



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

Tema:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA AL ARMADO Y SELLADO DE PACKS PROMOCIONALES DE CARTÓN
EN EL CANTÓN CAYAMBE PROVINCIA DE PICHINCHA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD
Y AUDITORÍA CPA**

Autora: PILLAJO CABEZAS MÓNICA ALEXANDRA

Tutor: ING.COM. MAURICIO ARAGÓN, C.P.A., M.B.A.

Ibarra, Mayo 2016

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como propósito determinar la factibilidad sobre la creación de una empresa dedicada al armado y sellado de packs promocionales de cartón en la Ciudad de Cayambe, Provincia de Pichincha. Este estudio surge con la necesidad de servir a los micro mercados, empresas lácteas y demás industrias productoras de bienes que para aumentar sus ventas, competitividad o incluso para despachar productos que son de baja rotación en el mercado necesitan que estén acompañados de una caja convertido en paquete promocional, el estudio tiene como fin ofrecer un producto de alta calidad a precio justo, asimismo minimizar sus costos de operación en procesos de logística entre otros. Dentro de este proyecto constarán siete capítulos que nos llevará a la determinación de su realización. Se elaboró un diagnóstico situacional del entorno para establecer la existencia de condiciones favorables o desfavorables para el desarrollo del proyecto. Posteriormente se realizó un estudio que da a conocer toda la información científica del tema de la investigación a tratar, sustentando así los objetivos específicos planteados en el mismo. Analizamos un estudio de mercado donde nos revela que la producción de cajas de cartón para los packs promocionales en el sector mencionado tendrá acogida ya que somos la primera empresa en posicionarnos con este producto en el cantón. Para determinar la localización óptima del proyecto se analizó diversos lugares estratégicos y el análisis de factores, contribuyeron a optar por la Ciudad de Cayambe. Dentro de la evaluación económica se analizó todos los indicadores financieros, los cuales demuestran su factibilidad. Se realizó la constitución administrativa y legal de la empresa, para su funcionamiento. Se determinó la incidencia de impactos en el proyecto, obteniendo un impacto alto positivo, en aspectos como: económico, socio-cultural, comercial, educativo y ambiental.

SUMMARY

The present study aims to determine the feasibility on the creation of a company dedicated to the assembly and sealing of promotional packs of cardboard in the city of Cayambe, Pichincha province. This study arises with the need to serve the micro markets, dairy companies and other industries producers of goods that to increase their sales, competitiveness or even to dispatch products that are of low rotation in the market need to be accompanied by a box become promotional package, the study aims to provide a high quality product to fair price also minimize their costs of operation in logistics processes among others. Inside this project there will consist seven chapters that it will take us to the determination of its achievement. A situational diagnosis of the environment was prepared to establish the existence of favorable or unfavorable conditions for the development of the project. Later there was realized a study that announces all the scientific information of the topic of the investigation to be treated, sustaining this way the specific targets raised in the same one. We analyze a market research where it reveals to us that the cartons production for the promotional packs in the mentioned sector will have accepted since we are the first company in posicionarnos with this product in the canton. To determine the optimal location for the project is analyzed various strategic locations and the analysis of factors, contributed to opt for the City of Cayambe. Within the economic evaluation was analyzed all financial indicators, which show its feasibility. Was the constitution administrative and legal company for its operation. It was determined the incidence of impacts in the project, obtaining a high impact positive, in aspects such as: economic, socio-cultural, commercial, educational and environmental.

AUTORÍA

Yo, **MÓNICA ALEXANDRA PILLAJO CABEZAS**, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL ARMADO Y SELLADO DE PACKS PROMOCIONALES DE CARTÓN EN EL CANTÓN CAYAMBE PROVINCIA DE PICHINCHA”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



.....

MÓNICA ALEXANDRA PILLAJO CABEZAS

C.I. 172596699-6

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de director de trabajo de grado presentado por la egresada, Srta. **MÓNICA ALEXANDRA PILLAJO CABEZAS**, para optar por el título de ingeniera en contabilidad superior y auditoría, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL ARMADO Y SELLADO DE PACKS PROMOCIONALES DE CARTÓN EN EL CANTÓN CAYAMBE PROVINCIA DE PICHINCHA”**, considero que el mencionado trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para hacer sometidos a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, 10 de septiembre de 2015.



..... la Universidad Técnica del Norte.

ING.COM. MAURICIO ARAGÓN, C.P.A., M.B.A.
C.I. 1001600566

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, Srta. **MÓNICA ALEXANDRA PILLAJO CABEZAS**, manifiesto por mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la ley de propiedad intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6 en calidad de autora de la obra o trabajo de grado dominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL ARMADO Y SELLADO DE PACKS PROMOCIONALES DE CARTÓN EN EL CANTÓN CAYAMBE PROVINCIA DE PICHINCHA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de: **INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital de la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Atentamente:


MÓNICA ALEXANDRA PILLAJO CABEZAS
C.I. 172596699-6



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. Identificación de la obra

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto repositorio digital institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información.

DATOS DE CONTACTO			
Cédula de identidad:	172596699-6		
Apellidos y nombres:	Pillajo Cabezas Mónica Alexandra		
Dirección:	Cayambe, Barrio Santa Clara		
Email:	monny.alexpc@gmail.com / monny1@live.com.ar		
Teléfono fijo:	022 138-083	Teléfono móvil:	099289949-3
DATOS DE LA OBRA			
Título:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL ARMADO Y SELLADO DE PACKS PROMOCIONALES DE CARTÓN EN EL CANTÓN CAYAMBE PROVINCIA DE PICHINCHA"		
Autor (es):	Pillajo Cabezas Mónica Alexandra		
Fecha:	30/05/2016		
Programa:	<input checked="" type="checkbox"/> pregrado <input type="checkbox"/> posgrado		
Título por el que opta:	Ingeniería en Contabilidad Superior y Auditoría		
Asesor/ director:			

2. Autorización de uso a favor de la universidad

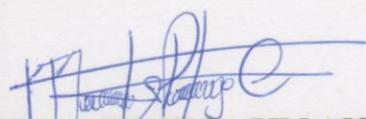
Yo, Srta. **MÓNICA ALEXANDRA PILLAJO CABEZAS**, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte la publicación de la obra en el repositorio digital institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la ley de educación superior art. 144.

3. Constancias

La autora mantiene que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 30 días del mes de Mayo de 2016.

El autor:



MÓNICA ALEXANDRA PILLAJO CABEZAS
C.I. 172596699-6

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado principalmente a Dios y a la Virgen María, ya que gracias a ellos cada día veo un amanecer lleno de bendiciones junto a todas las personas que amo y hasta las que no porque cada una de ellas me han dejado enseñanzas.

A los todos seres que más amo en esta vida: Mi familia,

En especial a mis padres, por ser un apoyo incondicional en el día a día; por ser la fuente de mi inspiración y motivación para superarme cada día más y así poder luchar para que la vida nos ofrezca un futuro mejor.

A mis hermanos y su familia por ser un apoyo incondicional en los momentos buenos y hasta los difíciles de mi vida, por su comprensión, su cariño y su amor infinito.

A mis sobrinos por rodear mi vida con alegrías, sonrisas, abrazos y gestos de amor puro.

A mis amigos por estar en lo bueno y lo difícil que se atraviesa en la vida.

A mis maestros que con sus enseñanzas han logrado formar mi conocimiento previo a la carrera para ser una persona de provecho para la sociedad.

AGRADECIMIENTO

Después de haber realizado la tesis en primer instante le doy gracias a Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, por iluminar mi sendero y fortalecer mi corazón.

A mis padres, por ser las personas más extraordinarias e incondicionales que siempre han estado a mi lado, porque en su compañía las cosas malas se convierten en buenas, la tristeza se transforma en alegría y junto a ellos la soledad no existe.

Agradecer hoy y siempre a mi familia por el ánimo, apoyo y alegría que me brindan, porque continuamente me dan la fortaleza necesaria para seguir adelante.

De igual manera mi más sincero agradecimiento a la facultad por su generosidad en brindarme su alto conocimiento en mi carrera con profesores de excelencia.

Agradezco a todos desde lo más profundo de mi corazón, el haberme brindado todo el apoyo, colaboración, ánimo y sobre todo cariño y amistad.

PRESENTACIÓN

El presente estudio tiene como propósito la creación de una empresa de producción y comercialización de cajas de cartón corrugado en el Cantón Cayambe Provincia de Pichincha.

A continuación se describe de manera breve los capítulos que contiene el presente trabajo:

Capítulo I: Diagnóstico situacional, en este capítulo se analiza la situación actual de la localidad en donde se ubicará el proyecto para lo cual fue necesario el planteamiento de objetivos, variables diagnósticos e indicadores que permitieran estudiar aspectos económicos, sociales, demográficos y culturales, a través de la recopilación de información tanto primaria como secundaria, con la finalidad de poder establecer las condiciones favorables y desfavorables a las cuales tendría que enfrentarse al ejecutar el presente proyecto.

Capítulo II: Bases teóricas y científicas, permiten fundamentar de manera teórica los procesos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. El uso de conceptos sobre temas y subtemas relevantes permitirá tener una mejor visión de lo que el proyecto pretende. Las bases teóricas utilizadas están basadas en libros especializados, revistas y publicaciones de internet las mismas que fueron revisados y analizados de acuerdo con las necesidades del proyecto.

Capítulo III: Estudio de mercado, en este capítulo se realizará un análisis del mercado en el cual se introducirá el producto que se pretende ofertar, para lo cual fue necesario determinar el grado de aceptación de los consumidores basados en sus gustos y preferencias. Esto permitió tener una mejor visión sobre el grado de éxito que tendría el proyecto.

Capítulo IV: Estudio técnico - Ingeniería del proyecto, en este capítulo se determinaron aspectos como el tamaño, la ubicación, infraestructura, distribución de las diferentes áreas productivas y administrativas que se requieren para el normal desarrollo de las actividades de la empresa que se pretende implantar.

Capítulo V: Estudio financiero, el objetivo de este capítulo es establecer el recurso económico, es decir la inversión que se necesita para que el proyecto pueda hacerse realidad, además permite establecer los tiempos de recuperabilidad de dicha inversión tomando en cuenta los índices básicos como el TIR, VAN, Costo beneficio, entre otros.

Capítulo VI: Estructura administrativa, en este capítulo se determinó la estructura organizacional y funcional que permitirá distribuir los recursos a las distintas áreas de la microempresa, para lo cual se creó el organigrama funcional para el análisis de puestos y así poder elegir el personal necesario.

Capítulo VII: Impactos, se realizó un análisis de los efectos del proyecto sobre aspectos como: económico, socio-cultural, comercial, educativo y ambiental, para establecer si el proyecto afecta de manera positiva o negativa a la localidad.

Finalmente se llega a determinar las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO	vi
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN.....	xi
ÍNDICE GENERAL	xiii
ÍNDICE DE TABLAS	xviii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xxi
ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS	xxi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxii
INTRODUCCIÓN	xxiii
JUSTIFICACIÓN	xxv
OBJETIVOS	xxvii
CAPÍTULO I	28
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	28
Antecedentes	28
Objetivos diagnósticos	32
Objetivo general.....	32
Objetivo específico	32
Variables del diagnóstico.....	32
Indicadores o sub aspectos que definen las variables	32
Matriz de variables diagnosticas AOOR.....	34
Diagnostico situacional.....	35
Datos históricos del Cantón Cayambe	35
Lugares turísticos	35
Comida típica	36
Aspectos geográficos	36
Aspectos socio-demográficos	37

Aspecto socioeconómico	37
Distribución de la PEA según rama de actividad económica	37
La PEA según sectores económicos	38
Determinación de la matriz AOOR.....	38
Plan de contingencia	39
CAPÍTULO II.....	40
MARCO TEÓRICO.....	40
Empresa.....	40
Empaque	40
Embalaje	41
Packs promocionales o Packagings	41
Cartón corrugado	42
Clasificación del cartón ondulado o corrugado	43
Estudio de mercado.....	48
Mercado meta.....	48
Producto	48
Oferta	48
Demanda	49
Precio	49
Comercialización	49
Publicidad	50
Estudio técnico.....	50
Tamaño del proyecto.....	50
Localización del proyecto	51
Macro localización.....	51
Micro localización	52
Ingeniería del proyecto	52
Estudio económico.....	53
Punto de equilibrio.....	53
Presupuesto	54
Gastos.....	54
Estado de situación financiera	54
Estado de resultados integral	55
Evaluación financiera.....	55

Flujo de caja.....	55
Valor actual neto.....	56
Tasa interna de retorno.....	56
Costo beneficio.....	56
Período de recuperación de la inversión.....	57
Obligaciones tributarias.....	57
Personas naturales.....	57
Aspectos legales para crear la microempresa.....	58
Registro único de contribuyentes (RUC).....	58
Patente personas naturales.....	58
Permiso sanitario de funcionamiento.....	59
Análisis del capítulo.....	60
CAPÍTULO III.....	61
ESTUDIO DE MERCADO.....	61
Objetivos del estudio de mercado.....	61
Objetivo general.....	61
Objetivos específicos.....	61
Matriz variable de estudio de mercado.....	62
Identificación de la población.....	64
Identificación de la muestra.....	64
Análisis de la encuesta.....	65
Descripción del producto.....	75
Análisis y proyección de la oferta.....	77
Análisis de la demanda.....	78
Proyección de la demanda insatisfecha.....	82
Análisis y determinación de los precios.....	84
Análisis de la comercialización, distribución y publicidad del producto.....	85
Análisis del capítulo.....	87
CAPÍTULO IV.....	88
ESTUDIO TÉCNICO.....	88
Tamaño del proyecto.....	88
Localización del proyecto.....	89
Macro localización.....	89
Micro localización.....	90

Ingeniería del proyecto	91
Distribución de las instalaciones.....	91
Proceso productivo de las cajas de cartón corrugado	94
Simbología	98
Flujograma de procesos	99
Descripción gráfica del proceso productivo	100
Flujo de materiales.....	101
Inversiones fijas	102
Inversión variable.....	103
Inversiones pre operativas y diferidas.....	103
Capital de trabajo	104
Resumen de capital de trabajo	107
Resumen de inversiones.....	107
Análisis del capítulo.....	108
CAPÍTULO V.....	109
ESTUDIO FINANCIERO	109
Estructura de la inversión.....	109
Determinación de ingresos.....	110
Determinación de los costos	111
Egresos.....	114
Gastos administrativos	114
Gastos ventas	114
Gastos financieros.....	115
Depreciación de propiedad planta y equipo.....	117
Gastos de operación y financiamiento	122
Estados Financieros	123
Estados de Resultados Integral	123
Estado de Situación Financiera.....	124
Flujo de caja.....	126
Evaluación financiera.....	127
Relación Costo – Beneficio	129
Período de Recuperación de la Inversión – PRI	130
Punto de equilibrio.....	130
Resumen de indicadores financieros.....	131

Análisis del capítulo.....	132
CAPÍTULO VI.....	133
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	133
Nombre de la empresa	133
Imagen corporativa	133
Misión	134
Visión.....	134
Principios y valores.....	134
Principios	134
Valores	136
Políticas.....	137
Organigrama estructural.....	138
Manual de funciones	139
Aspectos legales de funcionamiento	145
Constitución legal	149
Análisis del capítulo.....	157
CAPÍTULO VII	158
IMPACTOS	158
Impacto económico.....	159
Impacto socio-cultural	160
Impacto comercial.....	161
Impacto educativo.....	162
Impacto ambiental.....	163
Impacto general del proyecto.....	164
CONCLUSIONES	166
RECOMENDACIONES.....	168
BIBLIOGRAFÍA	169
ANEXOS	172
A1. ENCUESTA.....	173
A2. MATRIZ TASAS DE INTERÉS CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL	176

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de variables diagnosticas AOOR	34
Tabla 2. Matriz AOOR del proyecto.....	38
Tabla 3. Plan de contingencia para prevención de pérdidas en la empresa	39
Tabla 4. Matriz de estudio de mercado	62
Tabla 5. Número de establecimientos por actividad.....	64
Tabla 6. Empresa más competitiva para el servicio de cajas de cartón	65
Tabla 7. Cantidad de productos adquiridos mensualmente	66
Tabla 8. Razones por las cuales se utiliza packs promocionales	67
Tabla 9. Ciudad más cercana para la adquisición de packs promocionales.....	68
Tabla 10. Forma de pago para el servicio de packs promocionales y cajas de cartón corrugado	69
Tabla 11. Razones por las que se utiliza el servicio	70
Tabla 12. Beneficios que dan los proveedores.....	71
Tabla 13. Medios por el cual se encontró a los proveedores de este servicio.....	72
Tabla 14. Necesidad del servicio de cajas de cartón corrugado en la Ciudad de Cayambe	73
Tabla 15. Características por la cuales escogería una empresa de packs promocionales y cajas de cartón corrugado.....	74
Tabla 16. Crecimiento de establecimientos en actividades de cartón.....	78
Tabla 17. Proyección de la oferta	78
Tabla 18. Información histórica del crecimiento de establecimientos comerciales e industriales.	80
Tabla 19. Cuadro de crecimiento de establecimientos en porcentaje	81
Tabla 20. Proyección de la demanda de consumidores potenciales	82
Tabla 21. Proyección de la demanda insatisfecha de cajas de cartón corrugado.....	83
Tabla 22: Identificación producto.....	84
Tabla 23. Precios para cajas de cartón corrugado del año base	84
Tabla 24. Determinación de los precios.....	84
Tabla 25. Capacidad de producción esperada de cajas de cartón	88
Tabla 26. Activos fijos.....	102
Tabla 27. Personal requerido	103
Tabla 28. Gastos varios.....	103
Tabla 29. Detalle de materia prima directa.....	104

Tabla 30. Rol de pagos.....	105
Tabla 31. Mano de obra indirecta	105
Tabla 32. Costos indirectos de fabricación	106
Tabla 33. Resumen de capital de trabajo	107
Tabla 34. Resumen de la inversión	108
Tabla 35. Estructura de la inversión	109
Tabla 36. Tabla de inflación según BCE año 2015	110
Tabla 37. Ingresos anuales por ventas	110
Tabla 38. Costos de Producción.....	111
Tabla 39. Materia prima directa mensual	111
Tabla 40. Materiales directos para cada año	112
Tabla 41. Crecimiento de salario mínimo vital por años	112
Tabla 42. Gastos mano de obra directa.....	113
Tabla 43. Costos indirectos de fabricación CIF.....	113
Tabla 44. Gastos administrativos.....	114
Tabla 45. Gastos de ventas.....	114
Tabla 46. Amortización	115
Tabla 47. Grupo de activos fijos	117
Tabla 48. Depreciación de edificación.....	118
Tabla 49. Depreciación de maquina plegadora.....	119
Tabla 50. Depreciación de máquina corrugadora	119
Tabla 51. Depreciación de máquina cortadora	120
Tabla 52. Depreciación de máquina troqueladora	120
Tabla 53. Depreciación de máquina de impresión.....	121
Tabla 54. Depreciación de muebles y enseres	121
Tabla 55. Depreciación de equipo de cómputo.....	122
Tabla 56. Depreciación anual de propiedad planta y equipo	122
Tabla 57. Costos de Operación y de Financiación.....	123
Tabla 58. Estados de Resultados Integral Proyectado	124
Tabla 59. Estado de Situación Financiera.....	125
Tabla 60. Flujo de caja.....	126
Tabla 61: Costo de Oportunidad.....	127
Tabla 62. Valor Actual Neto.....	128
Tabla 63. Tasa Interna de Retorno.....	129

Tabla 64. Periodo de recuperación de la inversión	130
Tabla 65. Punto de equilibrio.....	131
Tabla 66. Resumen de indicadores financieros.....	131
Tabla 67. Matriz de valoración	158
Tabla 68. Matriz de impacto económico.....	159
Tabla 69. Matriz de impacto socio-cultural	160
Tabla 70. Matriz de impacto comercial	161
Tabla 71. Matriz de impacto educativo.....	162
Tabla 72. Matriz de impacto ambiental	163
Tabla 73. Matriz de impacto general del proyecto	164

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Ubicación geográfica del Cantón de Cayambe.....	36
Ilustración 2. Cartón ondulado de cara simple.....	43
Ilustración 3. Cartón corrugado de simple cara	44
Ilustración 4. Cartón corrugado simple faz doble cara.	44
Ilustración 5. Cartón corrugado simple faz doble cara	45
Ilustración 6. Cartón corrugado doble pared.....	45
Ilustración 7. Cartón corrugado doble pared.....	46
Ilustración 8. Cartón ondulado de triple pared:	47
Ilustración 9. Cartón corrugado de triple pared.	47
Ilustración 10. Packs promocionales de cartón.....	75
Ilustración 11. Cajas de cartón corrugado.....	76
Ilustración 12. Proyección de la demanda insatisfecha de cajas de cartón corrugado.....	83
Ilustración 13. Macro localización.....	89
Ilustración 14. Micro localización	90
Ilustración 15. Distribución interna de las instalaciones de la planta:	92
Ilustración 16. Plano de distribución de las instalaciones.....	93
Ilustración 17. Flujograma de proceso productivo la elaboración de cajas de cartón corrugado	99
Ilustración 18. Proceso productivo	100
Ilustración 19. Flujo de materiales.....	101
Ilustración 20. Punto de equilibrio.....	131
Ilustración 21. Organigrama estructural de la empresa	138

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1. Parque central de Cayambe 23 de Julio	29
Fotografía 2. Nevado Cayambe	30

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Empresa más competitiva para el servicio de cajas de cartón promocionales	65
Gráfico 2. Cantidad de cartón promocional adquiridos mensualmente	66
Gráfico 3. Razones por las cuales se utiliza los packs promocionales	67
Gráfico 4. Ciudad más cercana para la adquisición de packs promocionales y cajas de cartón corrugado	68
Gráfico 5. Forma de pago para el servicio packs promocionales y cajas de cartón corrugado.	69
Gráfico 6. Razones por las que se utiliza el servicio	70
Gráfico 7. Beneficios que dan los proveedores de cartón corrugado	71
Gráfico 8. Medios por el cual se encontró a los proveedores	72
Gráfico 9. Necesidad de la producción de pack promocionales en la Ciudad de Cayambe	73
Gráfico 10. Características por las cuales escogería una empresa de packs promocionales y cajas de cartón corrugado.....	74
Gráfico 11. Imagen corporativa Corrugados Rossel.....	133

INTRODUCCIÓN

El Cantón Cayambe está situado al norte de la Provincia de Pichincha, a 40 minutos de la Ciudad de Quito. Su temperatura promedio es de 12°C; su superficie es aproximadamente de 1.188,8 km²; su inconmensurable acervo cultural, histórico y natural lo convierten en un lugar formidable para la práctica del turismo científico, comunitario y de aventura. Cayambe posee el único nevado en el planeta que se encuentra ubicado justamente en la mitad del mundo.

La ejecución del proyecto se realizará en el Barrio Santa Clara de Ayora perteneciente a una Parroquia de las que posee la Ciudad de Cayambe. Sus habitantes tienen como principal actividad la agricultura y ganadería, los productos que se cultivan son de clima frío, a continuación describimos algunos de ellos: papas, maíz, ocas, mellocos, trigo, habas, cebada, fréjol. También los habitantes poseen grandes ideas de las cuales la ganadería ha traído grandes crecimientos económicos a la ciudad ya que con provecho de la ganadería se dedican a la elaboración de todos los derivados de la leche.

En la actualidad las industrias lácteas han crecido notablemente con la ayuda de entidades financieras por lo que hace a la ciudad más comercial y no solo internamente sino externo ya que algunas de nuestras industrias de lácteos han logrado expandirse hacia el exterior como lácteos Miraflores S.A. que posee productos con estándares de exportación. También se debe mencionar que no solo las industrias lácteas son aquellas que han colaborado con el crecimiento comercial sino también los supermercados y micro mercados quienes día a día trabajan para complacer a sus clientes de la Ciudad Cayambeña.

En este contexto y con las perspectivas a futuro es necesario el trabajo y la presentación de una empresa que produzca cajas de cartón corrugado promocionales, la cual ayude con la presentación y promoción para mejorar las ventas de productos lácteos, bebidas, y entre muchos más que se encuentran en perchas de micro mercados y supermercados.

La introducción al mercado de una empresa dedicada al armado y sellado de cajas de cartón corrugado tiene como fin también la de colaborar con un producto que mantenga los estándares de calidad para conservar la seguridad y brindar eficiencia en los procesos de transportación de productos hacia su destino de venta.

JUSTIFICACIÓN

La creación de una empresa de armado y sellado de packs promocionales de cartón en el Cantón Cayambe Provincia de Pichincha” es muy importante, debido a que este sector en los últimos años tiene una alta potencialidad de desarrollo económico – comercial.

El proyecto visualiza factibilidad ya que realizarlo en este establecimiento debido al crecimiento económico y comercial ha hecho que se presente la necesidad de implantar una empresa dedicada a la producción y comercialización de cajas de cartón corrugado en el Cantón Cayambe ya que actualmente no se localizó ningún tipo de industria de esta magnitud, lo que genera oportunidad para el desarrollo del proyecto.

Existe oportunidad de implementación debido a que las empresas lácteas, micro mercados y demás industrias productoras se ven en la necesidad de armar packs promocionales para aumentar ventas, competitividad o incluso para despachar productos que son de baja rotación de manera diaria. Las industrias en la actualidad adquieren las cajas de cartón promocionales para que la presentación del producto en paquete sea más llamativo, su consumo sea en cantidades familiares lo que hace que el cliente cree un vínculo emocional por su presentación, diseño de etiqueta, entre otras y con esto lograr que se incentive para consumir más.

La idea del proyecto no es tan solo la de crear cartón que lleven al producto final como promoción, sino también es la de crear cartón corrugado para ayudar a preservar la calidad del producto durante el tiempo que va a llevar a cabo hacia su destino de compra, es decir brindar el servicio de venta de cartón corrugado para todas las industrias que tengan que trasladar su producto a su destino de venta así ayudando con el cuidado, la preservación, aumentando seguridad y eficiencia en los procesos de la mercancía.

La compra de este producto por parte de las industrias Cayambeñas es adquirido en la Ciudad de Quito ya que es el lugar más cercano para realizar este tipo de producto que son las cajas de cartón corrugado, por lo que se ven obligados a valerse de estos servicios aunque sus costos, tiempo y transporte sean altos.

La implementación de este servicio en la Ciudad de Cayambe traerá a las industrias, micro mercados, supermercados, entre otras optimización de recursos económicos y logísticos.

