hall, 1997, Págs. 21 y

OFERTA

Conjunto de propuestas que se hacen en el mercado para la venta de bienes y servicios. La oferta se refiere a las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado.

Análisis de la oferta.

El análisis de la oferta tiene como objetivo en primer lugar conocer las condiciones en las que se producen bienes o servicios iguales o similares a los que serán producidos por el proyecto y en segundo lugar, dimensionar la demanda insatisfecha futura y la franja de mercado que será atendida en el proyecto.

Proyección de la oferta.

Estimación a base del análisis de la oferta de persona tanto internas como externas a la organización.

Oferta global.

Es el conjunto de bienes o servicios, producidos internamente o en el exterior de los cuales dispone un país para satisfacer sus necesidades de consumo, formación de capital y exportaciones.

El presente proyecto será ejecutado en todas sus etapas y cada una tendrá una metodología distinta, así tenemos: El estudio estará enfocado a realizar un análisis de la demanda y oferta. Para lo cual se aplicara tanto la encuesta como la entrevista que servirán para recabar información en cuanto al consumo de carne de cuy y cuáles son los expendedores del producto. También se realizará

para este estudio de mercado: balance, oferta, demanda, análisis del producto, análisis del precio, análisis de los canales de distribución y comercialización, análisis de la comunicación.”¹⁴

MARKETING.

Marketing es el proceso de planificar y realizar las variables precio, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfacen los objetivos particulares y de las organizaciones. El marketing tiene como objetivo el conocer y comprender tan bien al consumidor que el producto se ajuste perfectamente a sus necesidades. El Marketing interno es el que se lleva y ejecuta dentro de la propia compañía para que se dé un buen servicio a los clientes y marketing externo aquel que se da al mercado. Sería absurdo y poco rentable disponer de una cartera magnífica de productos y que la empresa no estuviese bien preparada para ofrecerlos.

Utilidad del Marketing

Nos encontramos en el siglo XXI y parece que desarrollar en nuestro país una política de marketing es una labor normal y sencilla, a tenor de las veces que la palabra es utilizada por las empresas y medios de comunicación; la realidad nos demuestra lo contrario, imprimir una dinámica de marketing encuentra un fuerte rechazo en muchas empresas, especialmente en determinados colectivos muy importantes.

¹⁴ KOTLER, PH. (2000). **DIRECCIÓN DE MARKETING.** EDICIÓN MILENIUM. Madrid.2005.Prentice Hall

A pesar de estas barreras de implementación, se puede decir que el mercado ya no es lo que era, está cambiando y evolucionando de manera drástica, motivado principalmente por la presión de las diferentes fuerzas sociales, avances tecnológicos y globalización, los cuales crean nuevos comportamientos y retos que sólo desde una óptica de marketing encontrarán respuestas satisfactorias.

MARKETING MIX

Los especialistas en marketing utilizamos una serie de herramientas para alcanzar las metas que nos hayamos fijado a través de su combinación o mezcla (mix). Por ello, podemos definirlo como el uso selectivo de las diferentes variables de marketing para alcanzar los objetivos empresariales. Fue McCarthy quien a mediados del siglo XX, lo denominó la teoría de las «4 pes», ya que utiliza cuatro variables, cuyas iniciales en inglés empiezan por P:

Producto.

Es todo aquello que puede proveer una satisfacción física o psicológica al usuario. El producto representa un conjunto de valores que son recibidos por el consumidor al pasar a su posesión o uso”

Precio.

Cantidad de dinero dada a cambio de una mercancía o servicio, es decir, el valor de una mercancía o servicio en términos monetarios.

Plaza.

Es el camino que recorre un producto o servicio desde el fabricante hasta su consumidor.

Promoción.

Tiene que ver con el sistema de difusión y consecución de aceptación del producto por parte de los consumidores”.

Publicidad.

La publicación es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que es pagada por un patrocinador identificado (empresa lucrativa, organización no gubernamental, institución del estado o persona individual) para informar, persuadir o recordar a un grupo objetivo acerca de los productos, servicios, ideas u otros que promueve, con la finalidad de atraer a posibles compradores, especuladores, usuarios, seguidores u otros.¹⁵

ESTUDIO TÉCNICO

“Corresponde analizar lo concerniente al tamaño y localización del proyecto, se determinara la capacidad instalada y utilizada de la maquinaria y equipos, la micro y macro localización de la empresa a instalarse. Otro punto a analizar dentro del estudio técnico esta la ingeniería del proyecto que enfocara todos los aspectos relacionados a procesos productivos, materia prima requerida, distribución de la planta al espacio físico, etc.

¹⁵ KOTLER, PH. (2000). **DIRECCIÓN DE MARKETING**. EDICIÓN MILENIUM. Madrid.2005.Prentice Hall

TAMAÑO Y LOCALIZACION

TAMAÑO

El tamaño del proyecto está conceptualizado por la capacidad de producción que tiene éste, en un periodo operacional determinado. Además hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante la vigencia de un proyecto.

Entre los múltiples factores que influyen en la determinación del nivel óptimo, se destacan: la demanda, la disponibilidad de insumos, la capacidad financiera de la empresa y el crecimiento de la competencia. Por otro lado, el tamaño mantiene una estrecha vinculación con el nivel de demanda y el monto de las inversiones.

Tamaño de proyecto - demanda.

Es el factor más importante porque de la demanda depende el proyecto, si hay suficiente demanda la empresa tendrá mayor capacidad instalada, y si no hay demanda, mejor es no ejecutar el proyecto, es muy riesgoso.

Tamaño de proyecto - suministros e insumos.

Teniendo suficiente demanda es lógico que la empresa requiera de suministros e insumos por lo cual se recomienda realizar una buena planificación a través de un programa de producción.

Tamaño de proyecto - tecnología y equipos.

Una empresa debe estar consciente de que no puede utilizar maquinaria demasiado cara y sofisticada y en caso de no tener un mercado o demanda que pueda justificarse, debe ajustarse a lo que tiene.

Tamaño de proyecto - financiamiento.

La empresa debe percatarse de tener suficiente demanda, para endeudarse en maquinaria, lo que debe hacerlo en las mejores condiciones ofertadas por las empresas y entidades financieras.

Tamaño de proyecto - organización.

Es de suma importancia contar con el personal adecuado para la empresa, evitando contratar personal excesivamente caro e incapaz por el solo hecho del costos de la mano de obra que implica”¹⁶.

Capacidad instalada.

“Es la capacidad o volumen de producción que puede llegar a tener la maquinaria. Está determinada por el nivel máximo de producción que se puede obtener con la utilización de determinado componente de producción, independientemente de los costos de producción que genere

Capacidad utilizada.

Significan los porcentajes a los que trabajará la planta productora, es decir los porcentajes de utilización de la capacidad de operación a la cual trabajara la maquinaria y equipos existentes.

¹⁶ LEON GARCIA Oscar, **Administración Financiera, Fundamentos y Aplicación**, Sexta Edición 2009.

LOCALIZACION

“Es aquella que permita establecer de forma definitiva la ubicación final del proyecto buscando que esta decisión promueva la maximización de la utilidad y consecuentemente el menor costo unitario. La localización puede tener un efecto condicionado sobre la tecnología utilizada en el proyecto, tanto las restricciones físicas que importa como la variabilidad de los costos de operación y capital de las distintas alternativas tecnológicas asociadas a cada ubicación posible. Para determinar el lugar más adecuado para el funcionamiento de la empresa se debe tomar en cuenta la Macro localización y Micro localización.

Factores de localización.

Los aspectos que se deben tomar en cuenta para llevar a cabo esta evaluación son: geográficos, institucionales, sociales y económicos.”¹⁷

INGENIERIA DEL PROYECTO

Es la descripción técnica que aborda cuestiones relativas a investigaciones preliminares a los problemas especiales de ingeniería que plantea el proyecto.

COMPONENTE TECNOLÓGICO.

Infraestructura Física.

“Hace referencia al espacio físico necesario para que la empresa pueda operar.

Distribución de la planta.

Todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí

¹⁷ KOTLER, PH. (2000). DIRECCIÓN DE MARKETING. EDICIÓN MILENIUM. Madrid.2005.Prentice Hall

se van a realizar, en tal sentido establecer las características del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios.

Diseño de la planta.

Se refiere a la forma como estará definida la estructura física del edificio tomando en cuenta futuras ampliaciones.

Equipo e instalaciones.

El proceso productivo permite determinar las actividades a realizarse, así como el equipo de herramientas e instalaciones requeridas para llevar a cabo la elaboración reproducción y / o servicios de la empresa.

Proceso de producción.

Es el conjunto de actividades que se llevan a cabo para elaborar un producto o prestar un servicio. En el conjugan la maquinaria, la materia prima y recurso humano para realizar el proceso.

Diagrama de flujo.

Esquema expresado por medio de símbolos líneas que conectan entre sí, la estructura y secuencia general de operaciones de una actividad programa (diagrama de flujo del programa), o al sistema de procesamiento (diagrama de flujo del sistema).¹⁸

¹⁸ LEON GARCIA Oscar, Administración Financiera, Fundamentos y Aplicación, Sexta Edición 2009.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y LEGAL

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

BASE LEGAL

- **Acta Constitutiva.**

Un acta constitutiva es el documento necesario y obligatorio para la formación legal de una organización o sociedad, que debe estar redactada y contener datos fundamentales según algunos parámetros comunes, y debidamente firmada por quienes serán integrantes de la sociedad. Desde organizaciones deportivas, de actividad sin fines de lucro, no gubernamentales, organizaciones empresariales y comerciales, de trabajo cooperativo, cualquiera sea el tipo y finalidad de la organización es necesaria un acta constitutiva.

- **Razón social o denominación.**

La razón social es la denominación por la cual se conoce colectivamente a una empresa. Se trata de un nombre oficial y legal que aparece en la documentación que permitió constituir a la persona jurídica en cuestión. Es necesario aclarar que la razón social difiere del nombre de fantasía o marca. Éste último es el que permite identificar a la empresa en el mercado.

- **Capital Social.**

Define el monto de capital que los socios o accionistas de una empresa aportan a la misma sin derecho de devolución para el inicio de las operaciones más los posteriores incrementos de capital o disminuciones.

- **Tiempo de duración de la Sociedad.**

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

Estructura organizacional.

Se puede definir como el arreglo e interrelación de las partes componentes y de las posiciones de la compañía.

Las estructuras sirven como referencia del tamaño de la compañía, de la ubicación de las áreas, de la posición para toma de decisiones, la coordinación de las actividades que se adecua de acuerdo a los diferentes crecimientos de la compañía.

Se establecerá la naturaleza jurídica de la empresa a crearse, los organigramas y manual de funciones, con la finalidad de determinar los niveles jerárquicos y las funciones de los puestos a crearse dentro de la organización.

NIVELES JERÁRQUICOS.

Son aquellos que responden a un mismo tipo estructural funcional jurídico, diferenciándose únicamente en la amplitud de la responsabilidad, en la jurisdicción y en el tamaño de las unidades.

Organigramas.

Es una representación gráfica de la organización de la empresa o de parte de ella y de las relaciones que guardan entre si las unidades administrativas que la integran. Agrupa las actividades de la empresa y los niveles jerárquicos que existen, por lo tanto, representa la organización formal de la empresa. Es una gráfica estadística, lo que significa que corresponde a una radiografía de la empresa y muestra su esqueleto y su constitución interna, pero no muestra su funcionamiento ni su dinámica.

Manual de funciones.

Es una técnica en la que se clasifican pormenorizadamente las labores que se desempeñan en una unidad de trabajo específica e impersonal (puesto), así como las características, conocimientos y aptitudes, que debe poseer el personal que lo desempeña.”¹⁹

¹⁹ PASACA MORA, Manuel, 2004Formulación y Evaluación de Proyectos. Loja 2008.

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO.

ESTUDIO FINANCIERO.

Para el estudio del análisis financiero se identificara los costos en los que incurrirá el proyecto y la proyección de ingresos, para lo cual se realizaran cotizaciones a las empresas comerciales a fin de conocer el valor de la maquinaria y equipos así como de los animales, materiales e insumos a utilizar en la puesta en marcha del proyecto.

Determinados los costos e ingresos proyectados se realizará el flujo de caja proyectado a 10 años calculando los índices financieros VAN, TIR, RELACION BENEFICIO/ COSTO Y PRC (periodo de recuperación del capital).²⁰

INVERSIÓN.

“La inversión tiene como finalidad determinar las necesidades de recursos financieros para ejecutar el proyecto, ponerlo en marcha y garantizar su funcionamiento.

Inversiones fijas.

Son aquellas inversiones de propiedad de la empresa que tienen una vida útil mayor a un año.

Son aquellas que se realizan en bienes tangibles, se utilizan para garantizar la operación del proyecto y no son objeto de comercialización por parte de la empresa y se adquieren para utilizarse durante su vida útil.

²⁰ LEDESMA MARTINEZ. **ANÁLISIS ECONÓMICO SOCIAL DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN**. Zulema Cuarta Edición 2010.

Inversiones circulantes.

Son aquellas que dependen del nivel de efectivo de producción de la empresa”.²¹

Capital de trabajo.

Diferencia del activo circulante respecto al pasivo circulante, cuyo margen positivo permite a las empresas cumplir con sus obligaciones a corto plazo.”²²

FINANCIAMIENTO.

“Las fuentes de financiación son todos aquellos mecanismos que permiten a una empresa contar con los recursos financieros necesarios para el cumplimiento de los objetivos de creación, desarrollo, posicionamiento y consolidación empresarial.

Fuentes internas de financiamiento.

Está constituido por el aporte del inversionista o promotor del proyecto. Los recursos propios pueden destinarse a la inversión fija como diferida y / o capital de trabajo.

Fuentes externas de financiamiento.

Son aquellas que requieren cumplir con requisitos, más estratos de garantía real o firma solidaria y al evaluar su costo es más alto.

²¹ MIRANDA, Juan, Gestión de Proyectos: identificación, evaluación financiera, económica, social ambiental, Quinta Edición 2005.

²² LEON GARCIA Oscar, **Administración Financiera, Fundamentos y Aplicación**, Sexta Edición 2009.

Uso de fondos.

Son esquemas financieros que facilitan la integración de datos, mostrando cual es el origen o fuente de financiamiento tanto interno o externo de las inversiones de un proyecto.

PRESUPUESTOS.

Es la expresión monetaria de los ingresos o gastos necesarios para la ejecución del proyecto”.²³

DEPRECIACIONES.

La depreciación es la disminución del valor de propiedad de un activo fijo, producido por el paso del tiempo, desgaste por uso, el desuso, insuficiencia técnica, obsolescencia u otros factores de carácter operativo, tecnológico, tributario, etc. Mientras que, en general, los bienes de activo circulante se agotan con un solo acto de consumo, del mismo modo que los bienes de consumo corriente, los bienes de activo fijo o inmovilizado se van consumiendo poco a poco, esto es, se deprecian, al igual que ocurre con los bienes de consumo

COSTOS

“Es la valorización de la suma de recursos y esfuerzos que han de invertirse para la producción de un bien o servicio. El precio y gastos que tiene una cosa, sin considerar ninguna ganancia.

²³ MOLINA Antonio. Contabilidad de Costos. Sexta Edición. Octubre 2008

Son los gastos que se aplican sobre aquellos rubros que permiten obtener el producto elaborado o servicio final. En un proyecto en general, permiten obtener la realización del mismo y su funcionamiento.

Costo Primo.

Es el costo de aquellos insumos que se incorporan al producto terminado en forma directa.

Costos Fijos.

Son aquellos en los que incurre la empresa y que en el corto plazo o para ciertos niveles de producción, no dependen del volumen de productos.

Costos Variables.

Costo que incurre la empresa y guarda dependencia importante con los volúmenes de fabricación.

Costos Indirectos.

Son aquellos que no pueden ser directamente identificados como un producto específico; aunque son indispensables en el proceso de fabricación no hacen parte física del mismo.

Costos de producción.

Valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicado en la obtención de un bien.

GASTOS.

Es todo egreso de dinero, usado para pagar la compra de bienes o la prestación de servicios, y que puede estar incluido o no en los costos.

Gastos de fabricación.

Aquí se incluyen la mano de obra indirecta, servicios como electricidad, teléfono, agua, combustible, repuestos, mantenimiento, depreciación, etc.

Gastos de administración y ventas.

Son parte de este rubro las remuneraciones del personal de administración y ventas que se refieren a los sueldos, salarios y prestaciones sociales.

Gastos Financieros.

Son los intereses a ser pagados por los préstamos previstos, según plazos concedidos y las tasas de interés vigentes para el momento de la formulación del proyecto.”²⁴

INGRESOS

“Están definidos por el volumen de producción y por el precio de venta de los bienes y servicios que se producen.

Punto de equilibrio.

Es aquel punto de actividad (volumen de ventas) donde los ingresos totales son iguales a los costos totales es decir, el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida.

²⁴ MOLINA Antonio. **CONTABILIDAD DE COSTOS. SEXTA EDICIÓN.** Octubre 2008

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 vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades

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

a) Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada

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

b) En función de las ventas

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas totales}}} \quad "25$$

Flujo de Caja.

Es aquel que será elaborado a base de los ingresos y egresos es decir; estará dado por las ventas netas del producto menos todos los gastos en efectivo.

²⁵ FLOREZ URIBE Juan Antonio. Proyecto de Inversión para las PYME, Primera edición. Enero 2007.

Estado de pérdidas y ganancias.

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

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

Tienen como finalidad demostrar de forma ordenada la utilidad líquida, la misma que refleja los beneficios obtenidos una vez reducidos los valores correspondientes a la participación de los trabajadores y el impuesto a la renta.

Valor actual neto (VAN)

Se define como el valor actualizado de la corriente de los flujos de caja la misma que promete generar a lo largo de su vida”

El autor LEDESMA, J.; define el VAN como: “La regla de decisión señala que el proyecto será rentable si el valor actual del flujo de beneficios netos que genera es positivo, descontando estos flujos a la tasa de descuento (interés) pertinente para la persona o grupo que realiza el proyecto”.

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

El método de valor presente es uno de los criterios económicos más ampliamente utilizados en la evaluación de proyectos de inversión. Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo cero de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial.

Puede considerarse también la interpretación del VAN, en función de la creación de valor para la empresa:

- Si el VPN de un proyecto es positivo, el proyecto crea valor.
- Si el VPN de un proyecto es negativo, el proyecto destruye valor.
- Si el VPN de un proyecto es cero, el proyecto no crea ni destruye valor.

FÓRMULA:

$$\text{VAN} = \sum \text{F.VAN} - \text{INVERSIÓN}$$

EN DONDE:

VAN= Valor Actual Neto

\sum VA= Sumatoria de los Valores Actual"²⁶.

²⁶ MOKATE, Karen Marie, "Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión", Editorial Alfa-Omega, Segunda Edición, Colombia 2004, Pág. 46

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

MOKATE, Karen (2004) define la tasa interna de retorno como: “la tasa de descuento intertemporal a la cual los ingresos netos del proyecto apenas cubren los costos de inversión, de operación y de rentabilidades sacrificadas”²⁷.

BACA, Gabriel (2006) la TIR “es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero; es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”²⁸.

Es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. También es conocida como Tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico.

- Si la TIR es mayor que el costo de oportunidad o capital se acepta el proyecto.
- Si la TIR es igual al costo de oportunidad o capital la realización de la inversión es proyecto del inversionista.
- Si la TIR es menor que el costo de oportunidad o capital se rechaza el proyecto.

²⁷ MOKATE, Karen Marie, “Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión”, Editorial Alfa-Omega, Segunda Edición, Colombia 2004, Pág. 46

²⁸ BACA, Urbina Gabriel, “Evaluación de Proyectos”, Quinta Edición, Impreso en México, Editorial McGraw-Hill 2006. Pág. 224

Fórmula:

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

En donde:

TIR = Tasa Interna de Retorno

VAN menor = Valor Actual Neto Menor

Tm = Sumatoria de los Valores Actual

VAN Mayor = Valor Actual Neto Mayor

DT = Diferencia de tasas

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

FONTAINE, Ernesto (2006) manifiesta que “es la razón entre los valores actuales de los beneficios y de los costos”²⁹

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

- B/C es mayor a uno el proyecto se desarrolla.
- B/C es menor a uno el proyecto se rechaza.
- B/C es igual a uno es indiferente a realizar.

²⁹ FONTAINE, Ernesto, “Evaluación Social de Proyectos”, Doceava Edición, Editorial Alfa omega, Agosto 2006 Colombia. Pág. 81

Fórmula:

$$R/BC = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}} - 1$$

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

El periodo de recuperación de la inversión, PRI, es el tercer criterio más usado para evaluar un proyecto y tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado.

Es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

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.

Determinación del Periodo de Recuperación de Capital:

Para determinar el (PRC) se dará a conocer el tiempo en que la empresa recuperara el monto de inversión.

Fórmula:

$$\text{PRC} = \text{Año en que se recupera la Inversión} \left(\frac{\text{Inversión} - \sum \text{de los primeros flujos}}{\text{F.N. año en que recupera la inversión}} \right)$$

Análisis de Sensibilidad

Busca medir como afecta situaciones que son relevantes en la economía que vivimos, intervienen directa e indirectamente en la empresa y que se concierten en incertidumbre para el inversionista por lo que en un momento determinado se sufre alteraciones principalmente en variables decisivas, esto es cuando aumentan los costos y disminuyen los ingresos. Los elementos para decidir son:

- Cuando el proyecto de sensibilidad es mayor que 1 el proyecto no es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que 1 el proyecto no es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual que 1 el proyecto no sufre ningún efecto.

Fórmula:

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

e. MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES

Recursos Humanos.

Se constituye con las personas que contribuyeron al desarrollo de la presente tesis: Ing. Com. Carlos Rodríguez Armijos como Director de Tesis y la autora Sonia Macas Agüinzaca.

Recursos Materiales.

Para la elaboración de la presente tesis se utilizó: Computador, impresora, calculadora, hojas de papel bond, libros cuadernos, materiales de escritorio, pendrive, esferográficos.

MÉTODOS.

En el presente proceso de investigación se aplicó los siguientes métodos:

MÉTODO CIENTÍFICO.

Entendido como el camino a seguir para encontrar la verdad acerca de una problemática determinada. El método científico permitió esquematizar los conocimientos a través de la conceptualización de los componentes teóricos acerca del plan de factibilidad, para la creación de una empresa productora de llaveros de resina con motivos culturales, y su comercialización a los turistas de la Basílica del “Cisne” de la Provincia de Loja.

MÉTODO ANALÍTICO

Este método se utilizó en el instante en que el problema a investigar es desintegrado racionalmente en sus componentes, para establecer sus

caracteres generales y específicos, para posteriormente examinar y establecer las relaciones entre dichos componentes con el todo problemático. Mediante el método analítico se logró establecer si el proyecto de factibilidad es rentable, decidiendo el curso de acción más adecuado, para alcanzar los objetivos con el menor riesgo posible, y con el máximo rendimiento de los recursos.

La información obtenida de los análisis previos, permitió evaluar en base a los recursos y tiempo disponible de ejecución del proyecto: El lugar más conveniente para ejercer la actividad (micro-localización); los proveedores de insumos y recursos (comunicaciones, transporte, etc.); el tipo de recursos humanos necesarios; el precio del servicio para ser competitivo, etc.

MÉTODO SINTÉTICO

Los conceptos juicios y proposiciones resultantes del proceso anterior, sirvieron para formular conclusiones, recomendaciones y los análisis de la demanda, de la oferta, determinación de la capacidad instalada y utilizada, un plan de comercialización, fijar el precio del servicio y el análisis de los principales indicadores financieros: VAN (Valor Actual Neto); TIR (Tasa Interna de Retorno).

INDUCTIVO - DEDUCTIVO

Por medio del método inductivo se partió de caracteres o principios generales a particulares. El método deductivo es un método científico que considera que la conclusión está implícita en las premisas. Por lo tanto, supone que las conclusiones siguen necesariamente a las premisas: si el razonamiento

deductivo es válido y las premisas son verdaderas, la conclusión sólo puede ser verdadera.

Por medio del método inductivo se efectuó un análisis acerca de la ausencia de estrategias orientadas a saber: en qué invertir, como conseguir los recursos para llevar a cabo las inversiones, como implementar la idea de inversión y como evaluar la misma. Por medio del método deductivo se pudo analizar casos particulares sobre la base de afirmaciones generales presentadas, además permitió la construcción teórica y el planteamiento de alternativas de solución.

TÉCNICAS

En lo concerniente a las técnicas de investigación, se emplearon las siguientes:

LA OBSERVACIÓN DIRECTA.

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Mediante la observación directa se identificó que en el sector de “El Cisne”, existe una incipiente oferta de productos fabricados a base de resina, entre ellos, los llaveros con motivos culturales.

ENCUESTA

Para la recopilación de la información primaria se recurrió a la técnica de la encuesta. Esta fue aplicada a una muestra representativa del universo de investigación que llegan al sector del “Cisne”, ya sea ocasionalmente o de forma

permanente. La encuesta se realizó con el propósito de obtener información necesaria para facilitar el desarrollo y análisis de las preferencias de los potenciales clientes del servicio.

SEGMENTACIÓN

Tamaño de la Muestra

Para la determinación del tamaño de la muestra, consideraremos los datos estadísticos del año 2014 emitidos por el Ministerio de Turismo que es de 400.000 turistas que visitan la Basílica de la Parroquia El Cisne de la Provincia de Loja, éste segmento llegarían a ser nuestro mercado potencial

Determinación del tamaño de la muestra

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

En donde

n=Tamaño de la muestra

N= Población total

e = Error experimental = 5 %

$$n = \frac{400.000}{1 + (0.05)^2 400.000}$$

$$n = \frac{400.000}{1001}$$

$$n = 399,60$$

Consecuentemente, el tamaño de la muestra es de 400 turistas que visitan la Parroquia el Cisne de la Provincia de Loja, a quienes se les aplicarán las encuestas respectivas.

f. RESULTADOS

Dentro del proyecto se busca determinar la situación actual del mercado, conocer el tamaño de la población, hábitos de consumo, preferencias, a través del diseño de encuestas y métodos de investigación, que permitan obtener información del cliente de manera directa y acertada, determinado el grado de aceptación que tendrá la instalación de una fábrica productora y comercializadora de llaveros de resina con motivos culturales y su comercialización a los turistas de la Basílica del Cisne de la Provincia de Loja.

ENCUESTA APLICADA A LOS DEMANDANTES

PREGUNTA N° 1

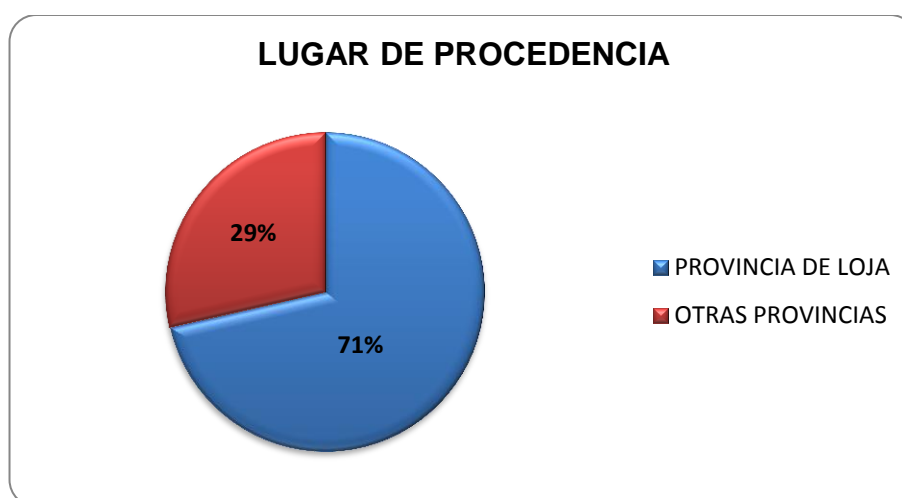
¿INDIQUE CUÁL ES SU LUGAR DE PROCEDENCIA?

CUADRO N° 1

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Otras provincias	285	71%
Provincia de Loja	115	29%
TOTAL	400	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: La autora

GRÁFICO N° 1



INTERPRETACIÓN: Del 100% de las personas encuestadas, el 71% manifestaron que su lugar de procedencia es la provincia de Loja; mientras que el 29% afirma ser originario de otras provincias del Ecuador.

PREGUNTA N° 2

¿INDIQUE CUÁLES SON SUS INGRESOS MENSUALES?

CUADRO N° 2

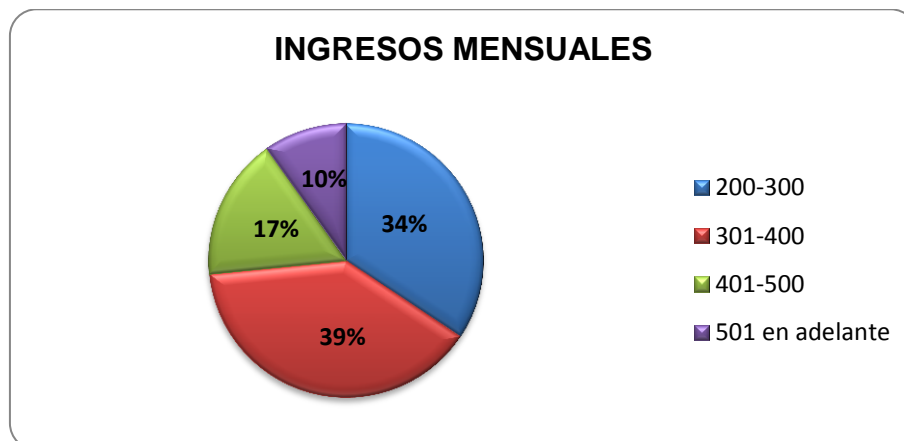
DESCRIPCIÓN	Xm	FREC	Xm.f	%
200-300	450	137	61650	34
301-400	750,5	156	117078	39
401-500	1050,5	67	703834	17
501 en adelante	600,5	40	24020	10
TOTAL		400	273132	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La autora

$$\bar{X} = \frac{\sum xm(f)}{n} = \frac{273132}{400} = 683$$

GRÁFICO N° 2



INTERPRETACIÓN: Del 100% del universo encuestado, el 34% manifestó que sus ingresos mensuales abarcan el rango entre \$200-300 dólares; el 39% de las personas encuestadas contestó que sus ingresos fluctúan entre \$301-400 dólares; en cambio, el 17% mencionó que sus ingresos promedian entre \$401-500 dólares; y finalmente el 10% de las personas eligió el valor de \$501 dólares en adelante.