OBJETIVOS

General:

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada al armado y sellado de packs promocionales en el Cantón Cayambe Provincia de Pichincha”

Específicos:

- Elaborar un diagnóstico situacional del Cantón Cayambe, Provincia de Pichincha a través de la herramienta administrativa AOOR (aliados, oportunidades, oponentes, riesgos).
- Estructurar el marco teórico que sustente el proyecto, a través de la investigación bibliográfica y linkográfica
- Efectuar el estudio de mercado que permita establecer la oferta y la demanda que existe en la Ciudad de Cayambe según las variables macroeconómicas.
- Diseñar un estudio técnico que justifique la ejecución del proyecto respecto a su estructura y análisis de su inversión.
- Realizar un estudio económico y financiero para determinar la rentabilidad del proyecto propuesto.
- Establecer la estructura organizacional del proyecto
- Determinar los principales impactos que causaría la implementación de este tipo de proyectos en el ámbito social, ecológico, económico y empresarial.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

Se conoce, que históricamente el pueblo Kayambi estaba ubicado en las Provincias que hoy son Pichincha, Imbabura y Napo. El territorio Kayambi limitaba: al Norte con el Lago San Pablo; al sur con el río Guayllabamba, al Este con la Cordillera Oriental y al Oeste con la Cordillera Occidental.

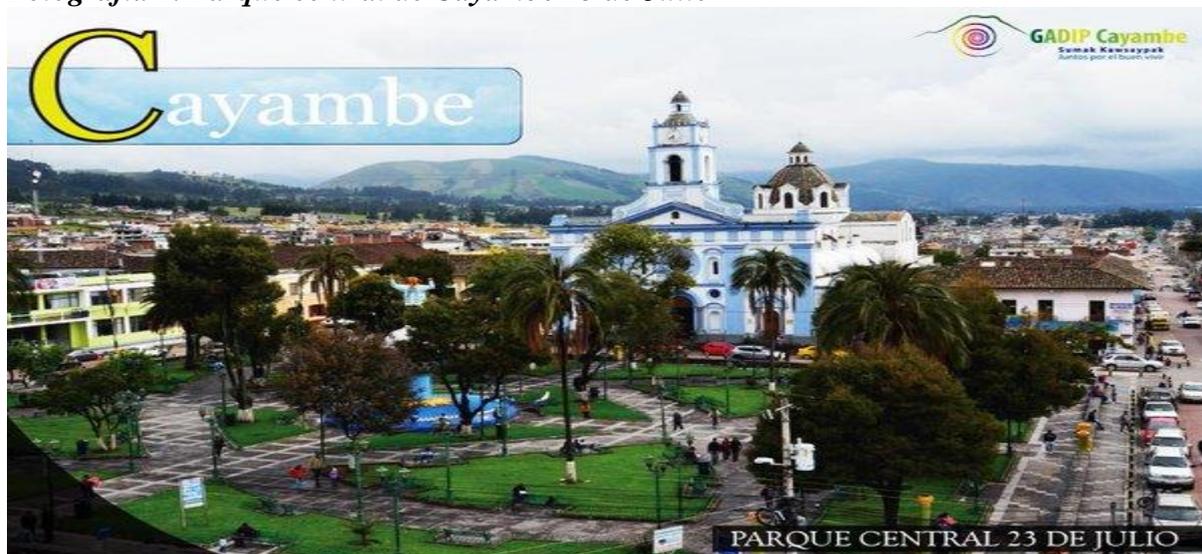
Su capital era Puntiatzil, ubicado a tres cuadras del parque central, ahí se encontraba un adoratorio con un cilindro laminado en plata, mismo que fue desmantelado por los españoles y del cual nos dio fe La Condamine, Jorge Juan y Antonio de Ulloa (1748). Dicho cilindro fue utilizado como un calendario y reloj solar, puesto que en los equinoccios de Marzo y Septiembre no había sombra al medio día y en los solsticios de Junio y Diciembre la sombra abarcaba la mayor parte de su superficie interior.

El territorio Kayambi contaba con observatorios astronómicos y puntos de vigilancia en todo su territorio; desde Quito Loma en Pambamarca (Parroquia de Cangahua) hasta Pesillo (Parroquia de Olmedo); mantenían un sistema de comunicación entre sí.

Con la revolución Agroindustrial a mediados de los 80 nuestro cantón enfrenta con fuerza la revolución agroindustrial que nos provoca dos vertientes que son, la generación de fuentes de trabajo, dinamización de la economía local, ampliación de las redes de comercio formal e informal y las profundas transformaciones socioculturales en la población

principalmente indígena, esta ha modificado sus roles, su tejido social y se ha adaptado a formas de producción mercantilista.

Fotografía 1. Parque central de Cayambe 23 de Julio



Fuente: <https://storify.com/Cristian2590/gaidp-cayambe-comunicacion-interna>
Elaborado por: La autora, año 2015

En la actualidad el 29 de junio de cada año, la fiesta del Inti Raymi (fiesta del Sol o la cosecha) se celebra con euforia en la Ciudad de Cayambe. Esta celebración, también dedicada a San Pedro (desde la llegada de los españoles), conservaba hasta hace poco tiempo una curiosa tradición: un grupo de representantes de cada una de las comunidades circundantes se dirigían danzando al parque central de esta ciudad (cabe destacar que la comunidad más cercana está a unos 30 km de sus límites) con la intención de tomarse simbólicamente el lugar.

La danza se suspendía cuando las parcialidades (así se llamaba al grupo de bailarines) se empezaban a disputar el parque. Solo una comunidad podía ser la ganadora. Entonces se enfrascaban en encarnizadas luchas que dejaban escalofriantes saldos de muertos y heridos, frente a las pupilas asombradas de los habitantes mestizos que observaban desde los balcones.

Por la tarde, solo quedaba una comunidad representada. Esta ganaba el título de prioste principal de la fiesta y era la encargada de cargar la figura de madera de San Pedro, patrono

católico de la ciudad. Con la imagen a cuestas, los priostes daban vueltas alrededor del parque mientras todos los demás festejaban sin parar durante las ocho semanas de la fiesta.

A través de hermosos paisajes llenos de agreste flora semi desértica dejamos Quito atravesamos la hoya de Guayabamba hasta después de una hora y treinta minutos llegar a la pintoresca Ciudad de Cayambe.

Fotografía 2. Nevado Cayambe



Fuente: <http://blog.radioturismoecuador.com/?p=11>

Elaborado por: La autora, año 2015

Este es el único nevado en el mundo que está ubicado sobre la línea ecuatorial y en sus faldas los pueblos Cayambi, Quichua y Español se fusionaron a través de los siglos para forjar junto al helado coloso una identidad única en la América mestiza, que llega a su apogeo con el solsticio de verano cuando las noches duran lo mismo que los días, cuando el Inti Raymi la fiesta del sol se junta con San Pedro de Cayambe.

Pocos atardeceres como los que se observan desde Guachalá antes de que caiga la noche y comience la fiesta víspera de San Pedro en la plaza central de Cayambe, un carnaval de juegos para grandes y niños, antes de que las comunidades se tomen las plazas al día siguiente.

El Cantón Cayambe tiene una superficie de 1.188,8 km² aproximadamente, cuenta con una población de 83.235 habitantes y su clima es de una temperatura promedio de 12°C, cuenta con tres parroquias urbanas que son Cayambe, Juan Montalvo, Ayora y cinco parroquias rurales que son: Ascazubí, Cangahua, Otón, Sta. Rosa de Cusubamba y Olmedo.

Cayambe se caracteriza por las actividades agrícolas, se profundiza en la floricultura, así como en la tradicional producción ganadera. Otros productos importantes son la cebolla, cebada, las papas, el trigo y el maíz.

La comida típica de este cantón son los tradicionales quesos, yogurt y los clásicos bizcochos que son muy apetecidos por los viajeros. Igual de típicos son el richu jacú, una colada hecha con todos los granos, así como el cariucho, mezcla de papas cocinadas con tajadas de queso, huevo y cuy asado. También se ofrecen tortillas de tiesto, chicha de jora, habas tiernas y llapingachos, qué allí se llaman simplemente tortillas de papa.

Cayambe se ha convertido en un cantón muy comercial por la presencia de fincas florícolas y el desarrollo de pequeños medianos y grandes negocios entre ellos los productores y comercializadores de lácteos como Nestlé, Miraflores, productos Monteros, productos Gonzales, Dulacs, entre otros pequeños y medianos que se dedican a la misma actividad y que en el presente son el fuerte de este cantón para su desarrollo.

De esta manera en la actualidad con el desarrollo empresarial, económico en la ciudad se hace mención de la necesidad de una implantación de una empresa de armado y sellado de packs promocionales en el cantón, ya que la ausencia de la misma para el sector empresarial causa grandes gastos sobre sus recursos económicos, el tiempo y la materia prima del sector mencionado.

1.2. Objetivos diagnósticos

1.2.1. Objetivo general

Realizar un diagnóstico técnico situacional de Cayambe, con el fin de detectar las condiciones económicas-comerciales para la consolidación de la producción de cajas de cartón para packs promocionales.

1.2.2. Objetivo específico

- a) Establecer los antecedentes históricos de la Ciudad de Cayambe
- b) Determinar la ubicación geográfica del área de investigación.
- c) Analizar datos socio-demográficos del Cantón Cayambe.
- d) Determinar los aspectos socioeconómicos del área de influencia del proyecto a implantarse.

1.3. Variables del diagnóstico

Se detalla a continuación las principales variables con sus respectivos indicadores donde podremos definir a cada una de ellas.

- Datos históricos
- Aspectos geográficos
- Aspectos socio-demográficos
- Aspecto socioeconómico

1.4. Indicadores o sub aspectos que definen las variables

1.4.1. Variable: datos históricos

- Tradiciones

- Lugares turísticos
- Comida típica

1.4.2. Variable: ubicación geográfica

- Datos poblacionales
- Altura
- Área
- Clima

1.4.3. Variable: aspecto socio-demográficos

- Índices de pobreza
- Distribución de la población por parroquias

1.4.4. Variable: aspecto socioeconómico

- Distribución de la PEA por parroquias
- Distribución de la PEA según rama de actividad económica
- La PEA según sectores económicos

1.5. Matriz de variables diagnosticas AOR

Tabla 1. Matriz de variables diagnosticas AOR

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN
Analizar los antecedentes históricos del cantón Cayambe provincia de Pichincha.	Datos históricos	Reseña histórica Lugares turísticos Comida típica	Primaria Secundaria	Encuesta Bibliográfica Linkografía	INEC GAD Cayambe censo poblacional
Determinar la ubicación geográfica de la Ciudad de Cayambe.	Aspectos geográficos	Datos poblacionales Altura Área Clima	Secundaria	Bibliográfica Linkografía	GAD Cayambe plan de desarrollo de ordenamiento territorial
Establecer los aspectos socio-demográficos de la Ciudad de Cayambe	Aspectos socio-demográficos	Índices de pobreza Distribución de la población por parroquias.	Primaria Secundaria	Encuesta Bibliográfica Linkografía	Plan de desarrollo de ordenamiento territorial. GAD Cayambe censo poblacional
Determinar los aspectos socioeconómicos del área de influencia del proyecto a implantarse	Aspecto socioeconómico	Distribución de la PEA por parroquias Distribución de la PEA según rama de actividad económica La PEA según sectores económicos	Primaria Secundaria	Encuesta Bibliográfica Linkografía	INEC censo poblacional empresas industriales

Fuente: Directa

Elaborado por: La autora, 2015

1.6. Diagnostico situacional

1.6.1. Datos históricos del Cantón Cayambe

La página AME (2015) narra que: La vida política de Cayambe ha transcurrido en medio de varias vicisitudes, por los continuos cambios de la parroquia a cabecera cantonal. Según ley del congreso de la gran Colombia, de 25 de junio de 1.824, publicada en la gaceta de Colombia no. 124, del 4 de julio del mismo año, Cayambe es cabecera del cuarto cantón de la provincia de Imbabura; los otros son Ibarra, capital de la provincia, Otavalo y Cotacachi. Al disolverse la gran Colombia, se puede deducir que Cayambe vuelve a ser parroquia de Otavalo. El 17 de mayo de 1.851, se vuelve a crear el Cantón Cayambe. El 13 de septiembre de 1.852 la asamblea nacional cambia la cabecera cantonal, nominando entonces a Tabacundo, y convirtiéndole a Cayambe, una vez más, en parroquia. El 20 de octubre de 1.855 es anexada al Cantón Quito como parroquia. Definitivamente el 23 de julio de 1.833, el gobierno provisional presidido por Don Luis Cordero, crea el Cantón Bolívar con las siguientes parroquias: Cayambe -cabecera cantonal, con el nombre de Cantón Bolívar duró 9 meses. Parece que por pedido de sus pobladores se le restituye el nombre ancestral y querido de Cayambe, según consta en la ley de división territorial de 17 de abril de 1.884. En posteriores divisiones territoriales, el cantón queda constituido con las parroquias del Quinche, Guayllabamba, Otón, Cangahua, Malchingui, Tocachi, Tabacundo y Olmedo. Desde el año 1.900, se incluye la parroquia La Esperanza. El 21 de septiembre de 1.911 se desmiembra al Cantón Cayambe para la creación del Cantón Pedro Moncayo. Nuevas desmembraciones territoriales se realizan por la separación de las parroquias del Quinche, en 1.934, y Guayllabamba, en 1.946.

1.6.1.1. Lugares turísticos

1. Iglesia matriz de Cayambe
2. Volcán Cayambe
3. Monumento a la mitad del mundo

4. La laguna de San Marcos
5. La reserva ecológica Cayambe-Coca
6. Museo arqueológico
7. Hacienda Guachalá

1.6.1.2. Comida típica

Al entrar a la Ciudad al borde de la carretera, se encuentran tiendas y salones que ofrecen los tradicionales quesos, yogurt y los clásicos bizcochos que son muy apetecidos por los viajeros. Igual de típicos son el richu jacú, una colada hecha con todos los granos, así como el cariucho, mezcla de papas cocinadas con tajadas de queso, huevo y cuy asado. También se ofrecen tortillas de tiesto, chicha de jora, habas tiernas y llapingachos, qué allí se llaman simplemente tortillas de papa.

1.6.2. Aspectos geográficos

La Ciudad de Cayambe se encuentra ubicada al norte de la Provincia de Pichincha, a 40 minutos de la Ciudad de Quito. A continuación daremos a conocer las características del Cantón.

Ilustración 1. Ubicación geográfica del Cantón de Cayambe



Fuente: <http://www.viajandox.com/pichincha.htm>
 Elaborado por: La autora, 2015

El Cantón Cayambe tiene una superficie de 1.188,8 km² aproximadamente, cuenta con una población de 83.235 habitantes y su clima es de una temperatura promedio de 12°C, cuenta con tres parroquias urbanas que son Cayambe, Juan Montalvo, Ayora y cinco parroquias rurales que son: Ascazubí, Cangahua, Otón, Sta. Rosa de Cusubamba y Olmedo.

1.6.3. Aspectos socio-demográficos

1.6.3.1. Índices de pobreza

Los índices de pobreza en el cantón Cayambe es del 6.7% con respecto a la Provincia de Pichincha según el último censo que realizó el Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC - censo de población y vivienda 2010.

1.6.3.2. Distribución de la población por parroquias

En las parroquias urbanas se encuentra el 45.5% de la población total y en las parroquias rurales hay una presencia de 54.5% de habitantes en el Cantón Cayambe según fuente del INEC - censo de población y vivienda 2010.

1.6.4. Aspecto socioeconómico

1.6.4.1. Distribución de la PEA por parroquias

Según fuente del INEC, 2010 la población económicamente activa es de 59.6% (3.2% de la PEA de la Provincia de Pichincha)

1.6.4.2 Distribución de la PEA según rama de actividad económica

Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con 47.7%, comercio al por mayor y menor con 11.9%, construcción con 7.9%, industrias manufactureras 7.7%, transporte y almacenamiento 4.5% enseñanza con 3.5% actividades de los hogares como empleadores con

3%, actividades de alojamiento y servicio de comidas con 3%, administración pública y defensa 2.4%, actividades de servicios administrativos y de apoyo 2.1% y otros con un 6.3%.

1.6.4.3. La PEA según sectores económicos

Los indicadores económicos del INEC - censo de población y vivienda 2010, describe que las principales actividades que generan un mayor ingreso en la Provincia de Pichincha son: El comercio al por mayor y al por menor - reparación de vehículos automotores y motocicletas con un porcentaje del 35.4%, mientras que las industrias manufactureras representan el 33.4%.

1.7. Determinación de la matriz AOR

Tabla 2. Matriz AOR del proyecto

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> No hay presencia de productores dedicados a la elaboración de cajas de cartón corrugado. Empresas dedicadas a la elaboración de cartón corrugado solo existen en las ciudades de Quito y Guayaquil Los costos de logística de los potenciales clientes sería sumamente bajo por la localidad de la empresa en la misma ciudad. 	<ul style="list-style-type: none"> Debido a que la empresa es nueva se da la creencia que el producto no sea de calidad. El personal contratado puede no tener experiencia en el negocio.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> Las cajas de cartón corrugado son necesarias para preservar la calidad del producto que lleva dentro a su destino de llegada para su venta final. El cartón corrugado sirve para aumentar la seguridad y la eficiencia en los procesos de la mercadería que se va a transportar. El producto ayuda a mejorar y optimizar los recursos logísticos. Las cajas ayudan a mejorar la presentación, así como también ayudan a que su venta sea más de un producto que lleva en su exposición como packing promocional. 	<ul style="list-style-type: none"> No se pueda entregar el producto a tiempo porque la empresa de agua sufre daños y se demora en sus reparos, lo cual retrasa o para las actividades de producción. La tecnología con la que trabaja la competencia directa es actual. Que las industrias manufactureras lácteas, supermercados y micro mercados escojan a la competencia por el tiempo de pago que ofrecen según la cantidad de compra.

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora, 2015

1.8. Plan de contingencia

Los riesgos que puede tener la empresa será evaluada semanalmente para determinar sus inseguridades.

Si en la cartонера se establece que hay la presencia de riesgos como incendios, robos materiales entre otros, se realizara lo siguiente:

1. Contactarse al instante con la compañía/s que se tenga convenios sobre el cubrimiento de gastos que intervienen en estos casos, para que se encarguen de la reconstrucción física del inmueble o la reposición de la maquinaria.
2. Mientras que otro equipo de trabajo se ocupará de coordinar la elaboración de las cajas en una fábrica vecina, con cuyos propietarios ya se había celebrado un convenio de apoyo mutuo en casos como este. Así, los productos podrán seguir llegando de manera ininterrumpida a los clientes, mucho antes de terminar la reconstrucción de la propia Planta. En este caso, mientras la fábrica es reconstruida, la empresa puede mantener viva su operación y satisfechos a sus clientes.
3. Los costos adicionales de maquila o producción con terceros, serán reconocidos eventualmente por una buena póliza de Lucro Cesante por Incendio. Así, no hay por qué esperar a que se terminen las obras civiles y el montaje de la nueva maquinaria, para poder reanudar la producción y los despachos. Basta con establecer los convenios y alianzas adecuadas, con la suficiente anticipación.

Tabla 3. Plan de contingencia para prevención de pérdidas en la empresa

PLAN DE CONTINGENCIA				
NOMBRE DE ASEGURADORAS	PRODUCTO	MOTIVO	MECANISMO DE ACCIÓN	TIEMPO
ASEGURADORA DEL SUR	REPOSICIÓN DE LA MAQUINARIA	ROBO	INMEDIATA	5 AÑOS
A. EQUINOCCIAL	RECONSTRUCCIÓN FÍSICA DEL INMUEBLE	INCENDIO	INMEDIATA	5 AÑOS

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora, 2015

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Empresa

Según CORDERO (2010) “La empresa es una organización que busca nuevas alternativas para lograr una mejor economía local, regional o nacional; aprovechando las capacidades locales y poner en operación los recursos organizacionales, humanos, materiales, financieros, técnicos para transformar materias primas o insumos en productos, bienes o servicios terminados de acuerdo a la naturaleza de la microempresa” (p.36)

Una empresa debe ofrecer servicios de acuerdo a las necesidades que surjan, para que de esta manera el alcance de la misma sea de conocimiento por la calidad de asistencia cumpliendo con el propósito para la que ha sido creada.

De tal manera que, se puede definir a la empresa como una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos. También una empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios.

2.2. Empaque

El autor RAMÍREZ PADILLA (2013). Nos indica que el termino empaque suele utilizarse para designar envases colectivos de tamaño intermedio (mayor al individual y menor al embalaje) , que contiene más de una presentación individual; también suele usarse este término para designar en forma genérica los envases fabricados de cartón.

Podemos indicar que los empaques se refieren al agrupamiento del producto especificando siempre y cuando que la mercancía que llevara dentro sea menor al mismo y que son enviados a los canales de distribución en cantidades requeridas por el cliente tanto en cantidad y tamaño.

2.3. Embalaje

Este además de ser el “envase del envase” para que los productos sean manejados para su distribución a los centros de compra, puede tener efecto positivo en el volumen de ventas cuando se utiliza como estímulo o motivación adicional para la adquisición del producto por resaltar la presencia y ventajas del producto o porque el embalaje en sí mismo representa alguna utilidad al comprador debido a que puede ser utilizado después, satisfaciendo alguna necesidad adicional. RAMÍREZ PADILLA (2013) (p.82)

El embalaje es el producto que protege a otros productos que van hacer manejados para su distribución y así evitar daños hasta la llegada a su destino.

2.4. Packs promocionales o Packagings

La página ACCCSA (2015) narra que:

Como disciplina, el diseño gráfico y estructural de envases de cartón ondulado, está encuadrado en lo que se conoce internacionalmente con el término anglosajón *packaging design*. Este término no tiene traducción literal al castellano pero se refiere a todo aquello relacionado con el diseño, tanto gráfico como industrial, en lo concerniente al desarrollo e imagen de productos, es decir, diseño de envases, embalajes, estuches, expositores, etc. Es decir, el diseño de todos aquellos elementos que hacen productos individualizados, diferenciados y con personalidad propia. Además de ser avalados por las marcas registradas y empresas comercializadoras y productoras.

El Packaging, constituye uno de los elementos básicos del plan de marketing para cualquier producto, ya que tiene la misión de cubrir las funciones de protección, contención, distribución, promoción de la marca, información, promoción, persuasión, exposición, uso del producto y reciclado del envase, embalaje, etc. Entre la demanda, la oferta y el consumo.

Los packs promocionales o Packagings es aquel envase o embalaje que está diseñada para agrupar dos o más unidades en un mismo paquete de acuerdo a la necesidad del cliente para ofertar y lograr que su producto sea más demandado.

Su fin es promover una oferta que conlleva a comparar precios entre la compra de uno o el paquete y el resultado siempre sea el ahorro.

2.5. Cartón corrugado

La página ALLIO (2014) narra que:

- El **cartón corrugado** es uno de los materiales más usados para **envase** y **embalaje** debido a sus diversas ventajas como la protección de su contenido durante su transporte y almacenamiento; identificación e imagen; economía; así como su naturaleza reciclable y reciclada.
- El **cartón corrugado** está formado por dos elementos estructurales: el **liner** y el material de la flauta con el cual se forma el **corrugado**, también llamado médium.
- El **cartón corrugado** es una estructura formada por un nervio central de papel ondulado (papel onda), reforzado externamente por dos capas de papel (papeles liners o tapas) pegadas con adhesivo en las crestas de la onda. Es un material liviano, cuya resistencia se basa en el trabajo conjunto y vertical de estas tres láminas de papel. Para obtener su mayor resistencia, la onda del **cartón corrugado** tiene que trabajar en forma vertical

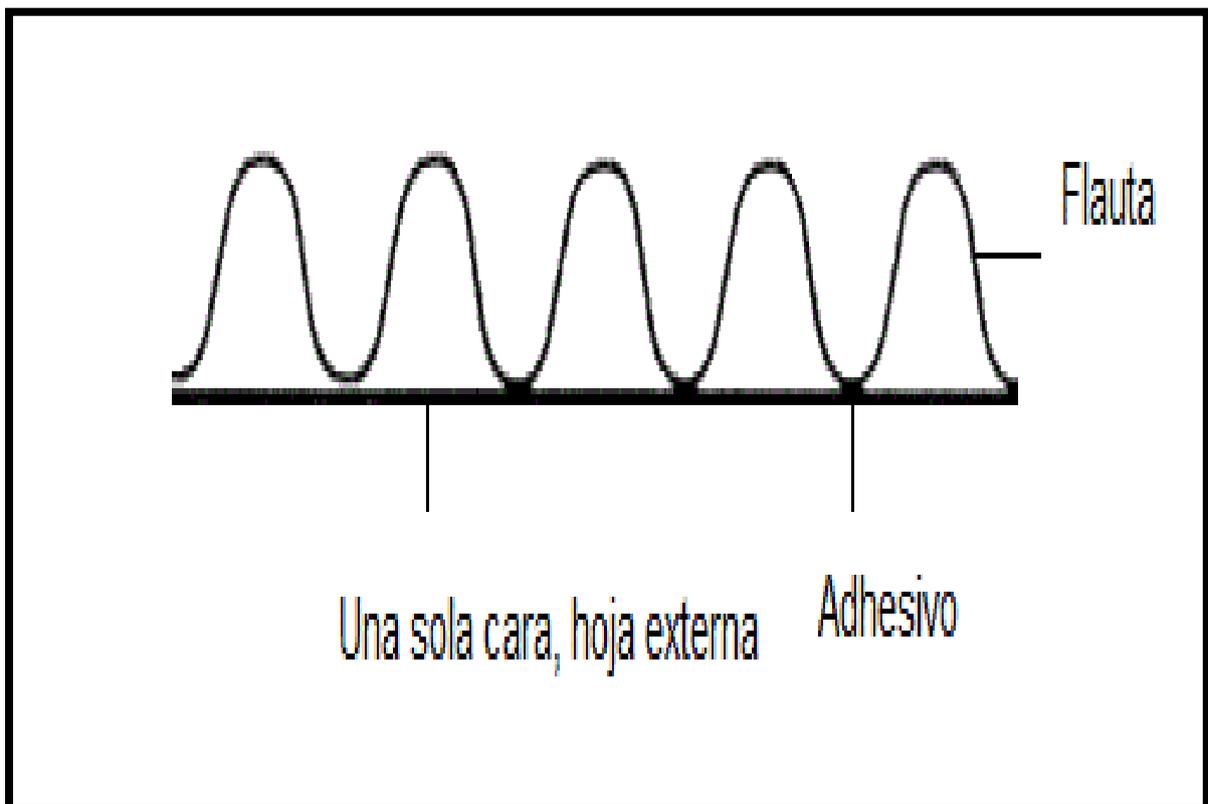
2.5.1. Clasificación del cartón ondulado o corrugado

La página de ARKIPLUS (2015), detalla la clasificación del cartón corrugado de cara simple, de cara simple faz doble, corrugado doble pared y corrugado triple pared que se muestra a continuación en las ilustraciones junto a una pequeña descripción:

El cartón corrugado consiste en una o dos capas externas, flautas y en tipos múltiples capas de cartón ondulado, de una o más capas intermedias. El cartón ondulado o corrugado se clasifica de la siguiente manera de acuerdo con el número de capas y flautas exteriores o intermedias:

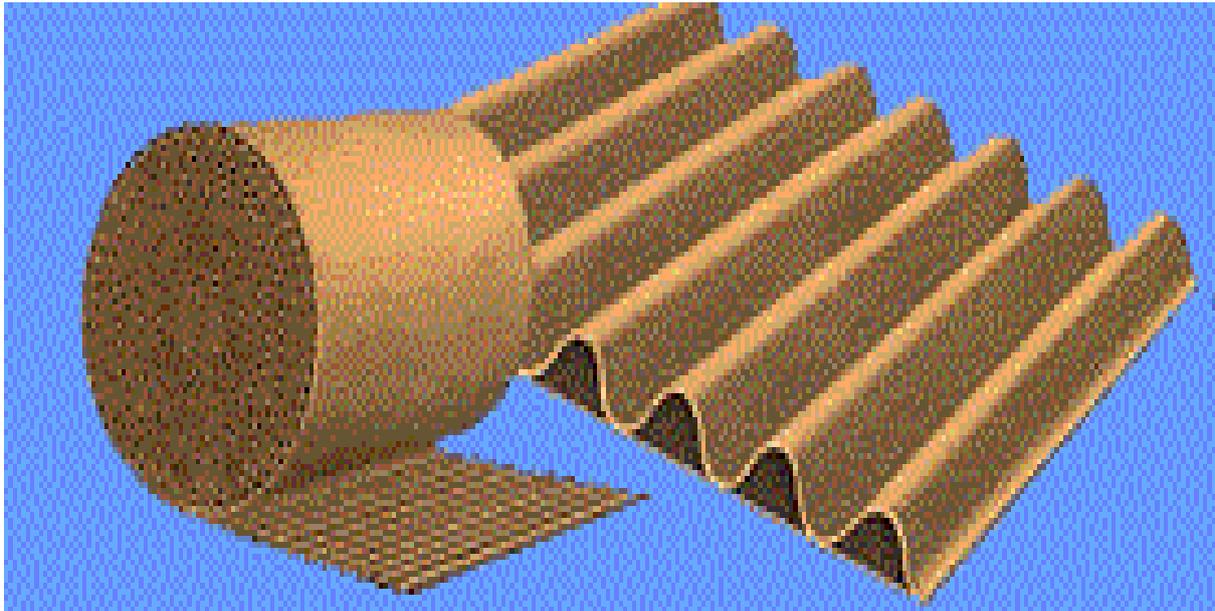
2.3.1. Cartón ondulado de cara simple. Se compone de una capa de papel acanalado, sobre el que está pegado el papel o cartón.