PREGUNTA N° 3

¿CON QUÉ FRECUENCIA VISITA LA PARROQUIA “EL CISNE” DEL CANTÓN LOJA?

CUADRO N° 3

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 vez al año	378	95%
2 veces al año	21	5%
3 veces al año	1	0%
4 veces al año	0	0%
TOTAL	400	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La autora

GRÁFICO N° 3



INTERPRETACIÓN: Del 100% del universo encuestado, el 95% que equivalen a 378 personas, manifestaron que visitan la Parroquia “El Cisne” una vez al año, mientras que el 5% equivalente a 21 personas expresaron que dos veces al año.

PREGUNTA N° 4

¿LE GUSTA LUCIR LLAVEROS CON MOTIVOS CULTURALES?

CUADRO N° 4

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	311	78%
NO	89	22%
TOTAL	400	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: La autora

GRÁFICO N° 4



INTERPRETACIÓN: Del 100% del universo encuestado, el 78% que equivalen a 311 personas, manifestaron les agrada lucir llaveros con motivos culturales, y 22% que responden negativamente.

PREGUNTA N° 5

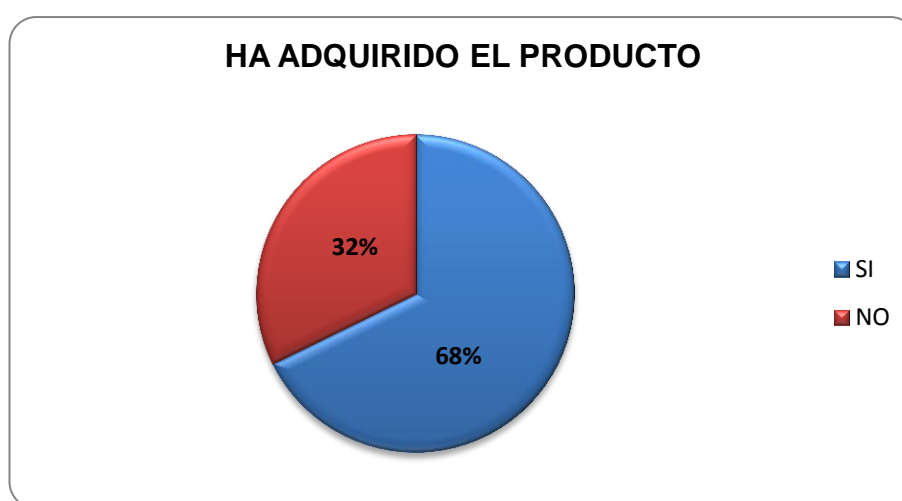
¿CUÁNDO VISITA LA PARROQUIA “EL CISNE” USTED ADQUIERE LLAVEROS?

CUADRO N° 5

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si compra	271	68%
No compra	129	32%
TOTAL	400	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: La autora

GRÁFICO N° 5



INTERPRETACIÓN: Del 100% del universo encuestado, el 68% manifestó que si ha adquirido llaveros; mientras que el 32%, expresó que no ha adquirido este tipo de productos.

PREGUNTA N° 6

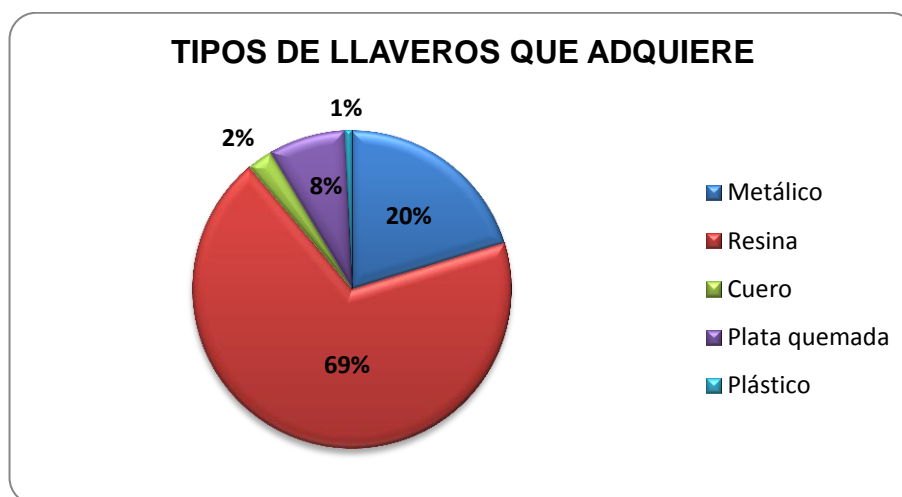
¿CUANDO USTED VISITA LA PARROQUIA “EL CISNE” QUE TIPO DE LLAVEROS ADQUIERE?

CUADRO N° 6

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Metálico	55	20%
Resina	186	69%
Cuero	7	2%
Plata quemada	21	8%
Plástico	2	1%
TOTAL	271	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: La autora

GRÁFICO N° 6



INTERPRETACIÓN: Del 100% del universo encuestado, el 69% manifestó que ha adquirido llaveros de resina, el 20% expresaron haber adquirido llaveros de metal, el 8% llaveros de plata quemada, el 2% de cuero; y finalmente el 1% ha adquirido llaveros de plástico.

PREGUNTA N° 7

¿CUÁNTOS LLAVEROS FABRICADOS A BASE DE RESINA COMPRA USTED CUANDO VISITA LA PARROQUIA “EL CISNE”?

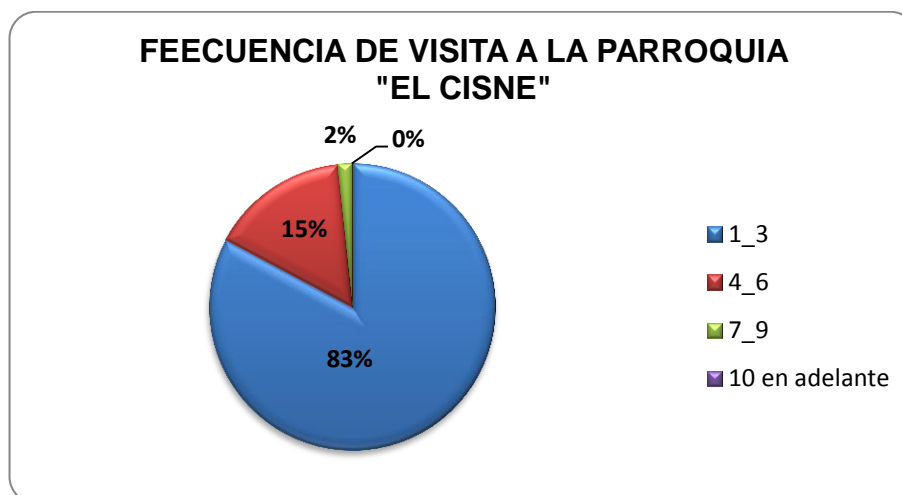
CUADRO N° 7

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 - 3	154	83%
4 - 6	29	16%
7 - 9	3	2%
10 en adelante	0	0%
TOTAL	186	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La autora

GRÁFICO N° 7



INTERPRETACIÓN: Del 100% del universo encuestado, el 83% manifestó que han adquirido de 1 a 3 llaveros cuando visitan la parroquia “El Cisne”, el 16% de cuatro a seis, el 2% de siete a nueve.

PREGUNTA N° 8

LA CALIDAD DE LOS LLAVEROS QUE USTED COMPRA ES:

CUADRO N° 8

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	107	58%
Buena	73	39%
Regular	6	3%
Mala	0	0%
TOTAL	186	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: La autora

GRÁFICO N° 8



INTERPRETACIÓN: Del 100% del universo encuestado, el 58%, manifestó que la calidad de los llaveros que compra es excelente, el 39% buena, y finalmente el 3% regular.

PREGUNTA N° 9

¿COMPRARÍA LLAVEROS A BASE DE RESINA, FABRICADOS EN LA PARROQUIA DE “EL CISNE”?

CUADRO N° 9

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	145	78%
NO	41	22%
TOTAL	186	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La autora

GRÁFICO N° 9



INTERPRETACIÓN: Del 100% del universo encuestado, el 78% expresaron que si comprarían llaveros a base de resina, fabricados en la parroquia de “El Cisne”; mientras que el 22%, manifestaron que no.

PREGUNTA N° 10

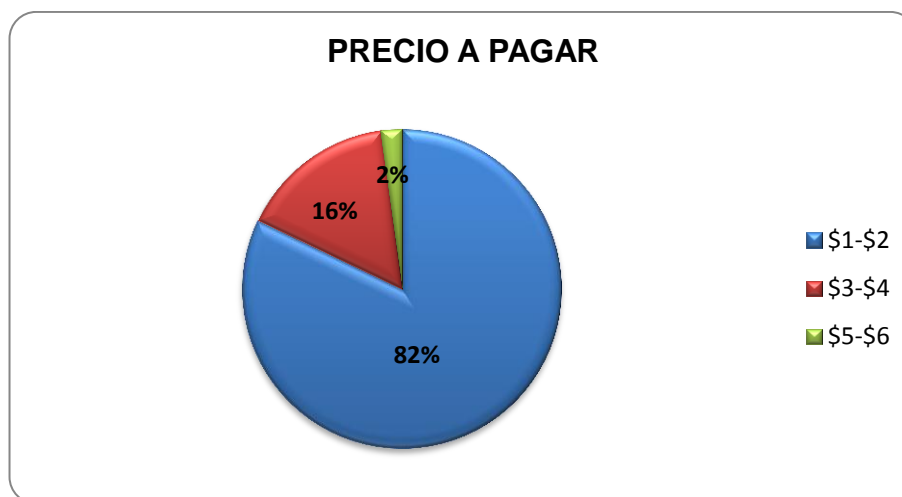
¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR ESTE TIPO DE PRODUCTO?

CUADRO N° 10

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$1 - \$2	119	82%
\$3 - \$4	23	16%
\$5 - \$6	3	2%
TOTAL	145	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: La autora

GRÁFICO N° 10



INTERPRETACIÓN: Del 100% del universo encuestado, el 82% manifestó que estaría dispuesto a pagar por este tipo de producto de \$1 a \$2; mientras el 16% de \$3 a \$4; y el 2% de \$5 a \$6.

PREGUNTA N° 11

¿QUÉ LUGAR DE UBICACIÓN PREFERE PARA LA FABRICA A CREARSE EN LA PARROQUIA “EL CISNE”?

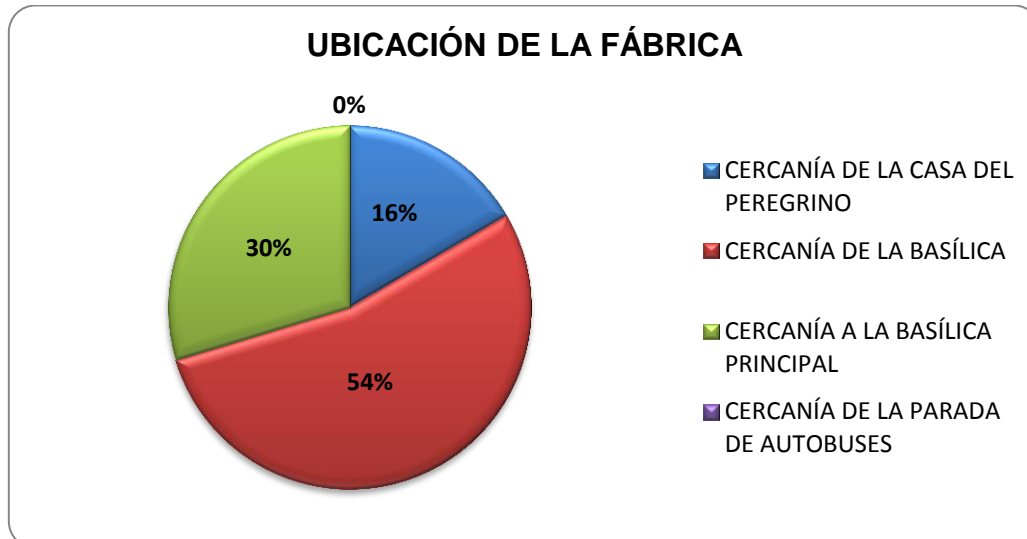
CUADRO N° 11

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cerca de la Casa del peregrino	24	16%
Cerca de la Basílica	78	54%
Cerca de la parada de buses	43	30%
TOTAL	145	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La autora

GRÁFICO N° 11



INTERPRETACIÓN: Del 100% del universo encuestado, el 16%, manifestó que la mejor zona de ubicación es cerca de la Casa del peregrino, mientras que el 54% expresó que cerca de la Basílica, finalmente el 16% afirmó cerca a la parada de autobuses.

PREGUNTA N° 12

ESPECIFIQUE EL MEDIO DE COMUNICACIÓN POR EL QUE LE GUSTARÍA ESTAR INFORMADO.

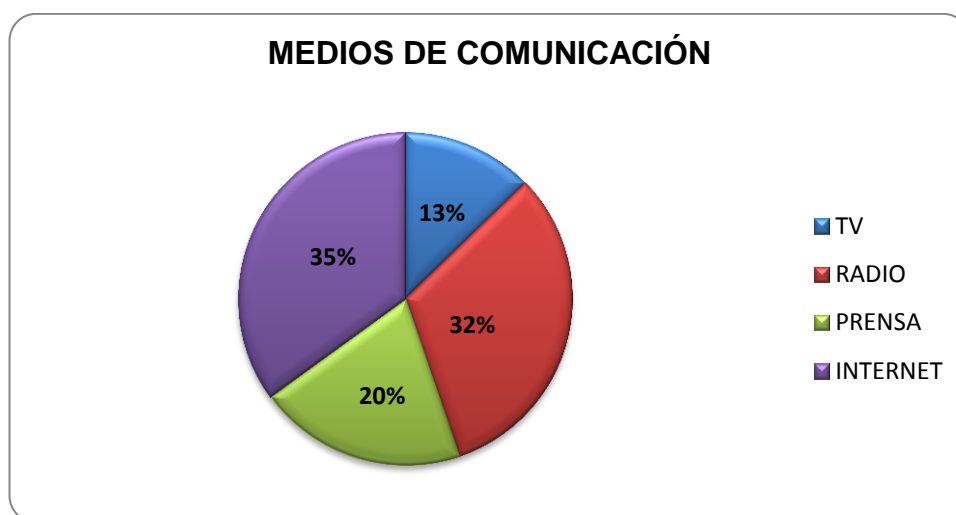
CUADRO N° 12

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TV	51	13%
Radio	128	32%
Prensa	81	20%
Internet	140	35%
TOTAL	400	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La autora

GRÁFICO N° 12



INTERPRETACIÓN: Del 100% del universo encuestado, el 13%, manifiesta que el medio de comunicación que prefiere para informarse es la TV, el 32% la radio; el 20% la prensa; y el 35% el internet.

ENCUESTAS APLICADAS A LOS OFERENTES

PREGUNTA N° 1

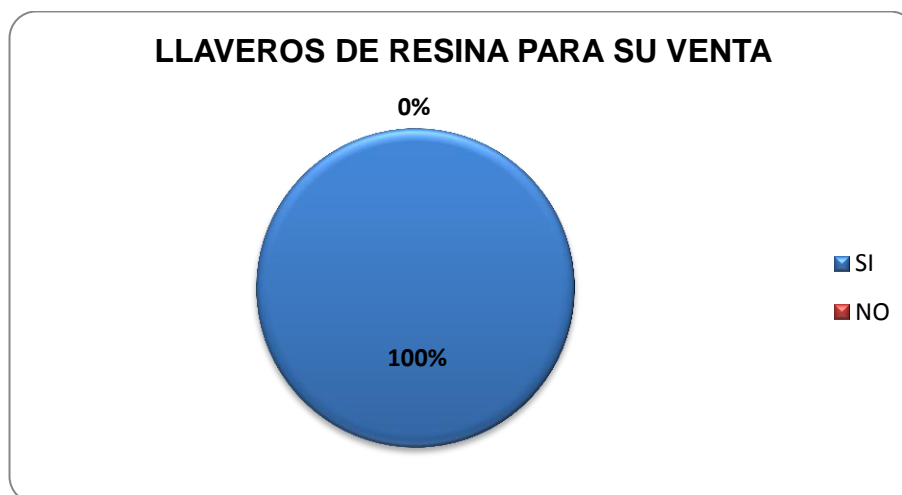
¿SU ESTABLECIMIENTO CUENTA CON LLAVEROS DE RESINA PARA SU VENTA?

CUADRO N° 13

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	39	100
NO	0	0
TOTAL	39	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: La autora

GRÁFICO N° 13



INTERPRETACIÓN: Del 100% del universo encuestado, la totalidad de sus miembros, manifiestan que sus locales si cuentan con llaveros a base de resina para comercializarlos.

PREGUNTA N° 2

¿A QUIÉNES COMERCIALIZA EN MAYOR CANTIDAD SUS LLAVEROS DE RESINA?

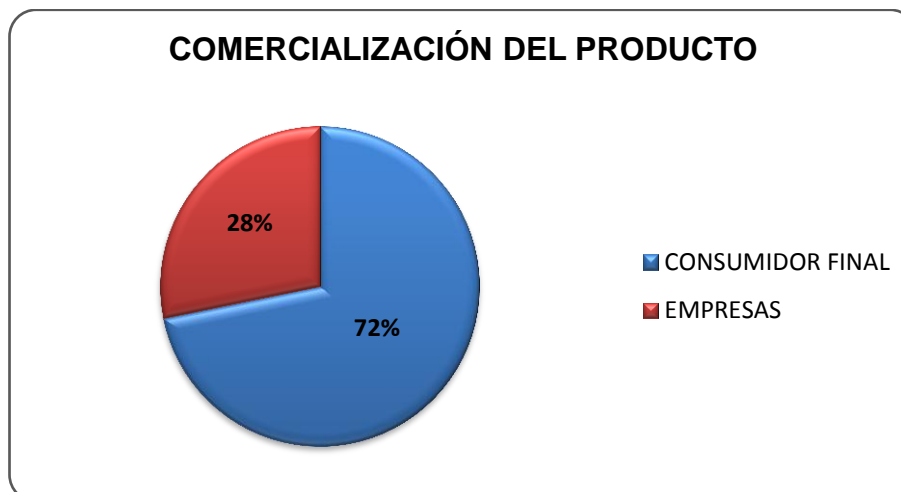
CUADRO N° 14

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Consumidor final	28	72
Empresas	11	28
TOTAL	39	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La autora

GRÁFICO N° 14



INTERPRETACIÓN: Del 100% del universo encuestado, el 72% manifestó que los llaveros a base de resina, los comercializan preferentemente a los consumidores finales; el 28% menciona que lo hace a diferentes empresas.

PREGUNTA N° 3

¿DE DÓNDE PROVIENEN SUS LLAVEROS DE RESINA?

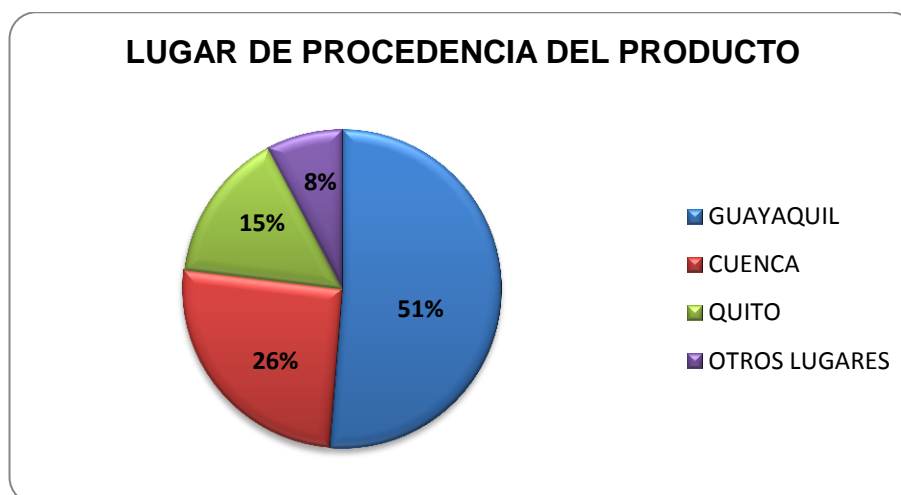
CUADRO N° 15

LUGARES	Nº PERSONAS	PORCENTAJE %
Guayaquil	20	51
Quito	10	26
Cuenca	6	15
Otros lugares	3	8
TOTAL	39	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La autora

GRÁFICO N° 15



INTERPRETACIÓN: Del 100% del universo encuestado, el 51% de las personas, manifiestan que los llaveros a base de resina, provienen de la ciudad de Guayaquil, el 26% de la ciudad de Quito, el 15% de la ciudad de Cuenca, y el 8% de otros lugares.

PREGUNTA N° 4

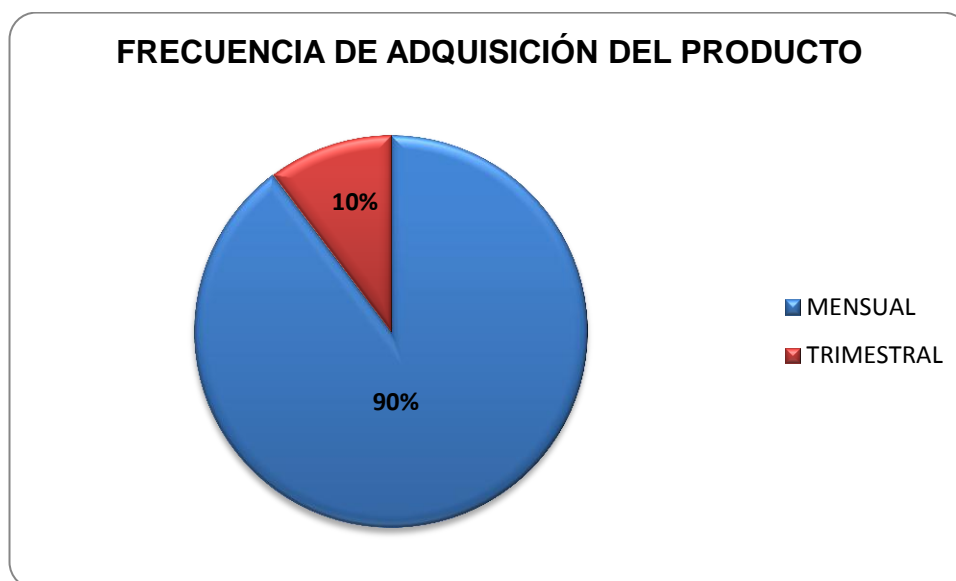
¿CADA QUÉ TIEMPO ADQUIERE LLAVEROS DE RESINA PARA SU ESTABLECIMIENTO

CUADRO N° 16

TIEMPO DE COMPRA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Mensual	35	90
Trimestral	4	10
TOTAL	39	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: La autora

GRÁFICO N° 16



INTERPRETACIÓN: Del 100% del universo encuestado, el 35% de las personas, manifiestan que los llaveros a base de resina, los adquieren de forma mensual; y el 10% la realiza de forma trimestral.

PREGUNTA N° 5

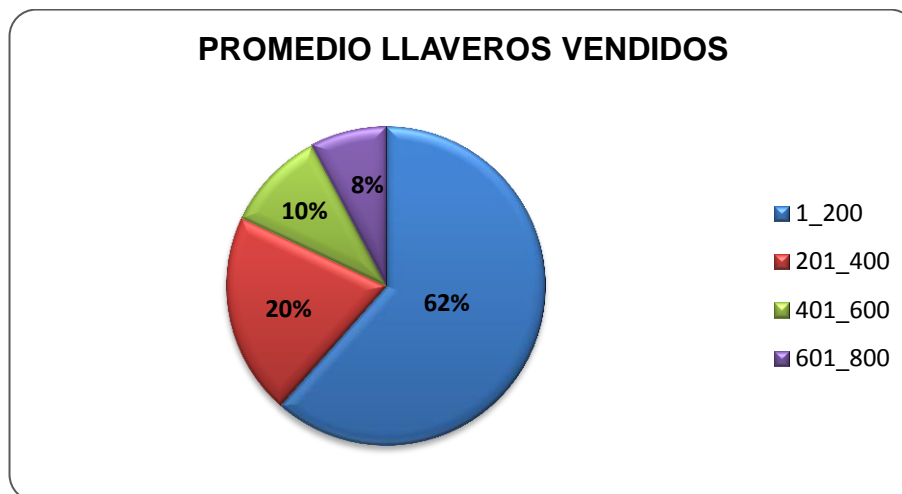
¿MENSUALMENTE CUÁNTAS LLAVEROS EN PROMEDIO VENDE EN SU ESTABLECIMIENTO?

CUADRO N° 17

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
1_200	24	62
201_400	8	20
401_600	4	10
601_800	3	8
TOTAL	39	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: La autora

GRÁFICO N° 17



INTERPRETACIÓN: Del 100% del universo encuestado, para el rango de 1-200 llaveros corresponde el 61%; para el rango de 201-400 llaveros corresponde el 21%, para el rango de 401-601 llaveros corresponde 10%; y para el rango de 601-80, corresponde el 8%.

PREGUNTA N° 6

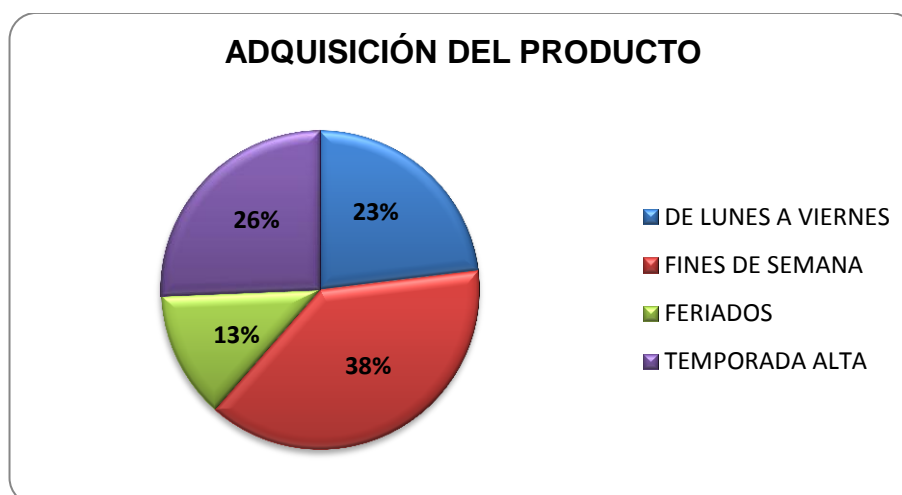
¿CON QUÉ FRECUENCIA LOS TURISTAS ACUDEN A SU ESTABLECIMIENTO A ADQUIRIR LLAVEROS DE RESINA?

CUADRO N° 18

TIEMPO DE COMPRA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
De lunes a viernes	9	23
Fines de semana	15	38
Feriatos	5	13
Temporada alta	10	26
TOTAL	39	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: La autora

GRÁFICO N° 18



INTERPRETACIÓN: Del 100% del universo encuestado, el 23% de las personas, manifiestan que los turistas acuden a su establecimiento a adquirir llaveros de resina, de lunes a viernes; el 38% los fines de semana; el 13% los días feriados, y el 26% en temporada alta.

PREGUNTA N° 7

¿CONSIDERA USTED QUE LAS UTILIDADES QUE GENERA SU ESTABLECIMIENTO SON?

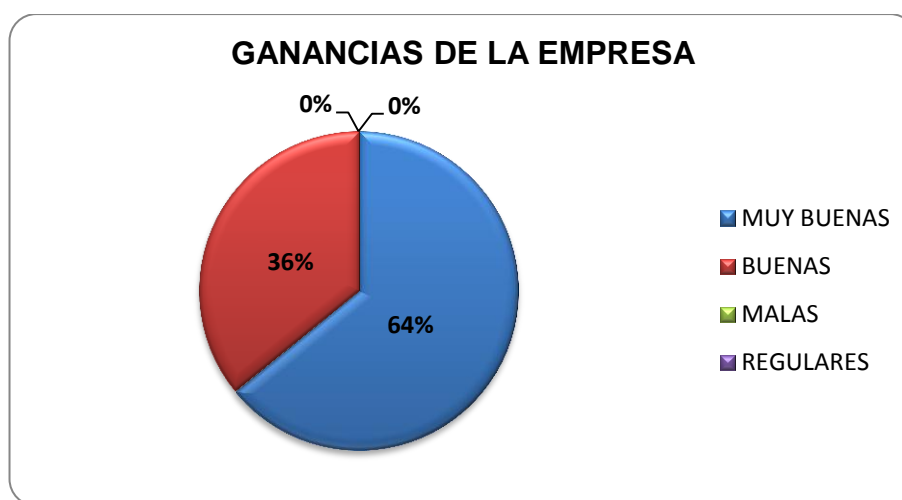
CUADRO N° 19

TIEMPO DE COMPRA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Muy buenas	25	64
Buenas	14	36
Malas	0	0
Regulares	0	0
TOTAL	39	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La autora

GRÁFICO N° 19



INTERPRETACIÓN: Del 100% del universo encuestado, el 64% de las personas, manifiestan que las utilidades que genera su establecimiento son muy buenas, y el 36% buenas.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

ESTUDIO DE LA DEMANDA

Para el análisis de la demanda es importante considerar los productos, subproductos, los sustitutos y complementarios, con la finalidad de llegar al mayor número de demandantes, así como las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, para determinar la posibilidad de participación de nuestro producto en la satisfacción de dicha demanda.

PRODUCTO PRINCIPAL

El presente proyecto de factibilidad va destinado a incursionar en el mercado de los llaveros de resina con motivos culturales y su comercialización en la parroquia de “El Cisne”, del cantón Loja.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Consiste en hacer una estimación futura de los productos que se producirán, con el objeto de conocer la cantidad que alcanzarán a producir y vender, para lo cual se requiere el tamaño de la muestra. Para proyectar la población se emplea la siguiente fórmula:

$$M = C (1+i)^n$$

Dónde:

M = Población o demanda

C = Primer Dato

i = Tasa de crecimiento

n = número y términos

CUADRO Nº 20

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN

Nro. AÑOS	CRECIMIENTO POBLACIONAL	POBLACIÓN PROYECTADA
0	2,65%	400000
1		410600
2		421481
3		432650
4		444115
5		455884
6		467965
7		480366
8		493096
9		506163
10		519577

Fuente: Ministerio de Turismo (Website bit.ly/XdLreo)

Elaboración: La autora

DEMANDA POTENCIAL

Se llama demanda potencial y/o actual al mercado existente que está consumiendo un determinado producto o servicio.