Ilustración 2. Cartón ondulado de cara simple



Fuente: <http://www.arkiplus.com/tipos-de-carton-corrugado>
Elaborado por: La autora, 2015

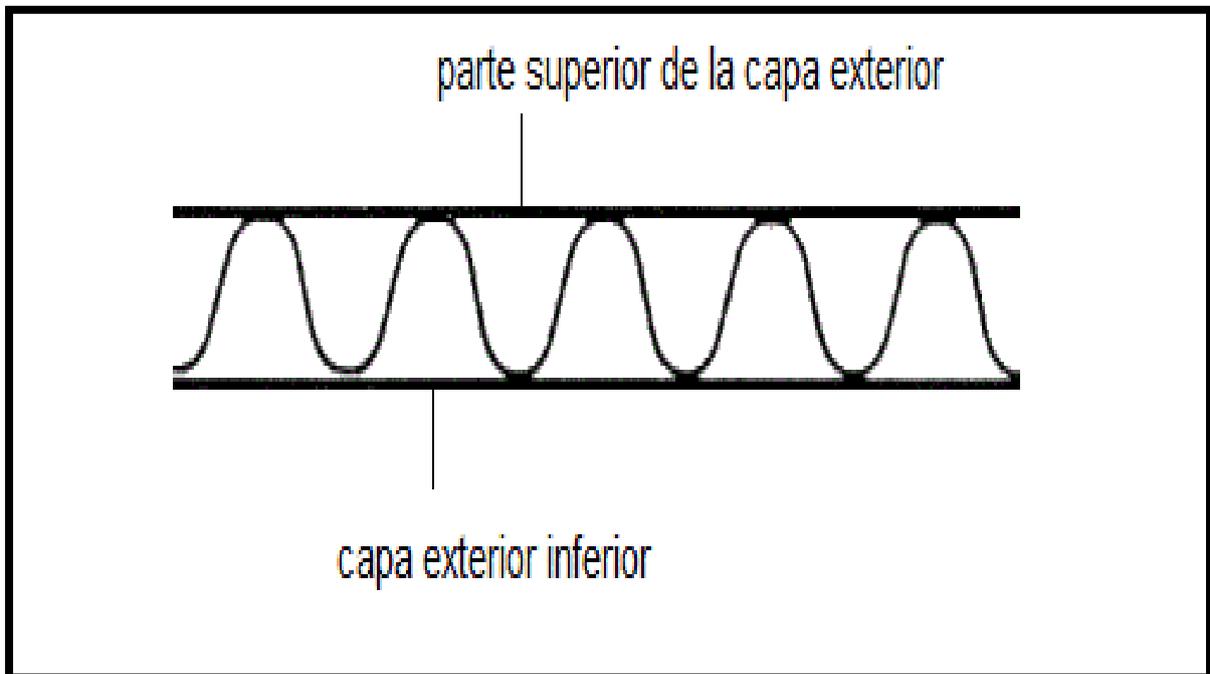
Ilustración 3. Cartón corrugado de simple cara



Fuente: <http://www.arkiplus.com/tipos-de-carton-corrugado>
Elaborado por: La autora, 2015

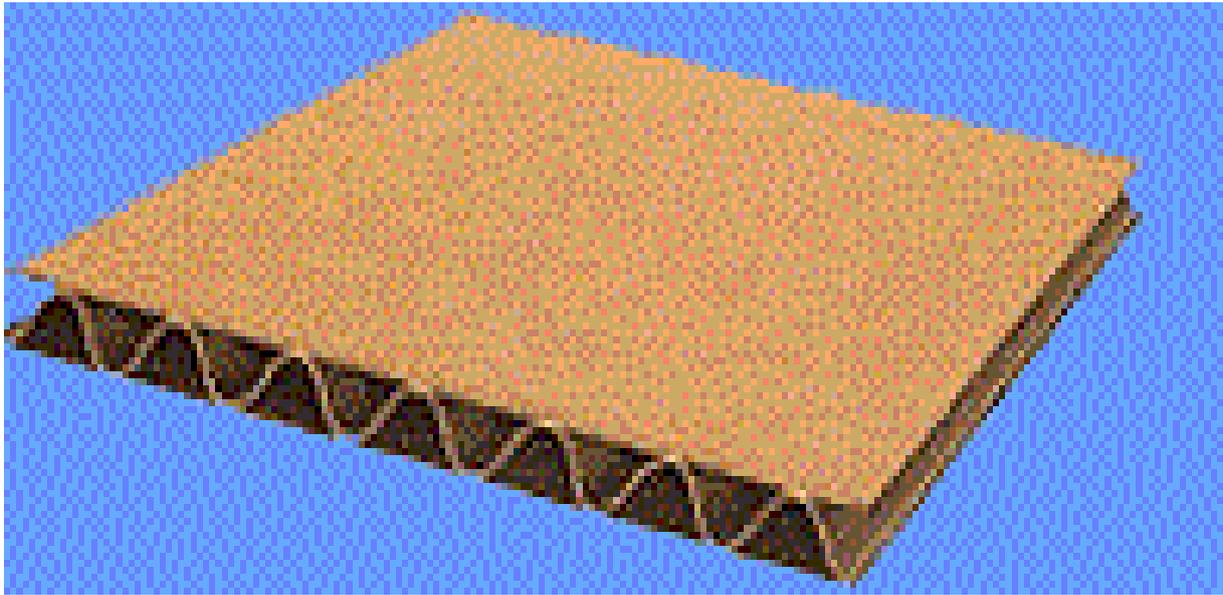
2.3.2. Cartón corrugado de simple faz (doble cara). El cartón ondulado está formado por una capa de papel plegado que se pega entre dos montones de papel o cartón.

Ilustración 4. Cartón corrugado simple faz doble cara.



Fuente: <http://www.arkiplus.com/tipos-de-carton-corrugado>
Elaborado por: La autora, 2015

Ilustración 5. Cartón corrugado simple faz doble cara

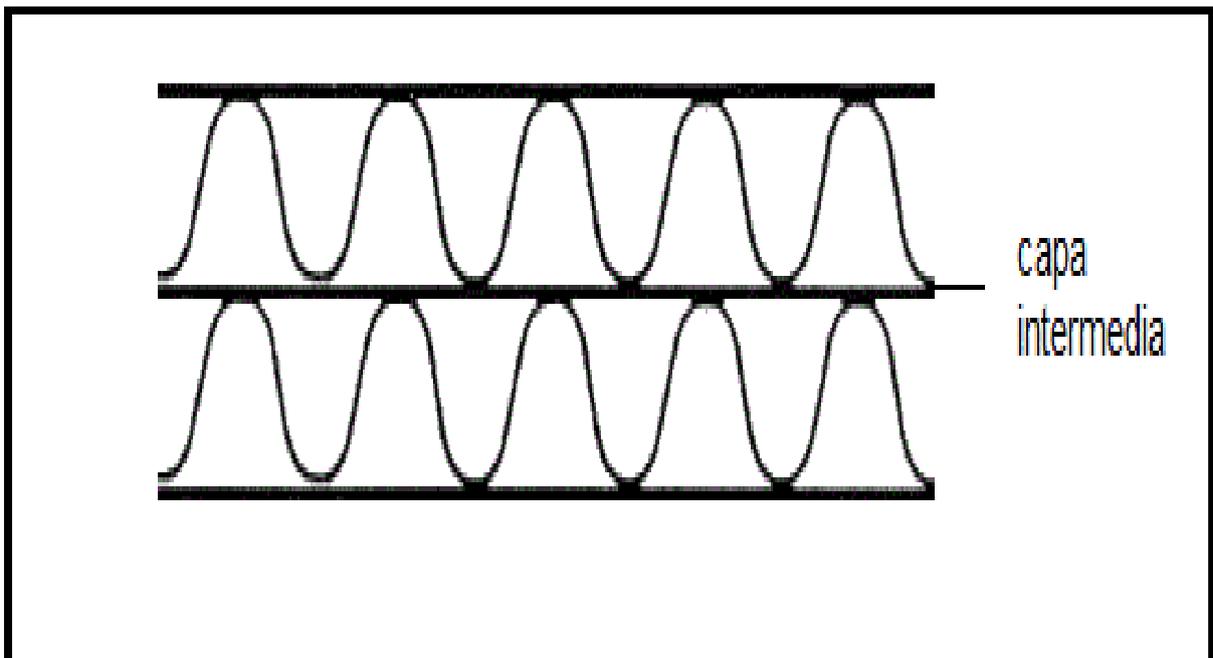


Fuente: <http://www.arkiplus.com/tipos-de-carton-corrugado>

Elaborado por: La autora, 2015

2.3.3. Cartón ondulado de doble pared: Que se compone de dos rebanadas de papel acanalado que están pegadas entre sí por una capa de papel o cartón y las superficies exteriores expuestas de las cuales están cada una cubierta con una capa de papel o cartón.

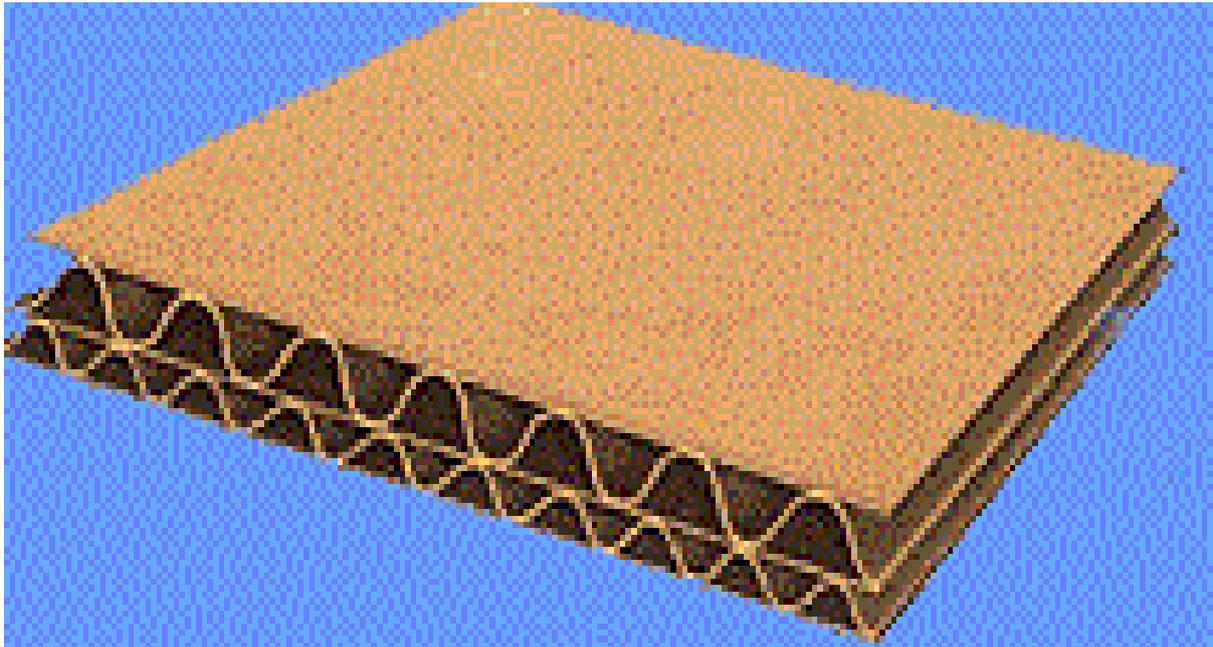
Ilustración 6. Cartón corrugado doble pared



Fuente: <http://www.arkiplus.com/tipos-de-carton-corrugado>

Elaborado por: La autora, 2015

Ilustración 7. Cartón corrugado doble pared



Fuente: <http://www.arkiplus.com/tipos-de-carton-corrugado>

Elaborado por: La autora, 2015

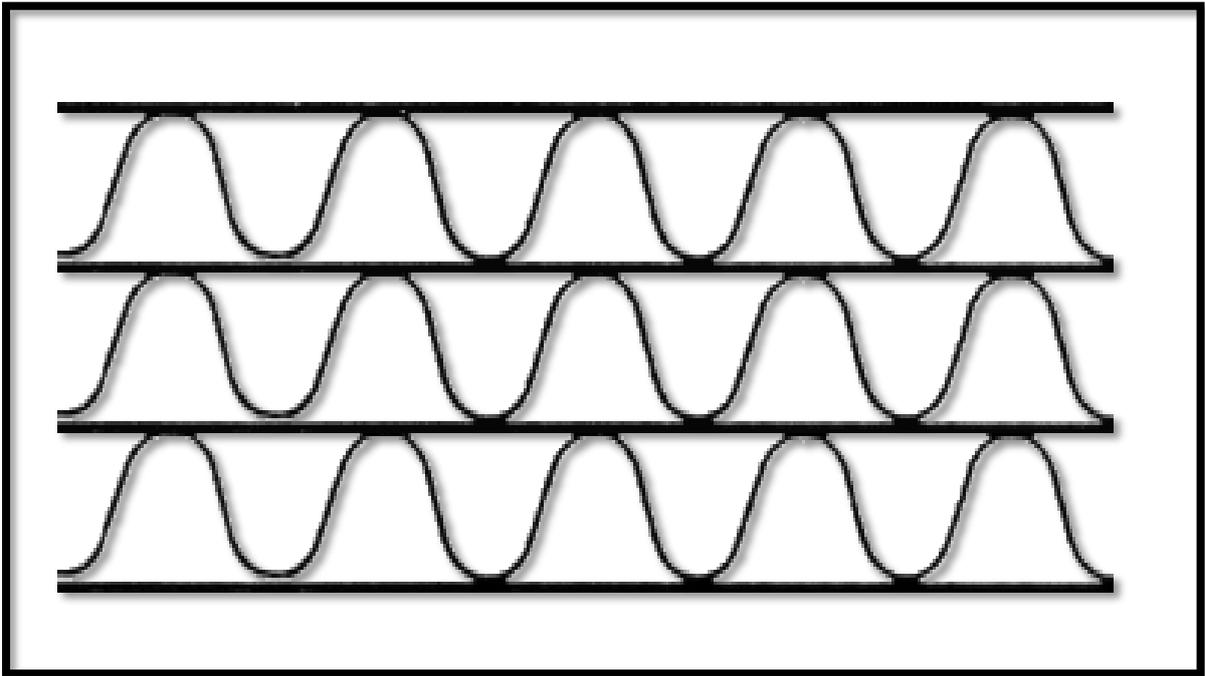
2.3.4. Cartón corrugado de triple pared

Se compone de tres capas de papel acanalado que están pegadas entre sí por dos capas de papel o cartón y las superficies exteriores cada una cubierta con una capa de papel o cartón.

Como se desprende de la estructura de los distintos tipos de cartón ondulado, se diferencian la mayoría con respecto a la resistencia, que aumenta con el número de capas y / o la calidad del papel utilizado. La fuerza de cartón ondulado está determinada por las siguientes tres características:

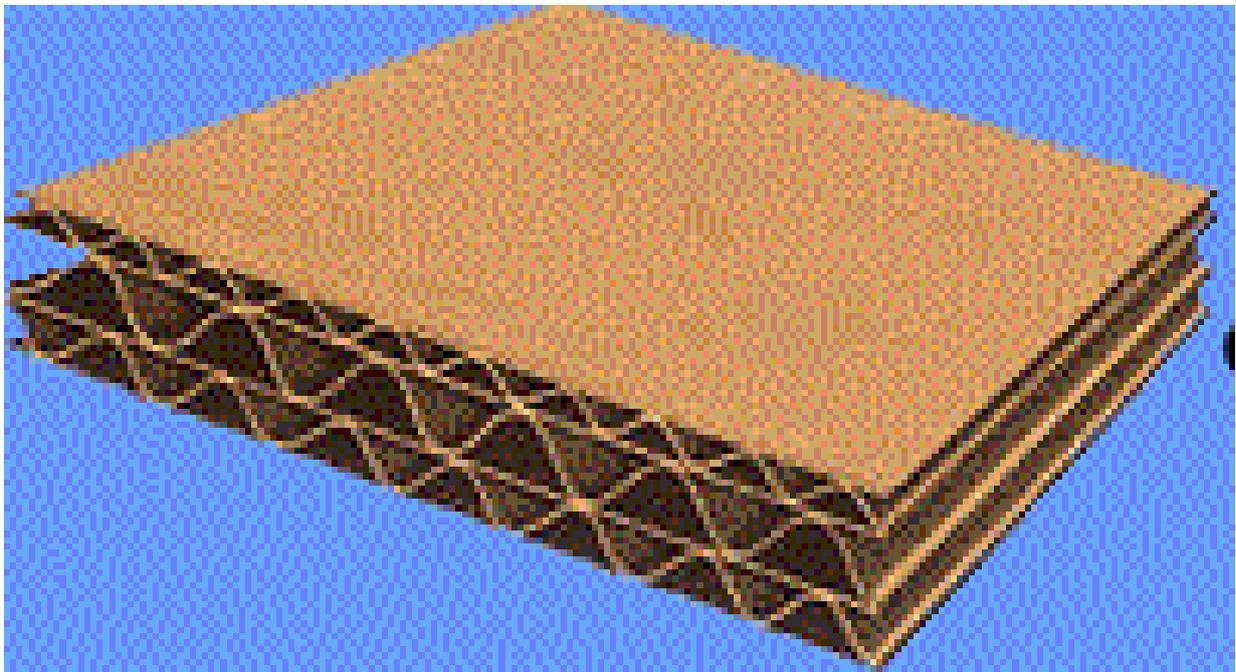
- Resistencia al reventamiento [kpa]
- Resistencia a la perforación [j]
- Resistencia al aplastamiento de canto [kn / m]

Ilustración 8. Cartón ondulado de triple pared:



Fuente: <http://www.arkiplus.com/tipos-de-carton-corrugado>
Elaborado por: La autora, 2015

Ilustración 9. Cartón corrugado de triple pared.



Fuente: <http://www.arkiplus.com/tipos-de-carton-corrugado>
Elaborado por: La autora, 2015

2.6. Estudio de mercado

2.6.1. Mercado meta

Según ARMSTROG & KLOTTER (2013) afirma que el mercado meta es: “El conjunto de compradores que comparten necesidades o características comunes que la empresa decide atender”. (p.175)

Entonces mercado meta hace referencia al destinatario ideal de un producto o servicio. El mercado meta, por lo tanto, es un sector de la población al que está dirigido un bien.

2.6.2. Producto

El producto es cualquier bien o servicio elaborado por el trabajo humano, y que se ofrece al mercado con el propósito de satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores o usuarios, generando mediante el intercambio de un ingreso económico a los oferentes con una probable ganancia. (LOGISTEC, 2015) (p.3)

Entonces el producto es cualquier bien o servicio elaborado por personas encargadas de producción y que en un tiempo determinado se ofrecerá al mercado satisfaciendo así los gustos o deseos del consumidor a cambio de un valor económico.

2.6.3. Oferta

ALET (2012) señala que: “La oferta es considerada como la segunda variable más importante, la oferta se concreta en todo lo que hace ver al cliente que obtendrá de valor, a cambio de todo lo que tendrá que dar o sacrificar para conseguirlos”. (p.129)

La oferta son los bienes y servicios disponibles en el mercado por parte de los productores en un tiempo y precio determinados.

2.6.4. Demanda

CORDOVA (2011) define la demanda como: “La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado”. (p.62)

La demanda es aquella cantidad de bienes o servicios que pueden ser adquiridos en momento determinado y a un precio establecido.

2.6.5. Precio

Para ARMSTROG & KLOTTER (2013) el precio es: “La cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio; la suma de valores que los clientes intercambian por los beneficios de tener o usar el producto o servicio”.

Entonces el precio es el valor monetario que se da a un bien o servicio.

2.6.6. Comercialización

BACA URVINA (2013) indica que: “Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidores con los beneficios de tiempo y lugar”. (p.64)

ARAUJO (2012) concluye que: “La comercialización es el conjunto de actividades que los oferentes realizan para lograr la venta de sus productos; por tanto, el análisis de la oferta y la demanda deberá ser complementado con el estudio de los diversos elementos de la comercialización”. (p.47)

Comercialización es el modo para poder llegar a vender el producto o servicio en el mercado, el mismo que se sustentará mediante un estudio de diversos elementos.

2.6.7. Publicidad

LIMAS (2012) narra que: La publicidad corresponde a toda comunicación no personal y pagada, sobre ideas o productos a través de un patrocinador. La publicidad es una herramienta que hace uso de los medios de comunicación para informar, recordar o avisar a los consumidores sobre un producto. (p.206- 207)

La publicidad es un instrumento utilizado para dar a conocer sus productos al mercado, siendo la creatividad el factor más importante para llamar la atención de los consumidores y mostrar ante ellos todos los beneficios del producto que se pretende vender, para lo cual el uso de medios de comunicación se ha vuelto en la actualidad la manera más rápida para llegar al posible consumidor.

2.7. Estudio técnico

ARAUJO (2012) menciona que “El estudio técnico aporta información muy valiosa, cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberá contener una nueva unidad de operación, esto es: la tecnología, magnitud de los costos de inversión, los costos y gastos de producción, todo ello en función de un programa de producción”. (p.57)

El estudio técnico es aquel que nos ayudará para poder llevar a cabo la producción del bien o servicio, tomando en cuenta los factores productivos necesarios para la realización efectiva del proyecto.

2.7.1. Tamaño del proyecto

ARAUJO (2012) define:

En general, el tamaño de un proyecto se puede definir por su capacidad física o real de producción, considerado normal para las condiciones y tipo de proyectos en cuestión.

Esta capacidad se expresa en cantidades producidas por unidad de tiempo, es decir, volumen, peso, valor o número de unidades de productos elaborados, por ciclo de operación o periodo definido. Alternativamente, en algunos casos la capacidad de una planta se expresa en función del volumen de materia prima que se procesa. (p.23)

El tamaño del proyecto es la capacidad física o instalada con la que contaremos, a esta la podemos expresar en unidades de producción o ya sea por unidades de tiempo; así como también podemos expresarla en algunos de los casos en función del volumen de la materia prima que será transformada.

2.7.2. Localización del proyecto

ARAUJO (2012) dice que “El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, la opción que, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuya a minimizar los costos de inversión y los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto”. (p.64)

La realización del estudio de localización nos ayudará a identificar la zona más adecuada donde deberemos ubicar nuestro proyecto, con el objetivo primordial de obtener ganancias, así como el mínimo del costo posible, para esto es recomendable tomar en cuenta a los proveedores de nuestra materia prima y nuestro posibles consumidores, ya que la localización deberá ser beneficiosa principalmente para los dos y por ende será beneficiosa para el proyecto en sí.

2.7.3. Macro localización

BACA URVINA (2012) expresa que, “La selección del área, región o ciudad donde se ubicará el proyecto se conoce como estudio de macro localización. Para una planta industrial, los factores de estudio macro localización que inciden con mayor frecuencia son”: (p.65),

- Proximidad al mercado de consumo

- Proximidad al mercado de materias primas

De manera secundaria debemos considerar:

- Disponibilidad de mano de obra y aspectos laborales
- Infraestructura física y de servicios.

La macro localización consiste en la ubicación del proyecto dentro de un país, en el espacio ya sea rural o urbano de alguna región.

2.7.4. Micro localización

CORDOVA (2011) nos dice que: “La micro localización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida. La micro localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa” (p.121).

Se refiere específicamente al punto exacto donde se ubicará el proyecto dentro de un área elegida.

2.7.5. Ingeniería del proyecto

En el Blog COCOGUM (2014) menciona que: Se entiende por ingeniería de proyecto, la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

En el desarrollo de un proyecto de inversión a la ingeniería le corresponde definir:

- Todas las máquinas y equipos necesarios para el funcionamiento del establecimiento productivo.
- Lugar de implantación del proyecto.

- Las actividades necesarias para el suministro de los insumos y de los productos.
- Los requerimientos de recursos humanos.
- Las cantidades requeridas de insumos y productos.
- Diseñar el plano funcional y material de la planta productora.
- Determinar las obras complementarias de servicios públicos.
- Definir los dispositivos de protección ambiental.
- Determinar gastos de inversión y costos durante la operación.
- Planear el desarrollo del proyecto durante la instalación y operación.

2.8. Estudio económico

BACA URVINA (2013) señala que: “El estudio económico ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”. (p.7)

El estudio económico permite realizar un análisis de los diferentes índices económicos que son utilizados para evaluar la factibilidad de un proyecto de inversión.

2.8.1. Punto de equilibrio

ARAUJO (2012) define que “La importancia que reviste una inversión futura, así como determinar en qué momento se podrán obtener utilidades son medidos con un indicador fundamental denominado punto de equilibrio que, sin representar una razón financiera, constituye un importante elemento de evaluación respecto al volumen o nivel de empleo de la capacidad de producción, en el cual los ingresos son igual a los costos”.

El punto de equilibrio es una herramienta que tiene como objetivo fundamental ayudar a la toma de decisiones que exprese el volumen de producción y ventas que sean necesarias para no perder ni ganar. Así como también se puede decir que representa el valor que permite iniciar la recuperación de la inversión.

2.8.2. Presupuesto

RAMÍREZ PADILLA (2013) narra que: “Un presupuesto es un plan integrador y coordinador que se expresa en términos financieros respecto de las operaciones y recursos que forman parte de una empresa para un periodo determinado, con el fin de lograr los objetivos fijados por la alta gerencia” (p.223)

2.8.3. Gastos

GUAJARDO CANTÚ & ANDRADE DE GUAJARDO (2014) narra que: Los gastos son activos que se han usado o consumido en el negocio para obtener ingresos y que disminuyen el capital de la empresa. Algunos tipos de ellos son los sueldos y salarios pagados a los empleados, las primas de seguros pagadas para protegerse de ciertos riesgos, la renta del edificio, los servicios públicos como teléfono, luz, agua y gas, las comisiones que se fijan a los empleados por alcanzar su presupuesto de ventas y la publicidad que efectúa la empresa. (p.43)

2.8.4. Estado de situación financiera

ZAPATA SANCHEZ (2011) dice que: El balance general o actualmente mencionado como estado de situación financiera “es un informe contable que presenta ordena y sistemáticamente las cuentas de activo, pasivo y patrimonio y determina la situación financiera de la empresa en un tiempo determinado.” (p.63)

Según lo indicado en el concepto anterior se puede indicar que el balance general ahora es señalado según NIFF como estado de situación financiera y es un informe donde se muestran los valores que posee la empresa y también las obligaciones que tiene que cumplir.

2.8.5. Estado de resultados integral

ZAPATA SANCHEZ (2011) manifiesta que el estado de resultados integral “es dinámico, ya que expresa en forma acumulativa las cifras de rentas (ingresos), costos y gastos resultantes en periodo determinado.”

El estado de resultados es un informe que muestra todos los ingresos obtenidos y los gastos en los cuales ha incurrido una empresa para obtener sus ganancias en un periodo.

2.9. Evaluación financiera

2.9.1. Flujo de caja

GIL (2010) señala: “Puede hablarse de flujo de caja financiero; que se calcula restando a los cobros de explotación los pagos de explotación, este saldo es el flujo de caja generado por la explotación de la empresa, mientras que el económico se calcula sumando al beneficio neto de explotaciones, las amortizaciones, préstamos, disminución de patrimonio”. (p.128)

El flujo de caja nos da a conocer sobre los ingresos y egresos de efectivo de una empresa durante un periodo de tiempo, es decir es un estado financiero de acumulación neta de activos de liquidez de una empresa que nos sirve para evaluar la capacidad y para generar flujos de efectivo positivos.

2.9.2. Valor actual neto

SAPAG CHAIN (2011) señala: “El VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es igual o superior a cero, donde van es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual.” (p.321)

De acuerdo al concepto anterior se puede indicar que el valor actual neto es una herramienta de evaluación financiera que permite determinar si el proyecto es factible o no.

2.9.3. Tasa interna de retorno

PALACIO (2010), señala: “Cuando se está formulando los proyectos de inversión y se está trabajando con el concepto de tasa interna de retorno, para medir su viabilidad, es importante tener presente que hay instituciones financieras, como los organismos multilaterales de financiamiento que hacen la diferencia entre una tasa interna de retorno financiera y una económica”. (p.112)

De manera tal que la tasa interna de retorno es el segundo de los dos métodos que se analiza para descontar flujos de efectivo. La solución de la TIR es un caso especial de la técnica VPN, la tasa interna de retorno de un proyecto es una tasa de descuento que ocasiona que el VPN sea cero, lo que ocurre cuando el proyecto solo está ganando su costo de capital.

2.9.4. Costo beneficio

SAPAG CHAIN (2011) señala que: “El análisis del costo-beneficio es una técnica de evaluación genérica que se emplea para determinar la conveniencia y oportunidad de un proyecto”. (p.278)

De acuerdo a lo citado en el concepto anterior se puede decir que el costo beneficio representa el conocer lo que se obtendrá por cada vez que se invierte en un proyecto.

2.9.5. Período de recuperación de la inversión.

CORDOVA (2011) manifiesta: 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. (p.234)

Con esta herramienta se puede determinar en cuanto tiempo se podrá recuperar el dinero invertido en el desarrollo del proyecto el mismo que se utilizó al iniciar los procesos de implementación de dicho proyecto.

2.10. Obligaciones tributarias

El art.15 del código tributario expresa que: “Obligación tributaria es el vínculo jurídico personal, existente entre el estado o las entidades acreedoras de tributos y los contribuyentes o responsables de aquellos, en virtud del cual debe satisfacerse una prestación en dinero, especies o servicios apreciables en dinero, al verificarse el hecho generador previsto por la ley”.

Refiriéndome a la obligación tributaria, puedo expresar que es un vínculo jurídico en virtud del cual un sujeto pasivo (deudor) está obligado a dar a otro sujeto que actúa ejerciendo el poder tributario (acreedor, estado o fisco) ciertas prestaciones jurídicas a título de tributo, de conformidad o impuestas por la ley al confirmarse el hecho generador. AGUIRRE (2010).

2.11. Personas naturales

En la página de Servicio de Rentas Internas SRI (2013) narra que personas naturales son: Todas las personas, nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas lícitas.

Las personas naturales que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica.

Las personas naturales se clasifican en obligadas a llevar contabilidad y no obligadas a llevar contabilidad. Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: Que operen con un capital propio que al inicio de sus actividades económicas o al primero de enero de cada ejercicio impositivo hayan superado 9 fracciones básicas desgravadas del impuesto a la renta o cuyos ingresos brutos anuales de esas actividades, del ejercicio fiscal inmediato anterior, hayan sido superiores a 15 fracciones básicas desgravadas o cuyos costos y gastos anuales, imputables a la actividad empresarial, del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a 12 fracciones básicas desgravadas.

2.12. Aspectos legales para crear la microempresa

2.12.1. Registro único de contribuyentes (RUC)

Para obtener el RUC se requiere:

- Cédula de identidad;
- Recibo de agua, luz o teléfono;
- Llenar formulario

2.12.2. Patente personas naturales

- Formulario de declaración del impuesto de patente, original y copia;
- RUC original y copia
- Copia de cédula de ciudadanía
- Copia de carta de pago del impuesto predial del año en curso

- Formulario de categorización emitido por la oficina de control sanitario (para las actividades comerciales que requieran el permiso sanitario)
- Calificación artesanal (en el caso de los artesanos)

2.12.3. Permiso sanitario de funcionamiento

Presentar en la administración respectiva lo siguiente:

- Solicitud (formulario) de permiso sanitario;
- Copia de cédula de ciudadanía y de votación del propietario del negocio;
- Informe de compatibilidad y/o factibilidad de implantación de uso (otorgado por la administración zonal para las actividades comerciales que deben obtener el permiso sanitario por delegación del ministerio de salud al municipio)
- Comprobante de pago de patente anterior;
- Comprobante de pago de tasa de permiso sanitario del año;
- Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original) para locales ya existentes;
- Certificado (s) de salud (en áreas de alimentos, salas de belleza y peluquerías) para todo el personal, expedido por la unidad de salud.
- Permiso de trabajo en el país, actualizado (para personas extranjeras).
- Copia del RUC vigente.

2.13. Análisis del capítulo

- En el capítulo II marco teórico hemos dado a conocer las definiciones, enfoques teóricos y conceptos bibliográficos, de cada término que se utilizará para el análisis del presente estudio de factibilidad.
- Las definiciones y conceptos que se presenta están basados a investigaciones, indagaciones y relatos de autores que nos dan a conocer un significado prudente sobre palabras futuras a utilizar en cualquier parte de un texto, esto ha hecho que los lectores de este estudio tengan una comprensión dominante sobre el tema a tratar y desarrollar.
- En el presente capítulo desde el punto 2.2. hasta el punto 2.5.1., damos a conocer el concepto, la clasificación y un análisis personal del producto que se va a elaborar que en este caso son las cajas de cartón corrugado y las cajas de cartón para packs promocionales en el Catón Cayambe.
- Los enfoques teóricos, estudios y antecedentes en general que se encuentran en este capítulo son de gran importancia ya que de esta manera podemos insertar al lector o lectores de manera real y profunda en la actividad científica con el fin de encontrar el sentido de la investigación que se quiere hacer, en este caso son la creación de cajas de cartón pero que no solo consta de un modelo y estructura sino de varias que se realizará acorde con el gusto, preferencia o pedido de los clientes potenciales de la empresa.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Objetivos del estudio de mercado

3.1.1. Objetivo general

Determinar la oferta y la demanda sobre la producción y comercialización de una empresa dedicada al armado y sellado de packs promocionales de cartón en la Ciudad de Cayambe Provincia de Pichincha.

3.1.2. Objetivos específicos

- Determinar los consumidores o posibles clientes para la empresa dedicada al armado y sellado de packs promocionales de cartón en el Cantón Cayambe.
- Identificar a la competencia que elabora cajas de cartón corrugado y cajas para packs promocionales.
- Determinar los precios que ofrece la competencia directa.
- Analizar sobre la demanda satisfecha o insatisfecha acerca del producto.
- Indagar cuales son los insumos que se necesita para la producción y comercialización de una empresa dedicada al armado y sellado de packs promocionales de cartón.
- Realizar la pertinente descripción del producto a crear.
- Establecer las estrategias de comercialización a utilizarse para el proyecto.

3.2. Matriz variable de estudio de mercado

Tabla 4. Matriz de estudio de mercado

Objetivos	VARIABLES	Indicadores	Fuentes de información	Técnicas de investigación	Población
Determinar los consumidores o posibles clientes del producto empresa dedicada al armado sellado de packs promocionales en el Cantón Cayambe.	Consumidor	Tipo de negocio Ubicación Clientes	Primaria	Entrevista Encuesta	Manufactureras
Identificar a la competencia del producto y determinar los precios que ofrece la misma.	Competencia	N° de oferentes Precios por producto Precios al por mayor Precios al por menor	Primaria	Entrevista Encuesta	Manufactureras
Analizar sobre la demanda satisfecha o insatisfecha acerca del producto.	Demanda	Determinar la demanda aproximada. Cantidad demanda insatisfecha Tiempo en el mercado	Primaria Secundaria	Encuesta Linkografica	Manufactureras Proecuador
Indagar cuales son los insumos que se necesita para la producción y comercialización de una empresa dedicada al armado sellado de packs promocionales en el Cantón Cayambe.	Insumos	Materia prima Mano de obra Maquinaria	Primaria	Entrevista	Manufactureras

Fuente: Directa

Elaborado por: La autora, año 2015

3.2.1. Indicadores de las variables

3.2.1.1 Variables: Consumidor

- Tipo de negocio
- Ubicación
- Cliente

3.2.1.2. Variable: Competencia

- N° de oferentes
- Precios por producto
- Precios al por menor
- Precios al por mayor

3.2.1.3. Variable: Demanda

- Determinar la demanda aproximada
- Cantidad de demanda insatisfecha
- Tiempo en el mercado

3.2.1.4. Variable: Insumos

- Materia prima
- Mano de obra
- Maquinaria
- Costo de ventas

3.3. Identificación de la población

Para la elaboración del presente proyecto tenemos que dar a conocer el número de industrias lácteas así como también los supermercados y micro mercados del Cantón Cayambe con una población estimada de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 5. Número de establecimientos por actividad

ACTIVIDAD ECONÓMICA-COMERCIAL CAYAMBE	NÚMERO	%
Industrias lácteas	30	35,29
Supermercados y micro mercados	55	64,71
TOTAL	85	100%

Fuente: www.inec.com.ec

Elaborado por: La autora, año 2015

3.3.1. Identificación de la muestra

La muestra no se realizó, ya que el número de establecimientos de nuestro mercado consumidor en el proyecto no cumple con la suficiente cifra para su cálculo, pues tan solo tenemos 85 establecimientos los cuales pueden ser nuestros consumidores.

3.3.2. Análisis de la encuesta

1. ¿A cuáles son las empresas que Ud. más adquiere el servicio de la elaboración de cajas de cartón promocionales?

Tabla 6. Empresa más competitiva para el servicio de cajas de cartón

INDICADORES	FRECUENCIAS	%
CARTOPEL S.A.	28	33
CRANSA S.A	57	67
TOTAL	85	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora, 2015

Gráfico 1. Empresa más competitiva para el servicio de cajas de cartón promocionales



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora, 2015

ANÁLISIS:

El análisis de los encuestados nos hace conocer que, el 67% de las industrias lácteas, supermercados y micro mercados ubicados en el Cantón Cayambe adquieren el servicio de cajas de cartón corrugado a la empresa Corrugadora Nacional CRANSA S.A que está ubicada en la Ciudad Quito. Por lo que esta empresa viene a ser la competencia directa de nuestro servicio en la elaboración del mismo, cabe recalcar que CARTOPEL S.A lleva el 33 % de producción para nuestros posibles clientes, pero, nuestra empresa implementará servicios adicionales donde los posibles clientes se sientan atraídos por nuestras propuestas.

2. ¿Con que frecuencia y cantidad su empresa adquiere el servicio dedicado a la elaboración de packs promocionales y cajas de cartón?

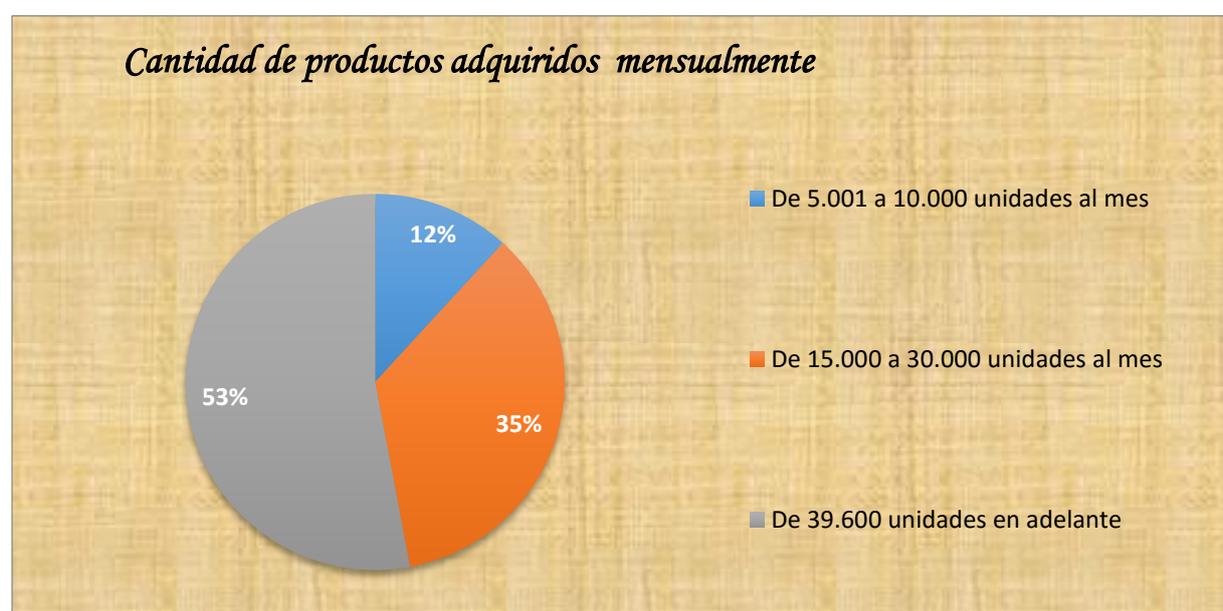
Tabla 7. Cantidad de productos adquiridos mensualmente

INDICADORES	FRECUENCIAS	%
De 5.001 a 10.000 unidades al mes	10	12
De 15.000 a 30.000 unidades al mes	30	35
De 39.600 unidades en adelante	45	53
TOTAL	85	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora, 2015

Gráfico 2. Cantidad de cartón promocional adquiridos mensualmente



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora, 2015

ANÁLISIS:

Como podemos observar en el gráfico la cantidad adquiridos mensualmente por las industrias lácteas cubre una demanda del 53% entre packs promocionales y cajas de cartón, mientras que los supermercados al mes compran un 35 % entre los dos productos, y por último los micro mercados realizan un 12 % de abastecimiento del producto ofertado.

3. ¿Cuáles son las razones por las que su empresa utiliza el servicio de la elaboración de pack promocionales y cajas de cartón?

Tabla 8. Razones por las cuales se utiliza packs promocionales

INDICADORES	FRECUENCIAS	%
Mejorar la presentación y aumentar las ventas	29	34
Mejorar la competitividad	3	4
Preservar la calidad del producto a su llegada	43	51
Despachar productos que son de baja rotación	10	12
TOTAL	85	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora, 2015

Gráfico 3. Razones por las cuales se utiliza los packs promocionales



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora, 2015

ANÁLISIS:

Los packs promocionales y las cajas de cartón corrugado son indispensables mayormente para preservar la calidad del producto a su llegada como lo podemos observar en el gráfico que cumple con un 51%, seguido del 34 % que corresponde a mejorar la presentación para que sea más llamativo el producto hacia el cliente y de esta manera poder aumentar las ventas, con respecto al siguiente indicador que es despachar los productos de baja rotación los clientes nos respondieron que el 12% se enfoca en sacar estos productos con cajas promocionales. La empresa cree conveniente hacer enfoque para bajar ese porcentaje con la creación de un diseño innovador donde los productos de baja rotación se conviertan en productos tentadores para la

venta, y por último el 3 % se considera que es importante mantener y mejorar cada día la competitividad en todo sentido, precios, servicio entre otras.

4. ¿Cuál es la ciudad más cercana que Ud. utiliza para la adquisición de este servicio?

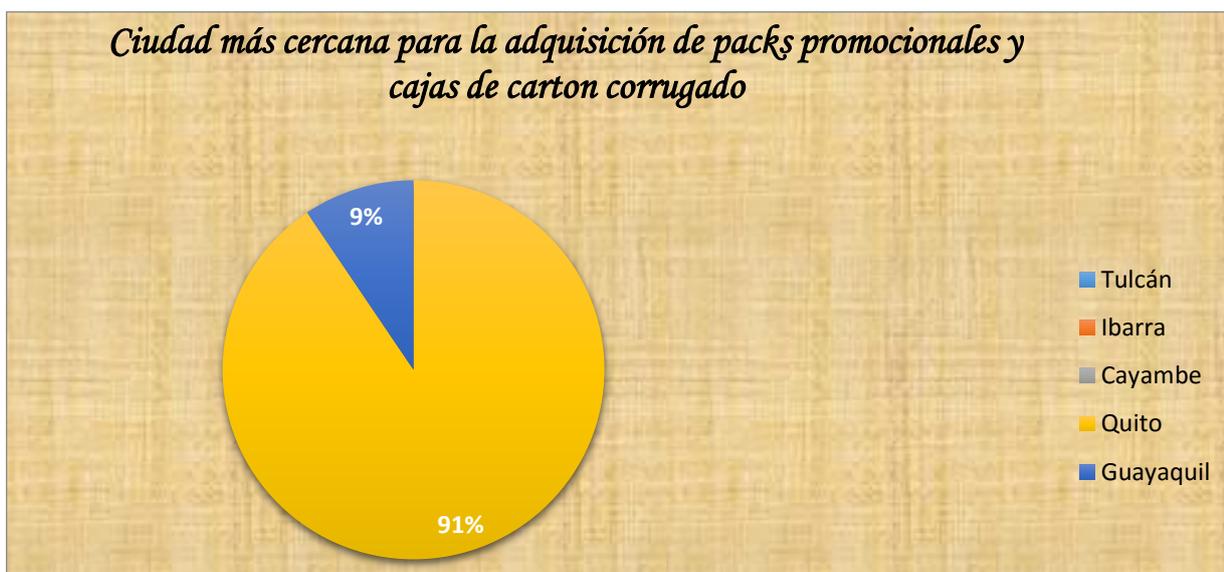
Tabla 9. Ciudad más cercana para la adquisición de packs promocionales

INDICADORES	FRECUENCIAS	%
Tulcán	0	0
Ibarra	0	0
Cayambe	0	0
Quito	77	91
Guayaquil	8	9
TOTAL	85	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora, 2015

Gráfico 4. Ciudad más cercana para la adquisición de packs promocionales y cajas de cartón corrugado



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora, 2015

ANÁLISIS:

El 91% de las empresas encuestadas obtienen el producto de packs promocionales y cajas de cartón corrugado en la Ciudad de Quito, por ser la ciudad más cercana donde se puede conseguir este servicio tanto en precio, calidad y competitividad, y tan solo el 9% lo realiza en

la Ciudad de Guayaquil por la distancia que tiene esa ciudad, pero sin embargo que lo utilizan por la calidad en sus productos.

5. ¿Cuál es la forma de pago que utiliza Ud. al momento de adquirir packs promocionales y cajas de cartón corrugado?

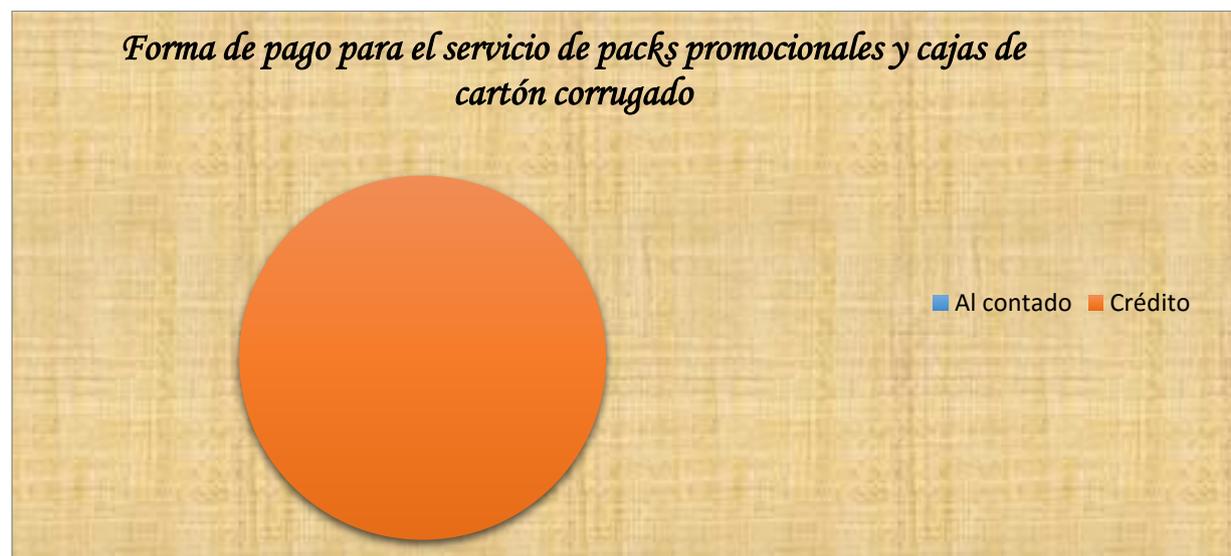
Tabla 10. Forma de pago para el servicio de packs promocionales y cajas de cartón corrugado

INDICADORES	FRECUENCIAS	%
Al contado	0	0
Crédito	85	100
TOTAL	85	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora, 2015

Gráfico 5. Forma de pago para el servicio packs promocionales y cajas de cartón corrugado.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora, 2015

ANÁLISIS:

La forma de pago que se utiliza al momento de adquirir el servicio de elaboración pack promocionales y de cajas de cartón corrugado es de forma a crédito ya que el 100% de las empresas encuestadas respondieron que su forma de pago para la compra es a crédito mas no al contado, aunque se podrá dar reajustes de precios o alguna promoción en caso de hacerlo de contado, pero en si su mayoría ha respondido que sería a crédito.

6. ¿Por qué razón utiliza Ud. los servicios de su proveedor de packs promocionales y cajas de cartón corrugado?

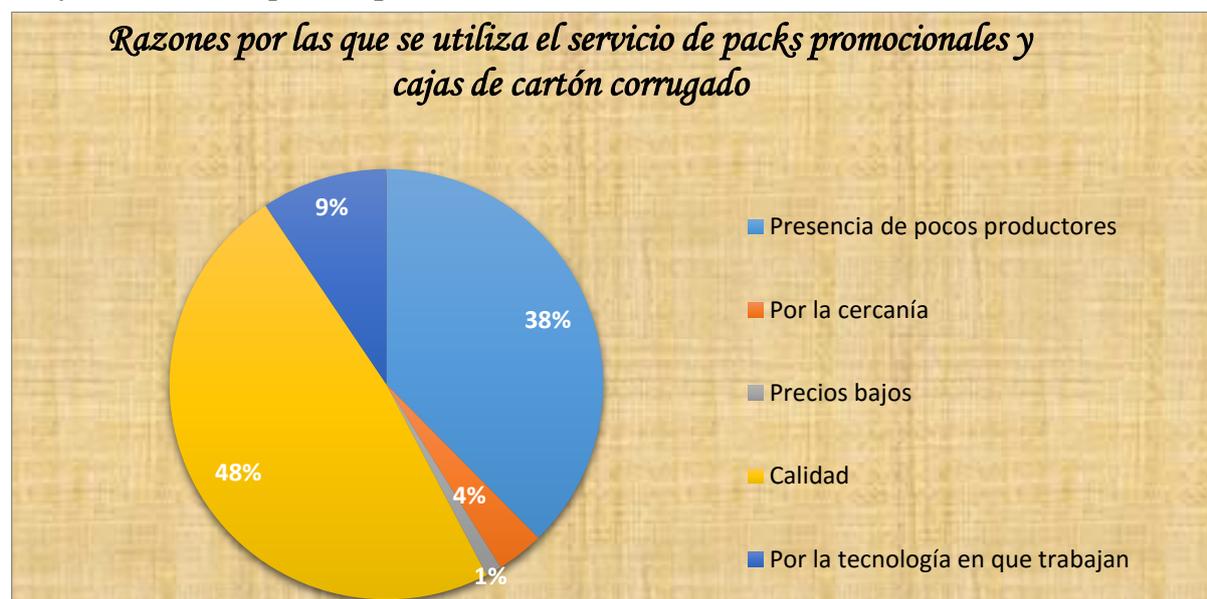
Tabla 11. Razones por las que se utiliza el servicio

INDICADORES	FRECUENCIAS	%
Presencia de pocos productores	32	38
Por la cercanía	3	4
Precios bajos	1	1
Calidad	41	48
Por la tecnología en que trabajan	8	9
TOTAL	85	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora, 2015

Gráfico 6. Razones por las que se utiliza el servicio



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora, 2015

ANÁLISIS:

Las razones por las que las empresas utilizan el servicio al proveedor actual es la calidad, ya que podemos observar que el 48% usan a la competencia como su proveedor de cajas de cartón por su calidad del producto. También nos dieron a conocer que la utilización de su proveedor actual del producto es por la presencia de pocos ofertantes, ya que no hay muchas empresas dedicadas a este servicio.