En el caso del presente proyecto, la demanda potencial surgió de la pregunta número 4, cuadro número 4 de la encuesta a los demandantes, en donde se interrogó a los consumidores sobre su preferencia de lucir los llaveros con motivos culturales.

Primer Año= Población total x% de encuestas afirmativas de personas dispuestas a adquirir llaveros fabricados a base de resina con motivos culturales.

Primer Año= 410.600 x 78% = **320268**

Entonces en la parroquia de "El Cisne", en el año **2014**, con un flujo de turistas de **410.600** posee **320.268** posibles compradores.

CUADRO Nº 21
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL

Nro. AÑOS	POBLACIÓN	78% Prefieren	DEMANDA POTENCIAL
0	400000	78%	312000
1	410600	78%	320268
2	421481	78%	328755
3	432650	78%	337467
4	444115	78%	346410
5	455884	78%	355590
6	467965	78%	365013
7	480366	78%	374686
8	493096	78%	384615
9	506163	78%	394807
10	519577	78%	405270

Fuente: Cuadro Nro.4
Elaboración: La autora

LA DEMANDA REAL

Es el conjunto de mercancías y servicios que los consumidores realmente adquieren en el mercado en un tiempo determinado y a un precio dado.

Para determinar esta clase de demanda, se toma de base a la demanda potencial y la pregunta número 5, en la que respondieron el **68%** afirmativamente, para lo cual se aplica la siguiente fórmula:

Primer Año: $320268 \times 68\% = 217.782$ personas que realmente adquieren el producto

CUADRO Nº 22
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA REAL

Nro. AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL (68%)
0	312000	212160
1	320268	217782
2	328755	223553
3	337467	229478
4	346410	235559
5	355590	241801
6	365013	248209
7	374686	254786
8	384615	261538
9	394807	268469
10	405270	275583

Fuente: Cuadro Nro.5
Elaboración: La autora

CONSUMO PER CÁPITA

Para determinar el consumo per cápita de los llaveros de resina, en los turistas que visitan la parroquia "El Cisne", se procede a determinar el número de llaveros que compran anualmente. Luego se divide este consumo para el número de turistas que los adquieren, para ello se aplicó la siguiente fórmula:

$$x = \frac{E \cdot f \cdot x_m}{N}$$

Dónde:

X = Consumo promedio

F = Frecuencia

Xm = Punto Medio

N = Universo

E = Margen de error

CUADRO N° 23

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	Xm	F*Xm
1 - 3	154	2	308
4 - 6	29	5	145
7 - 9	3	8	24
TOTAL	186		477

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La autora

$$x = \frac{E \cdot f \cdot x_m}{N} = \frac{477}{186}$$

$$x = 2,5$$

Lo que significa que el consumo per cápita es de **2,5** anual por cada turista que visita la parroquia "El Cisne"

DEMANDA REAL EN LLAVEROS A BASE DE RESINA

Para determinar la demanda real en llaveros a base de resina, se procedió a multiplicar la demanda real, en personas por el uso per cápita anual, obteniéndose los siguientes resultados.

$$212160 \times 2.5 = 530400$$

CUADRO N° 24

DEMANDA REAL EN LLAVEROS A BASE DE RESINA

Nro. AÑOS	DEMANDA REAL (68%)	CONSUMO PERCÁPITA	DEMANDA EFECTIVA EN LLAVEROS DE RESINA
0	212160	2,5	530400
1	217782	2,5	544456
2	223553	2,5	558884
3	229478	2,5	573694
4	235559	2,5	588897
5	241801	2,5	604503
6	248209	2,5	620522
7	254786	2,5	636966
8	261538	2,5	653846
9	268469	2,5	671172
10	275583	2,5	688958

Fuente: Cuadro Nro.9
Elaboración: La autora

DEMANDA EFECTIVA DE LLAVEROS A BASE DE RESINA

La demanda efectiva es el deseo de adquirir un bien o servicio, más la capacidad que se posee para hacerlo.

Demanda efectiva = Demanda real x número de encuestados que estarían dispuesto a adquirir el producto, en caso de implementarse una fábrica. Se obtiene de la pregunta número **9**, cuadro número **9**.

CUADRO N° 25

DEMANDA EFECTIVA

Nro. AÑOS	DEMANDA REAL EN LLAVEROS DE RESINA	% DISPOSICIÓN A ADQUIRIR	DEMANDA EFECTIVA EN LLAVEROS DE RESINA
0	530.400	78%	530.401
1	544.456	78%	544.457
2	558.884	78%	558.885
3	573.694	78%	573.695
4	588.897	78%	588.898
5	604.503	78%	604.504
6	620.522	78%	620.523
7	636.966	78%	636.967
8	653.846	78%	653.847
9	671.172	78%	671.173
10	688.958	78%	688.959

Fuente: Cuadro Nro.9

Elaboración: La autora

Año 1: $544.456 \times 78\% = 544.457$ demanda efectiva de llaveros a base de resina con motivos culturales.

ANALISIS DE LA OFERTA

Se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones dadas para adquirir un producto, en un determinado momento. En el caso del presente proyecto de factibilidad se pudo comprobar que en la parroquia “El Cisne”, actualmente existen 39 locales dedicados a la comercialización de llaveros con motivos culturales.

PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para proyectar la oferta se ha tomado el valor del año 2013, con una tasa de crecimiento del 5%, según versiones de los comercializadores encuestados.

CUADRO N° 26

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	Xm	F*Xm
1_200	24	100.5	2412
201_400	8	300.5	2404
401_600	4	500.5	2002
601_800	3	700.5	2101
TOTAL	39		8919.5

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La autora

$$X = \frac{\sum f \cdot x_m}{n} =$$

$$X = \frac{8919.5}{39} = 229$$

$$\text{Venta Anual} = 229 \times 39 \times 12 = 107.172$$

CUADRO N° 27
PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO	OFERTA TOTAL
0		107172
1	5%	112531
2	5%	118157
3	5%	124065
4	5%	130268
5	5%	136782
6	5%	143621
7	5%	150802
8	5%	158342
9	5%	166259
10	5%	174572

Fuente: Pregunta 5 de la entrevista
Elaboración: La autora

CUADRO N° 28
DEMANDA INSATISFECHA

Nro. AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA TOTAL	DEMANDA INSATISFECHA
2013	530.401	107.172	423.229
2014	544.457	112.531	431.926
2015	558.885	118.157	440.728
2016	573.695	124.065	449.630
2017	588.898	130.268	458.630
2018	604.504	136.782	467.722
2019	620.523	143.621	476.902
2020	636.967	150.802	486.165
2021	653.847	158.342	495.505
2022	671.173	166.259	504.914
2023	688.959	174.572	514.387

Fuente: Oferentes
Elaboración: La autora

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Con el objetivo de producir la respuesta deseada en el mercado meta, la empresa ha decidido combinar de la siguiente manera las herramientas tácticas del marketing controlables conocidas como las “**cuatro p**”:

- **Producto**
- **Precio**
- **Plaza**
- **Promoción**

EL PRODUCTO

1. Empaque

El producto terminado será envuelto en plástico de embalaje, las mismas que serán empacadas en cartones que tendrán las siguientes medidas:

Empaque: 72 cm² x 15 cm de grosor.

GRÁFICO Nº 20



Estos empaques contendrán serán etiquetados respectivamente. El principal factor que tomamos en cuenta para escoger este tipo de empaque es para dar mayor protección al producto, debido a que este es frágil, facilitándonos la distribución en el mercado y su almacenamiento. Esta clase de empaque ayudará a minimizar costos para la empresa debido a que es económico, además de ello contribuiremos a la protección del medio ambiente, siendo estos reciclables.

2. Etiqueta

La empresa **INSIGNIA-IMAGEN**, para dar a conocer y distinguirse de la competencia ha diseñado una etiqueta, la misma que permitirá dar a conocer la calidad de los productos que ofrecerá, de igual manera contendrá información básica acerca de la empresa.

GRÁFICO N° 21



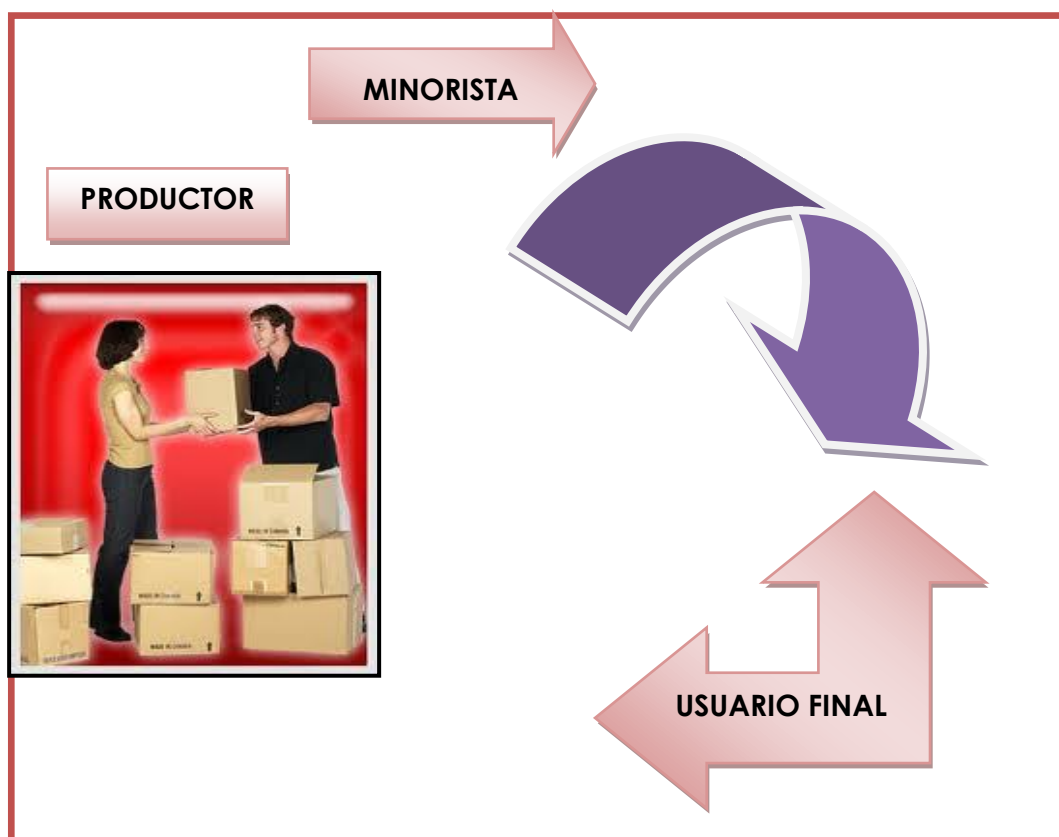
CANALES DE DISTRIBUCIÓN

“INSIGNIA-IMAGEN” para comercializar sus productos y garantizar la satisfacción del usuario, utilizara canales de distribución adecuados colocando el producto en el sitio correcto y en el momento adecuado. Para lo cual hemos decidido utilizar los siguientes canales de distribución.

El objetivo de este canal será comercializar nuestro producto por medio de intermediarios ya que estos ayudaran a ofertar el bien antes mencionado.

GRÁFICO Nº 22

PRODUCTOR – MINORISTA - USUARIO



PUBLICIDAD

La publicidad que utilizará la empresa “**INSIGNIA-IMAGEN**” permitirá dar a conocer los productos que ofrece, conquistando nuevos clientes para mejorar las ventas como también al mejoramiento continuo de la imagen y finalmente nos beneficiara con la introducción y permanencia del nuestro producto en el mercado.

GRÁFICO N° 23



POLITICAS Y ESTRATEGIAS DE MARKETING

Para la implementación de nuestra empresa, “**INSIGNIA-IMAGEN**” y para lograr ser líderes en el mercado de la construcción de la ciudad de Loja, garantizando la calidad de nuestros productos y la eficiencia en nuestro servicio de instalación nos basaremos en las siguientes políticas:

CUADRO N° 29

<u>PRODUCTO</u>	
POLITICAS	ESTRATEGIAS
<ul style="list-style-type: none">✓ Ofrecer productos de excelente calidad.✓ Estar a la vanguardia en cuanto a diseños de cornisas para resaltar la decoración de las viviendas.✓ Mantener un clima laboral favorable para nuestros empleados.	<ul style="list-style-type: none">✓ Adquirir la materia prima nacional puesto que es la de mejor calidad.✓ Contratar personal calificado para la elaboración de cornisas.✓ Brindar capacitaciones constantes en el ámbito personal y laboral.

CUADRO N° 30

<u>PRECIO</u>	
POLITICAS	ESTRATEGIAS
<ul style="list-style-type: none">✓ Establecer los mejores precios, facilitando la compra de nuestros productos directamente en la fábrica.	<ul style="list-style-type: none">✓ Minimizar costos pero no la calidad a fin de obtener precios por debajo de la competencia.

CUADRO N° 31

<u>PLAZA</u>	
POLITICAS	ESTRATEGIAS
<ul style="list-style-type: none">✓ Estudiar minuciosamente el mercado para ubicar puntos estratégicos de venta.✓ Satisfacer positivamente las necesidades de nuestro mercado.	<ul style="list-style-type: none">✓ Realizar un estudio de mercado.✓ Ofrecer productos de excelente calidad y a los más bajos precios.

CUADRO N° 32

PROMOCIÓN	
POLITICAS	ESTRATEGIAS
<ul style="list-style-type: none">✓ Estar en innovación constante y así lograr tener un buen posicionamiento.✓ Satisfacer positivamente las necesidades de nuestro mercado.✓ Fomentar el trabajo artesanal para así contribuir de manera positiva a la disminución del desempleo en la ciudad Loja.	<ul style="list-style-type: none">✓ Realizar las mejores publicidades en los medios más conocidos para llegar a nuestros clientes y usuarios.✓ Ofrecer precios bajos. En comparación con la competencia.✓ Realizar el proceso productivo de una manera semi-manual.

ESTUDIO TÉCNICO

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

Se constituye en la etapa dos de los proyectos de factibilidad, comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad de la futura empresa, en el que se determina la posibilidad técnica de implementar una microempresa productora de llaveros de resina con motivos culturales, en el cual se analizan variables tales como el tamaño, la localización, los equipos, las instalaciones y el personal requerido para realizar el servicio.

TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto tiene que ver con la capacidad de producción de un bien o la prestación de un servicio durante la vigencia de un proyecto.

La determinación del tamaño del presente proyecto está relacionado directamente con factores que permiten decidir sobre los niveles de operación como: la capacidad instalada y utilizada, con la cual el proyecto empezará a operar una vez que se ponga en marcha, luego de haber establecido estos factores se ha determinado el tamaño de la planta.

LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Existen algunos factores que determinan la localización de un lugar para producir llaveros de resina con motivos culturales y que generalmente se denominan factores localizaciones, entre los que podemos mencionar: terreno,

mercado, vías de comunicación, disponibilidad de mano de obra, transporte, servicios básicos como luz, agua, teléfono, etc.

TRANSPORTE

Al orientarse la localización en un lugar estratégico es probable evitar el mayor costo de transporte que se tendrá que utilizar hasta llegar a la fábrica, sin embargo la empresa debe contar con transporte, ya sea para los usuarios como también para el abastecimiento de materias primas, adicionalmente se debe considerar que en la parroquia el Cisne se cuenta con varias empresas de transporte.

DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA

Es otro factor importante que hace posible la localización, teniendo presente que dispone de mano de obra calificada y que por la falta de gestión empresarial no se generan fuentes de trabajo, situación que da la pauta para que se considere seriamente la ubicación de la fábrica en la parroquia del Cisne, creando fuentes de trabajo y contribuyendo al desarrollo social de esta zona geográfica del país.

Se conoce como mano de obra al esfuerzo físico y mental que se pone al servicio de la fabricación de un bien.

El concepto también se utiliza para nombrar al costo de este trabajo, es decir, el precio que se le paga.

DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS BÁSICOS

Este factor es prioritario en la selección de la ubicación de la fábrica, ya que se trata de la satisfacción de necesidades básicas del ser humano, por lo tanto estos servicios deben ser óptimos.

AGUA.

Es el elemento necesario y primordial en la prestación del servicio, en la parroquia se tiene agua tratada y natural, siendo ideal para los requerimientos de la fábrica.

ENERGÍA ELÉCTRICA Y TELEFONIA

De igual manera la parroquia del “Cisne” cuenta con el servicio constante del fluido eléctrico. Además cuenta con servicios tecnológicos de comunicación y telefonía celular.

TAMAÑO DE LA EMPRESA

El tamaño constituye la infraestructura o su capacidad durante el período de vida útil, tomando así los factores que interceden directamente. La determinación del tamaño de la planta irá de acuerdo a la capacidad instalada y esta a su vez en función de la demanda insatisfecha que existe en el mercado.

CAPACIDAD INSTALADA

Considerada como aquella que indica cuál será la máxima prestación de servicios que se alcanzará con los recursos disponibles, es decir, la cantidad máxima de servicios que se pueden brindar de acuerdo a la infraestructura, personal y equipos con los que cuenta la empresa.

Comprende el uso máximo de producción que es el 100% de la capacidad, es decir, las 24 horas del día y por los 365 días al año, considerando que cada obrero tardará 60 minutos en producir 50 llaveros.

La capacidad instalada del proyecto se determinó al identificar que la sección de producción de la fábrica, es una de las etapas que requiere de más tiempo y mano de obra, la que esta expresada en horas de trabajo y días laborables en el año.

La capacidad instalada de producción es alcanzable cuando todos los recursos se utilizan adecuadamente, considerando que la utilización normal de las instalaciones no es definitiva, y la demanda del mercado es susceptible a cambios por cuanto disminuyen su capacidad de producción en relación a la capacidad instalada.

La empresa contará con una maquina mezcladora de resina, cuya capacidad instalada es del 100%.

CUADRO N° 33
CAPACIDAD INSTALADA

MAQUINARIA	Nro. de unidades diarias	AÑO	CAPACIDAD TOTAL
MEZCLADORA	(1140 minutos el día) (1 Paq. en 130 minutos) (1140/ 130 = 9 paquetes de 15 unid. 135 unidades	365 DÍAS	49275
AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	100% CAPACIDAD INSTALADA	% PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
1	431.926	49275	11,41%
2	440.728	49275	11,18%
3	449.630	49275	10,96%
4	458.630	49275	10,74%
5	467.722	49275	10,54%
6	476.902	49275	10,33%
7	486.165	49275	10,14%
8	495.505	49275	9,94%
9	504.914	49275	9,76%
10	514.387	49275	9,58%

Fuente: Datos del cuadro balance entre oferta y demanda Nro.25

Elaboración: La autora

La empresa con su capacidad instalada tendrá una participación de mercado en el primer año del 11,41%

CAPACIDAD UTILIZADA

Constituye el nivel o volumen de producción con el que la empresa trabajará dentro de un determinado período, se fija en base a la capacidad instalada, se debe tomar en cuenta la cantidad estimada y destinada a satisfacer la demanda, además se debe considerar el ingreso del producto al mercado.

CUADRO N° 34
CAPACIDAD UTILIZADA

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	% DE CAPACIDAD UTILIZADA	CAPACIDAD UTILIZADA
1	49.275	75%	36.956
2	49.275	75%	36.956
3	49.275	80%	39.420
4	49.275	80%	39.420
5	49.275	85%	41.884
6	49.275	85%	41.884
7	49.275	90%	44.348
8	49.275	90%	44.348
9	49.275	95%	46.811
10	49.275	95%	46.811

Fuente: Datos del cuadro balance entre oferta y demanda Nro.25

Elaboración: La autora

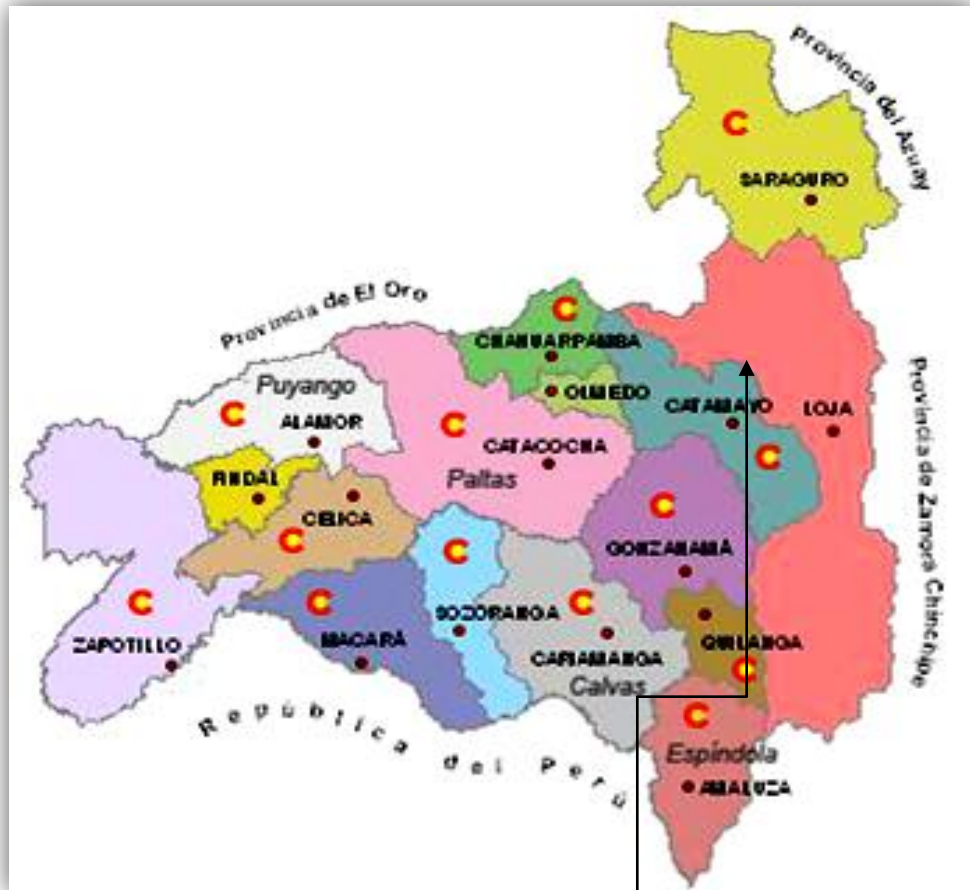
La empresa utilizará el primer año el 75% de la capacidad total, es decir producir 36.956 unidades, y los años próximos seguir incrementado el volumen de producción.

MACROLOCALIZACIÓN

La microempresa “**INSIGNIA-IMAGEN**”, dedicada a la producción de llaveros de resina con motivos culturales, se encontrará ubicada en el Ecuador, en la Región Sur, en la provincia de Loja, Cantón del mismo nombre, en la parroquia del “Cisne”, un lugar santo, de fe católica y de gran atractivo turístico.

GRÁFICO Nº 24

Mapa Ciudad de la provincia de Loja
Microempresa “INSIGNIA IMAGEN”



Fuente: www.google.com

Microempresa “INSIGNIA IMAGEN”

MICROLOCALIZACIÓN

La parroquia “El Cisne” se constituye en el principal centro turístico religioso, histórico y cultural de la Región Sur del Ecuador.

Actualmente la parroquia tiene alrededor de 1.532 habitantes, Se encuentra a 72 Km. al noroccidente del cantón Loja, en las estribaciones de Fierrohurco, en la Cordillera Occidental de los Andes, a 2.390 m. de altura, con una temperatura de 10 a 21°C.

La localización de la microempresa “**INSIGNIA-IMAGEN**”, será en la parroquia “El Cisne”, en las cercanías de la basílica principal conforme los resultados de la encuesta, para ello fue importante analizar los factores de localización, los mismos que constituyen todos aquellos aspectos que permitirán el correcto funcionamiento de la microempresa.

Uno de los principales factores que influye en la localización del proyecto es el mercado hacia el cual está orientado el producto, en este caso son los turistas que visiten la parroquia “El Cisne”, de esta manera hay que determinar un lugar estratégico que satisfaga las expectativas de los demandantes e inversionistas.

- **Abastecimiento de materia prima.**- Se dispone del abastecimiento de la materia prima, ya que existe cercanía al mercado local-regional y los proveedores de resina cuentan con las cantidades suficientes para abastecerlo, así también los insumos necesarios para el proceso productivo se los encuentra en el medio.

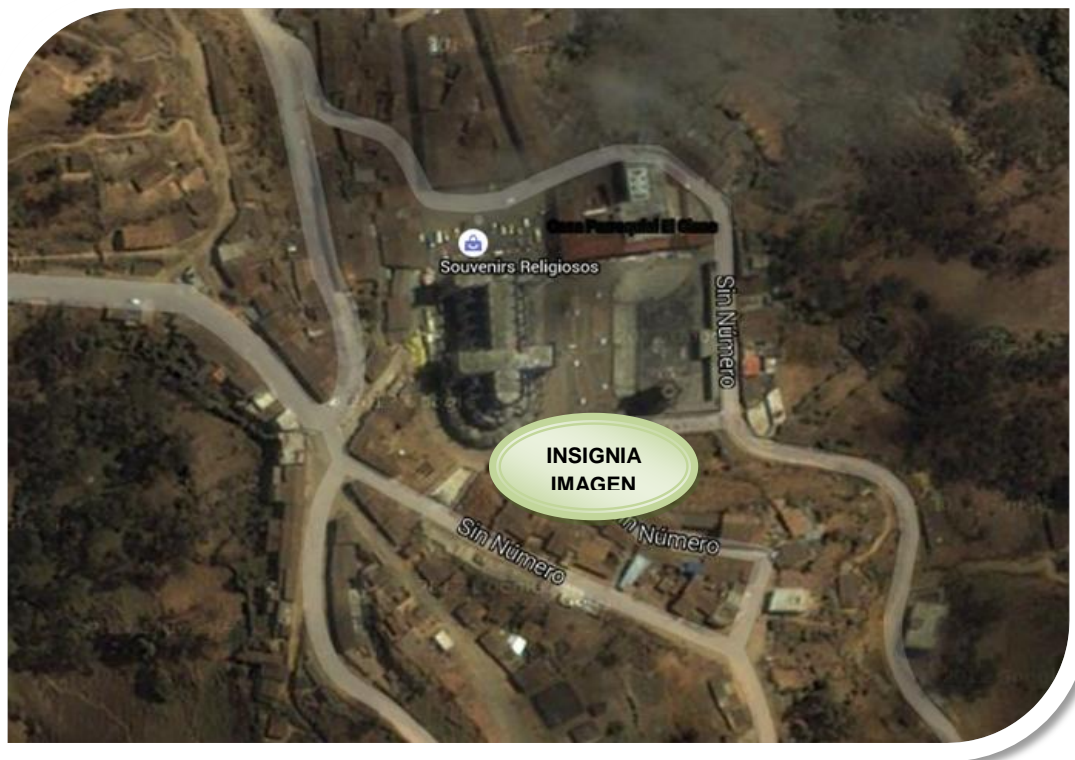
- **Vías de comunicación.**- Son adecuadas, así como las calles que conectan la microempresa con la urbe están en condiciones favorables, lo que facilitará el traslado a “**INSIGNIA-IMAGEN**” y de ésta manera transportar la materia prima y el producto final.

- **Servicios Básicos.-** El barrio Unión y Progreso cuenta con todos los servicios básicos (agua, luz, alcantarillado y teléfono) los cuales facilitarán la productividad de la microempresa.

Para una mayor representación de la localización en donde se ubicará la microempresa, es fundamental apoyarse en los planos respectivos.

GRÁFICO N° 25

Ubicación Microempresa “Insignia – Imagen”



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

INGENIERÍA DEL PROYECTO

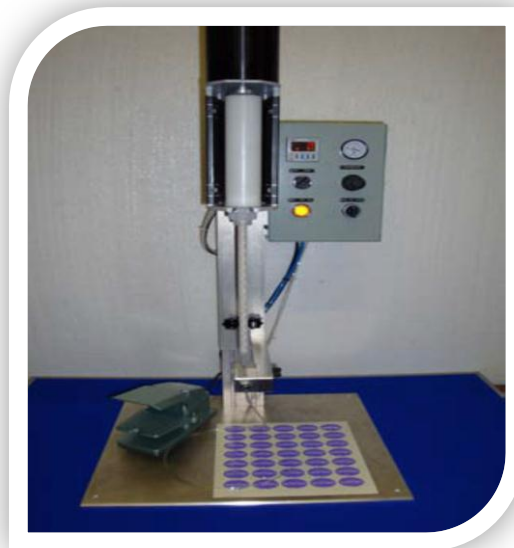
Su función es acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción.

a) Componente tecnológico.

Compuesto por la maquinaria y equipo adecuado a los requerimientos del proceso productivo de llaveros de resina con motivos culturales en la parroquia “El Cisne” y que este acorde con los niveles de producción esperados, permitiendo ahorrar tiempo en la producción.

➤ **Máquina semiautomática mezcladora de resina.**

GRÁFICO Nº 26



La máquina consta de un cilindro de aire con pistones integrales unido a una pieza de fundición moldeada que soporta la resina llena cartucho, este está unido a una estructura de metal y la base con una caja de control modular. Hay un brazo extendido que incorpora una válvula de manguito para controlar el flujo de resina mixta a través del tubo de dispensación. Con la excepción del pedal, todos los controles están situados en la parte frontal de la unidad de

alimentación conectado a una extrusión vertical, que tiene una sección de altura regulable, para subir y bajar la pellizcar la válvula, si es necesario.

La máquina utiliza una fuente eléctrica de 240V o 110V monofásica y aire comprimido de 4 a 6 bar 60-80 psi. Accionamiento de solenoide válvulas de aire suben y bajan dos pistones de metal que cuando bajan hacer contacto con los pistones de plástico internas de la resina cargada cartucho, la operación de un pedal de control también activa una pellizque válvula de dispensación y un circuito eléctrico que controla una cámara digital

➤ **Taladro para perforar llavero de resina**

GRÁFICO N° 27



El taladro para perforar los orificios de los llaveros de resina se compone de un conjunto de brocas para resina, con diámetros diferentes desde 2mm hasta 30mm de profundidad. Es fácil de usar, además se compone de sujetadores para inmovilizar el llavero de resina y de esta manera realizar una perforación exacta.