7. ¿Si Ud. aumenta el monto de compras a sus proveedores estos que le ofrecen?

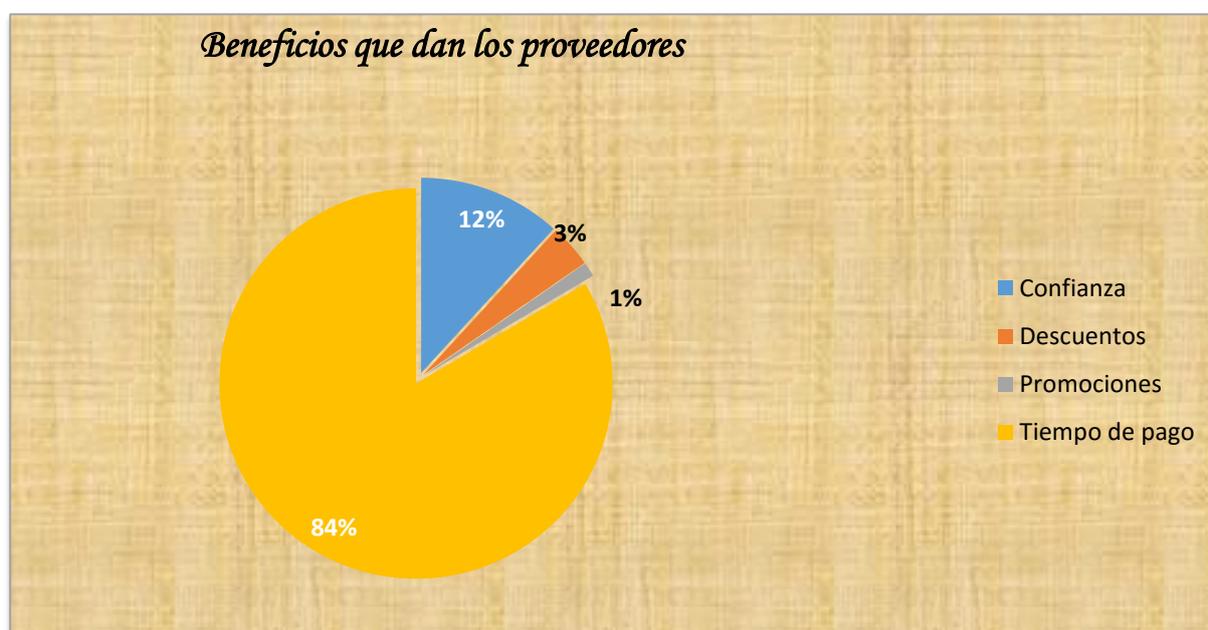
Tabla 12. Beneficios que dan los proveedores

INDICADORES	FRECUENCIAS	%
Confianza	10	12
Descuentos	3	3.5
Promociones	1	1
Tiempo de pago	71	84
TOTAL	85	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora, 2015

Gráfico 7. Beneficios que dan los proveedores de cartón corrugado



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora, 2015

ANÁLISIS:

El 84% de las empresas encuestadas han contestado que los beneficios que les brinda su proveedor actual por el monto de compras es el tiempo de pago, y tan solo el 3% nos dan a conocer que los beneficios por monto compra son descuentos, al igual que el solo el 1% recibe promociones por sus adquisiciones en el producto.

8. ¿A través de qué medios encontró a los proveedores actuales de este servicio?

Tabla 13. Medios por el cual se encontró a los proveedores de este servicio

INDICADORES	FRECUENCIAS	%
Recomendaciones	61	72
Páginas amarillas	0	0
Anuncios	5	6
Redes sociales	19	22
Televisión	0	0
Radio	0	0
TOTAL	85	0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora, 2015

Gráfico 8. Medios por el cual se encontró a los proveedores



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora, 2015

ANÁLISIS:

Podemos observar que el 72% de las empresas han mencionado que los medios por el cual encontró a sus proveedores fueron por recomendaciones personales, más no por páginas amarillas, anuncios o avisos por radio. También podemos mencionar que el 22% encontró a productores por redes sociales. La empresa para captar clientes tiene como una de las estrategias expandirse en el mercado Cayambeño no solo esperando que el cliente llegue hacia nosotros sino más bien nosotros buscar al cliente por medio de página web, redes sociales, y lo más importante por la cercanía hacer visitas personalizadas.

9. ¿Necesita Ud. que haya una empresa dedicada al servicio de armado y sellado de pack promocionales y cajas de cartón corrugado en la Ciudad de Cayambe?

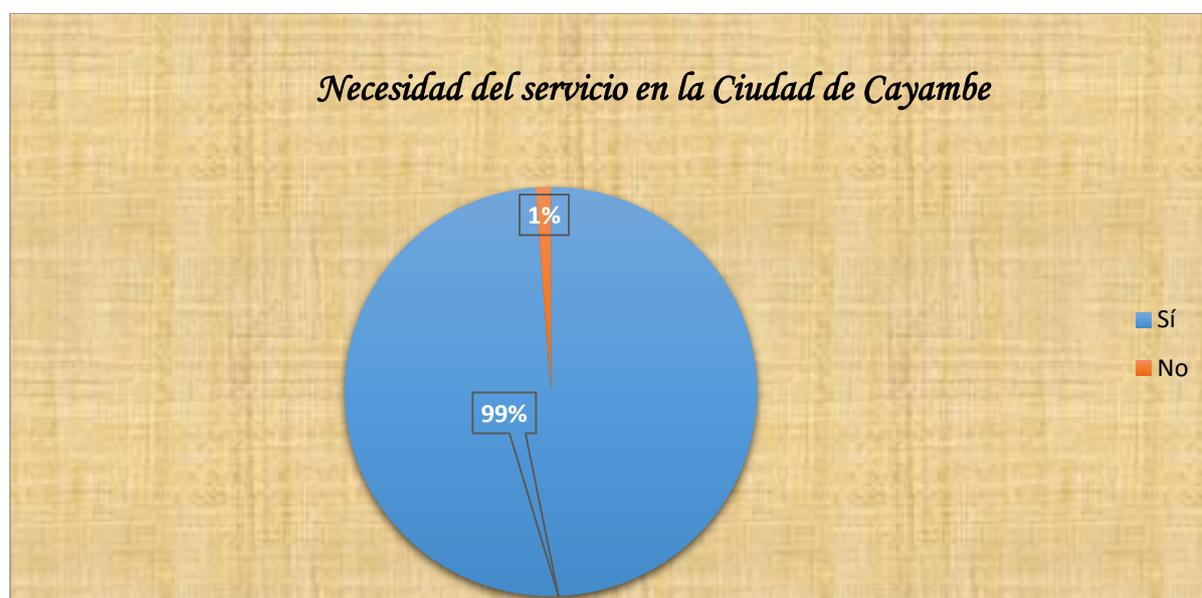
Tabla 14. Necesidad del servicio de cajas de cartón corrugado en la Ciudad de Cayambe

INDICADORES	FRECUENCIAS	%
Sí	84	99
No	1	1
TOTAL	85	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora, 2015

Gráfico 9. Necesidad de la producción de pack promocionales en la Ciudad de Cayambe



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora, 2015

ANÁLISIS:

El 99% de las empresas encuestadas nos dieron a conocer que si existe la necesidad de implementación de una empresa dedicada a este servicio, porque debido a su cercanía sus costos empezando desde la logística (brevedad al tiempo de entrega, ahorro en costo de transporte, garantiza la llegada del producto en excelente estado) hasta precios competitivos, calidad, buen servicio que facilitara el tener la empresa en la misma ciudad.

10. Con referencia a la pregunta anterior. ¿Cuáles son las características por las Ud. escogería este servicio en la Ciudad de Cayambe?

Tabla 15. Características por la cuales escogería una empresa de packs promocionales y cajas de cartón corrugado

INDICADORES	FRECUENCIAS	%
Calidad	20	24
Precios	13	15
Cercanía	18	21
Descuentos	2	2
Crédito	11	13
Tiempo de entrega	11	13
Comunicación entre ofertante y consumidor	10	12
TOTAL	85	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora, 2015

Gráfico 10. Características por las cuales escogería una empresa de packs promocionales y cajas de cartón corrugado



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora, 2015

ANÁLISIS:

El 24% de las empresas dicen que las características por la cuales escogería una empresa de cajas de cartón corrugado en la ciudad de Cayambe es por la calidad, seguido así del 21% que nos expresan que la escogerían por la cercanía, también es importante mencionar que el 15% nos indica que utilizarían este servicio en el Cantón Cayambe por los precios. En cambio el 13% de las encuestadas manifiesta que la utilización de este servicio sería por la forma de pago es decir que la empresa mantenga políticas de cobro a crédito.

3.4. Descripción del producto

3.4.1 Packs promocionales de cartón

Ilustración 10. Packs promocionales de cartón



Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

Los packs promocionales o packaging es aquella caja de cartón que está diseñada para agrupar dos o más unidades en un mismo paquete de acuerdo a la necesidad del cliente para ofertar y lograr que su producto sea más demandado.

Su fin es promover una oferta que conlleva a comparar precios entre la compra de uno o el paquete y el resultado siempre sea el ahorro.

3.4.2. Cajas de cartón corrugado

Ilustración 11. Cajas de cartón corrugado



Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora, 2015

Las cajas de cartón corrugado es una de las principales materias primas para el embalaje de la mayor parte de productos a nivel mundial, su principal objetivo es la protección, conservación y la garantía de una buena llegada a su destino. Sus principales características son la durabilidad, la logística y la estética, estas cajas están dispuestas a ser fabricadas en cualquier medida que el cliente requiera.

Las cajas de cartón corrugado están conformadas por dos hojas planas adheridas a una capa ondulada intermedia, la cual aporta una solución para el fabricante de acuerdo al requerimiento del consumidor. Es adaptable a una amplia gama de exigencias técnicas y con una excelente rigidez y resistencia para proteger cualquier clase de mercancía siempre y cuando sea de su gravedad.

3.5. Mercado meta

La Ciudad de Cayambe, Provincia de Pichincha es el principal cantón que está enfocado al sector de la industria manufacturera láctea, supermercados y micro mercados los mismos

que en el sector cumplen un desarrollo cantonal importante dando de esta manera un valor muy alto en el aspecto laboral y comercial.

3.6. Análisis y proyección de la oferta

3.6.1. Proveedores

Como proveedores para el funcionamiento de la empresa, serán los productores de rollos de papel reciclado, los ofertantes de cola (pegamento) que podemos encontrar la Ciudad de Quito como también en Guayaquil.

3.6.2. Proyección de la oferta

De acuerdo a los datos obtenidos, el crecimiento aparente histórico de las industrias lácteas, supermercados y micro mercados es creciente con una tendencia de aumento en los últimos años. En segundo lugar, la tasa de crecimiento promedio anual es del 2.94%. En este caso se explica que el crecimiento del último año es debido a que la cantidad de establecimientos de las actividades de servicios de bienes de consumo y el comercio interno en la Provincia de Pichincha ha crecido notablemente.

Entonces la proyección de la oferta, tiene un incremento anual del 2.94% que se explica en función de las perspectivas de la economía para los años estimados, sobre todo si dichas expectativas son factibles de que se puedan dar en la realidad.

3.6.3. Datos históricos del total establecimientos

Para efectuar la proyección de la oferta se tiene como base los siguientes datos históricos de los establecimientos, proporcionados por la información obtenida del INEC 2010.

Tabla 16. Crecimiento de establecimientos en actividades de cartón

AÑO	N° DE ESTABLECIMIENTOS	TENDENCIA DE CRECIMIENTO
2010	12	
2011	24	0.96
2012	27	1.13
2013	35	1.30
2014	45	1.29
2015	85	2.94

Fuente: Directa

Elaborado por: La autora, año 2015

En la tabla anterior podemos observar el crecimiento de los productores de cartón corrugado que son habituales en las ciudades de Guayaquil y Quito. Es necesario actualizar los datos para realizar la proyección de la demanda tomando como referencia la tasa de crecimiento anual de estos establecimientos que es del 2.94% a febrero de 2015 según el INEC.

3.6.4. Proyección de la oferta

Tabla 17. Proyección de la oferta

NÚMERO	AÑO	TCPA 2.94%	CANTIDAD
0	2015	84	
1	2016		86
2	2017		89
3	2018		92
4	2019		94
5	2020		97

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

3.7. Análisis de la demanda

3.7.1. Consumidores

Los consumidores son las industrias manufactureras en especial las que se dedican a la elaboración de lácteos, supermercados y micro mercados pertenecientes a la Ciudad de Cayambe, lugar donde se desarrolló el estudio de mercado.

También se llegó a determinar que la oferta existente de packs promocionales y cartón corrugado no satisface las necesidades de la demanda ya que este, muchas veces solo es destinado para el consumo de pocas empresas, más no para la mayoría del cantón.

3.7.2. Frecuencia de consumo

Se llegó a la conclusión con los resultados de la encuesta que los packs promocionales y las cajas de cartón corrugado, son adquiridos mensualmente, y se puede realizar pedidos en cualquier fecha del mes siempre y cuando se respete los días de anticipación para la elaboración del producto y evitar conflictos por fecha de entrega.

Las cajas de cartón corrugado y los pack promocionales son el producto de mayor compra que las industrias manufactureras y el comercio al por mayor y menor prefieren por su presentación, calidad, y sobre todo por la de preservar la calidad del producto a su llegada. Seguido por la utilización de embalajes promocionales plásticos.

3.7.3. Lugar de compra

Después de haber aplicado las encuestas se llega a la conclusión de que Cayambe, es el lugar donde se pueden adquirir productos lácteos, bebidas y demás bienes de consumo que si están presentados con una promoción puede ser altamente tentativo para el cliente interno tanto como externo. También después de haber conocido el crecimiento tanto industrial como poblacional es un lugar idóneo.

3.7.4. Cantidad comprada

En base a los resultados obtenidos de las encuestas se pudo conocer que el promedio de cantidad de cajas de cartón corrugado y packs promocionales consumidos por las industrias manufactureras y el comercio al por mayor y menor de Cayambe es de 39.600 unidades en

adelante, como se puede observar es muy significativo, ya que es un producto que ayudara al crecimiento económico y a la vez mejorar la logística de la empresa.

3.7.5. Proyección de la demanda

Se llegó a determinar que el consumo de las cajas de cartón corrugado y los pack promocionales del Cantón Cayambe es en un promedio de 39.600 unidades al mes, lo que representa 475.200 unidades al año aproximadamente de consumo de cajas de cartón corrugado por demandante potencial.

Para la proyección de la demanda, se consideró información del sector económico población del Cantón Cayambe, según el censo del INEC del año 2010; sector económico población total de 85 entre industrias manufactureras, supermercados y micro mercados que representan el 2.94 % del total de la Provincia de Pichincha.

3.7.6. Proyección de la demanda de consumidores potenciales

Para la proyección de la demanda de los posibles consumidores se tomó en cuenta la población del sector económico comercial del Cantón Cayambe, según la proyección de la población por provincia y cantón del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, del año 2010.

Tabla 18. Información histórica del crecimiento de establecimientos comerciales e industriales.

AÑO	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS
2010	31
2011	42
2012	56
2013	68
2014	79
2015	85

Fuente: INEC, 2015

Elaborado por: La autora, 2015

Para el cálculo de la tasa de crecimiento tomamos como referencia los datos del cuadro anterior, se aplica en una hoja de cálculo el siguiente cuadro sobre el crecimiento de establecimientos en porcentaje por año como podemos ver:

Tabla 19. Cuadro de crecimiento de establecimientos en porcentaje

TASA DE CRECIMIENTO POR AÑO	
2010	9%
2011	12%
2012	16%
2013	19%
2014	22%
2015	24%

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

La tasa de crecimiento que constituye a tendencia histórica creciente del Cantón Cayambe es de 24% se procedió a realizar la proyección de la población:

Con la siguiente fórmula:

$$Pt = Po (1+i)^t$$

Año: 2016

$$Pt = 85 (1 + 0,24)^1$$

$$Pt = 105.4$$

Año: 2017

$$Pt = 85 (1 + 0,24)_2$$

$$Pt = 130.7$$

Año: 2018

$$Pt = 85 (1 + 0,24)_3$$

$$Pt = 162.1$$

Año: 2019

$$Pt = 85 (1 + 0,24)^4$$

$$Pt = 201$$

Año: 2020

$$Pt = 85 (1 + 0,24)^5$$

$$Pt = 249.2$$

Tabla 20. Proyección de la demanda de consumidores potenciales

PROYECCIÓN DE DEMANDA POTENCIAL			
Número	Año	Tendencia de crecimiento	Cantidad
0	2015	24%	85
1	2016		105
2	2017		131
3	2018		162
4	2019		201
5	2020		249

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora, 2015

3.7.1. Proyección de la demanda insatisfecha

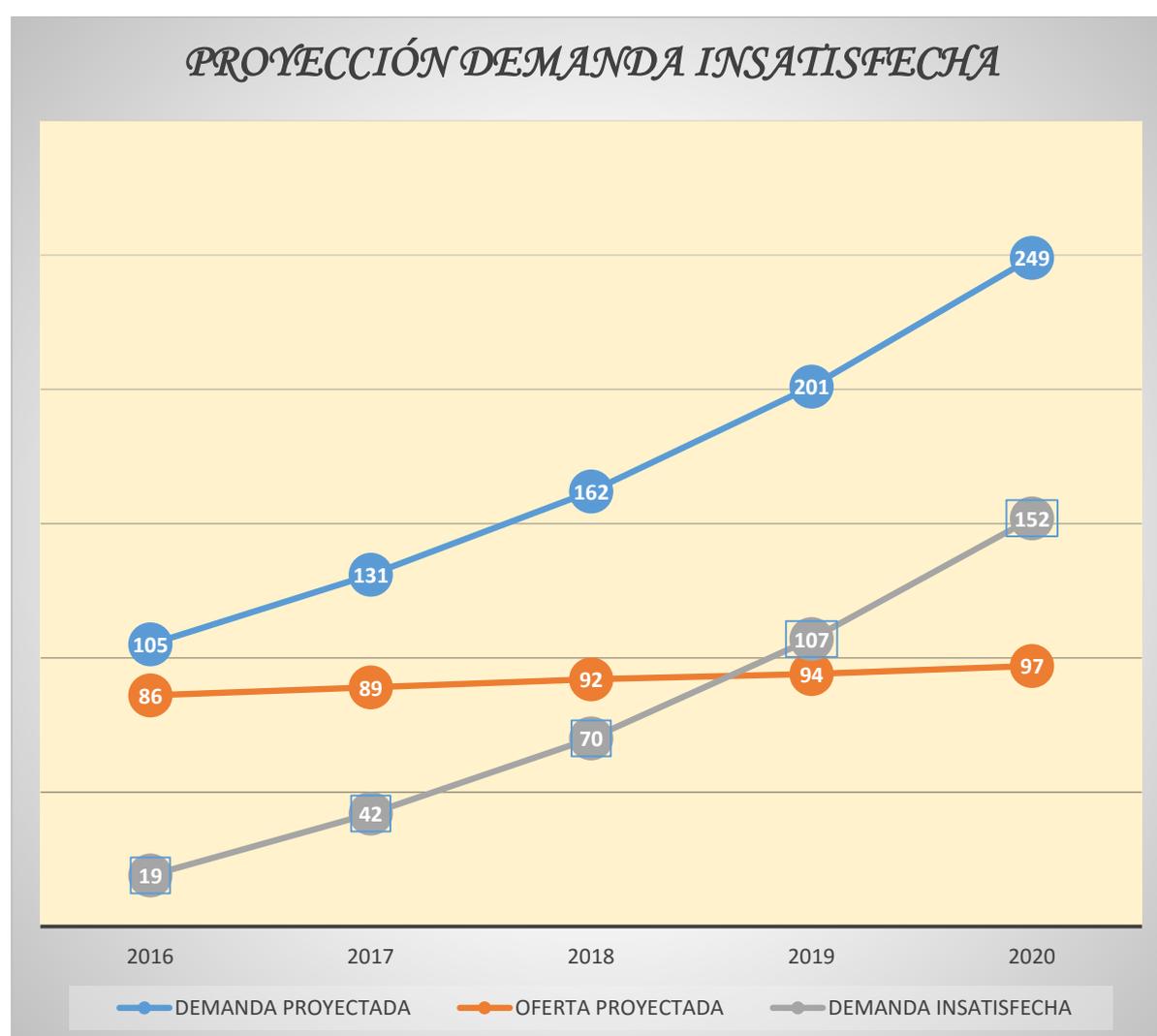
La demanda insatisfecha determina el mercado que se puede atender con el nuevo negocio, se calcula restando la oferta con la demanda.

Tabla 21. Proyección de la demanda insatisfecha de cajas de cartón corrugado

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA DE CAJAS DE CARTÓN CORRUGADO			
Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha
2016	105	86	19
2017	131	89	42
2018	162	92	70
2019	201	94	107
2020	249	97	152

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La autora

Ilustración 12. Proyección de la demanda insatisfecha de cajas de cartón corrugado



Fuente: Investigación
Elaborado por: La autora, 2015

3.8. Análisis y determinación de los precios

Tabla 22: Identificación producto

PRODUCTO	MEDIDA
Caja grande th87	37.8*37.4*4.2
Caja regular kpV	38.2*28.5*24.7
Caja media km56	26.4*26*4.2
Caja media kh56	24.3*23*20
Caja pequeña th87	18.5*16*15

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

Los costos de comercialización de las cajas de cartón corrugado y cajas para packs promocionales en el mercado nacional se muestran a continuación:

Tabla 23. Precios para cajas de cartón corrugado del año base

AÑO BASE	AÑO 0	AÑO 0	AÑO 0	AÑO 0	AÑO 0
PRODUCTO	caja grande	caja regular	caja mediana	caja media	caja pequeña
PRECIOS	0.92	0.45	0.21	0.17	0.14

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

De acuerdo a los datos anteriores para la proyección del precio de las cajas de cartón se aplicó la tasa de inflación del 3,38% perteneciente a diciembre del 2015 para los próximos 5 años obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 24. Determinación de los precios

PRECIO PROYECTADO CON INFLACIÓN					
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
0.95	0.98	1.02	1.05	1.09	
0.47	0.49	0.50	0.52	0.54	
0.22	0.23	0.24	0.24	0.25	
0.18	0.19	0.19	0.20	0.21	
0.15	0.16	0.16	0.17	0.17	
1.97	2.04	2.11	2.18	2.25	

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

3.9. Análisis de la comercialización, distribución y publicidad del producto

Con el objetivo de lograr posicionarse en el mercado, es necesario que la empresa de cajas de cartón corrugado examinado en este proyecto se dé a conocer por su calidad y servicios a su mercado meta, mediante una cadena de estrategias que le permitirán mantenerse y consolidarse en él.

3.9.1 Estrategias de servicio

Dada la naturaleza de la empresa de cajas de cartón ondulado o corrugado la atención al cliente, es primordial. Por lo cual los servicios prestados al usuario siempre serán dados con amabilidad y calidez, también dando siempre a conocer las promociones del mes o descuentos por la cantidad en compras que lo realicen nuestros clientes, logrando así la satisfacción de los mismos.

3.9.2. Estrategias de marketing mix

La empresa se alineará a estrategias de mercado relacionadas con el servicio, precio, plaza, publicidad y promoción que le permitirán funcionar en el mercado debidamente.

3.9.3. Estrategias del producto

- El almacenamiento de los insumos se lo realizará en un lugar adecuado libre de humedad que permita que se conserven en óptimas condiciones el producto y su resistencia y calidad sean las mejores.
- Los productos tendrán personal de calidad quienes verificarán que el estado para la comercialización sea el más adecuado.
- Se aplicarán encuestas periódicas a los clientes para conocer su nivel de satisfacción con el servicio prestado.

3.9.4. Estrategias de precio

- El precio que se maneja estará a un margen de ganancia a partir del costo de producción.
- Podemos decir que los precios serán competitivos.
- Los costos serán controlados de acuerdo al mercado.

3.9.5. Estrategias de plaza

- Se elaborará un estudio para determinar el lugar idóneo donde se instalará la empresa, buscando principalmente la cercanía y las necesidades de los usuarios.
- Las instalaciones tendrán todas las áreas necesarias para que el proceso sea eficaz y con mayor calidad.

3.9.6. Estrategias de publicidad y promoción

- La empresa será promocionada a través de redes sociales ya que ahora en la actualidad es muy utilizado gracias a la tecnología, dando a conocer así los servicios, las instalaciones y principalmente nuestros productos con el fin de buscar la satisfacción del cliente.
- En este punto es importante que RR.HH. seleccione el personal idóneo quien se encargará de captar, retener, potencializar a futuros clientes.

3.9.7 Estrategias de comercialización

- El canal de distribución a utilizarse será directo pues el servicio llega al usuario sin intermediarios.

3.10. Análisis del capítulo

- En esta etapa de estudio o investigación de mercado, investigamos, analizamos y señalamos todo lo relacionado al mercado, lo cual definimos nuestro mercado objetivo que vienen a ser las industrias manufactureras en su mayoría lácteas así como también los supermercados y micro mercados.
- El estudio de mercado es una herramienta que nos permite conocer la viabilidad inicial del proyecto, para lo cual se establecieron encuestas y entrevistas con lo que se pudo conocer aspectos como: el nivel de demanda existente, gustos, preferencias y el nivel de aceptación del servicio en la Ciudad de Cayambe; información relevante que nos sirvió para determinar la demanda potencial del proyecto.
- A pesar de que haya empresas dedicadas a la elaboración y comercialización de este producto las industrias lácteas, supermercados y micro mercados si necesitan o requieren de una empresa como la nuestra en la Ciudad de Cayambe porque les beneficiará por los servicios que les brindaremos.
- Otro punto importante de recalcar es que los potenciales consumidores acogerían pronto nuestros servicios por la cercanía y no existirá intermediarios donde el precio de distribución sea mayor al que brindará la empresa a crear.
- En cuanto al tema de la competencia los clientes no reciben promociones, descuentos por la cantidad de productos adquiridos. por lo que se torna como estrategias para nuestra empresa el brindar promociones y descuentos según su cantidad y según su forma de pago de las empresas.
- Utilizaremos las estrategias de marketing más conocidas como las 4P.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del proyecto

La capacidad de la planta está en base a los resultados obtenidos del estudio de mercado tomando en consideración los siguientes aspectos:

- La maquinaria puede producir hasta 90 cajas por minuto pero nuestra demanda solo requiere de 39.600 unidades mensuales en adelante.
- Se producirá 1.100 unidades diarias lo que quiere decir que al año la empresa estará produciendo una cantidad aproximada de 475.200 unidades necesarias para los consumidores, pero si acaso el cliente requiere más cajas la empresa estará dispuesta a producir y vender al mismo siempre y cuando se cumpla las políticas empresariales.

La empresa ha previsto que la planta realizará una producción de 3 días a la semana de cartón y los dos restantes se utilizaran para el mantenimiento de la maquinaria de acuerdo a las especificaciones técnicas tanto en horas máquina, como en las 8 horas hombre como se describen en cuadro siguiente, esto quiere decir que tendremos 12 días de producción.

Tabla 25. Capacidad de producción esperada de cajas de cartón

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN ESPERADA DE CARTÓN		
Capacidad diaria a producir	1100	unidades
Capacidad semanal	3300	unidades
Capacidad mensual	39600	unidades
Capacidad anual	475200	unidades

Fuente: Investigación

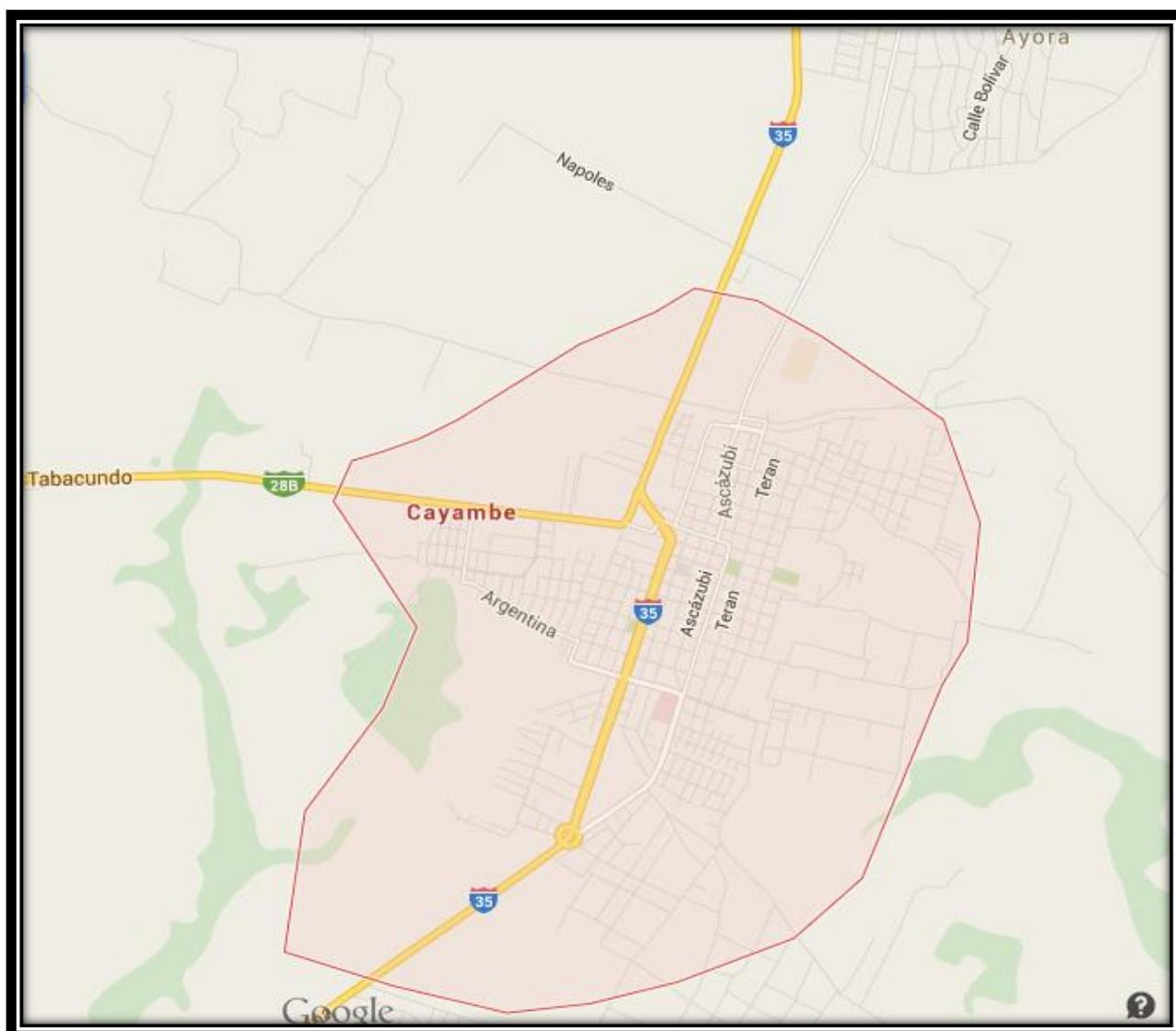
Elaborado por: La autora, 2015

4.2. Localización del proyecto

4.2.1. Macro localización

El proyecto estará ubicado en la Ciudad de Cayambe, Provincia de Pichincha. Se ha escogido este sector principalmente por la presencia de industrias manufactureras en su mayoría lácteas así como también los supermercados y micro mercados que en la actualidad necesitan abastecerse de packs promocionales de cartón.

Ilustración 13. Macro localización

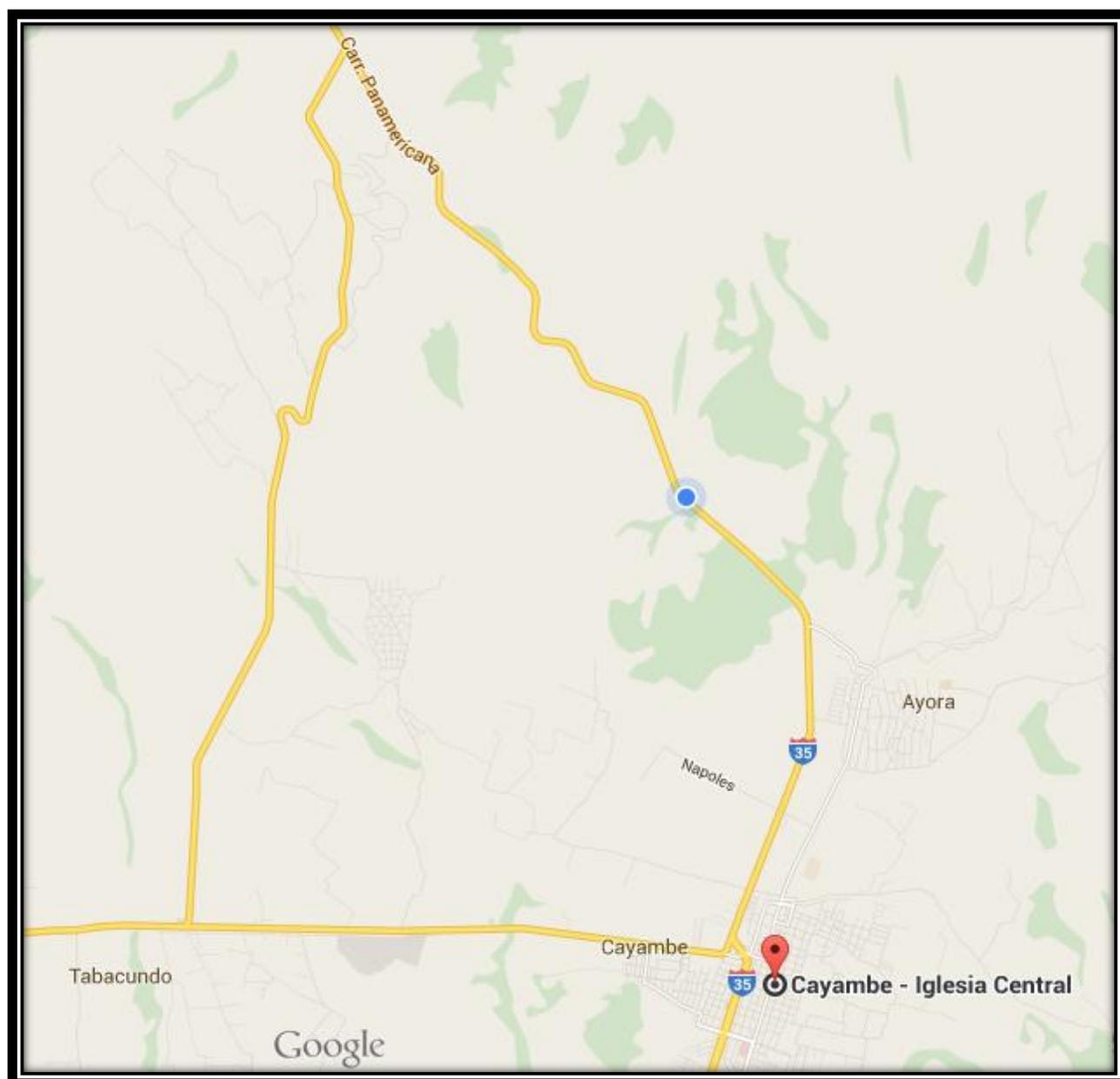


Fuente: www.googlemaps.com
Elaborado por: La autora 2015

4.2.2. Micro localización

La implantación del proyecto será en el Barrio Santa Clara que se encuentra a 10 minutos del centro de la Ciudad de Cayambe y a futuro a quien tenemos como meta de incluir a nuestro mercado que es el Cantón Pedro Moncayo que se encuentra a tan solo 20 minutos.

Ilustración 14. Micro localización



Fuente: www.googlemaps.com
Elaborado por: La autora 2015

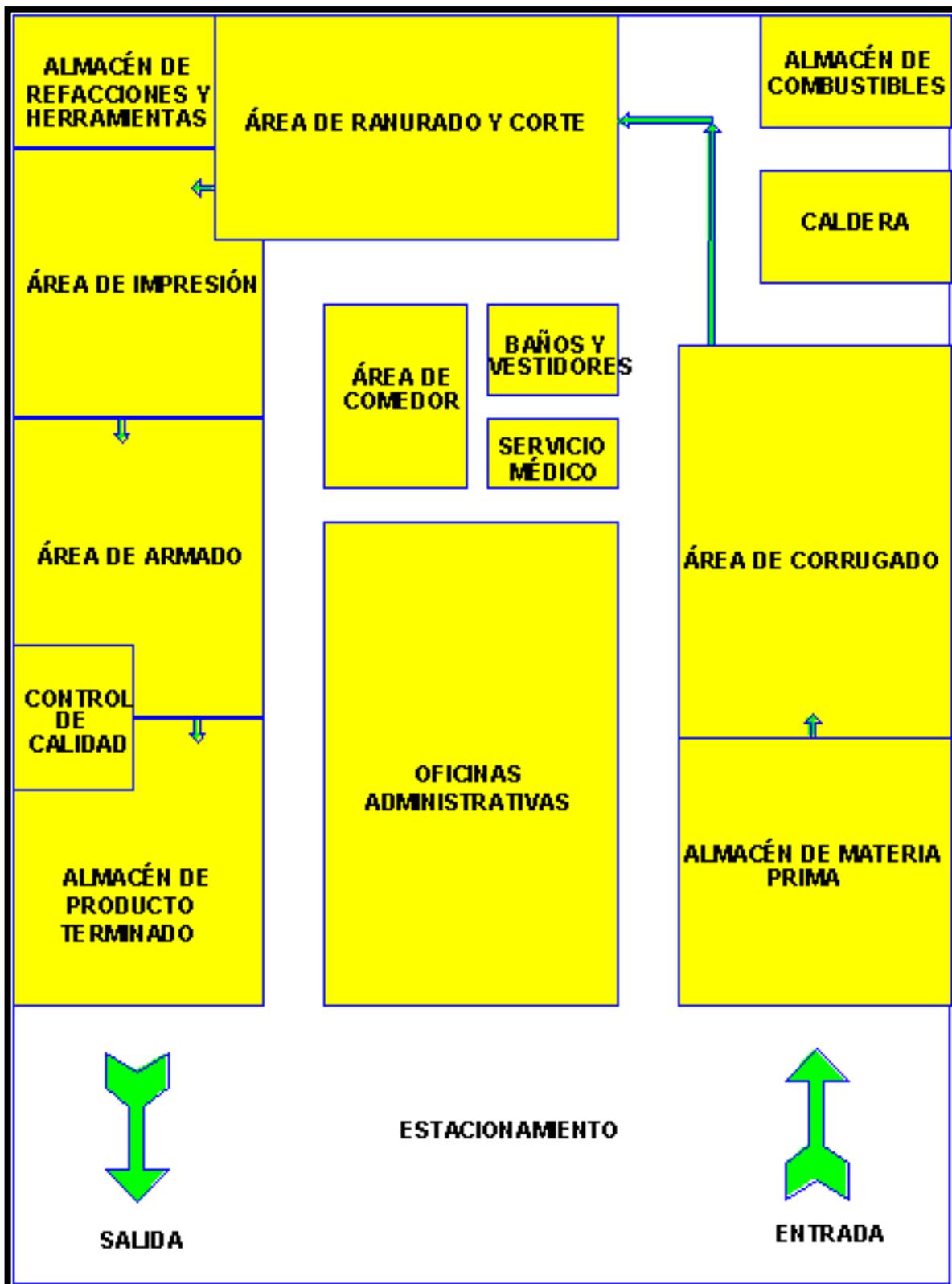
4.3. Ingeniería del proyecto

4.3.1. Distribución de las instalaciones

El área que ocupa el proyecto para brindar los servicios de cajas de cartón corrugado, cuenta con un espacio físico total de 1.000 m², de los cuales están distribuidos de la siguiente manera:

- a) Almacén de materia prima
- b) Almacén de combustible
- c) Almacén de refacciones y herramientas
- d) Almacén de producto terminado
- e) Área de corrugado
- f) Área de caldera
- g) Área de ranurado y corte
- h) Área de armado
- i) Impresión
- j) Control calidad
- k) Comedor
- l) Baños y vestidores
- m) Servicio médico
- n) Oficinas administrativas

Ilustración 15. Distribución interna de las instalaciones de la planta



4.3.2. Proceso productivo de las cajas de cartón corrugado

Según la página SE (2015) nos da a conocer para un oportuno entendimiento sobre el proceso de producción para la realización de las cajas de cartón corrugado como se puede ver a continuación.

1) Recepción y almacenamiento de materia prima.- La materia prima y materiales auxiliares se reciben y guardan en el almacén de materia prima.

En la fabricación de cajas de cartón corrugado la materia prima básica es el papel kraft o semikraft. El kraft está hecho únicamente de celulosa nueva, mientras que el semikraft es una mezcla de celulosa y desperdicios de papel.

En calidad el papel kraft es mejor por su resistencia a la carga y tiene un mayor precio. El papel se clasifica también, por su aplicación, en "liner" o "medium". El "liner" forma la capa exterior del cartón (flauta o corrugado). Los gramajes de papel más utilizados en la elaboración de cajas de cartón corrugado varían en lo que respecta al tipo de cartón liner entre 100 y 400 gr./m² y en el medium entre 120 y 180 gr/m², generalmente para el medium se usa únicamente papel semikraft y para el liner el kraft o también el semikraft.

El papel se recibe en forma de bobinas de ancho entre 1.90 y 2.15 m. y de diámetro entre 1.10 y 1.27 m. El peso de las bobinas varía entre 1,300 y 1,569 kg.

Se utiliza también pegamento a base de almidón o bórax y sosa cáustica, los cuales se presenta en botes o tambos de diferentes capacidades.

Se reciben también tintas de aceite o de agua para la impresión de las cajas.

Se utilizan además grapas, flejes de acero y de plástico, así como cordel de ixtle.

La materia prima que requiere de ciertos cuidados en su almacenamiento son las pinturas y algunos silicones debido a su carácter de inflamables. El almacén de materias primas debe tener una temperatura media y humedad relativa.

- 2) **Transporte de materia prima a su respectivo proceso.-** Las materias primas se transportan por medio de montacargas y de plataformas rodantes a su proceso respectivo.
- 3) **Inspección.-** Se verifica que los papeles usados en la fabricación de las cajas de cartón cumplan con las especificaciones de gramaje y que sea el papel que se requiere (kraft o semikraft).
- 4) **Colocación de rollos en máquina corrugadora.-** El rollo de papel se coloca en la máquina corrugadora y se corta con navaja, la parte inicial que está adherida, alimentando con esta parte a la máquina, la cual jalará el papel automáticamente durante todo el proceso de corrugado.

El papel dentro de la máquina pasa por una primera fase donde se le aplica humedad, por medio de vaporizadores, los cuales tienen una temperatura de 170°C.

El papel, enseguida pasa por una segunda fase donde se le une internamente, una hoja del corrugado o flauta; pasa a una tercera fase donde se elabora la lámina de cartón mediante la adhesión, por medio del pegamento, de 3 papeles, dos liners (papeles exteriores) y un medium (papel corrugado) para el caso de cartón doble. Después de esto el cartón pasa por una última fase donde es secado por temperatura y cortado según las dimensiones requeridas.

Todo lo anterior se realiza internamente en la máquina corrugadora, obteniendo a su salida piezas rectangulares de cartón corrugado o láminas de cartón.

- 1) **Formación de láminas de cartón.-** El papel dentro de la máquina pasa por una primera fase donde se le aplica humedad, con vaporizadores a una temperatura de 170 ° C.

El papel, en seguida pasa por una segunda fase donde se le une internamente el corrugado o flauta; pasa a una tercera fase donde se elabora la lámina de cartón mediante la adición, por medio del pegamento de tres papeles, dos liners (papeles exteriores) y un medium (papel corrugado) para el caso de cartón sencillo; o bién, tres liners y dos mediums para el cartón doble. Después de esto el cartón pasa por una última fase donde es secado por medio de temperatura y cortado según las dimensiones requeridas.

Todo lo anterior se realiza internamente en la máquina corrugadora, obteniendo a su salida piezas rectangulares de cartón corrugado o láminas de cartón.

- 2) **Transporte a ranuradora.-** Las láminas de cartón corrugado se transportan por medio de plataformas rodantes a la máquina ranuradora.
- 3) **Ranurado.-** Por medio de la máquina ranuradora las láminas de cartón son ranuradas de modo que se doble a lo largo de líneas trazadas, teniéndose cuidado de que el cartón en la ranura no quede cortado, sino solamente quebrado. Las ranuras se realizan en los lugares indicados por un patrón que tendrá a la vista el operador de la ranuradora, inmediatamente después se le realizan al cartón los cortes necesarios para que quede lista para su armado.
- 4) **Transporte a máquina impresora.-** Las cajas de cartón se transportan por medio de plataformas rodantes a la máquina impresora.
- 5) **Impresión.-** Se entiende por impresión un logotipo o un trabajo en tinta (serigrafía) que identifique una marca comercial determinada. Este tipo de presentación se hace

dependiendo de las necesidades específicas y con la información que cada cliente requiera para su producto.

Las tintas más comunes en la impresión de las cajas son rojo, azul, verde, negro y café, ya sean de aceite o de agua.

Para efectuar la impresión existen un sin fin de procedimientos, desde la serigrafía manual, hasta la utilización de máquinas sofisticadas de impresión.

6) Transporte a grapadora.- Las cajas ya impresas se transportan por medio de plataformas rodantes a la máquina grapadora.

7) Armado.- En esta máquina se engrapan las cajas. Existen dos procedimientos:

Automático.- El operador solamente alimenta cajas en bloque y la máquina aplica la grapa con la presión y distancia dada.

Semiautomática.- El operador alimenta y direcciona cada caja y la máquina aplica la grapa con la presión y distancia dada.

La grapadora realiza la operación de armado de las cajas mediante la unión (cuando se requiere) de los extremos longitudinales de éstas con grapas.

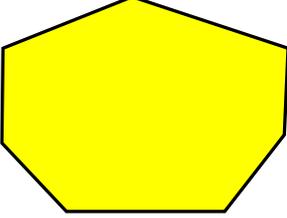
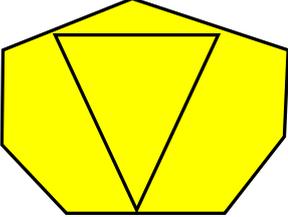
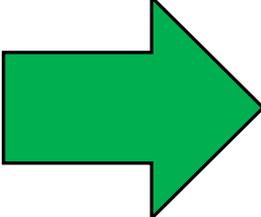
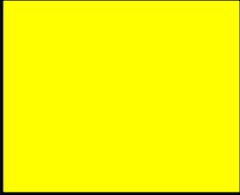
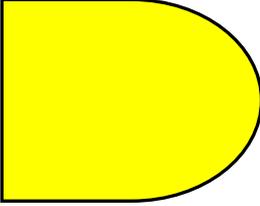
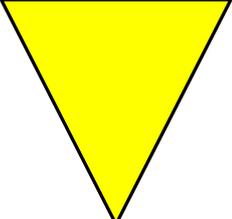
Después se flejan las cajas desarmadas con flejes de acero o plástico.

8) Inspección.- Aquí se verifican las características que deben tener las cajas de cartón de acuerdo a la Norma.

9) Transporte a almacén.- Las cajas terminadas se transportan por medio de plataformas rodantes al almacén de producto terminado.

10) Almacenamiento.- El producto terminado se almacena y de ahí se suministra a embarques para su empaque, embalaje y/o empaletizado.

4.3.3. Simbología

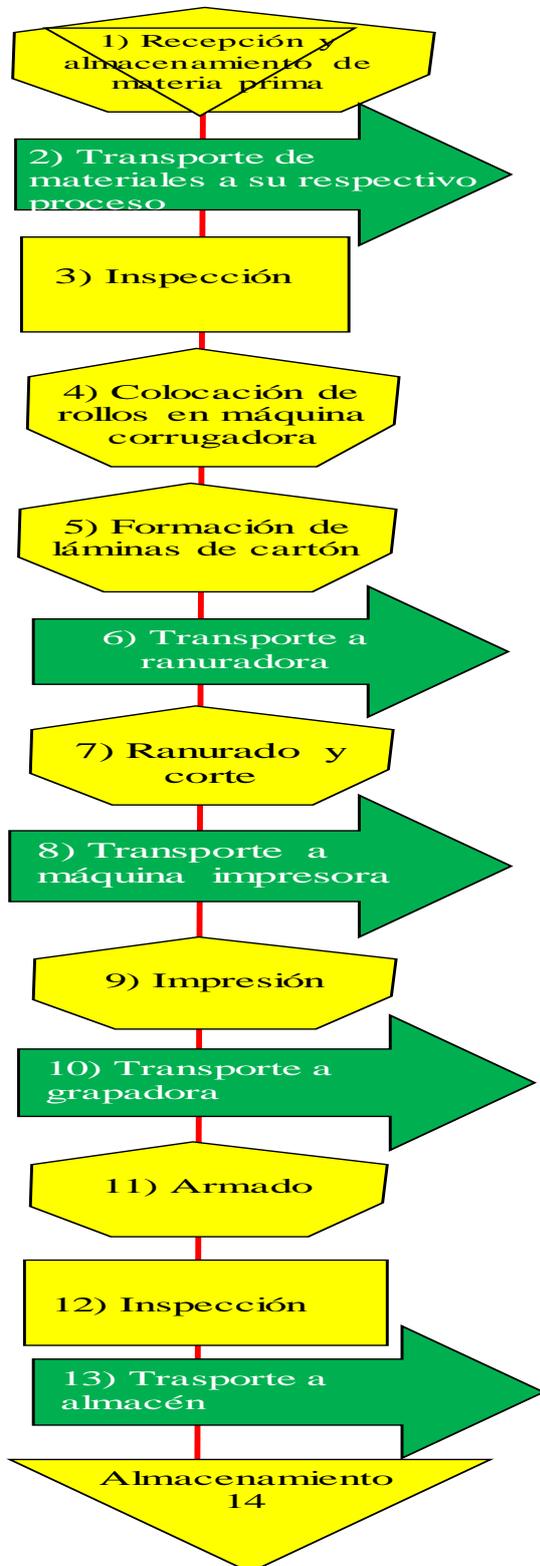
	Operación
	Operación y almacenamiento
	Transporte de materiales a su respectivo proceso
	Inspección
	Demora
	Almacenamiento