➤ **Máquina láser para grabar en resina**

GRÁFICO Nº 28



El sistema láser Zing presenta una calidad hecha en USA, un tubo de larga duración, y la legendaria calidad que se espera de los Laser Epilog. Esto en conjunto crea una herramienta de grabado y cortado con láser de alto desempeño. Usando su software de gráficos preferido (CorelDRAW, Adobe Illustrator, etc.). El sistema en sí dispone de una carcasa cerrada, ofreciendo una máxima seguridad para el operario.

El grabado láser es rentable. Las máquinas de grabación ofrecen una calidad excepcional, una gran confianza y gran potencia. Permite tener una vista de referencia para colocar donde el láser dispara. Esto provee una posición más precisa en objetos con formas irregulares

b) Infraestructura Física

Tiene relación exclusiva con la parte física de la empresa, es decir determina las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa.

Debe cumplir con las siguientes características:

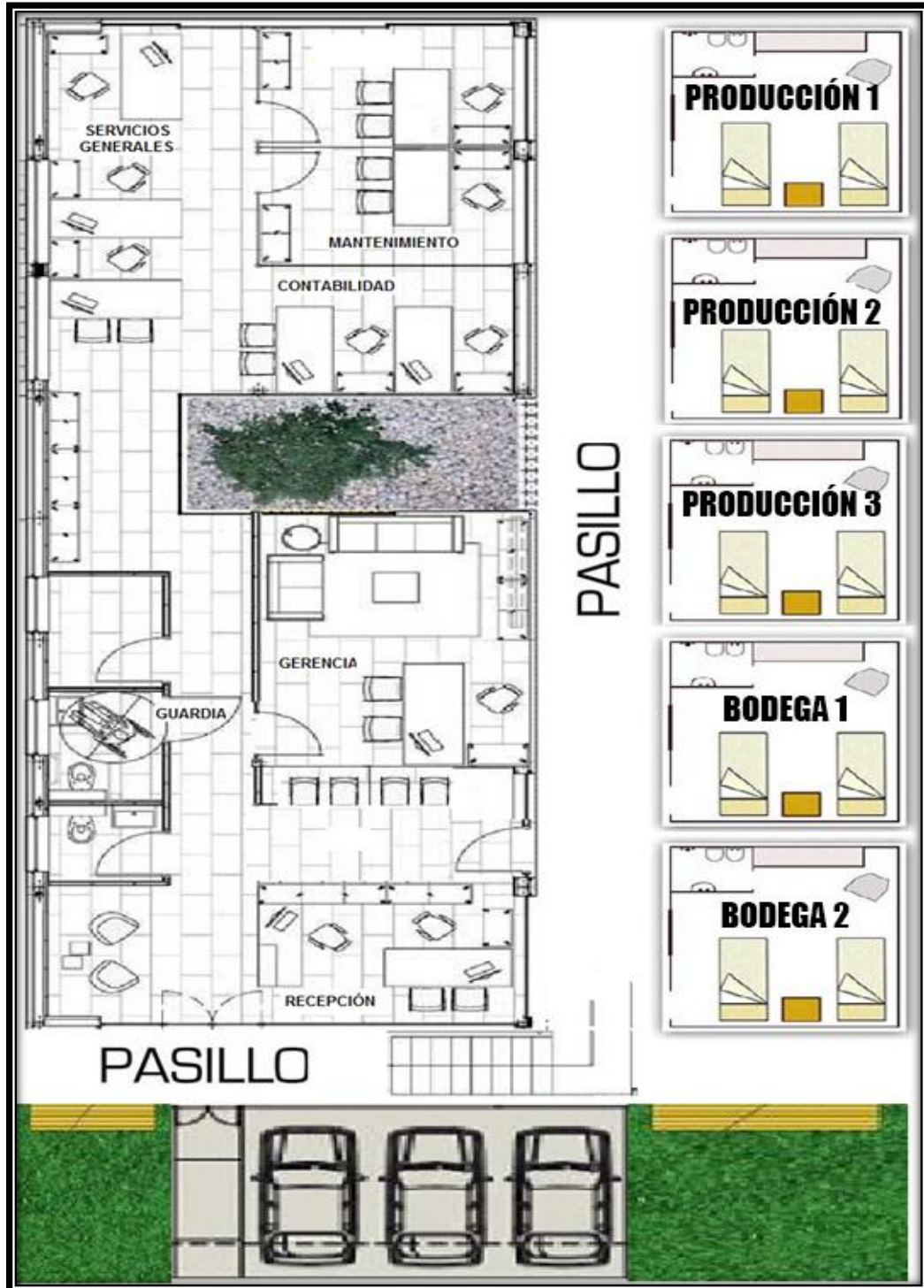
- De concreto
- Que conste con todos los servicios básicos
- Con divisiones adecuadas.

c) Distribución de la planta.

La distribución de la planta es el lugar en donde se ubicará la maquinaria o servicio, además se determina la disponibilidad del espacio para todos los puestos de trabajo y sitios de constante actividad. Se debe tomar en cuenta en este punto que es muy importante atender las necesidades que se dan en el movimiento de servicios, trabajos indirectos y servicios auxiliares.

GRÁFICO Nº 29

Distribución de la planta



Fuente: Investigación directa
Elaboración: La Autora.

PROCESO DE PRODUCCIÓN

DISEÑO DEL PRODUCTO

MARCA:

- **NOMBRE COMERCIAL: “INSIGNIA IMAGEN”**
- **LOGOTIPO:**

GRÁFICO N° 30

LOGOTIPO DE LA EMPRESA.



- **ESLOGAN: REMEMBRANZAS.**

EL TIPO DE LETRA QUE SE EMPLEARÁ SERÁ CASTELLAR NEGRITA NÚMERO 12.

Empaque: Los llaveros irán envueltos en plástico de embalaje, los mismos que serán empacados en cartones con la respectiva etiqueta, en la cual constará en la parte anterior la marca e información de la empresa.

GRÁFICO Nº 31

Empaque para llaveros.



GRÁFICO Nº 32

Producto terminado



PROCESO PRODUCTIVO

Se describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto

1. Recepción de materias primas

El proceso productivo se inicia con la recepción de las materias primas.

2. Transporte de materias primas al área de producción.

Las materias primas son transportadas al área de producción.

3. Selección del Material.

Aquí uno o varios empleados clasifican las sustancias y determinan las cantidades en que se van a utilizar, dependiendo del producto y volumen de la producción previsto.

4. Elaboración de los moldes.

Para elaborar dichos moldes existe un taller en donde por medio de tornos y fresadoras se elaboran las diferentes variedades. Se fabricarán de silicona y variedad de materiales

5. Polimerización.

La polimerización puede llevarse a cabo por medio de catalización o moldeado.

a) Catalización

Es el proceso químico por el que son combinadas muchas moléculas para formar una masa sólida: se desarrolla en 3 fases: gelificación, solidificación, endurecimiento.

El proceso de Catalización se desenvuelve en 3 fases:

Primaria

Cuando la resina líquida a la que fue agregado catalizador se gelifica, se pueden tener varios objetivos, para distintas aplicaciones. La aplicación más visual consiste en verter sobre el molde una pequeña cantidad de resina ya catalizada, cuando esté medianamente gelificada se coloca sobre ella, el objeto a incluir y a continuación se prepara una nueva cantidad de resina catalizada que se vierte en el molde sobre el anterior, cubriendo el objeto.

Segunda

Cuando se desarrolla la solidificación

Tercera

Cuando se produce el endurecimiento en esta etapa final se concreta el curado o fraguado de la resina.

6. Colada.

Es cuando se vierte la masa líquida en un molde y toma la forma vaciada, por una regulación del tiempo de canalización o calor y puede ser:

7. Rotacional.

Es cuando la materia dosificada se somete en molde y estos se someten a un rápido movimiento que por sus giros distribuye de una manera uniforme la masa depositada.

8. Pulimento de las superficies.

En piezas coladas relativamente grandes y como consecuencia de la contracción al polimerizar y separación prematura de las paredes del molde es frecuente que las superficies queden algo imperfectas, entonces hay que mecanizarlas. Las coladas de poliéster se trabajan muy fácilmente y mediante lijado grueso o de desbaste, lijado fino al agua y empleo posterior de pasta de pulir se consigue un alto grado de brillo.

9. Enlaces y broches.

Los enlaces pueden ser por soldadura térmica o disolviendo de manera parcial las dos partes que hayan de ser fusionadas; o por adherencia utilizando el adhesivo a cada tipo de resina (es aquí donde se adhieren los metales y broches).

10. Supervisión. (Control de calidad)

Las piezas terminadas son revisadas con el fin de verificar que estén bien adheridas a los metales y broches en caso de que los lleven.

11. Etiquetado y empaçado.

En esta fase se adhiere a las piezas una pequeña etiqueta donde generalmente se especifica el material con que está elabora, así como el país de origen.

Las piezas son empaçadas generalmente en bolsitas de plástico o papel celofán transparentes (para que se aprecien mejor sin ser desenvueltas) o en otros casos en cajas de cartón o de plástico.

DIAGRAMA DE FLUJO DE
PRODUCCIÓN DE LLAVEROS DE RESINA

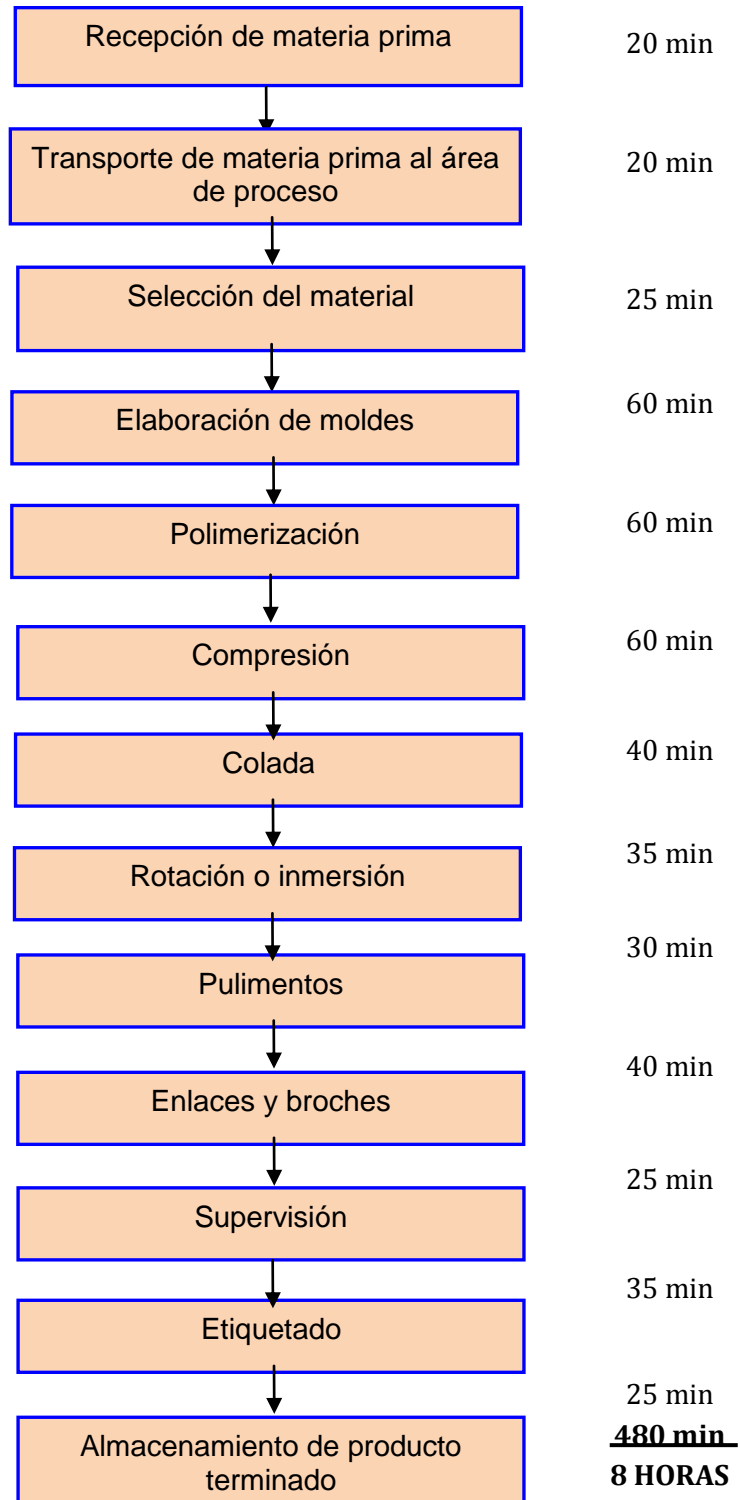


DIAGRAMA DE PROCESO DE RECORRIDO DE LLAVEROS DE RESINA.

Pasos para la producción de llaveros de resina

1. El Jefe de producción autoriza la elaboración de llaveros de resina
2. Los trabajadores preparan los moldes (aplican desmoldante).
3. Los trabajadores miden la cantidad de resina que se va a usar. (Para saber cuánta resina necesitará un molde, se lo llena con agua y luego se vierte el agua en la jarra medidora)
4. Agregan el catalizador según la siguiente tabla: En cantidades de hasta 1/2kg. Menos de 20° de temperatura ambiente, en el lugar de trabajo, 2% de la cantidad de resina. Ej.: 100cc de resina, 2cc de catalizador. Más de 20°, 1,5%. De 1/2kg hasta 1 y 1/2 kg, el 0,3%.Ej.: 1kg=1000cc de resina, 3cc de catalizador. Más de 1 y 1/2 kg de resina, 0,1% de catalizador.
5. Remueven muy bien (NO BATIR).
6. Vierten en los moldes hasta 1/3 y esperar unos minutos a que polimerice un poco (esto es para que la inclusión quede en medio)
7. Introducen con cuidado la inclusión (motivos culturales (estampas, variedad de diseños))
8. Vierten el resto de la resina.
9. Dejan que polimerize durante 1 o 2 horas. Durante este tiempo la resina se calentará (reacción exotérmica).
10. Una vez fría desmoldan presionando ligeramente cada molde.
11. Luego pulen las piezas bien con la lija al agua y pulimento o con un trapo de algodón y limpiametales Sidol),
12. Taladran y añaden la anilla del llavero.
13. Empacan y etiquetan el llavero de resina.

DIAGRAMA DE PROCESO DE RECORRIDO DE LLAVEROS DE RESINA

CUADRO Nº 35

Descripción del proceso	Responsable	Tiempo	Flujo
1. Recepción de materia prima	Administrador	20 min	▽
2. Transporte de materia prima al área de proceso	Obrero	20 min	➡
3. Selección del material	Obrero	25 min	○
4. Elaboración de moldes	Obrero	60 min	○
5. Polimerización	Obrero	60 min	○
6. Compresión	Obrero	60 min	○
7. Colada	Obrero	40 min	○
8. Rotación o inmersión	Obrero	35 min	○
9. Pulimentos	Obrero	30 min	○
10. Enlaces y broches	Obrero	40 min	○
11. Supervisión	Administrador	25 min	□
12. Etiquetado	Obrero	35 min	○
13. Almacenamiento de producto terminado	Obrero	25 min	▽
		480 min	

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA

MISIÓN

Ofrecer un producto de calidad, alcanzando la confianza de los clientes, fortaleciendo el desarrollo de la zona

VISIÓN

Convertirnos en una empresa líder en la fabricación y comercialización de llaveros a base de resina, buscando satisfacer las expectativas y necesidades del turista, con responsabilidad y ética empresarial.

PRINCIPIOS

- ✓ Los clientes
- ✓ El servicio y la calidad
- ✓ El compromiso
- ✓ El amor por el trabajo
- ✓ La confianza
- ✓ El desarrollo y capacitación de nuestro talento humano
- ✓ La puntualidad
- ✓ La cordialidad

VALORES

- ✓ Honestidad
- ✓ Equidad
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Respeto
- ✓ Verdad

OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN

OBJETIVO GENERAL

Brindar un servicio óptimo a sus clientes, mediante un producto representativo del sector, plasmado en un llavero a base de resina.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Alcalizar niveles de producción que satisfagan las necesidades de los consumidores.
- Producir de conformidad a los lineamientos de Responsabilidad Social Empresarial.

ASPECTOS LEGALES

- El marco jurídico en el cual se rigen las actividades de la empresa son las siguientes: Ley Régimen Tributario Interno, Código del Trabajo, Ley de Seguridad Social, Ley de Compañías, Reglamento Interno (parte de la propuesta).

CONSTITUCIÓN DE LA FÁBRICA INSIGNIA-IMAGEN

Se detallan las partes más importantes de la Escritura de Constitución de la fábrica que será registrada en una notaría del Cantón Loja.

CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD CIVIL DENOMINADA “INSIGNIA-IMAGEN”

En la parroquia del Cisne, Cantón Loja, provincia del mismo nombre, hoy día jueves tres de febrero de dos mil quince, ante mí, Doctor Rodrin Alexander Palacios Soto Notario Quinto del Cantón Loja comparecen por una parte los señores Doctor Alexander Bustamante, SONIA MACAS, XX y XXX, todos por sus propios derechos, los comparecientes son de nacionalidad ecuatoriana, mayores de edad de estado civil casados, domiciliados en la ciudad de Loja, capaces de contratar y poder obligarse a quienes de conocer doy fe y dicen que eleve a escritura pública la minuta que me entregan cuyo tenor literal es el siguiente. SEÑOR NOTARIO.- En el registro de escrituras públicas a su cargo, sírvase incluir una de la que aparezca la siguiente constitución de sociedad civil.

PRIMERA: COMPARECIENTES.- Comparecen a constituir esta sociedad civil las siguientes personas: Doctor Doctor Alexander Bustamante, SONIA MACAS, XX, y XXX, todos los comparecientes son ecuatorianos y residentes de esta ciudad de Loja. **SEGUNDA.-** los comparecientes declaran que es su expresa voluntad constituir, como en efecto constituyen y fundan, por un plazo de veinte años una sociedad civil que se regirá por las estipulaciones del presente contrato, y las leyes del Ecuador, sociedad ésta que tendrá por nombre “INSIGNIA-IMAGEN”, constituyendo la como una sociedad civil de las establecidas por el artículo mil novecientos noventa y siguientes del

código civil vigente y queda sujeta a las reglas de la sociedad colectiva. Usted señor Notario se servirá agregar las demás cláusulas que fueran de estilo para la validez de esta escritura. Hasta aquí la minuta que se halla elevada a escritura pública, la misma que está firmada por el Doctor BBBB Abogado con matrícula profesional número catorce sesenta y cuatro del Colegio de Abogados de del Cantón Loja, para la celebración de la presente escritura pública se observaron todos los preceptos legales del caso y leída que les fue a los comparecientes íntegramente por mí, el Notario se ratifican en todos su contenido y firman conmigo en unidad de acto de todo lo cual doy fe.

f) Sr. Dr. Doctor Alexander Bustamante

C.I. 1103515316

f) Srta. Sonia Macas
C.I. 1104268105

REGLAMENTO INTERNO DE LA FÁBRICA INSIGNIA-IMAGEN

La fábrica, con la finalidad de establecer una normativa clara y general que sea cumplida por todo el personal que trabaje en el mismo en cualquier modalidad contractual, pone a consideración el presente Reglamento Interno como referente básico para guiar las acciones relacionadas con el Recurso Humano de la Empresa.

El presente Reglamento Interno cumple con las disposiciones contenidas en el Código del Trabajo, dando mayor observación sobre las relaciones cordiales y armónicas entre empleador y trabajador, de manera que la aceptación y cumplimiento de las obligaciones resultantes de las normas contenidas en el presente reglamento, es de carácter obligatorio.

CAPITULO I: NORMAS GENERALES

Art. 1. Para los fines contemplados en el Código del Trabajo y para mejor cumplimiento de sus disposiciones "**FÁBRICA INSIGNIA-IMAGEN**", dicta el presente Reglamento Interno de Trabajo, el mismo que regirá las relaciones laborales en la citada Empresa.

Art. 2. Los vocablos "Empresa y trabajador" en adelante se utilizarán para denominar "**FÁBRICA INSIGNIA-IMAGEN**" y a sus trabajadores en su orden.

Art. 3. Este Reglamento Interno de Trabajo significa principalmente la creación de una norma de disciplina interna imprescindible en el funcionamiento de una organización de trabajo satisfactorio, además de ser un elemento de equilibrio social y beneficioso para ambas partes integrantes de los contratos de trabajo.

Art. 4. Tanto la Empresa como sus trabajadores quedan sujetos al cumplimiento estricto de las disposiciones de este reglamento, el mismo que se dará a conocer a todo el personal para su cumplimiento.

Art. 5. En el trato entre todo el personal de la Empresa se mantendrá cordialidad y respeto, en circunstancias normales de trabajo y en aquellas que existan diferencias de opinión y de criterios. No se utilizará lenguaje ni gestos que atenten contra la dignidad de los compañeros de trabajo, jefes, subalternos, personas relacionadas con la empresa.

Art. 6. La empresa considera como principio básico el respeto a la propiedad privada que debe existir tanto con los bienes y valores propios de la Empresa, como con los de sus trabajadores.

CAPÍTULO II: SELECCIÓN DE PERSONAL

Art. 7. El Reclutamiento Como primera fase para el escogimiento de personal se buscará las personas que se ajusten a los requerimientos para el desempeño de una determinada función. Se distinguen dos aspectos físicos: fuentes de reclutamiento y medios de reclutamiento.

Art. 8. Fuentes de Reclutamiento Lugares en donde se podrá encontrar personal calificado; podemos citar las siguientes:

- Instituciones Educativas
- Agencias de Empleo.

Art. 9. Medios de Reclutamiento Se empleará para dar a conocer la

necesidad de personal que tiene la Empresa con el fin de buscar a los mejores aspirantes. Se utilizarán los siguientes:

- Medios de comunicación (periódico, radio, televisión).
- Los trabajadores de la misma Empresa, cuando el trabajador sea responsable y eficiente en sus labores.

Art. 10. Selección. La admisión de nuevos trabajadores a la Empresa, será potestad del Gerente General; y se efectuarán las siguientes etapas y procedimientos técnicamente aplicados:

- Recepción de solicitudes.
- Entrevistas.
- Pruebas o test de conocimiento.

Art. 11. Solicitud de empleo. Para su recepción irá acompañado de la siguiente documentación:

- Cédula de ciudadanía y certificado de votación vigentes.
- Libreta militar y récord policial.
- Certificado de estudios.
- Certificado de trabajo del último patrono.
- Tres certificados de honorabilidad.
- Certificado de salud expedido por el I.E.S.S. o por algún médico particular.
- Una fotografía tamaño carné.
- Carné de afiliación a I.E.S.S. si es que hubiese sido afiliado.

Nota especial Los ciudadanos extranjeros deberán adjuntar a la documentación copia del pasaporte y la visa, copia de la autorización de trabajo y del carné ocupacional otorgados por la Dirección Nacional de Empleo y Recursos Humanos del Ministerio de Trabajo.

Art. 12. El departamento de Contabilidad llevará el registro de todos los trabajadores, en el que además de los documentos mencionados en el Art. 10 de este Reglamento, se registre el cargo o trabajo que desempeña, clase de contrato, domicilio, remuneración, vacaciones, fecha de ingreso y de salida, cursos realizados, en fin todos aquellos que hiciere falta para un buen control.

Art. 13. Entrevista El gerente será el entrevistador y verificará con relativa precisión, mediante el contacto directo, las cualidades del candidato y la adecuación de los requisitos necesarios al cargo.

Art. 14. Prueba o test de conocimientos Para proceder a una mejor selección de personal se evaluará el grado de nociones, conocimientos y habilidades adquiridas a través del estudio, de la práctica o del ejercicio; mediante la aplicación de pruebas o test orales, escritos o de realización (por medio de la ejecución de un trabajo).

Art. 15. Contratación y Adiestramiento Una vez seleccionado al nuevo trabajador, se procederá a efectuar su respectivo contrato de trabajo y a la asignación de un empleado responsable de adiestrarle en las tareas asignadas a su puesto de trabajo.

CAPÍTULO III: DEL CONTRATO DE TRABAJO

SECCIÓN I: GENERALIDADES

Art. 16. Para ser admitido como trabajador de la Empresa se requieren las siguientes condiciones:

- Encontrarse en goce de los derechos de ciudadanía.
- Ser mayor de 18 años, salvo que se trate de aprendices, en cuyo caso deberá presentar la autorización de su representante legal o del tribunal de menores.
- Someterse a los exámenes de admisión y médicos requeridos por la Empresa.

Art. 17. Todos los trabajadores sin excepción firmarán un contrato individual de trabajo escrito previo a su ingreso a la Empresa.

Art. 18. Requisitos del contrato escrito deberán consignarse cláusulas referentes a:

- La clase o clases del trabajo objeto del contrato.
- La manera como ha de ejecutarse, sea por unidades de tiempo, unidades de obra, por tarea, etc.
- La cuantía y forma de pago de la remuneración.
- Tiempo de duración del contrato.
- Lugar en que debe ejecutarse el trabajo.
- La declaración de si se establecen sanciones o no, en caso de establecerse la forma de determinarlas y la garantía de su efectividad.

Art. 19. Todo trabajador que por primera vez ingrese a la Empresa suscribirá un contrato de trabajo a prueba por 90 días, de acuerdo a lo dispuesto en el Código del Trabajo, tiempo en el cual tanto la Empresa como el trabajador podrán darlo por terminado en cualquier momento sin tener que pagar indemnización alguna. Transcurrido el período de prueba este contrato se prorrogará en los meses que falten para el cumplimiento de un año de estabilidad previsto en el Código de Trabajo.

Art. 20. Terminación del contrato de trabajo: de acuerdo al Art. 169 del Código del Trabajo las causas serán:

- Por las causas legalmente previstas en el contrato.
- Por mutuo acuerdo entre las partes.
- Por conclusión del período de labor.
- Por muerte o incapacidad del empleador.
- Por muerte del trabajador o incapacidad permanente y total para el trabajo.
- Por caso fortuito o fuerza mayor, que los contratantes habiéndose prevenido sea imposible evitar.
- Por voluntad del empleador según el Art. 172 del Código del Trabajo.
- Por voluntad del trabajador según el Art. 173 del Código del Trabajo.
- Por desahucio.

SECCIÓN II: DE LOS TURNOS Y JORNADAS DE TRABAJO

Art. 21. De la Jornada de trabajo: será de ocho horas diarias, de manera que no exceda de cuarenta horas semanales, salvo disposición de la Ley en contrario.

Art. 22. De los Turnos de trabajo: se distribuirán los horarios de los trabajadores de modo que estén cubiertas las 24 horas del día en que está en funcionamiento la Empresa, siendo necesario establecerse 1, 2 o 3 turnos para tal efecto, dependiendo de cada área.

Art. 23. De los Horarios de los trabajadores: se distribuirán de la siguiente manera:

- **Gerencia y Administración de:** 07H00 a 22H00.
- **Área Contabilidad de:** 08H00 a 16H00.
- **Lavandería y planchado de:** 07H00 a 15H00.
- **Servicios administrativos de:** 07H00 a 15H00.
- **Recepcionistas de:** 07H00 a 15H00; de 15H00 a 22H00 de 22H00 a 07H00 turnos diurnos rotativos.

Art. 24. De las Horas suplementarias y extraordinarias: si por circunstancias de fuerza mayor o exuberante trabajo fuese necesario modificar temporalmente la jornada de trabajo, la Empresa notificará a sus trabajadores los horarios respectivos; sin perjuicio de las horas extras que debe percibir cada trabajador de acuerdo a lo estipulado en el Art. 55 del Código del Trabajo.

Art. 25. De las Jornadas de trabajo nocturnas: se acogerá conforme al Art. 49 del Código de Trabajo; en que manifiesta que tendrán los mismos beneficios de la jornada diurna más un incremento del 25% en su remuneración.

Art. 26. De los Fines de semana y días feriados: El trabajo no podrá interrumpirse los fines de semana y feriados, en tales días, se destinará otro día en la semana para el descanso, mediante acuerdo entre empleador y trabajadores.

Art. 27. Ningún trabajador podrá ausentarse de su lugar de trabajo o causar interrupciones por mínimo que esto implique, salvo en los casos originados por calamidad doméstica o enfermedad debidamente justificada, con la autorización del gerente o en su caso del Administrador.

Art. 28. De la Asistencia y puntualidad, el ingreso al sitio o puesto de trabajo será a la hora establecida por la Empresa en el respectivo contrato individual; debiendo registrar su ingreso cada persona a través de los medios de control de asistencia que la Empresa disponga. Está totalmente prohibido registrar el ingreso de otra persona distinta al trabajador.

Art. 29. De los Permisos e inasistencia: Los permisos en la Empresa para todo el personal sea operativo o administrativo serán concedidos y aprobados por el Gerente General o por el Administrador o su delegado. Si no existe constancia escrita del permiso otorgado, la Empresa considera el hecho como inasistencia injustificada; salvo que en el plazo de dos días posteriores a la

inasistencia el trabajador presente la respectiva justificación.

Art. 30 De los tipos de permisos: La **Empresa** considera la existencia de dos tipos de permisos:

Permiso Remunerado se otorgará permisos sin descuento del sueldo por: calamidad doméstica, calificada por la persona autorizada para conceder el permiso, el mismo que dependiendo de la gravedad será hasta de tres días calendario. Por enfermedad, que se concederá con el certificado médico del I.E.S.S. por el tiempo que la ley prevé para estos casos.

Permiso No Remunerado se otorgará a pedido del trabajador, para asuntos personales, con un máximo de tres días al mes. Podrán tomarse con cargo a las vacaciones anuales, previa autorización de la Gerencia General. Los permisos por este concepto no superarán los quince días acumulados en el año.

Art. 31. Cada trabajador dispondrá de 30 minutos para el servicio de comedor, el exceso de tiempo será considerado atraso y susceptible de amonestación, en caso de reincidencia será multado.

SECCIÓN III DE LOS ATRASOS Y LAS AUSENCIAS AL TRABAJO

Art. 32. De los Atrasos: según el Art. 63 del Código del Trabajo, el empleador exhibirá el horario de entrada y salida del turno del trabajo, mismo que deberá ser respetado por todos los trabajadores y en cuanto al no cumplimiento de los mismos se procederá de la siguiente forma:

- Los atrasos de todos los trabajadores serán resueltos por los respectivos jefes observando en todo caso los principios de justicia, equidad e igualdad.
- El Gerente, en última instancia, resolverá si el atraso es o no justificado para su registro.
- En el caso de los empleados administrativos la tolerancia del atraso será durante la primera hora de la jornada en la que debe justificar su atraso.
- En lo referente a los trabajadores del área de producción de servicios la tolerancia del atraso será hasta las dos primeras horas de la jornada, debiendo justificar su motivo.

Art. 33 De las Ausencias, todos los trabajadores están obligados a notificar sus ausencias al trabajo a sus respectivos superiores;

- Todas las ausencias, por cualquier motivo serán debidamente justificadas ante la Empresa, por medio del respectivo jefe inmediato, dentro de las 24 horas siguientes de sucedida la ausencia.
- Todos los trabajadores que por motivo de enfermedad faltaren a su trabajo, comunicarán a su jefe inmediato dentro de los dos primeros días solicitarán el respectivo aviso de enfermedad. En caso de falta de notificación a la Empresa dentro del plazo previsto, la ausencia se registra como injustificada; la Empresa se reserva el derecho de comprobar la enfermedad reportada, de acuerdo a la facultad que le da el Art. 178 del Código del Trabajo.

Art. 34. Motivos para justificar una falta, son suficientes:

- Enfermedad debidamente comprobada con certificado médico conferido preferentemente por el I.E.S.S. u otra institución del estado.
- Calamidad doméstica debidamente comprobada, hasta por tres días laborables (caso fortuito o fuerza mayor, hecho imprevisto como: accidente, fallecimiento de un familiar íntimo).
- Necesidad de presentarse ante una autoridad o Juez para atender asuntos personales, administrativos o judiciales, debidamente comprobados.
- Los previstos en el Código del Trabajo.

SECCIÓN IV: DE LAS REMUNERACIONES Y PERÍODOS DE PAGO

Art. 35. La Empresa pagará a sus trabajadores el sueldo establecido en las Comisiones Sectoriales. Independientemente de los salarios o sueldos básicos unificados.

Art. 36. Por tratarse de una Empresa que presta servicios de hospedaje, sus trabajadores tendrán derecho a percibir el Porcentaje del 10% por concepto de los servicios prestados, por cada venta realizada; valor que es cancelado por el consumidor directamente para el trabajador.

Art. 37. La forma de pago para todos los trabajadores será mensual, en el local de trabajo y en cheque, mientras no se disponga el pago de otra manera.

Art. 38. En el momento de recibir su remuneración en cheque, están obligados a revisar si esta correcta su liquidación de sueldo.

Art. 39. El trabajador que no estuviere conforme con la liquidación de su sueldo o salario, deberá presentar un reclamo dentro de los diez días siguientes, después de los cuales la liquidación se presumirá aceptada por el trabajador. Pero si fuere detectado el error por la Empresa, procederá a rectificarla en forma inmediata para satisfacción del trabajador.

CAPÍTULO IV DE LAS VACACIONES

Art. 40. Todos los trabajadores gozarán de su derecho a vacaciones anuales pagadas, a partir de cada año cumplido de trabajo, las mismas no podrán ser compensadas en dinero, según lo dispuesto en el Art. 72 del Código del Trabajo.

Art. 41. De acuerdo con el Art. 73 del Código del Trabajo, la Empresa determinará las épocas en que cada trabajador gozará de sus vacaciones anuales.

Art. 42. La **Empresa** se reserva la facultad de negar las vacaciones anuales a cualquier trabajador de conformidad con el Art. 74 del Código del Trabajo. Así mismo el trabajador podrá acumular sus vacaciones según lo dispuesto en el Art. 75., del mismo código.

CAPÍTULO V. ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO

Art. 43. La organización del trabajo, su administración y más actividades son responsabilidad exclusiva de la **Empresa**.

SECCIÓN I: OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES

Art. 44. Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos.

Art. 45. Tiene la responsabilidad de restituir al empleador los materiales no usados y conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo. El ocultamiento o uso personal de los mismos, se considera como falta grave de honradez.

Art. 46. Es obligación de todos los trabajadores acatar una orden y respetar a sus superiores, sin perjuicio que puedan formular sus reclamos sin dar lugar al quebrantamiento de la disciplina.

Art. 47. Es obligación de todo el personal observar estrictamente los horarios de entrada y de salida del trabajo, así como el tiempo que se concede para el almuerzo.

Art. 48. Los trabajadores están obligados a conservar en buen estado de funcionamiento los equipos, herramientas u otros elementos de trabajo que se hubiere entregado; procurar el mejor aprovechamiento de los materiales. En caso de algún daño o desperfecto comunicar a sus jefe inmediato en caso de

incumplimiento a esta disposición será considerado como negligencia y falta grave.

Art. 49. Los trabajadores que tuvieren a su cargo dinero o bienes de la Empresa como: pagador, recepcionistas, bodegueros, dependientes del área de piscina, son personal y pecuniariamente responsables de toda pérdida faltante o deterioro de los bienes o fondos bajo su custodia y responsabilidad. La Empresa para su garantía podrá exigir a cada uno de estos trabajadores que rindan una caución adecuada a sus responsabilidades, como una letra de cambio, la Empresa se reserva el derecho de acudir a las acciones civiles o penales para obtener el pago de las indemnizaciones correspondientes.

Art. 50. Los trabajadores deberán abstenerse de todo lo que pueda poner en peligro su propia seguridad, la de los compañeros, de la **Empresa** o que ocasionen daños materiales. Cualquier trabajador que notare alguna anomalía tiene el deber de comunicar inmediatamente el particular al personal competente.

Art. 51. Usar durante su permanencia en la **Empresa** la ropa de trabajo e implementos de seguridad proporcionados por la **Empresa**.

Art. 52. Sujetarse a las medidas de prevención de riesgos de trabajo que establece el Reglamento de Seguridad e Higiene del Trabajo.

Art. 53. Todos los trabajadores de la Empresa deberán presentar los documentos personales que la Gerencia Administrativa requiera tanto para fines legales como del archivo individual de cada trabajador o empleado.

SECCIÓN II PROHIBICIONES A LOS TRABAJADORES

Art. 54. Las prohibiciones contenidas en este literal, tienen por objeto velar por el buen orden y la disciplina interna, siendo por lo tanto aplicable a todos los, trabajadores y son adicionales a las establecidas en el Art. 46., del Código del Trabajo y las demás determinadas por la Ley.

- Presentarse al trabajo en estado etílico o bajo la acción de estupefacientes y el uso de éstos o ingerir bebidas alcohólicas durante las horas de trabajo.
- Tomar de la Empresa sin permiso del empleador, útiles de trabajo, materias primas o artículos elaborados.
- Utilizar los bienes de la Empresa en objetos distintos del trabajo a que están destinados dentro de los procesos de trabajo o disponer de ellos en forma arbitraria.
- Usar equipos, maquinaria, herramientas, útiles, vehículos o cualquier implemento de propiedad de la Empresa para la realización de trabajos particulares o de terceros, aun cuando sean usados fuera de las horas de trabajo, salvo expresa autorización del gerente, el Administrador o su delegado.
- Concurrir al sitio de trabajo portando armas de fuego o corto punzantes; salvo el caso de personal debidamente autorizado por la Gerencia.
- Hacer competencia al empleador en la prestación de los servicios que ofrece la Empresa.
- Abandonar el trabajo reiteradamente sin causa legal o trasladarse a un

lugar distinto de aquel en que debe realizar la labor asignada.

- Hacer escándalos, propiciar o estar en altercados o cualquier acto reñido con la moral y las buenas costumbres dentro o fuera del lugar de trabajo.
- Negarse en forma reiterada o manifiesta a acatar instrucciones de sus superiores para mejor ejecución del trabajo y las preventivas de seguridad e higiene que establezca la Empresa.
- Hacer rifas o colectas de cualquier naturaleza en lugar de trabajo y en las horas laborables, así sea con fines benéficos, excepto con autorización especial y expresa del Gerente General.

SECCIÓN III OBLIGACIONES DE LOS JEFES DE ÁREAS

Art. 55. Sus obligaciones serán las siguientes:

- Mantener ellos mismos una conducta ejemplar e imponer orden y disciplina en las dependencias a su cargo. Cumplir y hacer cumplir este Reglamento.
- Enseñar, aconsejar y en caso necesario imponer la forma más conveniente de realizar los trabajos en la dependencia a su cargo.
- Mantener la distribución del trabajo a sus subalternos siempre de la manera más justa, equitativa y homogénea.
- Controlar y vigilar que la prestación de los servicios reúna las condiciones de calidad, presentación e higiene establecidos; y se realice en los tiempos programados.
- Obtener los resultados referentes a producción, calidad, rendimiento, del modo más ajustado a la realidad y hacer que el personal a su cargo cumpla estrictamente con esta disposición. Cualquier alteración o acomodo de los

datos se considera falta muy grave.

- Mantener datos, hojas de control y estadísticas siempre al día y estar en capacidad de informar sobre el desenvolvimiento de su sección con la mayor diligencia.
- Tomar todas las precauciones necesarias para evitar accidentes de trabajo siniestros de cualquier naturaleza.
- Verificar la limpieza, conservación y armonía de las máquinas, equipos, herramientas, útiles de trabajo y el impacto ambiental en general, se efectúe de la manera más conveniente.
- Mantenerse siempre justos e imparciales en el trato al personal, sin hacer distinciones por ideas políticas, religiosas, raza, sexo, antipatías personales.

CAPÍTULO VI DE LAS SANCIONES

Art. 56. Se establece la siguiente serie de las sanciones, que según la gravedad de la falta, indistintamente puede imponer la Empresa a sus trabajadores.

- **Amonestación verbal** por inobservancia por primera vez de las obligaciones y prohibiciones detalladas en el Capítulo V de este Reglamento Interno, siempre que la infracción sea leve.
- **Llamada de atención escrita** por reincidencia por segunda vez en inobservancia de las obligaciones y prohibiciones detalladas en el Capítulo V de este Reglamento Interno, siempre que la infracción sea leve.

- **Multas** por reincidencia por tercera vez en inobservancia de las obligaciones y prohibiciones detalladas en el Capítulo V de este Reglamento Interno, cuando la infracción sea leve.
- **Visto Bueno** por inobservancia de las obligaciones y prohibiciones detalladas en el Capítulo V de este Reglamento Interno, cuando la infracción sea grave.

Art. 57. En todos los casos se reconoce el derecho que tiene el trabajador a no ser sancionado sin antes haberle dado la oportunidad de justificarse, igualmente ninguna falta amerita dos sanciones y ante el cometimiento de varias faltas, se sancionará por la más grave.

Art. 58. Corresponde al jefe inmediato dirigir y controlar la conducta de sus subalternos y en el caso de acciones o infracciones relevantes elevar el respectivo informe al Gerente General y registrar dichas novedades en el expediente individual del trabajador afectado.

CAPÍTULO VII

RECLAMACIONES Y CONSULTAS DE LOS TRABAJADORES

Art. 59. Los trabajadores tienen derecho a ser escuchados en sus reclamaciones, peticiones o consultas provenientes de las relaciones de trabajo.

Art. 60. Las reclamaciones, peticiones o consultadas deben ser presentadas ante el Gerente o el Administrador, quienes tratarán de solucionar o atender cada caso de conformidad con la Ley.

CAPÍTULO VIII

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DEL PERSONAL

Art. 61. El Gerente, el Administrador o el Jefe de Personal, deberán juzgar periódicamente el comportamiento laboral de cada uno de los trabajadores con sus colaboradores para ascender, recompensar, trasladar, entrenar o despedir según corresponda.

Art. 62. Se evaluará al trabajador desde su período a prueba, será observado y analizado para tomar la decisión de vincularlo definitivamente a la Empresa.

Art. 63. Métodos de Evaluación del desempeño: Se emplearán los siguientes:

- **Administración por Objetivos** Proceso a través del cual el nivel directivo, identificará objetivos comunes, determinará las áreas de responsabilidad en términos de resultados esperados y usarán los objetivos como guías para las operaciones.
- **Autoevaluación,** Todos los integrantes deberán identificar, valorar y comparar sus avances en relación con las metas y objetivos preestablecidos durante un período específico.
- **Control total de Calidad** Se adoptará este método orientado a elevar en forma permanente la calidad del producto, previendo el error y haciendo un hábito la mejora constante, con el propósito de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes. Se hace hincapié en el aspecto de calidad de servicios, ya que el elemento básico es la predisposición y experiencia del recurso humano.

- **Auditoria Administrativa** Se realizará el examen completo y constructivo de la estructura de la Empresa, del empleo de recursos humanos, métodos de control y proceso de toma de decisiones.
- **Desarrollo organizacional** Planear el proceso para aplicar modificaciones culturales y estructurales en el área de recursos humanos en forma sistemática para mejorar su funcionamiento en otros niveles.

CAPÍTULO IX

NORMAS DE HIGIENE Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

Art. 65. La Empresa está en condiciones de asegurar a sus trabajadores condiciones de trabajo que no representen peligro para su salud y su vida.

Art. 66. Todos los trabajadores están obligados a someterse a las normas de seguridad e higiene de trabajo que determinen las Leyes y Reglamentos, y aquellas que dicte la Empresa. Su omisión constituye justa causa para la terminación del contrato de trabajo.

Art. 67 Todos los trabajadores están obligados a someterse a los exámenes médicos que la Empresa estime conveniente y a obtener los certificados y fichas de salud que confiera la autoridad sanitaria correspondiente.

Art. 68 Todo trabajador que por su trabajo deba usar uniforme, utensilios de seguridad, en general, implementos de protección personal y de seguridad, está obligado a hacerlo.

Art. 69 Se ejercerá el control de la afiliación del trabajador al I.E.S.S. y de la

provisión de la ficha de salud. Es obligación de cada trabajador cumplir con las medidas higiénicas y de previsión de riesgos del trabajo dictadas por la Empresa y el I.E.S.S. Su inobservancia acarreará la sanción correspondiente.

Art. 70. Las instalaciones de la Empresa tendrán iluminación y ventilación suficientes, se conservará en estado de constante limpieza y al abrigo de toda emanación infecciosa.

Art. 71. Es obligación los trabajadores de todos los niveles integrar brigadas de primeros auxilios, de defensa civil, de abandono de las instalaciones y de todas aquellas que organice la Empresa.

Art. 72. Se realizará la revisión periódica, de los equipos y máquinas de las diferentes áreas de la Empresa para comprobar su buen funcionamiento.

Art. 73. Si la atención médica que un trabajador precise no se pueda proporcionar en el lugar de trabajo, a costo del empleador los servicios médicos en general que requieran los trabajadores los atenderán en primer lugar en las unidades médicas del I.E.S.S. o al centro médico más cercano para una pronta y oportuna atención.

Art. 74. Los trabajadores deberán someterse a las instrucciones y tratamientos que ordene el médico que lo haya examinado.

Art. 75. Todo trabajador está prohibido de fumar en las instalaciones de la Empresa, y de velar porque los huéspedes o clientes en general no lo hagan en áreas restringidas como piscina y en lugares cercanos a maquinarias y

equipos.

Art. 76 La Empresa es responsable de los accidentes que se produzcan con ocasión o por consecuencia del servicio que presta el trabajador durante sus horas de trabajo y de las enfermedades profesionales que adquiera, expresamente determinadas en el Código del Trabajo.

Art. 77. De todo accidente el Administrador llevará un registro, con la indicación de la fecha, hora, sector, circunstancias en que ocurrió el accidente, nombre de los testigos presentes si los hubiera y comunicar posteriormente a la División de Riesgos del Trabajo del I.E.S.S.

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 78. En todo lo no previsto en este Reglamento se estará a lo dispuesto en el Código de Trabajo y más Leyes y Reglamentos pertinentes vigentes.

Art. 79 Este Reglamento Interno entrará en vigencia a partir de la fecha de aprobación por las Autoridades del trabajo.

Art. 80 La ignorancia de las normas contenidas en este Reglamento Interno de Trabajo no excusa ni a los trabajadores ni al empleador.

Art. 81. Este Reglamento podrá ser reformado en cualquier momento por la Empresa con la aprobación de la Dirección General del Trabajo.

Art. 82. Dentro de las disposiciones de este Reglamento, la Empresa podrá dictar normas o regulaciones de detalle que pueden ser permanentes

o transitorias, generales o para determinado grupo de trabajadores.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Se constituye la parte primordial en la etapa de operación de la microempresa, es la forma que adopta la microempresa estableciendo pautas de coordinación de la totalidad de los recursos para mejorar la relación y regulación de las actividades que se realizan diariamente. Se representa por organigramas en los que se establecen los niveles jerárquicos de autoridad.

a. Niveles jerárquicos de autoridad.

Nivel Legislativo - Directivo

Este organismo constituye el primer Nivel jerárquico de la empresa y el órgano máximo de dirección, formado principalmente por la Junta General de Accionistas. Las funciones principales son; legislar políticas, crear y normas procedimientos que debe seguir la organización. Así como también realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional de la empresa.

Nivel Ejecutivo

Es el segundo al mando de la organización, este nivel está conformado por el Gerente-Administrador, el cuál será nombrado por el nivel Legislativo-Directivo y será responsable de la gestión operativa de la microempresa, su función consistente en hacer cumplir las políticas, normas, reglamentos, leyes y procedimientos que disponga el nivel directivo. Así como también planificar, dirigir, organizar, orientar y controlar las tareas administrativas de la empresa.

Este nivel, se encarga de manejar Planes, Programas, Métodos y otras técnicas administrativas de alto nivel, en coordinación con el nivel operativo y auxiliares, para su ejecución.

Nivel Asesor

Constituye el órgano encaminado a orientar las decisiones, no tiene autoridad en mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, contable, industrial y demás áreas que tenga que ver con la empresa

Nivel de Apoyo

Este nivel apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente, se encuentra conformado por todos los puestos de trabajo que se relacionan directamente con las actividades administrativas de la empresa.

Nivel Operativo

Constituye el nivel más importante de la empresa y es el responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa, siendo el pilar de la producción y comercialización. Tiene el segundo grado de autoridad y es responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad, bajo su mando puede delegar autoridad, más no responsabilidad.

b. Organigramas

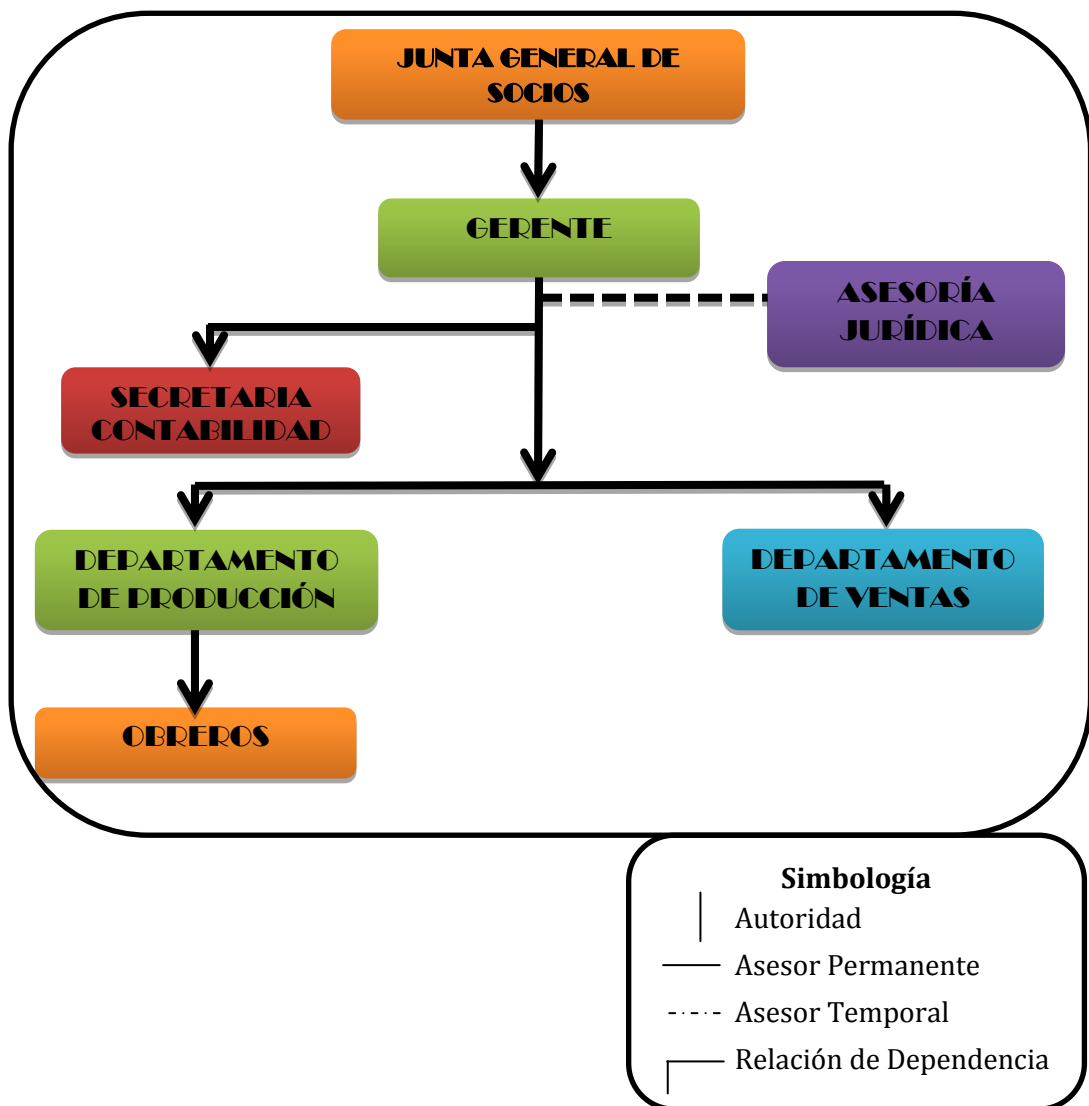
Consisten la agrupación de la organización mediante la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa, en ella se visualizan las múltiples

relaciones e interacciones que tienen los diferentes órganos que se presentan en la organización, esta herramienta administrativa tiene como fin mostrar las relaciones jerárquicas y competencias en una organización. Se aplican con la finalidad de que todas las funciones y procesos estén debidamente esquematizados y de esta manera lograr los objetivos empresariales.

GRÁFICO Nº 33

Organigrama Estructural de la microempresa

“Insignia - Imagen”



ORGANIGRAMA FUNCIONAL

GRÁFICO Nº 34
ORGANIGRAMA FUNCIONAL
"Insignia - Imagen"

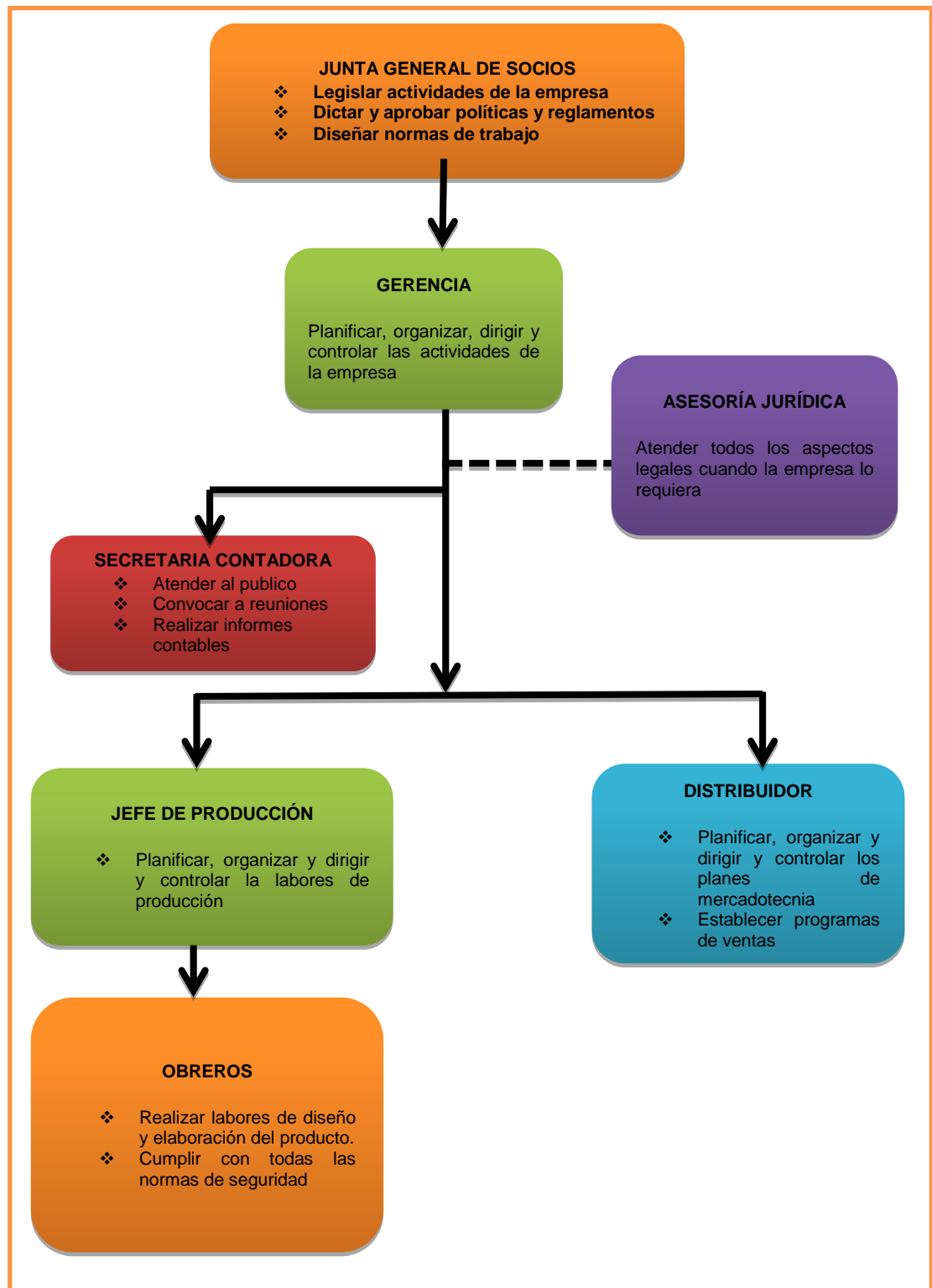


GRÁFICO Nº 35

ORGANIGRAMA DE POSICIÓN
DE LA MICROEMPRESA “INSIGNIA IMAGEN”



c. Manual de funciones

Es un libro de intrusiones para el personal de una organización que describe vinculación, responsabilidad y actividades a desarrollar en un puesto o área específica para cada integrante de la organización

A continuación expongo el manual de funciones de la empresa **INSIGNIA - IMAGEN**.

MANUAL DE FUNCIONES INSIGNIA-IMAGEN

NOMBRE DE LA EMPRESA:	INSIGNIA-IMAGEN
NOMBRE DEL PUESTO:	GERENTE
Área:	Gerencia
Nivel:	Ejecutivo
Código:	0001
PERSONA DIRECTO A SU MANDO: Unidad de crédito, contabilidad, Unidad de Sistemas, Recibidor Pagador, Servicios Generales, Centro Médico, etc.	
NATURALEZA DEL PUESTO: Planificar, organizar, dirigir y controlar la gestión administrativa y financiera de la empresa, a través de un uso eficiente de los recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos, bajo criterios de solvencia, prudencia y rentabilidad. Además cumplir y hacer cumplir las políticas, metas y objetivos de la organización.	
FUNCIONES PRINCIPALES: <ul style="list-style-type: none">• Organizar la administración de la organización y responsabilizarse de ella.• Firmar los cheques, junto con el Presidente, con la revisión previa y conociendo el destino del mismo.• Supervisar y controlar las actividades del área de contabilidad.• Cumplir y hacer cumplir las disposiciones promulgadas de la Asamblea General.• Presentar informes administrativos y de balances mensuales a consideración del consejo de Administración y vigilancia.• Formular y controlar la implantación de políticas, normas y procedimientos operativos de prestación de servicios administrativos.• Formular planes de capacitación dirigida al personal que labora en la organización.• Controlar el sistema financiero y administrativo, con el objeto de asegurar la correcta utilización.• Coordinar y controlar la vigencia de las políticas de los servicios financieros y complementarios que ofrece la organización.	
FUNCIONES SECUNDARIAS <ul style="list-style-type: none">• El Gerente no podrá contraer deudas a nombre de la organización sino hasta el monto que el Estatuto le permita o la Asamblea le autorice.• Responde por equipos a su cargo hasta un valor de \$. 70000	
REQUISITOS MÍNIMOS	
ESTUDIOS. Tener título profesional y académico de tercer nivel en ciencias Administrativas o afines.	
EXPERIENCIA. Acreditar mínimo 5 años en funciones como administrador, director o responsable en área de negocios.	
CAPACITACIÓN. Poseer conocimientos en recursos humanos, liderazgo, planeación estratégica, desarrollo organizacional, finanzas, administración de crédito, calidad total y negociación.	
ADICIONAL. No encontrarse inmerso en ninguna prohibición de carácter legal para el ejercicio del puesto.	