Fuente: <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=14&ins=505>

Elaborado por: La autora, 2015

4.3.4. Flujograma de procesos

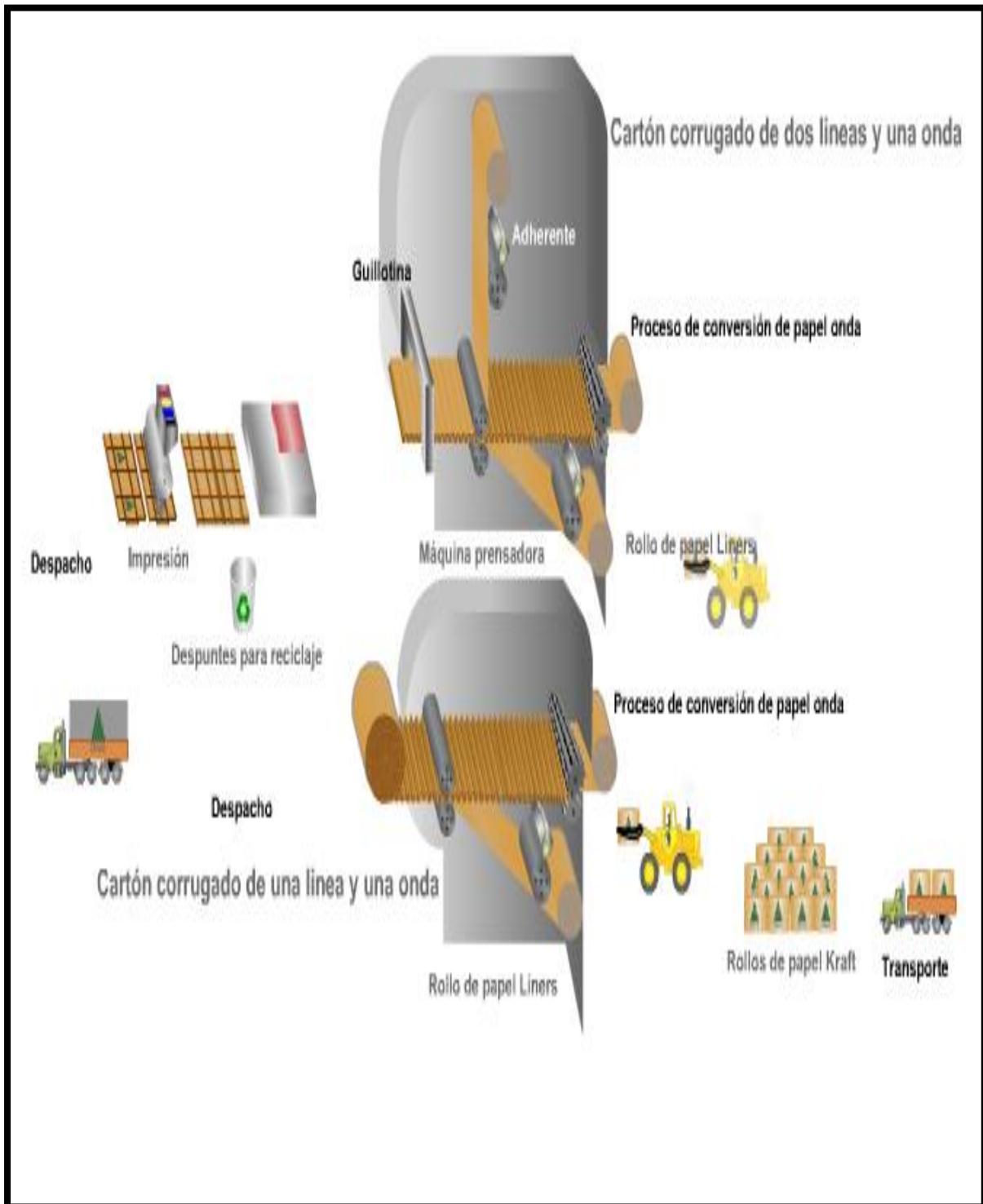
Ilustración 17. Flujograma de proceso productivo la elaboración de cajas de cartón corrugado



Fuente: Investigación
Elaborado por: La autora 2015

4.3.5. Descripción gráfica del proceso productivo

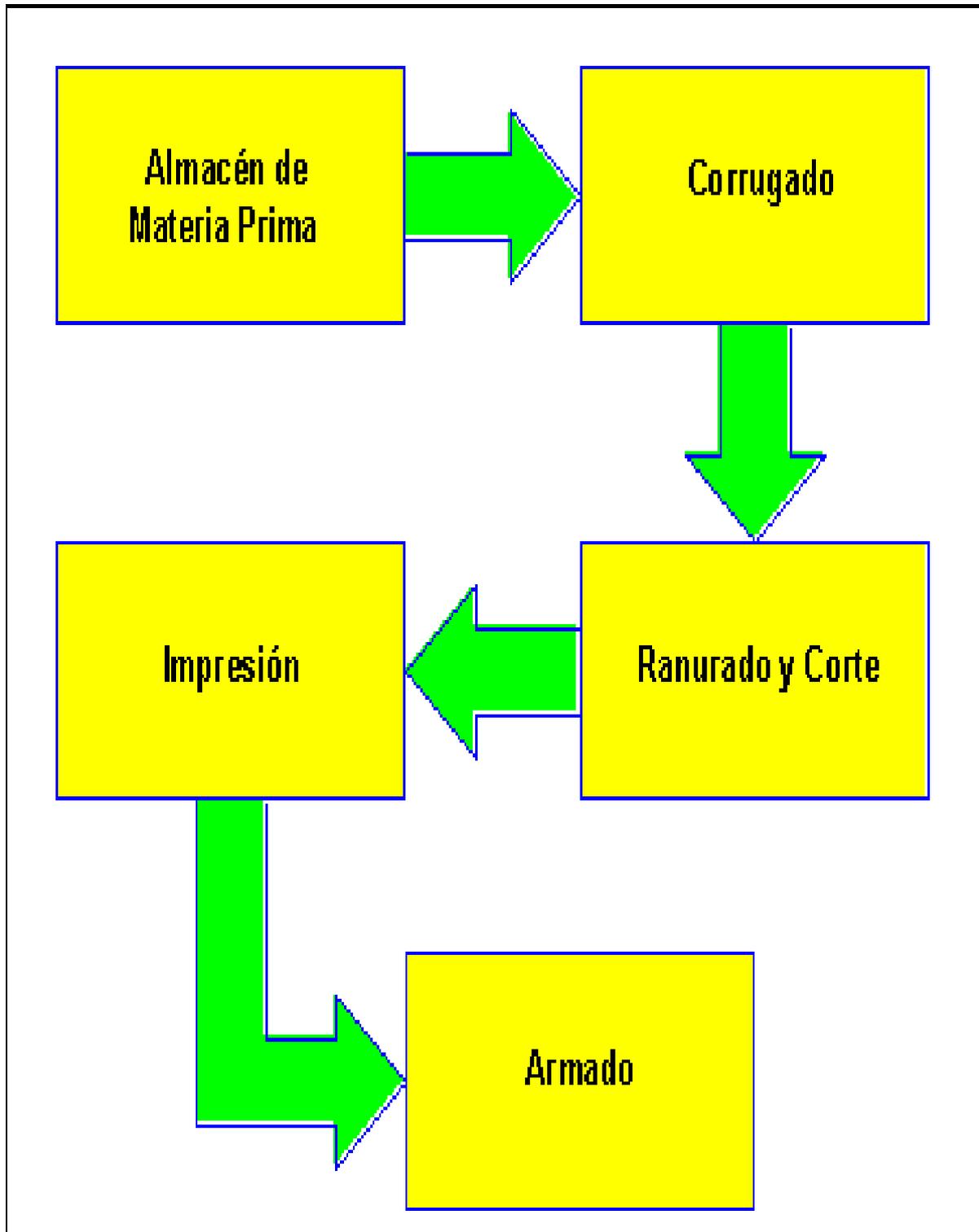
Ilustración 18. Proceso productivo



Fuente: http://papernet.cl/?page_id=3830
 Elaborado por: La autora, 2015

4.3.6. Flujo de materiales

Ilustración 19. Flujo de materiales



Fuente: Directa

Elaborado por: La autora, 2015

4.4. Inversiones fijas

A continuación se presenta el cuadro de todas las adquisiciones que representan las inversiones fijas del proyecto.

Tabla 26. Activos fijos

Detalle	Año de Fabricación	Categoría	Cantidad	Valor	Valor Total
Terreno	2015	Edificio	1	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00
Edificación	2015	Edificio	1	\$ 35,000.00	\$ 35,000.00
Máquina corrugadora	2015	Maquinaria	1	\$ 30,000.00	\$ 30,000.00
Máquina plegadora	2015	Maquinaria	1	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00
Máquina de impresión	2015	Maquinaria	1	\$ 18,000.00	\$ 18,000.00
Máquina troqueladora (diseño)	2015	Maquinaria	1	\$ 65,000.00	\$ 65,000.00
Máquina cortadora manual	2015	Maquinaria	1	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00
Mesas	2015	Muebles y enseres	5	\$ 180.00	\$ 900.00
Sillas	2015	Muebles y enseres	10	\$ 35.00	\$ 350.00
Archivador	2015	Muebles y enseres	3	\$ 50.00	\$ 150.00
Escritorio	2015	Muebles y enseres	5	\$ 135.00	\$ 675.00
Teléfono	2015	Muebles y enseres	4	\$ 50.00	\$ 200.00
Radio Motorola	2015	Muebles y enseres	6	\$ 36.00	\$ 216.00
Computador	2015	Equipo de computo	3	\$ 690.00	\$ 2,070.00
Impresora	2015	Equipo de computo	1	\$ 80.00	\$ 80.00
Cámaras de seguridad	2015	Equipo de computo	1	\$ 3,200.00	\$ 3,200.00
Software contable	2015	Sistema informático	1	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00
Software impresiones color	2015	Sistema informático	1	\$ 420.00	\$ 420.00
INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS -->					\$185,761.00

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

4.5. Inversión variable

Son activos que no garantizan la devolución del capital invertido ni la percepción de una determinada renta, ni en cuantía ni en tiempo.

4.5.1 Talento humano

Tabla 27. Personal requerido

PERSONAL REQUERIDO	
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Gerente General	1
Secretaria	1
Vendedor	1
Jefe de Compras	1
Jefe de Producción	1
Operarios	1
Guardia de seguridad	1
TOTAL	13

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

4.6. Inversiones pre operativas y diferidas

Tabla 28. Gastos varios

<u>"CORRUGADOS ROSSEL"</u>			
DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO TRIMESTRAL	COSTO ANUAL
Gastos de publicidad e imagen corporativa	\$ 80.00	\$ 240.00	\$ 960.00
Gastos seguros (Plan de contingencia)	\$ 150.00	\$ 450.00	\$ 1,800.00
Gastos de constitución	\$ 650.00	\$ 1,950.00	
TOTAL	\$ 880.00	\$ 2,640.00	\$ 2,760.00

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

4.7. Capital de trabajo

4.7.1 Materia prima directa

Los materiales directos son todos aquellos que están relacionados directamente con la fabricación del producto terminado y representa el principal costo en la elaboración de cajas de cartón. Tenemos como materia prima directa a los rollos de papel kraft reciclado, la cola o más conocida como goma que nos sirve para pegar las láminas de papel, el combustible y sus respectivos lubricantes que se necesita para el proceso de elaboración de las cajas y por último como principal materia prima que es la tinta de impresión para cada diseño del producto que va a imprimir.

Tabla 29. Detalle de materia prima directa

"CORRUGADOS ROSSEL"			
CONCEPTO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Rollo de papel kraft reciclado	12	\$ 130.00	\$ 1,560.00
Cola (Goma)	12	\$ 150.00	\$ 1,800.00
Combustible y lubricantes	12	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Tinta de impresión	12	\$ 187.00	\$ 2,244.00
TOTAL			\$ 6,804.00

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

4.7.2. Mano de obra directa

La mano de obra directa son aquellas personas que forman parte del proceso operativo es decir, aquellas que intervienen directamente en la transformación de la materia prima en un bien o producto terminado, se caracteriza porque fácilmente puede asociarse al producto y representa un costo importante en la producción de dicho artículo, se dice que estas personas son las que producen la riqueza de la empresa.

Tabla 30. Rol de pagos

"CORRUGADOS ROSSEL"						
Rol de Pagos - Mano de obra directa						
N		Sueldo	# de	Sueldo	Aportación	Aportación
°		Mensual	Meses	Anual	Patronal	Personal
					IESS	IESS
					12.15%	9.45%
	PERSONAL OPERATIVO					
1	Operarios	355.77	12	4,269.24	518.71	403.44
1	Operarios	355.77	12	4,269.24	518.71	403.44
1	Operarios	355.77	12	4,269.24	518.71	403.44
1	Operarios	355.77	12	4,269.24	518.71	403.44
1	Operarios	355.77	12	4,269.24	518.71	403.44
1	Operarios	355.77	12	4,269.24	518.71	403.44
1	Operarios	355.77	12	4,269.24	518.71	403.44
	TOTAL	\$2,490.39	84	\$29,884.68	\$3,630.99	\$2,824.10

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

4.7.3 Mano de obra indirecta

La mano de obra indirecta no está directamente involucrada en la fabricación del producto, entonces los salarios pagados a los empleados representan los costos indirectos de la empresa.

Tabla 31. Mano de obra indirecta

"CORRUGADOS ROSSEL"						
Rol de Pagos - Mano de obra indirecta						
N		Sueldo	# de	Sueldo	Aportación	Aportación
°		Mensual	Meses	Anual	Patronal	Personal
					IESS	IESS
					12.15%	9.45%
	AREA ADMINISTRATIVA					
1	Gerente General	1,200.00	12	14,400.00	1,749.60	1,360.80
1	Secretaria	355.77	12	4,269.24	518.71	403.44
1	Vendedor	600.00	12	7,200.00	874.80	680.40
1	Jefe de Mantenimiento	400.00	12	4,800.00	583.20	453.60
1	Jefe de Producción	600.00	12	7,200.00	874.80	680.40
1	Guardia de seguridad	355.77	12	4,269.24	518.71	403.44
	TOTAL	\$3,511.54		\$42,138.48	\$5,119.83	\$3,982.09

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

4.7.4. Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

Los CIF son todos los costos de fabricación distintos de los materiales directos y de la mano de obra directa. Los costos indirectos de fabricación son distintos a los gastos de ventas, administración y gastos financieros. Se puede asociar a los costos indirectos de fabricación a los siguientes enunciados:

- Materiales indirectos
- Mano de obra indirecta
- Mantenimiento del edificio y equipo de fábrica
- Transporte
- Servicios básicos para la fábrica (Agua, luz, comunicaciones).

A continuación se muestra los costos indirectos para la fabricación del cartón.

Tabla 32. Costos indirectos de fabricación

"CORRUGADOS ROSSEL"		
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		
		\$ 460.00
Material indirecto	\$ 50.00	
Seguro maquinaria	\$ 30.00	
Mantenimiento maquinarias	\$ 150.00	
Gastos ocasionales	\$ 50.00	
Transporte	\$ 180.00	
Servicios básicos		\$ 1,830.00
-Luz	\$ 780.00	
-Agua	\$ 250.00	
-Comunicaciones	\$ 800.00	
MANO DE OBRA INDIRECTA		\$ 3,511.54
TOTAL		\$ 5,801.54

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

4.7.4. Resumen de capital de trabajo

El capital de trabajo es la capacidad de la empresa para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo, se entiende por corto plazo períodos de tiempo no mayores de un año. Es decir representa el valor necesario para operar, antes de que se produzcan los primeros ingresos, en este caso se planteó mensual y trimestralmente.

Tabla 33. Resumen de capital de trabajo

CONCEPTO	PARCIAL	VALOR MENSUAL	VALOR TRIMESTR
MATERIA PRIMA DIRECTA		\$ 6,804.00	\$ 20,412.00
Rollo de papel kraft reciclado	\$ 1,560.00		
Cola (Goma)	\$ 1,800.00		
Combustible y lubricantes	\$ 1,200.00		
Tinta de impresión	\$ 2,244.00		
MANO DE OBRA DIRECTA		\$ 2,490.39	\$ 7,471.17
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		\$ 460.00	\$ 1,380.00
Material indirecto	\$ 50.00		
Seguro maquinaria	\$ 30.00		
Mantenimiento maquinarias	\$ 150.00		
Gastos ocasionales	\$ 50.00		
Transporte	\$ 180.00		
Servicios básicos		\$ 1,830.00	\$ 5,490.00
-Luz	\$ 780.00		
-Agua	\$ 250.00		
-Comunicaciones	\$ 800.00		
MANO DE OBRA INDIRECTA		\$ 3,511.54	\$ 10,534.62
TOTAL		\$ 15,095.93	\$ 45,287.79

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

4.8. Resumen de inversiones

El resumen de la inversión constituye un compendio de los activos fijos más las inversiones pre operativas y diferidas y más el proporcional del capital de trabajo que está calculado para un periodo mensual y trimestral como lo podemos ver en el cuadro anterior.

El siguiente cuadro muestra la inversión total que se requiere para la implementación del proyecto; la cual, asciende a \$233,688.79 dólares

Tabla 34. Resumen de la inversión

"CORRUGADOS ROSSEL"		
RESUMEN TOTAL DE LA INVERSIÓN		
DETALLE	VALOR	%
Inversión Fija	\$ 185,761.00	79%
Capital de trabajo	\$ 45,287.79	19%
Inversiones pre operativas y diferidas	\$ 2,640.00	1%
Total	\$ 233,688.79	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

4.9. Análisis del capítulo

- El estudio técnico capítulo IV es la cuarta etapa donde diseñamos y definimos el tamaño del proyecto, pudimos investigar que la maquinaria para elaborar cajas de cartón corrugado puede producir hasta 90 cajas por minuto pero nuestra demanda solo requiere de 39.600 unidades mensuales en adelante según los resultados obtenidos del estudio de mercado.
- La localización del proyecto estará ubicado en la Ciudad de Cayambe, Provincia de Pichincha. Su micro localización será en el Barrio Santa Clara que se encuentra a 10 minutos del centro de la Ciudad de Cayambe.
- El total de las inversiones de este estudio tuvo un significativo total de \$ 233,688.79.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

En el estudio de la evaluación financiera determinaremos cuál es el monto con respecto a los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuales son los costos totales de operación, así como una serie de indicadores los cuales nos sirven para determinar la viabilidad económica del presente proyecto.

En esta etapa también podremos conocer la rentabilidad que se obtendrá si se ejecuta el presente estudio, teniendo en cuenta los estudios de la inversión y el estudio de los ingresos y egresos que realizaremos previamente.

5.1. Estructura de la inversión

La estructura financiera o de inversión de la empresa es la composición del capital o recursos financieros que la empresa ha captado u originado.

La estructura de inversión que se presenta a continuación, tiene como fuente de datos los resultados finales del estudio técnico, referido a la suma total de la inversión fija, inversión variable e inversión diferida. Ahora corresponde, determinar la fuente de esos recursos, clasificada en recursos propios y financiados.

Tabla 35. Estructura de la inversión

ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN		
CAPITAL PROPIO	\$ 125,000.00	53%
CAPITAL FINANCIADO	\$ 108,688.79	47%
TOTAL	\$ 233,688.79	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

5.2. Determinación de ingresos

Para la determinación de los ingresos primero se muestra la tabla de inflaciones del año 2015 con la cual se trabajará al mes de diciembre del mismo año.

Tabla 36. Tabla de inflación según BCE año 2015

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2015	3.38 %
Noviembre-30-2015	3.40 %
Octubre-31-2015	3.48 %
Septiembre-30-2015	3.78 %
Agosto-31-2015	4.14 %
Julio-31-2015	4.36 %
Junio-30-2015	4.87 %
Mayo-31-2015	4.55 %
Abril-30-2015	4.32 %
Marzo-31-2015	3.76 %
Febrero-28-2015	4.05 %
Enero-31-2015	3.53 %

Fuente: http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

Elaborado por: La autora, 2015

Los ingresos se proyectaron utilizando la tasa de inflación del 31 de diciembre del 2015 que equivale al 3.38% según el Banco Central del Ecuador. Los ingresos que tendrá la empresa de producción y comercialización de packs promocionales y cajas de cartón corrugado son los siguientes:

Tabla 37. Ingresos anuales por ventas

"CORRUGADOS ROSSEL"			
AÑO	CAJAS	VENTA MENSUAL	VENTA ANUAL
2016	491262	\$ 26,882.94	\$ 322,595.22
2017	507866	\$ 28,730.93	\$ 344,771.21
2018	525032	\$ 30,705.97	\$ 368,471.62
2019	542778	\$ 32,816.77	\$ 393,801.26
2020	561124	\$ 35,072.68	\$ 420,872.12

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

5.3. Determinación de los costos

Son todos los gastos realizados para la producción de cajas de cartón corrugado planeados al futuro. Los métodos y parámetros de proyección son los mismos utilizados para proyectar los ingresos.

5.3.1 Costos de Producción

Los costos de producción o costos variables están compuestos por los rubros de materiales directos (rollos de papel, goma), mano de obra directa que en este caso son el personal de producción y los costos indirectos de producción, para la proyección de estos costos se utilizó la tasa de inflación anual del 3.38%, los valores son los siguientes:

Tabla 38. Costos de Producción

"CORRUGADOS ROSSEL"					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima directa	\$ 81,648.00	\$ 84,407.70	\$ 87,260.68	\$ 90,210.09	\$ 93,259.19
Personal operativo (MOD)	\$ 29,884.68	\$ 30,894.78	\$ 31,939.03	\$ 33,018.56	\$ 34,134.59
Costos indirectos de fabricación	\$ 69,618.48	\$ 71,971.58	\$ 74,404.22	\$ 76,919.09	\$ 79,518.95
TOTAL	\$ 181,151.16	\$ 187,274.07	\$ 193,603.93	\$ 200,147.75	\$ 206,912.74

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

5.3.1.1. Materia prima directa

Tabla 39. Materia prima directa mensual

"CORRUGADOS ROSSEL"			
CONCEPTO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Rollo de papel kraft reciclado	12	\$ 130.00	\$ 1,560.00
Cola (Goma)	12	\$ 150.00	\$ 1,800.00
Combustible y lubricantes	12	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Tinta de impresión	12	\$ 187.00	\$ 2,244.00
TOTAL			\$ 6,804.00

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

Los costos de materiales directos anuales para este proyecto se realizó con el análisis de los costos mensuales de tenemos en el cuadro superior, a este resultado le multiplicamos por 12 meses para el primer año y para el segundo año se aplica ya con la tasa de inflación de diciembre del 2015 que es del 3.38%.

Tabla 40. Materiales directos para cada año

"CORRUGADOS ROSSEL"					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima directa	\$ 81,648.00	\$ 84,407.70	\$ 87,260.68	\$ 90,210.09	\$ 93,259.19

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

5.3.1.2. Mano de obra directa

Para la operación inicial de la empresa es necesario contar con el siguiente personal quienes percibirán las remuneraciones de acuerdo a su trabajo y responsabilidad.

El parámetro de crecimiento de las remuneraciones está determinado por una media del crecimiento de los salarios de los cinco últimos años cuyo crecimiento promedio anual es del 9%.

Tabla 41. Crecimiento de salario mínimo vital por años

"CORRUGADOS ROSSEL"			
AÑOS	SUELDOS	INCREMENTO	PORCENTAJE
2010	\$ 240.00		
2011	\$ 264.00	24.00	0.09
2013	\$ 318.00	54.00	0.17
2014	\$ 340.00	22.00	0.06
2015	\$ 355.77	15.77	0.04
TOTAL	\$ 1,517.77	1162.00	

Porcentaje Incremento del Sueldo

9%

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

Tabla 42. Gastos mano de obra directa

"CORRUGADOS ROSSEL"						
Rol de Pagos - Mano de obra directa						
N°	PERSONAL OPERATIVO	Sueldo Mensual	# de Meses	Sueldo Anual	Aportación Patronal IESS 12.15%	Aportación Personal IESS 9.45%
1	Operarios	355.77	12	4,269.24	518.71	403.44
1	Operarios	355.77	12	4,269.24	518.71	403.44
1	Operarios	355.77	12	4,269.24	518.71	403.44
1	Operarios	355.77	12	4,269.24	518.71	403.44
1	Operarios	355.77	12	4,269.24	518.71	403.44
1	Operarios	355.77	12	4,269.24	518.71	403.44
1	Operarios	355.77	12	4,269.24	518.71	403.44
	TOTAL	\$2,490.39	84	\$29,884.68	\$3,630.99	\$2,824.10

SUELDO ANUAL DEL ÁREA DE OPERACIÓN					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mano de directa	\$29,884.68	\$30,894.78	\$31,939.03	\$33,018.56	\$34,134.59

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

5.3.1.3. Costos indirectos de fabricación

Tabla 43. Costos indirectos de fabricación CIF

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EFFECTIVO					
Material indirecto	\$ 600.00	\$ 620.28	\$ 641.25	\$ 662.92	\$ 685.33
Seguro maquinaria	\$ 360.00	\$ 372.17	\$ 384.75	\$ 397.75	\$ 411.20
Mantenimiento maquinarias	\$ 1,800.00	\$ 1,860.84	\$ 1,923.74	\$ 1,988.76	\$ 2,055.98
Gastos ocasionales	\$ 600.00	\$ 620.28	\$ 641.25	\$ 662.92	\$ 685.33
Transporte	\$ 2,160.00	\$ 2,233.01	\$ 2,308.48	\$ 2,386.51	\$ 2,467.17
Servicios básicos	\$ 21,960.00	\$ 22,702.25	\$ 23,469.58	\$ 24,262.86	\$ 25,082.94
Mano de indirecta	\$ 42,138.48	\$ 43,562.76	\$ 45,035.18	\$ 46,557.37	\$ 48,131.01
Subtotal	\$ 69,618.48	\$ 71,971.58	\$ 74,404.22	\$ 76,919.09	\$ 79,518.95
NO EFFECTIVO					
Dep. edificio	\$ 1,662.50	\$ 3,325.00	\$ 4,987.50	\$ 6,650.00	\$ 8,312.50
Dep. maquinaria producción	\$ 11,565.00	\$ 23,130.00	\$ 34,695.00	\$ 46,260.00	\$ 57,825.00
Dep. muebles y encerados	\$ 224.19	\$ 448.38	\$ 672.57	\$ 896.76	\$ 1,120.95
Dep. equipo de cómputo	\$ 1,236.95	\$ 2,473.90	\$ 3,710.85	\$ 0.00	\$ 0.00
Subtotal	\$ 14,688.64	\$ 29,377.28	\$ 44,065.92	\$ 53,806.76	\$ 67,258.45
TOTAL	\$ 84,307.12	\$ 101,348.87	\$ 118,470.15	\$ 130,725.85	\$ 146,777.40

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

5.4. Egresos

5.4.1. Gastos administrativos

Tabla 44. Gastos administrativos

"CORRUGADOS ROSSEL"						
Rol de Pagos - Mano de obra indirecta						
N°	AREA ADMINISTRATIVA	Sueldo Mensual	Número de Meses	Sueldo Anual	Aportación Patronal IESS	Aportación Personal IESS
					12.15%	9.45%
1	Gerente General	1,200.00	12	14,400.00	1,749.60	1,360.80
1	Secretaria	355.77	12	4,269.24	518.71	403.44
1	Vendedor	600.00	12	7,200.00	874.80	680.40
1	Jefe de Mantenimiento	400.00	12	4,800.00	583.20	453.60
1	Jefe de Producción	600.00	12	7,200.00	874.80	680.40
1	Guardia de seguridad	355.77	12	4,269.24	518.71	403.44
	TOTAL	\$3,511.54		\$42,138.48	\$5,119.83	\$3,982.09

SUELDO ANUAL DEL ÁREA ADMINISTRATIVA					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Área administrativa	\$42,138.48	\$43,562.76	\$45,035.18	\$46,557.37	\$48,131.01

Fuente: Investigación
Elaborado por: La autora, 2015

5.4.2. Gastos ventas

Tabla 45. Gastos de ventas

"CORRUGADOS ROSSEL"					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos. de publicidad (Afiches, tarjetas, anuncios, entre otros)	\$ 1,200.00	\$ 1,240.56	\$ 1,282.49	\$ 1,325.84	\$ 1,370.65
Gastos. de mantenimiento (Aceites, combustible, arreglos maquinarias)	\$ 1,800.00	\$ 1,860.84	\$ 1,923.74	\$ 1,988.76	\$ 2,055.98
TOTAL	\$ 3,000.00	\$ 3,101.40	\$ 3,206.23	\$ 3,314.60	\$ 3,426.63

Fuente: Investigación
Elaborado por: La autora, 2015

5.5. Gastos financieros

Para la complementación de la empresa luego de un análisis de las tasas de interés para créditos de las instituciones financieras, la mejor opción es obtener en la Corporación Financiera Nacional (CFN) quienes brindan más facilidades de endeudamiento para el tiempo de 5 años.