MANUAL DE FUNCIONES INSIGNIA-IMAGEN

<u>NOMBRE DE LA EMPRESA</u>	<u>INSIGNIA-IMAGEN</u>
<u>NOMBRE DEL PUESTO</u>	<u>JEFE DEL DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN</u>
Área	COMERCIALIZACIÓN
Nivel	OPERATIVO
Reporta a:	GERENTE GENERAL
Código:	0003
<p>NATURALEZA DEL PUESTO: Incrementar porcentualmente el volumen de ventas del producto estrella de la organización.</p>	
<p>FUNCIONES PRINCIPALES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vigilar y planear y presupuestar de comercialización y ventas. • Determinar el tamaño y estructura de la organización de comercialización y ventas. • Reclutar, seleccionar y entrenar la fuerza de comercialización y ventas • Distribuir los esfuerzos de ventas y establecimiento de las cuotas de ventas. • Compensar, motivar y dirigir la fuerza de comercialización y ventas. • Analizar del volumen de ventas, costos y utilidades. • Medir y evaluar el desempeño de la fuerza de comercialización y ventas • Monitorear el ámbito de la comercialización. 	
<p>HABILIDADES Y DESTREZAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alto sentido de responsabilidad y honorabilidad. • Capacidad de respuesta a la demanda del cliente. • Actitudes positivas en las relaciones entre clientes • Capacidad de toma de decisiones. • Responde por equipos a su cargo hasta un valor de \$. 3000 • Liderazgo. 	
<p>REQUISITOS MÍNIMOS:</p> <p>ESTUDIOS. Título de tercer nivel en Ciencias Administrativas, negocios, marketing.</p> <p>EXPERIENCIA. Acreditar mínimo 3 años en el área.</p> <p>CAPACITACIÓN. Poseer conocimientos en recursos humanos, liderazgo, planeación estratégica, desarrollo organizacional.</p>	

MANUAL DE FUNCIONES INSIGNIA-IMAGEN

NOMBRE DE LA EMPRESA	INSIGNIA-IMAGEN
NOMBRE DEL PUESTO	JEFE DE OPERACIONES Y PRODUCCIÓN
Área	PRODUCCIÓN Y PROCESOS
Nivel	OPERATIVO
Reporta a:	GERENTE GENERAL
Código:	0005
NATURALEZA DEL PUESTO	
Planificar y controlar el proceso productivo, cumple actividades relacionadas al diseño de nuevos productos, control de calidad, organizar la producción	
FUNCIONES PRINCIPALES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un plan de producción en base a las demandas del mercado. • Controlar los costos de producción. • Mejorar constantemente los procesos de producción. • Fijar y controlar los estándares de calidad de los productos. • Controlar el recurso humano de producción. • Diseñar y crear nuevos productos. • Distribuir el área de trabajo. • Establecer las medidas de seguridad industrial. • Dar mantenimiento a equipos y maquinaria. • Determinar la calidad de los productos adquiridos. • Mantener una buena relación con los proveedores y exigirles calidad en los productos. 	
HABILIDADES Y DESTREZAS:	
<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de técnicas de gestión y control de la producción • Proactividad. • Agilidad en la toma de decisiones. • Capacidad de trabajo en equipo. • Generación de informes con claridad. • Conocimientos de la cadena productiva. • Responde por equipos a su cargo hasta un valor de \$. 15000 	
REQUISITOS MÍNIMOS:	
ESTUDIOS.	
Tener título profesional y académico de tercer nivel en ciencias administrativas, gestión de calidad, industrias o afines.	
EXPERIENCIA.	
Acreditar mínimo 3 años en el área.	
CAPACITACIÓN.	
Poseer conocimientos en recursos humanos, liderazgo, planeación estratégica, desarrollo organizacional.	

MANUAL DE FUNCIONES INSIGNIA-IMAGEN

NOMBRE DE LA EMPRESA:	INSIGNIA-IMAGEN
NOMBRE DEL PUESTO:	OPERADORES
Área:	PRODUCCION Y PROCESOS
Nivel:	OPERATIVO
Reporta a:	GERENTE GENERAL
Código:	0006
NATURALEZA DEL PUESTO: <ul style="list-style-type: none">• Realizar la recepción y filtrado de materia prima.• Efectuar la estandarización de la materia prima principal• Realizar la esterilización de la materia prima• Intervenir en el proceso de enfriamiento• Participar en el proceso de sellado y etiquetado	
HABILIDADES Y DESTREZAS: <ul style="list-style-type: none">• Habilidad y destreza suficiente en la práctica manufacturera de la NORMA INEN 710• Conocimiento de procesos industriales.• Trabajo en grupo• Responde por equipos a su cargo hasta un valor de \$. 5000	
REQUISITOS MÍNIMOS: ESTUDIOS. Industrias EXPERIENCIA. Acreditar mínimo 2 años en el área.	

MANUAL DE FUNCIONES INSIGNIA-IMAGEN

NOMBRE DEL PUESTO: CONTADOR

NOMBRE DE LA EMPRESA	INSIGNIA-IMAGEN
NOMBRE DEL PUESTO	CONTADOR
Área	FINANCIERA
Nivel	OPERATIVO
Reporta a:	GERENTE GENERAL
Supervisa a:	Asistente de contabilidad
Código:	0007

NATURALEZA DEL PUESTO:

Planifica, controla y dirige las actividades del área de contabilidad.

FUNCIONES PRINCIPALES:

- Participar conjuntamente con el Gerente Ejecutivo en la elaboración del presupuesto anual de ingresos y gastos de la organización.
- Mantener al día el registro de movimientos contables.
- Desarrollar los mecanismos de control interno que promuevan la eficiencia, reduzcan riesgos de pérdida de activos.
- Elaborar los estados financieros, dentro del marco de cumplimiento de las leyes y regulaciones.
- Participar en las auditorías del área de contabilidad.
- Informar al gerente ejecutivo sobre las actualizaciones internas, las normas y reglamentos tributarios de control que afectan a la empresa.

HABILIDADES Y DESTREZAS:

- Habilidad para comunicarse en forma oral y escrita.
- Habilidad para el manejo de cifras y símbolos financieros con capacidad analítica.
- Habilidad para realizar estados financieros.
- Responde por equipos a su cargo hasta un valor de \$. 3000

CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS:

- Conocimientos de normas contables y de auditoría.
- Conocimientos de legislación mercantil, laboral y tributaria.
- Conocimiento de idioma inglés y programas informáticos.

REQUISITOS MÍNIMOS

ESTUDIOS.

Ingeniero en contabilidad y auditoría, contador público auditor.

EXPERIENCIA.

Acreditar mínimo 2 años en el área.

CAPACITACIÓN.

Poseer conocimientos en recursos humanos, liderazgo, planeación estratégica, desarrollo organizacional.

MANUAL DE FUNCIONES INSIGNIA-IMAGEN

NOMBRE DEL PUESTO: SECRETARIA	
<u>NOMBRE DE LA EMPRESA</u>	INSIGNIA-IMAGEN
<u>NOMBRE DEL PUESTO</u>	SECRETARIA OFICINISTA
Área	ADMINISTRATIVA
Reporta a:	GERENTE GENERAL
Código:	0008
NATURALEZA DEL PUESTO: Asistir a la Dirección Ejecutiva, Asesores y diferentes gerencias en las labores secretariales, así como también apoyar y atender las reuniones del Consejo Directivo.	
FUNCIONES PRINCIPALES: <ul style="list-style-type: none"> • Organizar, actualizar y mantener un adecuado control de los documentos del archivo. • Atender y corresponder llamadas telefónicas. • Atender visitas a reuniones programadas por la Dirección Ejecutiva, Asesores o Gerencias. • Atender las reuniones del Consejo Directivo, mantener actualizado los expedientes de los Directores y el archivo de los acuerdos del Consejo de Directores. • Organizar y llevar actualizada las agendas del Director Ejecutivo, Asesores y Gerencias. • Llevar control y seguimiento de correspondencia enviada y recibida por la Dirección Ejecutiva, Asesores y Gerencias. • Otras relacionadas con su puesto y que le sean asignadas 	
HABILIDADES Y DESTREZAS: <ul style="list-style-type: none"> • Uso de software y computadoras. • Organización de archivos. • Uso de máquina de escribir • Uso de fax • Habilidad en la atención al público • Discreción 	
CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS: <ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos de normas contables y de auditoría. • Conocimientos de legislación mercantil, laboral y tributaria. • Conocimiento de idioma inglés y programas informáticos. 	
REQUISITOS MÍNIMOS: ESTUDIOS. Ciencias administrativas o financieras. EXPERIENCIA. Acreditar mínimo 1 años en el área.	

ESTUDIO FINANCIERO.

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

Las inversiones y financiamiento son una parte fundamental del análisis económico, puesto que a través de éstos dos componentes se podrán determinar la inversión de capital que será necesario para realizar la ejecución del proyecto.

Con este estudio se procura establecer en que se va a invertir el dinero del proyecto y esencialmente las fuentes que lo financiarán.

INVERSIONES

Constituyen los recursos financieros fijados para la compra de sinnúmeros de elementos indispensables para poner en marcha el proyecto.

ACTIVOS FIJOS

Se considera activos fijos a todos aquellos que constituyen parte de la microempresa, por lo que son de trascendental valía, porque sin ellos no se puede ejecutar el proceso productivo de la misma, entre éstos tenemos:

MAQUINARIA Y EQUIPO

Para que la producción sea eficiente y de calidad es importante contar con una tecnología adecuada, esta debe tener la capacidad de ofrecer excelentes condiciones a la microempresa y en sí satisfacer necesidades de la misma.

CUADRO N° 36

DENOMINACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Máquina semiautomática de resina	Unidad	1	1980,00	1980,00
Dispensador manual de resina	Unidad	2	655,00	1310,00
Grabadora láser	Unidad	1	1650,00	1650,00
Horno de secado de resina	Unidad	1	1000,00	1000,00
Cortadora de estampas	Unidad	1	750,00	750,00
Taladro	Unidad	2	250,00	500,00
			TOTAL	7190,00

Fuente: Tecnoaustral - Cotizaciones del medio

Elaboración: La Autora

HERRAMIENTAS

Para ciertos procesos, no se requiere únicamente de maquinaria, puesto que es inherente la utilización de herramientas que coadyuven a la correcta realización del proceso productivo entre ellos tenemos:

CUADRO N° 37

DENOMINACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Minitorno	Unidad	3	65,00	195,00
Minisoplete de gas	Unidad	5	18,00	90,00
Cúter especial para salidas de aire	Unidad	3	8,50	25,50
Dremel o pulidora	Unidad	3	70,00	210,00
			TOTAL	520,50

Fuente: Supernordicos Corona - Cotizaciones del medio

Elaboración: La Autora

EQUIPO DE CÓMPUTO

Son los equipos informáticos que hacen posible la ejecución de actividades en el ámbito administrativo, los mismos que aportarán al desarrollo eficiente y ordenado de la unidad de producción.

CUADRO N° 38

DENOMINACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadoras	Unidad	2	600,00	1.200,00
Impresoras	Unidad	2	100,00	200,00
			TOTAL	1.400,00

Fuente: Cotizaciones del medio

Elaboración: La Autora

MUEBLES Y ENSERES

Para lograr un desarrollo eficaz en el sin número de tareas delegadas al personal es fundamental, que el mismo se encuentren en óptimas condiciones por lo que debemos dotarnos de muebles y enseres que sean de utilidad para sus labores diarias.

CUADRO N° 39

DENOMINACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Escritorio	Unidad	2	165,00	330,00
Papeleras de 3 bandejas	Unidad	3	20,00	60,00
Archivador de 5 servicios	Unidad	1	180,00	180,00
Sillas de oficina	Unidad	2	30,00	60,00
Sillas plásticas	Unidad	6	11,00	66,00
Mesas inoxidable	Unidad	3	185,00	555,00
Perchas godola	Unidad	1	138,00	138,00
Gavetas o bins	Unidad	5	10,00	50,00
Muebles para sala de espera	Unidad	1	300,00	300,00
			TOTAL	1739,00

Fuente: Diseño Integral y Metales Perforados, Muebleria Segarra.

Elaboración: La Autora

Equipo de oficina

Son los equipos de oficina que se utilizaran en el departamento administrativo a continuación se detalla:

CUADRO N° 40

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono de mesa	1	60	60,00
Sumadora	2	45	90,00
calculadora	2	25	50,00
TOTAL:			200,00

Fuente: Cotizaciones del medio

Elaboración: La Autora

MENAJE

Para operar fácilmente, a fin que la producción sea eficiente, es necesario la utilización de utensilios que se detallan a continuación.

CUADRO N° 41

DENOMINACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Moldes	Unidad	105	2,00	210,00
Palillos de modelar vaciador	Unidad	6	8,00	48,00
Dosificador Jeringuilla	Unidad	10	0,50	5,00
Jarra medidora	Unidad	6	2,00	12,00
Balde de 50 litros	Unidad	2	12,00	24,00
Gavetas / bins de distribución	Unidad	10	9,00	90,00
			TOTAL	389,00

Fuente: Almacenes de la localidad

Elaboración: La Autora

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS**CUADRO N° 42**

DENOMINACION	COSTO
Maquinaria y equipo	7190,00
Herramientas	520,50
Equipo de Computo	1400,00
Muebles y enseres	1739,00
Equipo de oficina	200,00
Menaje	389,00
Imprevistos 5%	571,93
TOTAL	12010,43

Fuente: Cuadros de presupuestos de activos fijos

Elaboración: La Autora

ACTIVOS DIFERIDOS

Para que la nueva microempresa pueda entrar en funcionamiento debe realizar algunas inversiones que le den la garantía de éxito a la misma.

Estudios Preliminares: Es importante efectuarlos para poder disminuir el riesgo de la inversión.

CUADRO N° 43

DENOMINACIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Proyecto de Factibilidad	1.850,00	1.850,00
Registro Sanitario	500,00	500,00
Registro de Marca y Patente	1.000,00	1.000,00
Capacitación al Personal	125,00	125,00
Gastos Organizativos	800,00	800,00
Adecuaciones	650,00	650,00
Imprevistos 5%		246,25
	TOTAL	5.171,25

Fuente: Empresas dedicadas a las actividades en mención

Elaboración: La Autora

CAPITAL DE OPERACIÓN

Constituye el capital que se requiere para empezar las diversas operaciones en la nueva unidad productiva, para ello se calcula los gastos a efectuarse para un mes de actividad productiva, se toma como referencia lo siguiente: Costo de producción, Gastos administrativos y Gastos de ventas.

MATERIA PRIMA DIRECTA

Son aquellos elementos esenciales para la elaboración de los productos;

CUADRO N° 44

DENOMINACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Resina de poliester preacelerada de 25kg.	unidad	2	110,00	220,00
Catalizador F11 de 25kg.	unidad	2	100,00	200,00
Desmoldeante de 25kg.	unidad	5	25,00	125,00
Anilla para llavero - millar	unidad	3,08	6,50	20,02
Inclusión (motivos culturales) - millar	unidad	3,08	35,00	107,79
			TOTAL MENSUAL	672,81
			TOTAL ANUAL	8.073,68

Fuente: Cotizaciones del medio

Elaboración: La Autora

MATERIALES INDIRECTOS

Abarcan los elementos que intervienen de manera indirecta para la obtención de llaveros de resina.

CUADRO N° 45

DENOMINACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Pasta de pulir	Unidad	5	11,00	55,00
Bayeta	Unidad	5	9,00	45,00
Carton para empaque - millar	Unidad	0,31	60,00	18,48
Cartones con etiquetas - millar	Unidad	3,08	36,00	110,87
			TOTAL MENSUAL	229,35
			TOTAL ANUAL	2752,16

Fuente: Almacenes de la localidad

Elaboración: La Autora

MANO DE OBRA INDIRECTA

La mano de obra indirecta está conformada por el jefe de producción, el mismo que tendrá una remuneración de \$ 528,10, y el rubro asciende a \$6337,20 anualmente.

CUADRO N° 46

DENOMINACIÓN	JEFE DE PRODUCCIÓN
Salario	400,00
Décimo tercer sueldo	33,33
Décimo cuarto sueldo	29,50
Aporte patronal (11,15%)	44,60
Vacaciones	16,67
IECE (0,5%)	2,00
SECAP (0,5%)	2,00
TOTAL MENSUAL	528,10
TOTAL ANUAL	6337,20

Fuente: Ministerio de relaciones laborales.

Elaboración: La Autora

MANO DE OBRA DIRECTA

Para la elaboración de llaveros de resina, necesitaremos de un obrero que percibirá \$470,76 cuyo rubro anual es de \$ 5649,13

CUADRO N° 47

DENOMINACIÓN	Obrero
Salario	354,00
Décimo tercer sueldo	29,50
Décimo cuarto sueldo	29,50
Aporte patronal (11,15%)	39,47
Vacaciones	14,75
IECE (0,5%)	1,77
SECAP (0,5%)	1,77
TOTAL MENSUAL	470,76
TOTAL ANUAL	5649,13

SERVICIOS BÁSICOS

Los servicios básicos son agua potable, energía eléctrica y servicio telefónico, aquí el rubro se refiere a los gastos ocasionados por efectos de la producción.

CUADRO N° 48

DENOMINACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Agua Potable	m ³	6	1,29	7,74
Energía Eléctrica	Kw/h	250	0,10	25,00
TOTAL MENSUAL				32,74
TOTAL ANUAL				392,88

Fuente: Ilustre Municipio de Loja, EERSSA

Elaboración: La Autora

INDUMENTARIAS DE PRODUCCIÓN

El personal que trabaja directamente con la elaboración del producto necesita por su seguridad contar con los siguientes elementos

CUADRO N° 49

PRESUPUESTO DE INDUMENTARIA DE PERSONAL					
DETALLE	CANTIDAD		COSTOS		
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Guantes de Nitrilo - caja	1	6	18,60	18,60	111,60
Guantes de Latex- caja	1	6	10,00	10,00	60,00
Máscara Buconasal	4	8	55,00	220,00	440,00
TOTAL				248,60	611,60

Fuente: Cotizaciones

Elaboración: La Autora

GASTOS ADMINISTRATIVOS

REMUNERACIÓN AL PERSONAL ADMINISTRATIVO

El personal administrativo que presidirá la microempresa lo detallamos en el rol de pagos y el valor anual es de \$14977,93.

CUADRO N° 50

REMUNERACIONES AL PERSONAL ADMINISTRATIVO

DENOMINACIÓN	ADMINISTRADOR	CONTADORA
Remuneración unificada	600,00	354,00
Décimo tercera remuneración	50,00	29,50
Décimo cuarta remuneración	29,50	29,50
Aporte patronal (11,15%)	66,90	39,47
Vacaciones	25,00	14,75
IECE (0,5%)	3,00	1,77
SECAP (0,5%)	3,00	1,77
TOTAL MENSUAL	777,40	470,76
TOTAL ANUAL	9328,80	5649,13
TOTAL ANUAL SUELDOS ADMINISTRATIVOS		14977,93

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaboración: La Autora

SERVICIOS BÁSICOS

Los servicios básicos son agua potable, energía eléctrica y servicio telefónico.

CUADRO N° 51

PRESUPUESTO DE AGUA POTABLE						
DETALLE	CANTIDAD		COSTOS			
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	BASE IMP.	MENSUAL	ANUAL
Consumo de Agua (m3)	7,00	84,00	1,29	17,00	26,03	312,36
PRESUPUESTO DE ENERGIA ELÉCTRICA						
DETALLE	CANTIDAD		COSTOS			
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	BASE IMP.	MENSUAL	ANUAL
Consumo E. Eléctrica (Kw)	150	1800	0,09	22,00	35,50	426,00
PRESUPUESTO DE CONSUMO TELEFONICO E INTERNET						
DETALLE	CANTIDAD		COSTOS			
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	BASE IMP.	MENSUAL	ANUAL
Internet	1,00	12,00	22,00	0,00	22,00	264,00
Telefonia Celular (Plan 30 Dolares)	1,00	12,00	12,00	0,00	12,00	144,00
Consumo de Teléfono (Minuto)	200,00	2.400,00	0,02	12,00	16,00	192,00
					50,00	600,00

Fuente: Ilustre Municipio de Loja, EERSSA Y PACIFICTEL

Elaboración: La Autora

ÚTILES DE OFICINA

Son aquellos útiles de oficina que se necesitan para el desempeño de las labores administrativas.

CUADRO N° 52

DENOMINACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Grapadora	Unidad	3	2,00	6,00
Grapas	Caja	3	0,70	2,10
Perforadora	Unidad	3	250,00	750,00
Hojas de Papel Bond	Resma	24	3,25	78,00
Esferos	Unidad	24	0,26	6,24
Borrador	Unidad	12	0,15	1,80
Corrector	Unidad	12	1,50	18,00
Lápiz	Unidad	24	0,26	6,24
Clips	Caja	6	0,25	1,50
Regla de 30cm	Juego	6	0,85	5,10
Sellos	Unidad	2	15,00	30,00
Tinta de Impresora	Unidad	10	20,00	200,00
Cuaderno Contable	Unidad	4	2,00	8,00
Carpeta Archivador	Unidad	5	2,50	12,50
Comprobantes Contables	Unidad	10	8,50	85,00
Carpeta Folder	Unidad	12	0,20	2,40
Resaltador	Unidad	4	0,65	2,60
			TOTAL ANUAL	1215,48
			TOTAL MENSUAL	101,29

Fuente: Cotización del Medio

Elaboración: La Autora

MATERIALES DE LIMPIEZA

Son los implementos de aseo, que requiere la microempresa para mantener la limpieza.

CUADRO N° 53

DENOMINACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Escoba	Unidad	6	3,25	19,50
Trapeador	Unidad	6	3,00	18,00
Papel higiénico Familia *12	Paquete	12	4,00	48,00
Desinfectante	Galón	6	6,05	36,30
Detergente Deja	Kilos	12	2,71	32,52
Jaboncillo Protex	Unidad	12	0,80	9,60
Ambiental	Unidad	12	0,65	7,80
Lavador de baño	Unidad	3	3,20	9,60
Franelas	Metro	24	1,20	28,80
Fundas de basura	Paquete	12	1,27	15,24
Recogedor de basura	Unidad	3	2,00	6,00
Balde escurridor	Unidad	4	3,58	14,32
Basurero	Unidad	6	2,75	16,50
Toalla	Unidad	6	2,00	12,00
Limpiador de vidrio	Unidad	12	2,05	24,60
TOTAL ANUAL				298,78
TOTAL MENSUAL				24,90

Fuente: Textiles del Sur - Zerimar

Elaboración: La Autora

ARRIENDO

Para la implementación de la microempresa se ha considerado arrendar el local, mismo que se encuentra ubicado en el barrio Unión y Progreso de la Parroquia "El Cisne", el mismo tiene una extensión de 240 m². Dicha acción se realizará a través de un contrato de arriendo.

CUADRO N° 54

DENOMINACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Arriendo de local	Mensual	1	280,00	280,00
TOTAL MENSUAL				280,00
TOTAL ANUAL				3360

Fuente: Parte arrendataria

Elaboración: La Autora

GASTOS DE VENTAS

Las remuneraciones que percibirá el personal de ventas se detalla a continuación por medio del rol de pagos y el valor anual es de \$5649,13

CUADRO N° 55

REMUNERACIONES AL PERSONAL DE VENTAS

DENOMINACIÓN	OBRERO
Salario	354,00
Décimo tercer sueldo	29,50
Décimo cuarto sueldo	29,50
Aporte patronal (11,15%)	39,47
Vacaciones	14,75
IECE (0,5%)	1,77
SECAP (0,5%)	1,77
TOTAL MENSUAL	470,76
TOTAL ANUAL	5649,13

Fuente: Ministerio de Relaciones laborales

Elaboración: La Autora

PUBLICIDAD

Son actividades que se efectuaran para asegurar la venta del producto, entre ellas tenemos: spots publicitarias y tarjetas personales.

CUADRO N° 56

PRESUPUESTO DE CUÑAS PUBLICITARIAS			
Cuña Radial	COSTOS		
	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
1	120,00	120,00	1.440,00

Fuente: Medios de comunicación de la Localidad

Elaboración: La Autora

RESUMEN DE CAPITAL DE OPERACIÓN

CUADRO N° 57

DENIMINACIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1. COSTO DE OPERACIÓN		
Materia Prima Directa	672,81	8.073,68
Materiales indirectos	229,35	2.752,16
Mano de Obra Indirecta	528,10	6.337,20
Mano de Obra Directa	470,76	5.649,13
Servicios básicos	32,74	392,88
Indumentaria de Producción	248,60	611,60
2. GASTOS DE ADMINISTRACION		
Remuneraciones al personal Ad.	1.248,16	14.977,93
Servicios Básicos	111,53	1.338,36
Útiles de oficina	101,29	1.215,48
Materiales de limpieza	24,90	298,78
Arriendos	280,00	3.360,00
3. GASTOS DE VENTAS		
Remuneraciones al personal de V.	470,76	5.649,13
Publicidad	120,00	1.440,00
Imprevistos 5%	226,95	2.723,40
TOTAL	4.765,95	54.819,74

Fuente: Presupuestos de capital circulante

Elaboración: La Autora

RESUMEN DE INVERSIONES

CUADRO N° 58

DENOMINACIÓN	COSTO	COSTOS T. PARCIALES	%
ACTIVOS FIJOS			
Maquinaria y equipo	7190,00		
Herramientas	520,50		
Equipos de computo	1400,00		
Muebles y Enseres	1739,00		
Equipo de oficina	200,00		
Menaje	389,00		
Imprevistos	571,93		
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS		12.010,43	54,72
ACTIVOS DIFERIDOS			
Proyecto de factibilidad	1.850,00		
Registro sanitario	500,00		
Registro de Marca y Patente	1.000,00		
Capacitación al Personal	125,00		
Gastos Organizativos	800,00		
Adecuaciones	650,00		
Imprevistos	246,25		
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		5.171,25	23,56
CAPITAL DE OPERACIÓN			
1. COSTO DE OPERACIÓN			
Materia Prima Directa	672,81		
Materiales indirectos	229,35		
Mano de Obra Indirecta	528,10		
Mano de Obra Directa	470,76		
Servicios Básicos	32,74		
Indumentaria de producción	248,60		
2. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			
Remuneraciones al personal Ad.	1248,16		
Servicios Básicos	111,53		
Útiles de oficina	101,29		
Materiales de limpieza	24,90		
Arriendo	280,00		
3. GASTOS DE VENTAS			
Remuneraciones al vendedor	470,76		
Publicidad	120,00		
Imprevistos	226,95		
TOTAL CAPITAL DE OPERACIÓN		4765,95	21,72
TOTAL DE INVERSIÓN		21.947,62	100,00

Fuente: Resuemen de la Inversiones de activos fijo, diferidos y circulante

Elaboración: La Autora

DEPRECIACIONES:

Constituye la pérdida de valor de los activos por efectos de utilización, esto hace que deba preverse el reemplazo de los mismos una vez que su utilización deje de ser económicamente conveniente para los intereses de la Empresa.

Al hablar de las depreciaciones se procede a realizar de acuerdo al valor residual y a los años de vida útil de cada activo lo que permitirá conocer la cantidad anual que se debe retener.

Bienes a depreciarse

CUADRO N° 59

Bienes a depreciarse	Vida útil	%
Maquinaria	10 años	10%
Equipos	10 años	10%
Herramientas	10 años	10%
Muebles y Enseres	10 años	10%
Equipo de Oficina	10 años	10%
Equipo de Computo	3 años	33%

Fuente: SRI

Elaboración: La autora

FORMULA DE CÁLCULO:

$$\frac{\text{Valor de adquisición} - \text{Valor Residual}}{\text{Vida útil en años}}$$

DEPRECIACIONES

Depreciación de Maquinaria y Equipo

Al considerar la pérdida de valor de los activos en mención tenemos que el tiempo en que se da es de 10 años, en consecuencia del 10% anual.³⁰

CUADRO N° 60

Tabla de depreciación de Maquinaria			
AÑO	DEP.ANUAL	DEP.ACUM	VALOR EN LIBROS
0			7190,00
1	647,10	647,10	6542,90
2	647,10	1294,20	5895,80
3	647,10	1941,30	5248,70
4	647,10	2588,40	4601,60
5	647,10	3235,50	3954,50
6	647,10	3882,60	3307,40
7	647,10	4529,70	2660,30
8	647,10	5176,80	2013,20
9	647,10	5823,90	1366,10
10	647,10	6471,00	719,00

Fuente: Presupuesto de Maquinaria

Elaboración: La autora

$$VR = (VA * \%Depre)/100$$

$$VR = (7190,00 * 10)/100$$

$$VR = 719,00$$

$$Dp = (VA - VR) / \# \text{ años}$$

$$Dp = (7190,00 - 719,00) / 10$$

$$Dp = 647,10$$

³⁰ SARMIENTO, Rubén Dr., Contabilidad General, Cuarta edición, Septiembre de 1999; GRÁFICA PUBLIGAF, Págs. 237 y 238. Colegios de Contadores de Loja.

Depreciación de Herramientas

Aquí tomaremos una depreciación del 10%, es decir las herramientas se devalúan en 10 años. ³¹

CUADRO N° 61

Tabla de depreciación de Herramientas			
AÑO	DEP.ANUAL	DEP.ACUM	VALOR EN LIBROS
0			520,50
1	46,85	46,85	473,66
2	46,85	93,69	426,81
3	46,85	140,54	379,97
4	46,85	187,38	333,12
5	46,85	234,23	286,28
6	46,85	281,08	239,43
7	46,85	327,93	192,59
8	46,85	374,78	145,74
9	46,85	421,63	98,89
10	46,85	468,48	52,05

Fuente: Presupuesto de Herramientas

Elaboración: La autora

$$VR = (VA * \%Depre) / 100$$

$$VR = (520,50 * 10) / 100$$

$$VR = 52,05$$

$$Dp = (VA - VR) / \# \text{ años}$$

$$Dp = (520,50 - 52,05) / 10$$

$$Dp = 46,85$$

³¹ SARMIENTO, Rubén Dr., Contabilidad General, Cuarta Edición, Septiembre de 1999, GRÁFICA PUBLIGRAF, Págs. 237 y 238. Colegio de Contadores de Loja.

Depreciación de Equipo de Cómputo

Se devalúa en un período de 3 años.

CUADRO N° 62

Tabla de depreciación de Equipos de computación			
AÑO	DEP.ANUAL	DEP.ACUM	VALOR EN LIBROS
0			1.400,00
1	312,67	312,67	1.087,33
2	312,67	625,33	774,67
3	312,67	938,00	462,00

Fuente: Presupuesto de Equipos de Computación

Elaboración: La autora

$$VR = (VA * \%Depre)/100$$

$$VR = (1.400,00 * 33)/100$$

$$VR = 462,00$$

$$Dp = (VA - VR) / \#años = 3 \text{ años}$$

$$Dp = (1.400,00 - 462,00) / 3$$

$$Dp = 312,67$$

Depreciación de Muebles y Enseres

La depreciación de muebles y enseres es para 10 años al 10%.³²

CUADRO N° 63

Tabla de depreciación de Muebles y Enseres			
AÑO	DEP.ANUAL	DEP.ACUM	VALOR EN LIBROS
0			1.739,00
1	156,51	156,51	1.582,49
2	156,51	313,02	1.425,98
3	156,51	469,53	1.269,47
4	156,51	626,04	1.112,96
5	156,51	782,55	956,45
6	156,51	939,06	799,94
7	156,51	1.095,57	643,43
8	156,51	1.252,08	486,92
9	156,51	1.408,59	330,41
10	156,51	1.565,10	173,90

Fuente: Presupuesto de Muebles y Enseres

Elaboración: La autora

$$VR = (VA * \%Depre) / 100$$

$$VR = (1.739,00 * 10) / 100$$

$$VR = 173,90$$

$$Dp = (VA - VR) / \# \text{ años}$$

$$Dp = (1.739,00 - 173,90) / 10$$

$$Dp = 156,51$$

³² SARMIENTO, Rubén Dr. Contabilidad General, Cuarta edición, Septiembre de 1999, GRÁFICA PUBLIGRAF, Págs. 238. Colegio de Contadores de Loja.

Depreciación de Equipo de Oficina

La depreciación para este concepto es de 10 años, por consiguiente se devalúa en un 10% anual.

CUADRO N° 64

Tabla de depreciación de Equipo de Oficina			
AÑO	DEP.ANUAL	DEP.ACUM	VALOR EN LIBROS
0			200,00
1	18,00	18,00	182,00
2	18,00	36,00	164,00
3	18,00	54,00	146,00
4	18,00	72,00	128,00
5	18,00	90,00	110,00
6	18,00	108,00	92,00
7	18,00	126,00	74,00
8	18,00	144,00	56,00
9	18,00	162,00	38,00
10	18,00	180,00	20,00

Fuente: Presupuesto de Equipo de Oficina

Elaboración: La autora

$$VR = (VA * \%Depre) / 100$$

$$VR = (200,00 * 10) / 100$$

$$VR = 20,00$$

$$Dp = (VA - VR) / \# \text{ años}$$

$$Dp = (200,00 - 20,00) / 10$$

$$Dp = 18,00$$

Depreciación de Menaje

CUADRO N° 65

TABLA DE DEPRECIACIÓN DE MENAJE			
AÑO	DEP.ANUAL	DEP.ACUM	VALOR EN LIBROS
0			389,00
1	35,01	35,01	353,99
2	35,01	70,02	318,98
3	35,01	105,03	283,97
4	35,01	140,04	248,96
5	35,01	175,05	213,95
6	35,01	35,01	178,94
7	35,01	70,02	143,93
8	35,01	105,03	108,92
9	35,01	140,04	73,91
10	35,01	175,05	38,90

Fuente: Presupuesto de Menaje

Elaboración: La autora

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

CUADRO N° 66

DENOMINACIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	AÑOS	AMORTIZACIÓN
Proyecto de Factibilidad	1.850,00	1850,00	10	185,00
Registro Sanitario	500,00	500,00	10	50,00
Registro de Marca y Patente	1.000,00	1.000,00	10	100,00
Capacitación al Personal	125,00	125,00	10	12,50
Gastos Organizativos	800,00	800,00	10	80,00
Adecuaciones	650,00	650,00	10	65,00
Imprevistos 5%		246,25	10	24,63
TOTAL		5.171,25	10	517,13

Fuente: Presupuesto de activos diferidos.

Elaboración: La autora.

FINANCIAMIENTO

La estructura de financiamiento está determinado por el financiamiento interno y externo que permitirán que el proyecto sea desarrollado con los recursos necesarias para su operación a continuación se detalla:

Fuentes internas

Las fuentes internas serán fuentes de financiamiento de los tres accionistas de la empresa que cubrirán el 54,44% de la inversión.

Fuentes externas

Las fuentes externas provendrán de una institución bancaria que para ese caso será la del BNF por tener una tasa de interés baja con relación a las instituciones bancarias el porcentaje de financiamiento bancario será del 45,56% con tasa de interés del 10,5% con pagos semestrales a cinco años plazo.

Estructura de financiamiento

La estructura de financiamiento de fuentes internas y externas se muestra a continuación:

CUADRO N° 67

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN		
DENOMINACIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Capital Social	11.947,62	54,44%
Capital Externo	10.000,00	45,56%
TOTAL:	21.947,62	100%

Fuente: Resumen de la Inversión

Elaboración: La Autora

TABLA DE AMORTIZACIÓN

CUADRO N° 68

CAPITAL	10.000,00
INTERES	10,50%
FORMA DE PAGO	SEMESTRAL
PLAZO EN AÑOS	5

Fuente: Cuadro 82

Elaboración: La Autora

CUADRO N° 69

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
Periodo	Saldo anterior	Interés	Amortización	Dividendos	Saldo final
					10.000,00
1	10.000,00	525,00	1.000,00	1.525,00	9.000,00
2	9.000,00	472,50	1.000,00	1.472,50	8.000,00
3	8.000,00	420,00	1.000,00	1.420,00	7.000,00
4	7.000,00	367,50	1.000,00	1.367,50	6.000,00
5	6.000,00	315,00	1.000,00	1.315,00	5.000,00
6	5.000,00	262,50	1.000,00	1.262,50	4.000,00
7	4.000,00	210,00	1.000,00	1.210,00	3.000,00
8	3.000,00	157,50	1.000,00	1.157,50	2.000,00
9	2.000,00	105,00	1.000,00	1.105,00	1.000,00
10	1.000,00	52,50	1.000,00	1.052,50	0,00

Fuente: Cuadro 68

Elaboración: La autora

PRESUPUESTO DE COSTOS

Para determinar el costo total se ha clasificado en costos y gastos detallados a continuación.

Costos.

Costo Primo: Es el resultado de la sumatoria de la mano de obra directa y la materia prima.

Costo Indirecto: Es el resultado de la sumatoria de la mano de obra indirecta, servicios básicos, la depreciación de los activos que forman parte del departamento producción.

Gastos

- **Gastos Administrativos:** Son aquellos desembolsos generados por los sueldos administrativos, servicios básicos, suministros de oficina, arriendos, suministros de limpieza amortizaciones y depreciaciones.
- **Gastos en Ventas:** Son gastos generados por el sueldo del vendedor, publicidad.
- **Gastos Financieros:** Comprende los intereses por pagar generados por el préstamo recibido a cinco años.

El salario ha sido proyectado en base al porcentaje de incremento salarial determinado por el gobierno nacional para el presente año siendo de un 10% mientras que para los demás rubro una inflación anual de 3.67%.

CUADRO N° 70

PRESUPUESTOS PROFORMADOS O PROYECTADOS										
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Costo Primo										
Materia Prima Directa	8.073,68	8.369,99	8.677,17	8.995,62	9.325,76	9.668,01	10.022,83	10.390,67	10.772,01	11.167,34
Mano de Obra Directa	6.337,20	6.970,92	7.668,01	8.434,81	9.278,29	10.206,12	11.226,74	12.349,41	13.584,35	14.942,79
Total Costo Primos	14.410,88	15.340,91	16.345,18	17.430,43	18.604,05	19.874,14	21.249,57	22.740,08	24.356,36	26.110,12
Costos generales de Fabricación										
Materia Prima Indirecta	2.752,16	2.853,17	2.957,88	3.066,43	3.178,97	3.295,64	3.416,59	3.541,98	3.671,97	3.806,73
Mano de Obra Indirecta	5.649,13	5.856,46	6.071,39	6.294,21	6.525,20	6.764,68	7.012,94	7.270,32	7.537,14	7.813,75
Servicios Básicos	392,88	407,30	422,25	437,74	453,81	470,46	487,73	505,63	524,19	543,42
Indumentaria de personal	611,60	634,05	657,32	681,44	706,45	732,37	759,25	787,12	816,00	845,95
Dep. de Maquinaria	647,10	647,10	647,10	647,10	647,10	647,10	647,10	647,10	647,10	647,10
Dep. de Herramientas	46,85	46,85	46,85	46,85	46,85	46,85	46,85	46,85	46,85	46,85
Dep. de Menajes	35,01	35,01	35,01	35,01	35,01	35,01	35,01	35,01	35,01	35,01
Total de costo de Fabricación	24.545,61	25.820,83	27.182,96	28.639,21	30.197,44	31.866,25	33.655,03	35.574,07	37.634,61	39.848,93
Gastos de operación										
Gastos de Administración										
Sueldos y Salarios	14.977,93	16.475,73	18.123,30	19.935,63	21.929,19	24.122,11	26.534,32	29.187,75	32.106,53	35.317,18
Servicios Básicos	1.338,36	1.387,48	1.438,40	1.491,19	1.545,91	1.602,65	1.661,47	1.722,44	1.785,66	1.851,19
Útiles de Oficina	101,29	105,01	108,86	112,86	117,00	121,29	125,74	130,36	135,14	140,10
Materiales de limpieza	298,78	309,75	321,11	332,90	345,12	357,78	370,91	384,52	398,64	413,27
Arriendo	3.360,00	3.483,31	3.611,15	3.743,68	3.881,07	4.023,51	4.171,17	4.324,25	4.482,95	4.647,48
Amortización de Activos diferidos	517,13	517,13	517,13	517,13	517,13	517,13	517,13	517,13	517,13	517,13
Dep. de Muebles y Enseres	156,51	156,51	156,51	156,51	156,51	156,51	156,51	156,51	156,51	156,51
Dep. de Equipo de Computación	312,67	312,67	312,67	324,14	324,14	324,14	336,04	336,04	336,04	348,37
Dep. de Equipo de Oficina	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00
Total de Gastos de Administración	21.080,66	22.765,57	24.607,12	26.632,02	28.834,07	31.243,11	33.891,28	36.777,00	39.936,59	43.409,22
Gastos de Venta										
Sueldos y Salarios	5.649,13	6.214,05	6.835,45	7.518,99	8.270,89	9.097,98	10.007,78	11.008,56	12.109,42	13.320,36
Publicidad	1.440,00	1.492,85	1.547,64	1.604,43	1.663,32	1.724,36	1.787,64	1.853,25	1.921,27	1.991,78
Total de Gasto de Venta	7.089,13	7.706,89	8.383,09	9.123,43	9.934,21	10.822,34	11.795,43	12.861,81	14.030,68	15.312,13
Gastos financieros										
Interés por Préstamo	997,50	787,50	577,50	367,50	157,50					
Total de gastos Financieros	997,50	787,50	577,50	367,50	157,50	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Costos de operación	29.167,30	31.259,96	33.567,71	36.122,95	38.925,78	42.065,46	45.686,71	49.638,81	53.967,27	58.721,35
Costo total de producción	53.712,91	57.080,79	60.750,67	64.762,16	69.123,21	73.931,71	79.341,74	85.212,88	91.601,87	98.570,29

Fuente: Presupuestos de Costos

Elaboración: La autora

Costo unitario de producción

En todo proyecto se hace necesario establecer el costo unitario de producción para ello se relaciona el costo total con el número de unidades producidas durante el periodo, en este caso tenemos:

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

$$CUP = \frac{99.749,03}{130000}$$

$$CUP = 0,77$$

CUADRO N° 71

COSTO UNITARIO DE PRODUCCION			
Años	Costos totales	Unidades Producidas	Costo Unitario
1	53.712,91	36.956	1,45
2	57.080,79	36.956	1,54
3	60.750,67	39.420	1,54
4	64.762,16	39.420	1,64
5	69.123,21	41.884	1,65
6	73.931,71	41.884	1,77
7	79.341,74	44.348	1,79
8	85.212,88	44.348	1,92
9	91.601,87	46.811	1,96
10	98.570,29	46.811	2,11

Fuente: Cuadro 34, 70

Elaboración: La autora

Precio de Venta al Público.

Para establecer el precio de Venta al Público se debe considerar como base el costo unitario de producción sobre el cual le agregamos un margen de utilidad.

CUADRO N° 72

DETERMINACION DE PRECIO DE VENTA AL PUBLICO			
Años	Costo Unitario	Margen de Utilidad	Precio de Venta
1	1,45	40%	2,03
2	1,54	40%	2,16
3	1,54	40%	2,16
4	1,64	40%	2,30
5	1,65	40%	2,31
6	1,77	40%	2,47
7	1,79	40%	2,50
8	1,92	40%	2,69
9	1,96	40%	2,74
10	2,11	40%	2,95

Fuente: Cuadro 71

Elaboración: La autora

Ingreso por Ventas.

Es el valor obtenido por las unidades vendidas durante cada periodo.

CUADRO N° 73

INGRESO POR VENTAS			
Años	Numero unidades producidas	PVP	ingreso por ventas
1	36.956	2,03	75.198,07
2	36.956	2,16	79.913,11
3	39.420	2,16	85.050,93
4	39.420	2,30	90.667,03
5	41.884	2,31	96.772,50
6	41.884	2,47	103.504,39
7	44.348	2,50	111.078,44
8	44.348	2,69	119.298,04
9	46.811	2,74	128.242,62
10	46.811	2,95	137.998,40

Fuente: Cuadro 34

Elaboración: La Autora

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

En todo proceso productivo los costos en que se incurre no son de la misma magnitud e incidencia en la capacidad de producción, por lo cual se hace necesario clasificarlos en:

Costos Fijos

Se los puede definir como los gastos que se mantienen constantes dentro de ciertos límites que por su naturaleza resultan inversamente proporcionales al volumen de la producción de bienes o de sus ventas.

Costos Variables

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° 74

Clasificación de los costos AÑO 1			
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	COSTOS FIJOS	COSTOS VAR.
Costo Primo			
Materia Prima Directa	8073,68		8073,68
Mano de Obra Directa	6337,20		6337,20
Total Costo Primos	14410,88		
Costos generales de Fabricación			
Materia Prima Indirecta	2752,16		2752,16
Mano de Obra Indirecta	5649,13	5649,13	
Servicios Básicos	392,88	392,88	
Indumentaria de personal	611,60	611,60	
Dep. de Maquinaria	647,10	647,10	
Dep. de Herramientas	46,85	46,85	
Dep. de Menajes	35,01	35,01	
Total de costo de Fabricación	24545,61		
Gastos de operación			
Gastos de Administración			
Sueldos y Salarios	14977,93	14977,93	
Servicios Básicos	1338,36	1338,36	
Útiles de Oficina	101,29	101,29	
Materiales de limpieza	298,78	298,78	
Arriendo	3360,00	3360,00	
Amortización de Activos diferidos	517,13	517,13	
Dep. de Muebles y Enseres	156,51	156,51	
Dep. de Equipo de Computación	312,67	312,67	
Dep. de Equipo de Oficina	18,00	18,00	
Total de Gastos de Administración	21080,66		
Gastos de Venta			
Sueldos y Salarios	5649,13	5649,13	
Publicidad	1440,00	1440,00	
Total de Gasto de Venta	7089,13		
Gastos financieros			
Interés por Préstamo	997,50	997,50	
Total de gastos Financieros	997,50		
Total Costos de operación	29167,30		
Costo total de producción	53712,91	36549,86	17163,05

Fuente: Cuadro 70

Elaboración: La autora

CUADRO N° 75

Egresos totales año 1		
COSTOS	FIJOS	VARIABLES
Costo de Producción	7382,57	17163,05
Gastos Administrativos	21080,66	0
Gastos de Venta	7089,13	0,00
Gastos Financieros	997,50	0
TOTAL:	36549,86	17163,05

Fuente: Cuadro 74

Elaboración: La autora

CUADRO N° 76

Clasificación de los costos AÑO 10			
DESCRIPCIÓN	AÑO 10	COSTOS FIJOS	COSTOS VAR.
Costo Primo			
Materia Prima Directa	11167,34		11167,34
Mano de Obra Directa	14942,79		14942,79
Total Costo Primos	26110,12		
Costos generales de Fabricación			
Materia Prima Indirecta	3806,73		3806,73
Mano de Obra Indirecta	7813,75	7813,75	
Servicios Básicos	543,42	543,42	
Indumentaria de personal	845,95	845,95	
Dep. de Maquinaria	647,10	647,10	
Dep. de Herramientas	46,85	46,85	
Dep. de Menajes	35,01	35,01	
Total de costo de Fabricación	39848,93		
Gastos de operación			
Gastos de Administración			
Sueldos y Salarios	35317,18	35317,18	
Servicios Básicos	1851,19	1851,19	
Útiles de Oficina	140,10	140,10	
Materiales de limpieza	413,27	413,27	
Arriendo	4647,48	4647,48	
Amortización de Activos diferidos	517,13	517,13	
Dep. de Muebles y Enseres	156,51	156,51	
Dep. de Equipo de Computación	348,37	348,37	
Dep. de Equipo de Oficina	18,00	18,00	
Total de Gastos de Administración	43409,22		
Gastos de Venta			
Sueldos y Salarios	13320,36	13320,36	
Publicidad	1991,78	1991,78	
Total de Gasto de Venta	15312,13		
Gastos financieros			
Interés por Préstamo	0,00	0,00	
Total de gastos Financieros	0,00		
Total Costos de operación	58721,35		
Costo total de producción	98570,29	68653,43	29916,85

Fuente: Cuadro 70

Elaboración: La autora

CUADRO N° 77

Egresos totales año 5		
COSTOS	FIJOS	VARIABLES
Costo de Producción	9932,08	29916,85
Gastos Administrativos	43409,22	0
Gastos de Venta	15312,13	0,00
Gastos Financieros	0,00	0
TOTAL:	68653,43	29916,85

Fuente: Cuadro 76

Elaboración: La Autora

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

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

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

El estado de pérdidas y ganancias nos demuestra cual es la utilidad o pérdida obtenida durante un período contable, resultados que sirven para obtener mediante análisis conclusiones que permitan conocer cómo se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

Ingresos

Están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos.

Egresos

Se forma por la sumatoria del costo primo, gasto del proceso de producción, gastos de operación y gastos financieros.

CUADRO N° 78

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS										
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
1. Ingresos										
Ventas	75198,07	79913,11	85050,93	90667,03	96772,50	103504,389	111078,441	119298,039	128242,623	137998,4
Total Ingresos	75198,07	79913,11	85050,93	90667,03	96772,50	103504,39	111078,44	119298,04	128242,62	137998,40
2. Egresos										
Costos de Producción	24545,61	25820,83	27182,96	28639,21	30197,44	31866,25	33655,03	35574,07	37634,61	39848,93
(+) Costo de operación	29167,30	31259,96	33567,71	36122,95	38925,78	42065,46	45686,71	49638,81	53967,27	58721,35
Total de Egreso	53712,91	57080,79	60750,67	64762,16	69123,21	73931,71	79341,74	85212,88	91601,87	98570,29
(1-2) Impuestos Grabables	21485,16	22832,32	24300,27	25904,86	27649,29	29572,68	31736,70	34085,15	36640,75	39428,11
(-) 15% Para Trabajadores	3222,77	3424,85	3645,04	3885,73	4147,39	4435,90	4760,50	5112,77	5496,11	5914,22
(=) Utilidad Antes de impuestos	18262,39	19407,47	20655,23	22019,13	23501,89	25136,78	26976,19	28972,38	31144,64	33513,90
(-)22% Impuesto a la Renta	4017,73	4269,64	4544,15	4844,21	5170,42	5530,09	5934,76	6373,92	6851,82	7373,06
(=) Utilidad antes de reserva legal	14244,66	15137,83	16111,08	17174,93	18331,48	19606,69	21041,43	22598,46	24292,82	26140,84
(-) 10% de Utilidad para Reserva	1424,47	1513,78	1611,11	1717,49	1833,15	1960,67	2104,14	2259,85	2429,28	2614,08
(=) Utilidad Liquida	12820,20	13624,04	14499,97	15457,43	16498,33	17646,02	18937,29	20338,61	21863,54	23526,76

Fuente: Cuadro de Presupuesto Proyectado

Elaboración: La Autora

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como PUNTO MUERTO, ya que no hay pérdidas ni ganancias, en otras palabras, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades.

Para realizar este cálculo es necesario clasificar los costos: En fijos y en variables; los mismos que se detallan en el cuadro que llevan el nombre de “clasificación de costos” los años de vida útil del proyecto.

Costos Fijos y Variables

- **Costos fijos**, son aquellos que se mantienen constantes, durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

- **Costos variables**, son aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.

El punto de equilibrio que utilizaremos, se basará en función a las ventas y la capacidad instalada que se proyectaron dentro del cuadro de clasificación de costos; utilizaremos como ejemplo el primer, quinto y décimo año.

En Función de las Ventas

$$PE = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{1 - \frac{COSTO VARIABLE TOTAL}{VENTAS TOTALES}}$$

En Función a la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{VENTAS TOTALES - COSTO VARIABLE TOTAL} \times 100\%$$

PUNTO DE EQUILIBRIO DEL PRIMER AÑO

En función de las ventas

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

$$PE = \frac{36549,86}{0,77176215}$$

$$PE = 47358,97$$

En función a la capacidad instalada

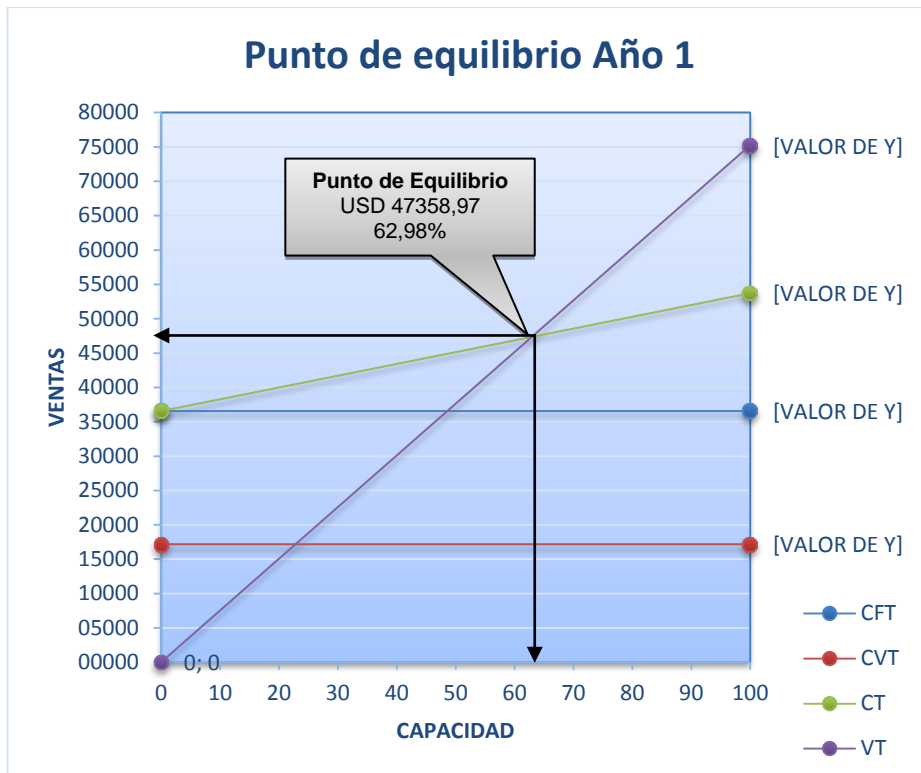
$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

$$PE = \frac{36549,86}{58035,03} \times 100$$

$$PE = 0,62978971 \times 100$$

$$PE = 62,98\%$$

GRAFICO # 36



Análisis:

- El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del 62,98%, y tiene unas ventas de 47358,97 dólares. En este punto la empresa ni gana ni pierde.
- Cuando la empresa trabaja con menos del 62,98% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son menores a 47358,97 dólares, la empresa comienza a perder.
- Cuando la empresa trabaja más del 62,98% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son mayores a 47358,97 dólares, la empresa comenzará a ganar.

PUNTO DE EQUILIBRIO DEL DECIMO AÑO

En Función de las Ventas

$$PE = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{1 - \frac{COSTO VARIABLE TOTAL}{VENTAS TOTALES}}$$

En Función a la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{VENTAS TOTALES - COSTO VARIABLE TOTAL} \times 100\%$$

En función de las ventas

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

$$PE = \frac{68653,43}{0,7832087}$$

$$PE = 87656,63$$

En función a la capacidad instalada

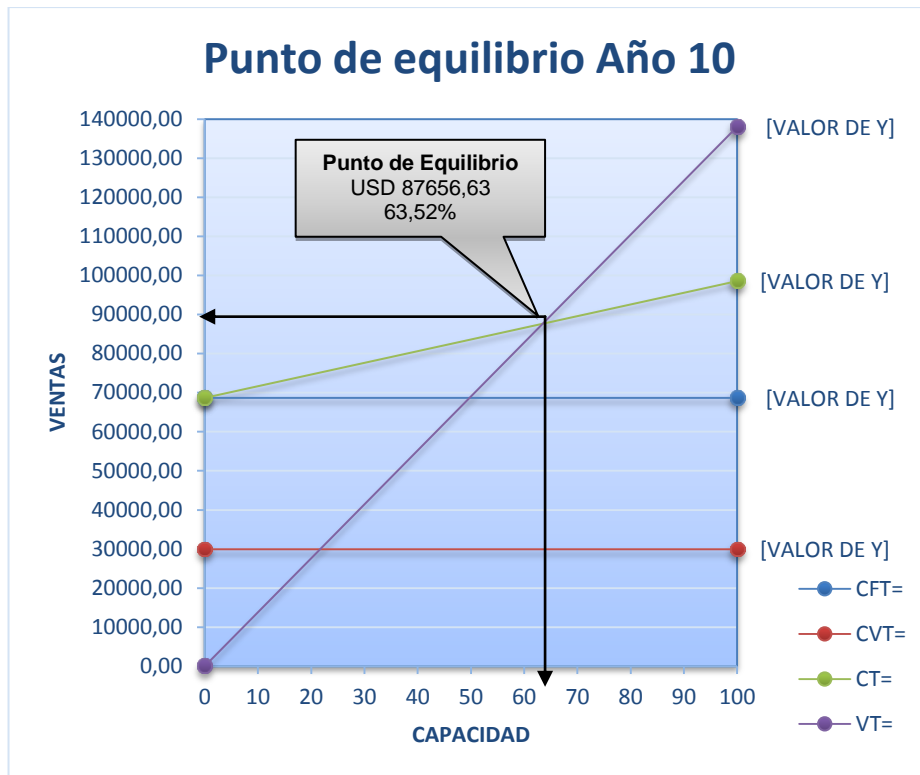
$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

$$PE = \frac{68653,43}{108081,55} \times 100$$

$$PE = 0,63520032 \times 100$$

$$PE = 63,52$$

GRAFICO # 37



Análisis:

- El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del 63,52%, y tiene unas ventas de 87656,63 dólares. En este punto la empresa ni gana ni pierde.
- Cuando la empresa trabaja con menos del 63,52% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son menores a 87656,63 dólares, la empresa comienza a perder.
- Cuando la empresa trabaja más del 63,52% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son mayores a 47358,97 dólares, la empresa comenzará a ganar.

CUADRO N° 79

FLUJO DE CAJA											
DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
1. Ingresos											
Ventas		75198,07	79913,11	85050,93	90667,03	96772,50	103504,39	111078,44	119298,04	128242,62	137998,40
Capital Propio	11947,62										
Crédito BNF	10000,00										
Valor residual				462,00			478,96			496,53	1996,92
Total Ingresos	21947,62	75198,07	79913,11	85512,93	90667,03	96772,50	103983,34	111078,44	119298,04	128739,16	139995,32
2. Egresos											
Activos Fijos	12.010,43										
Activos Diferidos	5.171,25										
Activo Circulante	4.765,95										
Reinversión					1451,38			1504,65			1559,87
Costos de Producción		24545,61	25820,83	27182,96	28639,21	30197,44	31866,25	33655,03	35574,07	37634,61	39848,93
(+) Costo de operación		29167,30	31259,96	33567,71	36122,95	38925,78	42065,46	45686,71	49638,81	53967,27	58721,35
(-) Amortizaciones de activos diferidos		517,13	517,13	517,13	517,13	517,13	517,13	517,13	517,13	517,13	517,13
(-) Depreciaciones		1216,13	1216,13	1216,13	1227,61	1227,61	1227,61	1239,50	1239,50	1239,50	1251,84
(+) 15% Trabajadores		3222,77	3424,85	3645,04	3885,73	4147,39	4435,90	4760,50	5112,77	5496,11	5914,22
(+) 22% Impuesto a la Renta		4017,73	4269,64	4544,15	4844,21	5170,42	5530,09	5934,76	6373,92	6851,82	7373,06
(+) Amortización del Crédito		2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00		2000,00	2000,00	2000,00	2000,00
Total de Egresos	21.947,62	64.686,67	68.508,54	72.673,11	78.688,21	82.185,76	85.642,43	95.298,28	100.456,21	107.706,43	117.186,39
FLUJO DE CAJA	0,00	10.511,41	11.404,57	12.839,82	11.978,81	14.586,74	18.340,91	15.780,16	18.841,83	21.032,72	22.808,93

Fuente: Cuadro de Presupuesto Proyectado

Elaboración: La Autora

VALOR ACTUAL NETO

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación del valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto. El VAN, representa los valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto. Si el VAN es igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es conveniente.

CUADRO N° 80

VALOR ACTUAL NETO			
AÑO	Flujos netos	factor de	flujos netos
		Actualización 10,5%	Actualizados
0	21.947,62		
1	10.511,41	0,904977376	9.512,59
2	11.404,57	0,81898405	9.340,16
3	12.839,82	0,741162036	9.516,39
4	11.978,81	0,670734875	8.034,61
5	14.586,74	0,606999887	8.854,15
6	18.340,91	0,549321164	10.075,05
7	15.780,16	0,497123226	7.844,68
8	18.841,83	0,449885272	8.476,66
9	21.032,72	0,407135993	8.563,18
10	22.808,93	0,368448862	8.403,92
		Sumatoria =	88.621,39
		Inversión=	21.947,62
		VAN=	66673,77

Fuente: Flujo de caja

Elaboración: La Autora

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

$$FA = 1/(1+0.105)^1$$

$$FA = 0,904977376$$

$$VAN = \sum \text{Flujo Netos Actualizados} - \text{Inversión}$$

$$VAN = 88.621,39 - 21.947,62$$

$$VAN = 66673,77$$

Al tener un VAN positivo significa que el valor de la microempresa aumentará durante la etapa de operación

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

El indicador beneficio-costos, 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

Se inicia renovando los ingresos y los egresos, con ayuda del factor de actualización.

CUADRO N° 81

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

AÑOS	INGRESOS ORIGINALES	EGRESOS ORIGINALES	FACTOR DE ACTUALIZA	INGRESOS ACTUALIZA	EGRESOS ACTUALIZA
1	75198,07	64686,67	0,904977376	68052,55508	58539,96961
2	79913,11	68508,54	0,81898405	65447,56205	56107,40153
3	85512,93	72673,11	0,741162036	63378,94066	53862,55326
4	90667,03	78688,21	0,670734875	60813,53586	52778,92786
5	96772,50	82185,76	0,606999887	58740,8968	49886,74425
6	103983,34	85642,43	0,549321164	57120,25154	47045,20023
7	111078,44	95298,28	0,497123226	55219,67288	47374,99022
8	119298,04	100456,21	0,449885272	53670,4306	45193,769
9	128739,16	107706,43	0,407135993	52414,34417	43851,16584
10	139995,32	117186,39	0,368448862	51581,1148	43177,19065
				586439,3044	497817,9125

Fuente: Flujo de caja

Elaboración: La Autora

$$RBC = \frac{\text{Ingresos Act.}}{\text{Egresos Act.}} = \frac{586439,3044}{497817,9125} = 1,22$$

ANÁLISIS:

El presente proyecto es factible porque el resultado de la relación beneficio/costo es mayor que uno, o sea por cada dólar invertido se gana \$ 0,22 dólares.

PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL

Permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja y el monto de la inversión.

CUADRO N° 82

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL				
Año	Flujo neto	Factor de Actualización	flujo actualizado	flujo actualizado acumulado
	21.947,62	10,5%		
1	10.511,41	0,904977376	9.512,59	9.512,59
2	11.404,57	0,81898405	9.340,16	18.852,75
3	12.839,82	0,741162036	9.516,39	28.369,13
4	11.978,81	0,670734875	8.034,61	36.403,74
5	14.586,74	0,606999887	8.854,15	45.257,89
6	18.340,91	0,549321164	10.075,05	55.332,95
7	15.780,16	0,497123226	7.844,68	63.177,63
8	18.841,83	0,449885272	8.476,66	71.654,29
9	21.032,72	0,407135993	8.563,18	80.217,47
10	22.808,93	0,368448862	8.403,92	88.621,39

Fuente: Flujo de Caja
 Elaboración: La autora

$$PRC = \text{Año Super Inv.} + \frac{\text{Inversion} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{flujos netos del año que super la inversion}}$$

$$PRC = 3 + \frac{21.947,62 - 28.369,13}{9.516,39}$$

$$PRC = 2,32522$$

$$PRC = 2 \text{ años, } 3 \text{ meses, } 27 \text{ días}$$

Análisis:

Significa que se va a recuperar la inversión del proyecto en **2 años, 3 meses y 27 días.**

TASA INTERNA DE RETORNO

Método de evaluación que al igual que el Valor Actual Neto (VAN), toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto.

Se define a la “tasa interna de retorno” TIR, como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

La TIR, utilizada como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia a lo siguiente:

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

La fórmula que utilizaremos es la siguiente:

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

En donde

TIR= Tasa interna de Retorno

Tm = Tasa Menor

Dt = Diferencia de Tasas

VAN Tm = Valor actual neto de la tasa menor

VAN TM = Valor actual neto de la tasa mayor

CUADRO N° 83

TASA INTERNA DE RETORNO					
AÑO	FLUJO NETO	Actualización			
		Factor de Actualización 55,00%	VAN Menor	Factor de Actualización 56,00%	VAN Mayor
0	21947,62				
1	10511,41	0,64516129032258	6781,55	0,64102564102564	6738,08
2	11404,57	0,41623309053070	4746,96	0,41091387245233	4686,30
3	12839,82	0,26853747776174	3447,97	0,26340632849509	3382,09
4	11978,81	0,17324998565274	2075,33	0,16885021057377	2022,63
5	14586,74	0,11177418429209	1630,42	0,10823731447037	1578,83
6	18340,91	0,07211237696264	1322,61	0,06938289389126	1272,55
7	15780,16	0,04652411416944	734,16	0,04447621403286	701,84
8	18841,83	0,03001555752867	565,55	0,02851039361081	537,19
9	21032,72	0,01936487582495	407,30	0,01827589334026	384,39
10	22808,93	0,01249346827416	284,96	0,01171531624376	267,21
			21996,81		21571,10
			21947,62		21947,62
			49,19		-376,52

Fuente: Flujo de caja
 Elaboración: La autora

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

$$TIR = 55 + 1 \left(\frac{49,19}{49,19 - (-376,52)} \right)$$

$$TIR = 55,12$$

Nota: La TIR del presente proyecto es de 55,12% valor mayor al resto de oportunidad del capital que es 10,50%; esto significa que la inversión del presente proyecto ofrece un considerable rendimiento y por cuanto se debe ejecutar.

Análisis de Sensibilidad

Es provechoso efectuar el análisis de sensibilidad en un proyecto, ya que se trata de medir si las variaciones le afectan al mismo, existen dos situaciones que se dan en una economía, tal es el aumento de los costos y la disminución en los ingresos.

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar a un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

Los ingresos y los costos, son las variables que presentan mayor incertidumbre.

Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

CUADRO N° 84

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 6,36% EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTOS ORIGINALES	COSTOS TOT. ORIGINALES	INGRESOS TOTALES	FLUJO NETO	Actualización			
					Factor de Actualización 35,00%	VAN Menor	Factor de Actualización 36,00%	VAN Mayor
		6,36%						
0	21947,62							
1	64686,67	68800,74	75198,07	6397,33	0,74074074074074	4738,76664	0,73529411764706	4703,92276
2	68508,54	72865,68	79913,11	7047,43	0,54869684499314	3866,90061	0,54065743944637	3810,24349
3	72673,11	77295,12	85512,93	8217,81	0,40644210740233	3340,06413	0,39754223488703	3266,92667
4	78688,21	83692,78	90667,03	6974,24	0,30106822770543	2099,72306	0,29231046682870	2038,64431
5	82185,76	87412,77	96772,50	9359,73	0,22301350200402	2087,34637	0,21493416678581	2011,72597
6	85642,43	91089,29	103983,34	12894,05	0,16519518666965	2130,0356	0,15803982851898	2037,77403
7	95298,28	101359,25	111078,44	9719,19	0,12236680494048	1189,30578	0,11620575626395	1129,4254
8	100456,21	106845,22	119298,04	12452,81	0,09064207773369	1128,74899	0,08544540901761	1064,03584
9	107706,43	114556,56	128739,16	14182,59	0,06714227980273	952,251644	0,06282750663060	891,056971
10	117186,39	124639,44	139995,32	15355,88	0,04973502207610	763,724803	0,04619669605191	709,390709
						22296,8676		21663,1462
						21947,62		21947,62
						349,25		-284,47

Fuente: Flujo de caja
Elaboración: La Autora

Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno.

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

$$TIR = 35 + 1 \left(\frac{349,25}{349,25 - (-284,47)} \right)$$

$$TIR = 35,55110588$$

Se encuentra la Tasa Interna de Retorno resultante.

$$TIR.R = TIR.O - N.TIR$$

$$TIR.R = 55,12 - 35,55110588$$

$$TIR.R = 19,56$$

Se calcula el porcentaje de variación.

$$\%V = (TIR.R/TIR.O) * 100$$

$$\%V = (19,56/55,12) * 100$$

$$\%V = 35,49713231$$

Se calcula el Valor de Sensibilidad.

$$S = \%V/N.TIR$$

$$S = 35,49713231/35,55110588$$

$$S = 0,99$$

NOTA:

El Análisis de Sensibilidad con el incremento del **6,36%** en los costos, dio como resultado **0.99** que es menor a **1**, lo que significa que el proyecto no es sensible ya que los cambios no afectan la rentabilidad del proyecto.

CUADRO N° 85
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 5,43% EN LOS INGRESOS

AÑOS	COSTOS ORIGINALES	INGRESOS ORIGINALES	INGRESOS TOT. ORIGINALES	FLUJO NETO	Actualizacion			
					Factor de Actualizacion 35,00%	VAN Menor	Factor de Actualizacion 36,00%	VAN Mayor
			5,43%					
0	21947,62							
1	64686,67	75198,07	71114,82	6428,15	0,74074074074074	4761,59375	0,73529411764706	4726,58203
2	68508,54	79913,11	75573,83	7065,29	0,54869684499314	3876,70104	0,54065743944637	3819,90033
3	72673,11	85512,93	80869,58	8196,47	0,40644210740233	3331,38973	0,39754223488703	3258,44221
4	78688,21	90667,03	85743,81	7055,59	0,30106822770543	2124,2152	0,29231046682870	2062,424
5	82185,76	96772,50	91517,75	9332,00	0,22301350200402	2081,1616	0,21493416678581	2005,76526
6	85642,43	103983,34	98337,05	12694,62	0,16519518666965	2097,08958	0,15803982851898	2006,25505
7	95298,28	111078,44	105046,88	9748,60	0,12236680494048	1192,90477	0,11620575626395	1132,84319
8	100456,21	119298,04	112820,16	12363,95	0,09064207773369	1120,69376	0,08544540901761	1056,44242
9	107706,43	128739,16	121748,62	14042,19	0,06714227980273	942,824398	0,06282750663060	882,23555
10	117186,39	139995,32	132393,57	15207,18	0,04973502207610	756,329629	0,04619669605191	702,521654
						22284,9035		21653,4117
						21947,62		21947,62
						337,28		-294,21

Fuente: Flujo de caja
Elaboración: La Autora

Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno.

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

$$TIR = 35 + 1 \left(\frac{337,28}{337,28 - (-294,21)} \right)$$

$$TIR = 35,53410588$$

Se encuentra la Tasa Interna de Retorno resultante.

$$TIR.R = TIR.O - N.TIR$$

$$TIR.R = 55,12 - 35,53410588$$

$$TIR.R = 19,58$$

Se calcula el porcentaje de variación.

$$\%V = (TIR.R/TIR.O) * 100$$

$$\%V = (19,58/55,12) * 100$$

$$\%V = 35,5279766$$

Se calcula el Valor de Sensibilidad.

$$S = \%V/N.TIR$$

$$S = 35,5279766/35,53410588$$

$$S = 0,99$$

NOTA:

El Análisis de Sensibilidad con la disminución del **5,43%** en los ingresos, dio como resultado **0.99** que es menor a **1**, lo que significa que el proyecto no es sensible ya que los cambios no afectan la rentabilidad del proyecto.

h. CONCLUSIONES

- El estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa productora de llaveros de resina con motivos culturales en la parroquia “El Cisne”, es factible puesto que desde la perspectiva financiera se obtendrá un margen de utilidad, es así que se recupera el capital.
- Existe una gran demanda insatisfecha de 423.229 llaveros en el año de estudio
- La adquisición de la materia prima para la elaboración de llaveros de resina se la llevará a cabo en los mercados de la localidad.
- La capacidad instalada de 49.275 llaveros al año, con el cual se cubrirá el 11, 41% de la demanda insatisfecha; al inicio de la producción se utilizara el 75% de la capacidad instalada, la misma que se ascenderá el 5% de la capacidad instalada, cada dos años.
- Con la puesta en marcha del presente proyecto se podrá aportar con 5 puestos directos en el mercado laboral.
- La inversión necesaria es de 21.947,62; de las cuales el 54,44%sera financiado con capital propio y el 45,56% con un crédito otorgado por el BNF con una tasa de interés del 10,5%. El costo unitario de producción es de 1,45 dólares, tomando en cuenta este valor más el

margen de utilidad se tiene el precio de venta al público de 2,03 dólares, que son acorde al de la competencia.

- Al realizar la evaluación del proyecto se determinó que luego de haber recuperado la inversión se tendrá un beneficio de 66673,77 dólares con una Tasa Interna de Retorno del 55,12% que es mayor a la tasa de descuento; de cada dólar invertido se tendrá 18 centavos de utilidad; el periodo de recuperación de capital es de 2 años, 3 meses y 27 días; si los costos se incrementan hasta el 6,36% o los ingresos de disminuyen el 5,43% el proyecto no es sensible; por lo que se puede concluir que el proyecto es factible financieramente ya que los indicadores así lo demuestran.

i. RECOMENDACIONES

- Que se les otorgue a los nuevos profesionales de Administración de Empresas la oportunidad para insertarse en el campo laboral y de esta manera puedan demostrar las destrezas adquiridas a lo largo de su carrera.
- Se sugiere aprovechar los recursos turísticos que tiene la parroquia “El Cisne” para generar alternativas de desarrollo empresarial como la presente propuesta. Pues mediante del estudio de mercado se determina una amplia demanda por cubrir y un producto nuevo y novedoso que tiene el respaldo de los turistas que visitan la parroquia
- Se recomienda destinar el presupuesto para hacer realidad el presente proyecto, pues en las condiciones de mercado y económicas que se presentan en este estudio, determinan su factibilidad.
- Que los gobiernos de turno coadyuven al desarrollo y creación de microempresas mediante la inyección de capital.

j. BIBLIOGRAFÍA.

LIBROS Y DOCUMENTOS:

- ✓ AMARO, Raymundo. "Administración de Empresas I", Editora Tiempo S.A. 1998 Pág. 32
- ✓ ARMIJOS, Eduardo y Armijos Alex (2009). Guía para la elaboración y Evaluación de Proyectos de Investigación, primera edición, Loja - Ecuador, Pág. 204.
- ✓ BARRENO, Luis; "Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos", Primera edición, Ecuador, 2011.
- ✓ CABEZUT, Boo. Evaluación de proyectos. México. 2009. Pág. 85
- ✓ CHIAVENATO, Idalberto. "Introducción a la Teoría General de la Administración". Quinta edición 2000. Pág. 228
- ✓ CÓRDOVA, Padilla Marcial, "Formulación y Evaluación de Proyectos", Impreso en Colombia ECOE Ediciones primera edición 2006 Pág. 311
- ✓ COSS BU Raúl, "Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión" Noriega editores Limusa, México 2005. Pág. 27
- ✓ Diccionario de Administración y Finanzas, Océano Centrum, Ed. Org. Halm Wily y Sans. Inc. Editorial Océano Barcelona España. Pág. 389
- ✓ FISHER, Laura, ESPEJO, Jorge. "Mercadotecnia", Sexta Edición, Mac Grawn-Interamericana 2000.
- ✓ FONTAINE, Ernesto, "Evaluación Social de Proyectos", Doceava Edición, Editorial Alfa omega, Agosto 2006 Colombia. Pág. 81.

- ✓ FRED R. David “Conceptos de Administración Estratégica”, Novena Edición, Pearson Education, México 2003.
- ✓ GARCÍA, Gary flor. “Guía para Elaborar Planes De Negocios” Primera edición, Graficas Paola 2006, Pág. 85
- ✓ Ken Blanchard, Alan Randolph, Peter Grazier, Recursos Humanos, Colección Habilidades Directivas, Editorial Deusto, año 2012.
- ✓ KOTLER, PHILIP, BLOOM PAUL Y HAYES THOMAS, (2004), El Marketing de Servicios Profesionales, Ediciones Paidós Ibérica S.A. Pág. 98
- ✓ LEDESMA, J., La Competencia, 2. Vol., Economía y Finanzas, Universidad de Carabobo, Venezuela. 2007. Pág. 75
- ✓ MIDEROS, H., Estudio de mercado, Ed. Cosmos, Perú. 2006. Pág. 17
- ✓ MINISTERIO DE TURISMO DE LOJA, Información de turistas de la parroquia el Cisne, 2013.
- ✓ MIRANDA, Miranda Juan José, “Gestión de Proyectos”, Quinta Edición, MM Editores, Bogotá 2005, Pág. 191
- ✓ MOKATE, Karen Marie, “Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión”, Editorial Alfa-Omega, Segunda Edición, Colombia 2004, Pág. 46
- ✓ OCAMPO, José Eliseo, “Costos y Evaluación de Proyectos”, Editorial Continental Primera Edición, México 2002 Pág. 143
- ✓ RANDALL, G. (2003), PRINCIPIOS DE MARKETING. 2ª edición.

- ✓ SAPAG, Chain Nassir,” Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación”, Impreso en México, Primera Edición 2007, Pearson Educación.
- ✓ Técnicas de Recreación Juan Carlos Cutrera .Universidad de El Salvador.
- ✓ TERREL, Jones, TERREL, Werner, “Introducción a la Contabilidad Administrativa”; Primera Edición 2001, Impreso en Colombia Pearson Educación. Pág. 30
- ✓ Tesis la Recreación un Plan Integral para el Salvador. Xenia Hidalgo. Universidad Albert Einstein.
- ✓ URIBE, Augusto. “Introducción al Proyecto”. Edit. Herrero Hnos, 2° Edición 2000, Pág. 12
- ✓ VACA, Urbina Gabriel, “Evaluación de Proyectos”, Quinta Edición, Impreso en México, Editorial McGraw-Hill 2006.
- ✓ WANDESLEY Fernanda, “Guía para la formulación y ejecución de proyectos de investigación” Prentice Holl, México 2005. Pág. 34.

PÁGINAS WEB:

- ✓ <http://microempresa.blogdiario.com/1206741300/>
- ✓ <http://www.inforural.com/turismo/cultural/urbano/>
- ✓ www.wikipedia.org
- ✓ http://www.amazoniactual.com/archidona_petroglifos.htm
- ✓ <http://www.rupestreweb.info/introduccion.html>

k. ANEXOS

ANEXO 1: Resumen de proyecto

a. TEMA

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE LLAVEROS DE RESINA CON MOTIVOS CULTURALES Y SU COMERCIALIZACIÓN A LOS TURISTAS DE LA BASÍLICA DEL CISNE DE LA PROVINCIA DE LOJA"

b. PROBLEMÁTICA

El mundo subdesarrollado tiene una imperiosa necesidad de bienes básicos, pero carece de poder adquisitivo. Por el contrario, los países desarrollados tienen la capacidad de satisfacer estas necesidades, sin embargo solo lo harán si quienes las requieren pueden solventar estos servicios.

La imperiosa necesidad de que América Latina, Ecuador y la provincia de Loja se conviertan en entes productivos de bienes y servicios se hace cada vez más urgente, pues solamente con la creación de microempresas lograremos convertirnos en parte de aquellos grupos de países que han alcanzado una economía acorde a su desarrollo; para ello, se hace indispensable empezar desde cada una de las comunidades que conforman nuestro país, pues son precisamente ellas las que cuentan con personas capaces de convertirse en productores y emprendedores para que la brecha económica entre países del primer y tercer mundo sea cada vez más pequeña.

Ahora me refiero al Cisne, una de las parroquias rurales del cantón Loja, cuya topografía es muy accidentada y de difícil acceso; donde la agricultura y la ganadería son las fuentes de riqueza del sector. Otra de las actividades principales de la parroquia es la religiosa y comercial, constituyendo el turismo religioso una actividad económica de especial significación, puesto que en medio de un humilde pueblo de campesinos, se levanta un enorme templo gótico, muy concurrido durante todo el año, por peregrinos del Austro Ecuatoriano y del Norte Peruano. El templo es imponente en sí y mayor grandiosidad le da su ubicación en la cumbre de una escarpada montaña. En su interior se venera una imagen de la Virgen María tallada en cedro, a fines del siglo XVI por Don Diego de Robles, el autor de la Virgen del Quinche y la de Guápulo.

Se hace necesario mencionar que en esta productiva parroquia hace falta además la iniciativa para la creación de microempresas en la localidad, lo que trae consigo la escasez de fuentes de empleo, generándose de esta manera el incipiente desarrollo económico.

Al analizar que un 50 % de la población correspondiente a la parroquia El Cisne se dedica a la venta de artesanías a los turistas que acuden todo el año al visitar la Basílica del Cisne, se debe aprovechar la habilidad manual de los artesanos para elaborar y comercializar llaveros con motivos culturales cuya materia prima sea la resina y de ésta manera promocionar la cultura de consumo de productos ecuatorianos y lojanos.

De la problemática antes expuesta, se establece el siguiente problema **“No aprovechamiento de materias primas (resina), para la elaboración de artesanías”**.

La inexistencia de una microempresa que se dedique a la producción de derivados de resina repercute en un carente desarrollo empresarial dentro de la parroquia El Cisne, puesto que los llaveros y demás recuerdos que se elaboran y comercializan al público son hechos utilizando otras materias primas que dejan pocas utilidades por su alto costo; en tanto que si se utiliza la resina como materia prima para la elaboración de recuerdos y llaveros, éstos resultan mayormente atractivos y por lo tanto tendrán mayor acogida entre los turistas, lo que también permitirá el aumento de utilidades para quienes los comercializan. Ante ello, el presente proyecto pretende fomentar el emprendimiento empresarial hacia rumbos de desarrollo social y económico de la población que busca mejorar su calidad de vida (fuentes de trabajo, responsabilidad social, etc.); y como una alternativa para difundir la cultura de nuestra provincia he planteado el siguiente tema de tesis **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE LLAVEROS DE RESINA CON MOTIVOS CULTURALES Y SU COMERCIALIZACIÓN A LOS TURISTAS DE LA BASÍLICA DEL CISNE DE LA PROVINCIA DE LOJA”**

c. OBJETIVOS

El presente trabajo indagatorio se traza los objetivos que se mencionan a continuación:

OBJETIVO GENERAL:

Determinar la factibilidad para la creación de una microempresa productora de llaveros de resina con motivos culturales y su comercialización a los turistas de la Basílica del Cisne de la Provincia de Loja.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Efectuar un estudio de mercado para establecer la oferta y la demanda del producto
- Elaborar el respectivo estudio técnico que nos ayude a instituir factores tales como: tamaño y localización de la microempresa, componente tecnológico y estructura organizativa.
- Diseñar la estructura organizativa empresarial, en la que constaran: la base legal de la constitución de la microempresa, los niveles jerárquicos de autoridad, organigramas y los diferentes tipos de manuales.
- Desarrollar un estudio económico que facilite detallar los requerimientos de inversión, como también las fuentes que se requieren para el financiamiento de dicho proyecto.
- Realizar la Evaluación Financiera pertinente del proyecto, para ello nos valdremos de los criterios de evaluación financiera como son: Valor Actual Neto(VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (RB/C), Periodo de Recuperación de capital y finalmente el Análisis de Sensibilidad.

d. METODOLOGÍA

Como investigadora entendedora de la importancia de realizar un proyecto con responsabilidad y criterio analítico, cuyos resultados se vean reflejados en beneficios para los consumidores potenciales, he delineado la planificación del estudio, la misma que contempla la determinación de métodos y técnicas de compilación de datos, análisis e interpretación de información. Es también de valor trascendental que la metodología guarde relación directa con el tema, el problema, los objetivos y la hipótesis planteada.

MÉTODOS

Método Científico

Es el procedimiento más idóneo que ayudará a realizar las actividades que se plantean, conforme a las características del objeto que sigue la investigación científica para descubrir, conocer y explicar las formas de existencias de los procesos del universo, de desentrañar sus conexiones internas, comprenderlo cada vez más profundamente y generalizar los conocimientos adquiridos y de tal forma, demostrarlos rigurosamente y racionalmente mediante la observación del movimiento de la realidad, el experimento o sus aplicaciones técnicas. El método científico permitirá el planteamiento del problema, conocer las razones y causas de su apareamiento, justificación, elaboración de los objetivos tanto generales como específicos, la recolección de información.

Método Inductivo

Es un proceso analítico – sintético mediante el cual se parte del estudio de un hecho o fenómenos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación es de carácter general. Se emplea para descomponer en partes la información teórica, para la fundamentación, así como para comparar los resultados de la investigación de campo y construir las conclusiones y recomendaciones.

Método Deductivo

Se utiliza para inferir de lo general a lo específico, de lo universal a lo individual. Sigue un proceso sintético - analítico, es decir se presenta conceptos, principios, definiciones leyes o normas generales de las cuales se extrae conclusiones. Permite sistematizar, esquematizar y diferir la información bibliográfica, con la investigación de campo, permitiendo fundamentar el trabajo investigativo, elaborando conclusiones y recomendaciones.

DESCRIPTIVO

Determinar el estado actual del problema, comprensión y descripción del mismo, elaboración del marco teórico formular objetivos, recolección de datos, organización e interpretación, conclusiones y recomendaciones.

SINTÉTICO

Para descomponer el problema en sus partes. De igual forma analizar y examinar el resultado de la información como producto de la encuesta aplicada a los turistas para interpretarla y formular las conclusiones y recomendaciones.

TÉCNICAS

La Observación

Es el procedimiento que el investigador utiliza para obtener información objetiva acerca del comportamiento de los procesos y hechos existentes. La observación directa, me permitirá conocer los diferentes problemas que aquejan a nuestra ciudad y a la vez seleccionar uno de ellos par investigarlo y proponer alternativas de solución.

La Encuesta

Es la técnica que a través de un cuestionario adecuado me permite recopilar datos de toda la Población o de una parte representativa de ella se caracteriza porque la persona investigada llena el cuestionario. Es un medio para comprobar la hipótesis, los instrumentos que pueden emplearse para levantar una encuesta son los cuestionarios. La finalidad de los cuestionarios es la obtención de datos mediante la consulta o interrogatorio.

La Bibliográfica

Esta técnica permite recopilar la información bibliográfica, documental de diferentes fuentes, la misma que me sirve para fundamentar el desarrollo del Proyecto y Tesis.

Población y Muestra

Tamaño de la Muestra

Para la determinación del tamaño de la muestra, consideraremos los datos estadísticos del año 2012 emitidos por el Ministerio de Turismo que es de

400.000 turistas que visitan la Basílica de la Parroquia El Cisne de la Provincia de Loja, éste segmento llegarían a ser nuestro mercado potencial

TURISTAS QUE VISITAN LA BASÍLICA DE LA PARROQUIA EL CISNE
DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

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

En donde

n=Tamaño de la muestra

N= Población total

e = Error experimental = 5 %

$$n = \frac{400.000}{1 + (0.05)^2 400.000}$$

$$n = \frac{400.000}{1001}$$

$$n = 399,60$$

Consecuentemente, el tamaño de la muestra es de 400 turistas que visitan la Parroquia el Cisne de la Provincia de Loja, a quienes se les aplicarán las encuestas respectivas.

ANEXO 2: Encuesta dirigida a turistas



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

Como egresada de la carrera de Administración de Empresas me encuentro desarrollando la investigación intitulada: **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE LLAVEROS DE RESINA CON MOTIVOS CULTURALES Y SU COMERCIALIZACIÓN A LOS TURISTAS DE LA BASÍLICA DEL CISNE DE LA PROVINCIA DE LOJA**, para lo cual le solicito a usted se digne contestar las siguientes interrogantes:

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente la pregunta antes de contestarla:

INFORMACIÓN GENERAL:

Edad.....

Sexo: Masculino..... Femenino.....

1. INDIQUE CUAL ES SU LUGAR DE PROCEDENCIA

Provincia de Loja ()

Otras Provincias ()

2. INDIQUE CUÁLES SON SUS INGRESOS MENSUALES

\$400-\$800 ()

\$801-\$1200 ()

\$1201-1600 ()

\$1601 en adelante ()

3. **¿HA ADQUIRIDO LLAVEROS PRODUCIDOS A BASE DE RESINA?**

SI ()
NO ()

4. **¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR ESTE TIPO DE PRODUCTO?**

\$5-\$10 ()
\$11-\$15 ()
\$16-\$20 ()
\$21-\$25 ()
\$26-\$30 ()
\$31 en adelante ()

5. **¿CON QUÉ FRECUENCIA ADQUIERE LLAVEROS FABRICADOS A BASE DE RESINA?**

Semanal ()
Mensual ()
Anual ()

6. **¿CUÁNTOS LLAVEROS FABRICADOS A BASE DE RESINA COMPRA MENSUALMENTE?**

\$1-\$5 ()
\$6-\$10 ()
\$11-\$15 ()
\$-16 en adelante ()

7. **¿CONOCE ALGÚN LUGAR DONDE VENDAN LLAVEROS FABRICADOS A BASE DE RESINA, EN LA PARROQUIA DE “EL CISNE”?**

SI ()
NO ()

8. **¿COMPRARÍA LLAVEROS A BASE DE RESINA, FABRICADOS EN LA PARROQUIA DE “EL CISNE”?**

SI ()
NO ()

9. ¿QUÉ ZONA DE UBICACIÓN PREFIERE PARA LA FABRICA A CREARSE EN LA PARROQUIA “EL CISNE”?

- Cercanía al centro de la ciudad ()
- Cercanía a la Basílica principal ()
- Cercanía a parqueaderos ()

10. ¿LA CALIDAD DE LLAVEROS QUE USTED COMPRA ES?

- Excelente ()
- Buena ()
- Regular ()
- Mala ()

11. ESPECIFIQUE EL MEDIO DE COMUNICACIÓN POR EL QUE LE GUSTARÍA ESTAR INFORMADO

- TV ()
- Radio ()
- Prensa ()
- Internet ()
- Otros ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3: Encuesta dirigida a productores y oferentes de llaveros de resina en la parroquia “El Cisne”



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

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS DE NEGOCIOS DE LLAVEROS

Estimado amigo(a) como egresada de la carrera de Administración de Empresas con el fin de recabar información para el desarrollo de la investigación titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LLAVEROS DE RESINA CON MOTIVOS CULTURALES EN LA CIUDAD DE LOJA”**, le solicito de la manera más comedida se digne contestar las siguientes interrogantes.

INFORMACIÓN GENERAL:

Señale con una (X) la respuesta elegida.

1. **¿SU ESTABLECIMIENTO CUENTA CON LLAVEROS DE RESINA PARA SU VENTA?**

Si ()
No ()

2. **¿A QUIÉNES COMERCIALIZA EN MAYOR CANTIDAD SUS LLAVEROS DE RESINA?**

Consumidor final ()
Empresas ()

3. ¿DE DÓNDE PROVIENEN SUS LLAVEROS DE RESINA?

- Guayaquil ()
- Quito ()
- Cuenca ()
- Otros lugares ()

4. ¿CADA QUÉ TIEMPO ADQUIERE LLAVEROS DE RESINA PARA SU ESTABLECIMIENTO?

- Mensual ()
- Trimestral ()

5. ¿MENSUALMENTE CUÁNTAS PERSONAS EN PROMEDIO ADQUIEREN LLAVEROS DE RESINA EN SU ESTABLECIMIENTO?

- 1-5 ()
- 6-10 ()
- 11-15 ()
- 16-20 ()
- 21-25 ()
- 26-30 ()
- 31-35 ()
- 36 en adelante ()

6. ¿CON QUÉ FRECUENCIA LOS TURISTAS ACUDEN A SU ESTABLECIMIENTO A ADQUIRIR LLAVEROS DE RESINA?

- De lunes a viernes ()
- Fines de semana ()
- Feridos ()
- Temporada alta ()

7. ¿CONSIDERA USTED QUE LAS UTILIDADES QUE GENERA SU ESTABLECIMIENTO SON?

- Muy buenas ()
- Buenas ()
- Malas ()
- Reglares ()

GRACIAS POR SU COOPERACIÓN

ÍNDICE

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORIA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
ABSTRACT	5
c. INTRODUCCIÓN	8
d. REVISIÓN DE LITERATURA	12
e. MATERIALES Y MÉTODOS	47
f. RESULTADOS	51
g. DISCUSIÓN	71
h. CONCLUSIONES	194
i. RECOMENDACIONES	196
j. BIBLIOGRAFÍA	197
k. ANEXOS	200
INDICE	213