Las tasas de interés proporcionado por el banco es del 9.91% anual donde se podrá verificar en los anexos que se encuentra al final de este texto.

Los gastos incurridos en el pago de intereses, producto del crédito otorgado por la institución financiera al 10% será para cubrir la inversión total de proyecto.

Tabla 46. Amortización

CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL (CFN)				
TABLAS DE AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMO				
<u>Datos:</u>				
Préstamo:	\$ 108,688.79			
Plazo:	60 meses	5 AÑOS		
Interés:	9.91% anual	0.83% mensual		
Modalidad:	Capital Fijo			
PERÍODO	CAPITAL	INTERÉS	INTERÉS + CAPITAL CUOTA	SALDO
0				\$ 108,688.79
1	\$ 1,811.48	\$ 897.59	\$ 2,709.07	\$ 106,877.31
2	\$ 1,811.48	\$ 882.63	\$ 2,694.11	\$ 105,065.83
3	\$ 1,811.48	\$ 867.67	\$ 2,679.15	\$ 103,254.35
4	\$ 1,811.48	\$ 852.71	\$ 2,664.19	\$ 101,442.87
5	\$ 1,811.48	\$ 837.75	\$ 2,649.23	\$ 99,631.39
6	\$ 1,811.48	\$ 822.79	\$ 2,634.27	\$ 97,819.91
7	\$ 1,811.48	\$ 807.83	\$ 2,619.31	\$ 96,008.43
8	\$ 1,811.48	\$ 792.87	\$ 2,604.35	\$ 94,196.95

9	\$	1,811.48	\$	777.91	\$	2,589.39	\$	92,385.47
10	\$	1,811.48	\$	762.95	\$	2,574.43	\$	90,573.99
11	\$	1,811.48	\$	747.99	\$	2,559.47	\$	88,762.51
12	\$	1,811.48	\$	733.03	\$	2,544.51	\$	86,951.03
13	\$	1,811.48	\$	718.07	\$	2,529.55	\$	85,139.55
14	\$	1,811.48	\$	703.11	\$	2,514.59	\$	83,328.07
15	\$	1,811.48	\$	688.15	\$	2,499.63	\$	81,516.59
16	\$	1,811.48	\$	673.19	\$	2,484.67	\$	79,705.11
17	\$	1,811.48	\$	658.23	\$	2,469.71	\$	77,893.63
18	\$	1,811.48	\$	643.27	\$	2,454.75	\$	76,082.15
19	\$	1,811.48	\$	628.31	\$	2,439.79	\$	74,270.67
20	\$	1,811.48	\$	613.35	\$	2,424.83	\$	72,459.19
21	\$	1,811.48	\$	598.39	\$	2,409.87	\$	70,647.71
22	\$	1,811.48	\$	583.43	\$	2,394.91	\$	68,836.23
23	\$	1,811.48	\$	568.47	\$	2,379.95	\$	67,024.75
24	\$	1,811.48	\$	553.51	\$	2,364.99	\$	65,213.27
25	\$	1,811.48	\$	538.55	\$	2,350.03	\$	63,401.79
26	\$	1,811.48	\$	523.59	\$	2,335.07	\$	61,590.31
27	\$	1,811.48	\$	508.63	\$	2,320.11	\$	59,778.83
28	\$	1,811.48	\$	493.67	\$	2,305.15	\$	57,967.35
29	\$	1,811.48	\$	478.71	\$	2,290.19	\$	56,155.87
30	\$	1,811.48	\$	463.75	\$	2,275.23	\$	54,344.40
31	\$	1,811.48	\$	448.79	\$	2,260.27	\$	52,532.92
32	\$	1,811.48	\$	433.83	\$	2,245.31	\$	50,721.44
33	\$	1,811.48	\$	418.87	\$	2,230.35	\$	48,909.96
34	\$	1,811.48	\$	403.91	\$	2,215.39	\$	47,098.48
35	\$	1,811.48	\$	388.95	\$	2,200.43	\$	45,287.00
36	\$	1,811.48	\$	374.00	\$	2,185.47	\$	43,475.52
37	\$	1,811.48	\$	359.04	\$	2,170.52	\$	41,664.04
38	\$	1,811.48	\$	344.08	\$	2,155.56	\$	39,852.56
39	\$	1,811.48	\$	329.12	\$	2,140.60	\$	38,041.08
40	\$	1,811.48	\$	314.16	\$	2,125.64	\$	36,229.60
41	\$	1,811.48	\$	299.20	\$	2,110.68	\$	34,418.12
42	\$	1,811.48	\$	284.24	\$	2,095.72	\$	32,606.64
43	\$	1,811.48	\$	269.28	\$	2,080.76	\$	30,795.16
44	\$	1,811.48	\$	254.32	\$	2,065.80	\$	28,983.68
45	\$	1,811.48	\$	239.36	\$	2,050.84	\$	27,172.20
46	\$	1,811.48	\$	224.40	\$	2,035.88	\$	25,360.72
47	\$	1,811.48	\$	209.44	\$	2,020.92	\$	23,549.24
48	\$	1,811.48	\$	194.48	\$	2,005.96	\$	21,737.76
49	\$	1,811.48	\$	179.52	\$	1,991.00	\$	19,926.28
50	\$	1,811.48	\$	164.56	\$	1,976.04	\$	18,114.80
51	\$	1,811.48	\$	149.60	\$	1,961.08	\$	16,303.32
52	\$	1,811.48	\$	134.64	\$	1,946.12	\$	14,491.84

53	\$ 1,811.48	\$ 119.68	\$ 1,931.16	\$ 12,680.36
54	\$ 1,811.48	\$ 104.72	\$ 1,916.20	\$ 10,868.88
55	\$ 1,811.48	\$ 89.76	\$ 1,901.24	\$ 9,057.40
56	\$ 1,811.48	\$ 74.80	\$ 1,886.28	\$ 7,245.92
57	\$ 1,811.48	\$ 59.84	\$ 1,871.32	\$ 5,434.44
58	\$ 1,811.48	\$ 44.88	\$ 1,856.36	\$ 3,622.96
59	\$ 1,811.48	\$ 29.92	\$ 1,841.40	\$ 1,811.48
60	\$ 1,811.48	\$ 14.96	\$ 1,826.44	\$ 0.00
TOTAL	\$ 108,688.79	\$ 27,376.44	\$ 136,065.23	

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

5.6. Depreciación de propiedad planta y equipo

La depreciación consistió en reconocer de una manera racional y ordenada el valor de los bienes a los largo de su vida útil, con la finalidad de obtener los recursos necesarios para la reposición de los bienes, de manera que se conserve la capacidad operativa de la empresa. Para calcular la depreciación de propiedad planta y equipo se utilizó las tasas referenciales expuestas en la NIC16 según como lo dicta su política expuesta en dicho artículo, el método que se utilizará es línea recta.

Tabla 47. Grupo de activos fijos

"CORRUGADOS ROSSEL"			
GRUPO DE ACTIVOS FIJOS	TIEMPO DE VIDA ÚTIL ESTIMADO		% DE DEPRECIACIÓN DEDUCIBLE
Edificios	20	años	5%
Maquinaria y equipo	10	años	10%
Vehículos	5	años	20%
Instalaciones	10	años	10%
Muebles y máquinas de oficina	10	años	10%
Otros equipos	10	años	10%
Equipos de computación	3	años	33.33%

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

DEPRECIACIÓN MÉTODO LÍNEA RECTA

DEP. MÉT.LR=	COSTO HISTÓRICO-VALOR RESIDUAL

	VIDA ÚTIL

DEP. MÉT.LR=	(VALOR ACTIVO-VALOR RESIDUAL)*%
---------------------	--

Tabla 48. Depreciación de edificación

<u>"CORRUGADOS ROSSEL"</u>			
Valor del activo	\$ 35,000.00	Método de dep AF	Línea recta
Valor residual	\$ 1,750.00	Porcentaje	5%
Años de vida útil	20	Dep. anual	\$ 1,662.50
EDIFICACIÓN			
Años	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Saldo en libros
0			\$ 35,000.00
1	\$ 1,662.50	\$ 1,662.50	33,337.50
2	\$ 1,662.50	\$ 3,325.00	31,675.00
3	\$ 1,662.50	\$ 4,987.50	30,012.50
4	\$ 1,662.50	\$ 6,650.00	28,350.00
5	\$ 1,662.50	\$ 8,312.50	26,687.50
6	\$ 1,662.50	\$ 9,975.00	25,025.00
7	\$ 1,662.50	\$ 11,637.50	23,362.50
8	\$ 1,662.50	\$ 13,300.00	21,700.00
9	\$ 1,662.50	\$ 14,962.50	20,037.50
10	\$ 1,662.50	\$ 16,625.00	18,375.00

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

Tabla 49. Depreciación de maquina plegadora

"CORRUGADOS ROSSEL"			
Valor del activo	\$ 8,000.00	Método de dep AF	Línea recta
Valor residual	\$ 800.00	Porcentaje	10%
Años de vida útil	10	Dep. anual	\$ 720.00
MÁQUINA PLEGADORA			
Años	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Saldo en libros
0			\$ 8,000.00
1	\$ 720.00	\$ 720.00	\$ 7,280.00
2	\$ 720.00	\$ 1,440.00	\$ 6,560.00
3	\$ 720.00	\$ 2,160.00	\$ 5,840.00
4	\$ 720.00	\$ 2,880.00	\$ 5,120.00
5	\$ 720.00	\$ 3,600.00	\$ 4,400.00
6	\$ 720.00	\$ 4,320.00	\$ 3,680.00
7	\$ 720.00	\$ 5,040.00	\$ 2,960.00
8	\$ 720.00	\$ 5,760.00	\$ 2,240.00
9	\$ 720.00	\$ 6,480.00	\$ 1,520.00
10	\$ 720.00	\$ 7,200.00	\$ 800.00

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

Tabla 50. Depreciación de máquina corrugadora

"CORRUGADOS ROSSEL"			
Valor del activo	\$ 30,000.00	Método de dep AF	Línea recta
Valor residual	\$ 3,000.00	Porcentaje	10%
Años de vida útil	10	Dep. anual	\$ 2,700.00
MÁQUINA CORRUGADORA			
Años	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Saldo en libros
0			\$ 30,000.00
1	\$ 2,700.00	\$ 2,700.00	\$ 27,300.00
2	\$ 2,700.00	\$ 5,400.00	\$ 24,600.00
3	\$ 2,700.00	\$ 8,100.00	\$ 21,900.00
4	\$ 2,700.00	\$ 10,800.00	\$ 19,200.00
5	\$ 2,700.00	\$ 13,500.00	\$ 16,500.00
6	\$ 2,700.00	\$ 16,200.00	\$ 13,800.00
7	\$ 2,700.00	\$ 18,900.00	\$ 11,100.00
8	\$ 2,700.00	\$ 21,600.00	\$ 8,400.00
9	\$ 2,700.00	\$ 24,300.00	\$ 5,700.00
10	\$ 2,700.00	\$ 27,000.00	\$ 3,000.00

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

Tabla 51. Depreciación de máquina cortadora

"CORRUGADOS ROSSEL"			
Valor del activo	\$ 7,500.00	Método de dep AF	Línea recta
Valor residual	\$ 750.00	Porcentaje	10%
Años de vida útil	10	Dep. anual	\$ 675.00
MÁQUINA CORTADORA			
Años	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Saldo en libros
0			\$ 7,500.00
1	\$ 675.00	\$ 675.00	\$ 6,825.00
2	\$ 675.00	\$ 1,350.00	\$ 6,150.00
3	\$ 675.00	\$ 2,025.00	\$ 5,475.00
4	\$ 675.00	\$ 2,700.00	\$ 4,800.00
5	\$ 675.00	\$ 3,375.00	\$ 4,125.00
6	\$ 675.00	\$ 4,050.00	\$ 3,450.00
7	\$ 675.00	\$ 4,725.00	\$ 2,775.00
8	\$ 675.00	\$ 5,400.00	\$ 2,100.00
9	\$ 675.00	\$ 6,075.00	\$ 1,425.00
10	\$ 675.00	\$ 6,750.00	\$ 750.00

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

Tabla 52. Depreciación de máquina troqueladora

"CORRUGADOS ROSSEL"			
Valor del activo	\$ 65,000.00	Método de dep AF	Línea recta
Valor residual	\$ 6,500.00	Porcentaje	10%
Años de vida útil	10	Dep. anual	\$ 5,850.00
MÁQUINA TROQUELADORA (DISEÑO)			
Años	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Saldo en libros
0			\$ 65,000.00
1	\$ 5,850.00	\$ 5,850.00	\$ 59,150.00
2	\$ 5,850.00	\$ 11,700.00	\$ 53,300.00
3	\$ 5,850.00	\$ 17,550.00	\$ 47,450.00
4	\$ 5,850.00	\$ 23,400.00	\$ 41,600.00
5	\$ 5,850.00	\$ 29,250.00	\$ 35,750.00
6	\$ 5,850.00	\$ 35,100.00	\$ 29,900.00
7	\$ 5,850.00	\$ 40,950.00	\$ 24,050.00
8	\$ 5,850.00	\$ 46,800.00	\$ 18,200.00
9	\$ 5,850.00	\$ 52,650.00	\$ 12,350.00
10	\$ 5,850.00	\$ 58,500.00	\$ 6,500.00

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

Tabla 53. Depreciación de máquina de impresión

"CORRUGADOS ROSSEL"			
Valor del activo	\$ 18,000.00	Método de dep AF	Línea recta
Valor residual	\$ 1,800.00	Porcentaje	10%
Años de vida útil	10	Dep. anual	\$ 1,620.00
MÁQUINA DE IMPRESIÓN			
Años	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Saldo en libros
0			\$ 18,000.00
1	\$ 1,620.00	\$ 1,620.00	\$ 16,380.00
2	\$ 1,620.00	\$ 3,240.00	\$ 14,760.00
3	\$ 1,620.00	\$ 4,860.00	\$ 13,140.00
4	\$ 1,620.00	\$ 6,480.00	\$ 11,520.00
5	\$ 1,620.00	\$ 8,100.00	\$ 9,900.00
6	\$ 1,620.00	\$ 9,720.00	\$ 8,280.00
7	\$ 1,620.00	\$ 11,340.00	\$ 6,660.00
8	\$ 1,620.00	\$ 12,960.00	\$ 5,040.00
9	\$ 1,620.00	\$ 14,580.00	\$ 3,420.00
10	\$ 1,620.00	\$ 16,200.00	\$ 1,800.00

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

Tabla 54. Depreciación de muebles y enseres

"CORRUGADOS ROSSEL"			
Valor del activo	\$ 2,491.00	Método de dep AF	Línea recta
Valor residual	\$ 249.10	Porcentaje	10%
Años de vida útil	10	Dep. anual	\$ 224.19
MUEBLES Y ENSERES			
Años	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Saldo en libros
0			\$ 2,491.00
1	\$ 224.19	\$ 224.19	\$ 2,266.81
2	\$ 224.19	\$ 448.38	\$ 2,042.62
3	\$ 224.19	\$ 672.57	\$ 1,818.43
4	\$ 224.19	\$ 896.76	\$ 1,594.24
5	\$ 224.19	\$ 1,120.95	\$ 1,370.05
6	\$ 224.19	\$ 1,345.14	\$ 1,145.86
7	\$ 224.19	\$ 1,569.33	\$ 921.67
8	\$ 224.19	\$ 1,793.52	\$ 697.48
9	\$ 224.19	\$ 2,017.71	\$ 473.29
10	\$ 224.19	\$ 2,241.90	\$ 249.10

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

Tabla 55. Depreciación de equipo de cómputo

"CORRUGADOS ROSSEL"			
Valor del activo	\$ 5,566.00	Método de dep AF	Línea recta
Valor residual	\$ 1,855.15	Porcentaje	33%
Años de vida útil	3	Dep. anual	\$ 1,236.95
EQUIPO DE CÓMPUTO			
Años	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Saldo en libros
0			\$ 5,566.00
1	\$ 1,236.95	\$ 1,236.95	\$ 4,329.05
2	\$ 1,236.95	\$ 2,473.90	\$ 3,092.10
3	\$ 1,236.95	\$ 3,710.85	\$ 1,855.15

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

Tabla 56. Depreciación anual de propiedad planta y equipo

"CORRUGADOS ROSSEL"					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Edificio	\$ 1,662.50	\$ 3,325.00	\$ 4,987.50	\$ 6,650.00	\$ 8,312.50
Maquinaria	\$ 11,565.00	\$ 23,130.00	\$ 34,695.00	\$ 46,260.00	\$ 57,825.00
Muebles y enseres	\$ 224.19	\$ 448.38	\$ 672.57	\$ 896.76	\$ 1,120.95
Equipo de cómputo	\$ 1,236.95	\$ 2,473.90	\$ 3,710.85		
TOTAL	\$ 14,688.64	\$ 29,377.28	\$ 44,065.92	\$ 53,806.76	\$ 67,258.45

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

5.7. Gastos de operación y financiamiento

Los costos de operación y financiación son los costos totales que tendrá la empresa de producción y comercialización de packs promocionales y cartón corrugado en su etapa de operación y corresponden a las siguientes partidas: Materia prima, personal operativo (MOD), Costos indirectos de fabricación, gastos de administración, gastos de ventas y también gastos de financiamiento.

Tabla 57. Costos de Operación y de Financiación

"CORRUGADOS ROSSEL"

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima directa	\$ 81,648.00	\$ 84,407.70	\$ 87,260.68	\$ 90,210.09	\$ 93,259.19
Personal operativo	\$ 29,884.68	\$ 30,894.78	\$ 31,939.03	\$ 33,018.56	\$ 34,134.59
Costos indirectos de fabricación	\$ 69,618.48	\$ 71,971.58	\$ 74,404.22	\$ 76,919.09	\$ 79,518.95
1. TOTAL COSTOS DIRECTOS	\$ 181,151.16	\$ 187,274.07	\$ 193,603.93	\$ 200,147.75	\$ 206,912.74
Gastos de administración	\$ 42,138.48	\$ 43,562.76	\$ 45,035.18	\$ 46,557.37	\$ 48,131.01
Gastos de venta	\$ 3,000.00	\$ 3,101.40	\$ 3,206.23	\$ 3,314.60	\$ 3,426.63
2. TOTAL GASTOS OPERATIVOS	\$ 45,138.48	\$ 46,664.16	\$ 48,241.41	\$ 49,871.97	\$ 51,557.64
Costos operativos 1+2	\$ 226,289.64	\$ 233,938.23	\$ 241,845.34	\$ 250,019.71	\$ 258,470.38
Gastos de financiamiento	\$ 31,521.47	\$ 29,367.26	\$ 27,213.05	\$ 25,058.83	\$ 22,904.62
TOTAL G. OPERATIVOS Y NO OPERATIVOS	\$ 257,811.11	\$ 263,305.49	\$ 269,058.39	\$ 275,078.55	\$ 281,375.00

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

5.8. Estados Financieros

Estos Estados proyectados son aquellos que se preparan al cierre de cada período, con el ánimo principal de satisfacer el bien común de evaluar la capacidad económica de la empresa, para generar flujos favorables de fondos.

5.8.1. Estados de Resultados Integral

El Estado de Resultados, es uno de los estados financieros básicos mediante el cual se muestra la utilidad o pérdida obtenida en un periodo determinado por actividades ordinarias y extraordinarias de la empresa de producción y comercialización de packs promocionales y cartón corrugado. En el siguiente cuadro se muestran los valores correspondientes:

Tabla 58. Estados de Resultados Integral Proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
CORRUGADOS "ROSSEL"					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	\$ 322,595.22	\$ 344,771.21	\$ 368,471.62	\$ 393,801.26	\$ 420,872.12
(-) Costos de producción	\$ 181,151.16	\$ 187,274.07	\$ 193,603.93	\$ 200,147.75	\$ 206,912.74
Utilidad Bruta en Ventas	\$ 141,444.06	\$ 157,497.14	\$ 174,867.69	\$ 193,653.51	\$ 213,959.38
EGRESOS					
Gastos					
Administración	\$ 42,138.48	\$ 43,562.76	\$ 45,035.18	\$ 46,557.37	\$ 48,131.01
Gastos de Ventas	\$ 3,000.00	\$ 3,101.40	\$ 3,206.23	\$ 3,314.60	\$ 3,426.63
Gastos Financieros	\$ 31,521.47	\$ 29,367.26	\$ 27,213.05	\$ 25,058.83	\$ 22,904.62
Utilidad antes de impuestos	\$ 64,784.11	\$ 81,465.72	\$ 99,413.23	\$ 118,722.71	\$ 139,497.11
15% Participación Trabajadores	\$ 9,717.62	\$ 12,219.86	\$ 14,911.98	\$ 17,808.41	\$ 20,924.57
Base Imponible	\$ 55,066.50	\$ 69,245.86	\$ 84,501.25	\$ 100,914.30	\$ 118,572.55
22% Impuesto a la Renta	\$ 12,114.63	\$ 15,234.09	\$ 18,590.27	\$ 22,201.15	\$ 26,085.96
Utilidad Neta	\$ 42,951.87	\$ 54,011.77	\$ 65,910.97	\$ 78,713.16	\$ 92,486.59

Fuente: Investigación
Elaborado por: La autora, 2015

5.8.2. Estado de Situación Financiera

El Estado de Situación Financiera comúnmente denominado Balance General, es un documento contable que refleja la situación financiera de la empresa a una fecha determinada, este nos da a conocer el informe contable de modo ordenado y sistemático de las cuentas de activo, pasivo y patrimonio de la empresa en un tiempo de 5 años.

A continuación presentamos el mismo:

Tabla 59. Estado de Situación Financiera

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA					
<u>CORRUGADOS ROSSEL</u>					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2016	2017	2018	2019	2020
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 133,530.86	\$ 120,504.72	\$ 107,478.58	\$ 99,400.24	\$ 87,611.05
Maquinaria	\$ 128,500.00	\$ 128,500.00	\$ 128,500.00	\$ 128,500.00	\$ 128,500.00
(-) Dep. acum maquinaria	\$ 11,565.00	\$ 23,130.00	\$ 34,695.00	\$ 46,260.00	\$ 57,825.00
Muebles y enseres	\$ 2,491.00	\$ 2,491.00	\$ 2,491.00	\$ 2,491.00	\$ 2,491.00
(-) Dep. acum. Muebles y enseres	\$ 224.19	\$ 448.38	\$ 672.57	\$ 896.76	\$ 1,120.95
Equipo de computo	\$ 5,566.00	\$ 5,566.00	\$ 5,566.00	\$ 5,566.00	\$ 5,566.00
(-) Dep. acum. Equipo de computo	\$ 1,236.95	\$ 2,473.90	\$ 3,710.85	\$ -	\$ -
Terreno	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00
(-) Dep. acum. Terreno	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
ACTIVOS INTANGIBLES	\$ 4,420.00	\$ 4,420.00	\$ 4,420.00	\$ 4,420.00	\$ 4,420.00
Software	\$ 4,420.00	\$ 4,420.00	\$ 4,420.00	\$ 4,420.00	\$ 4,420.00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 137,950.86	\$ 124,924.72	\$ 111,898.58	\$ 103,820.24	\$ 92,031.05
PASIVOS					
Préstamo Bancario	\$ 31,521.47	\$ 29,367.26	\$ 27,213.05	\$ 25,058.83	\$ 22,904.62
22% Impuesto a la renta	\$ 12,114.63	\$ 15,234.09	\$ 18,590.27	\$ 22,201.15	\$ 26,085.96
15% Participación Trabajadores	\$ 9,717.62	\$ 12,219.86	\$ 14,911.98	\$ 17,808.41	\$ 20,924.57
TOTAL PASIVOS	\$ 53,353.72	\$ 56,821.20	\$ 60,715.31	\$ 65,068.39	\$ 69,915.15
PATRIMONIO	84,597.14	68,103.51	51,183.27	38,751.85	22,115.90
Capital Suscrito	\$ 16,919.43	\$ 13,620.70	\$ 10,236.65	\$ 7,750.37	\$ 4,423.18
-Aportación socio 1	20%				
-Aportación socio 2	20%				
-Aportación socio 3	20%				
-Aportación socio 4	20%				
-Aportación socio 5	20%				
Utilidad del ejercicio	\$ 42,951.87	\$ 54,011.77	\$ 65,910.97	\$ 78,713.16	\$ 92,486.59
TOTAL PATRIMONIO	\$ 59,871.30	\$ 67,632.47	\$ 76,147.63	\$ 86,463.53	\$ 96,909.77
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 113,225.01	\$ 124,453.68	\$ 136,862.93	\$ 151,531.91	\$ 166,824.92

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

5.8.3. Flujo de caja

El flujo de caja es un informe financiero que representa un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero de la empresa de producción y comercialización de packs promocionales y cartón corrugado, permitiendo conocer en forma rápida la liquidez de la empresa para la toma de decisiones.

Tabla 60. Flujo de caja

FLUJO DE EFECTIVO						
"CORRUGADOS ROSSEL"						
DESCRIPCIÓN	Año 0 2015	Año 1 2016	Año 2 2017	Año 3 2018	Año 4 2019	Año 5 2020
Capital propio	\$ 125,000.00					
Crédito	\$ 108,688.79					
INGRESOS						
Utilidad Neta		\$ 42,951.87	\$ 54,011.77	65,910.97	\$ 78,713.16	\$ 92,486.59
(+)Depreciación		\$ 14,688.64	\$ 29,377.28	44,065.92	\$ 53,806.76	\$ 67,258.45
(+)Valor de rescate						\$ 100,587.70
TOTAL INGRESOS		\$ 57,640.51	\$ 83,389.05	109,976.89	\$ 132,519.92	\$ 260,332.73
EGRESOS		\$ 31,521.47	\$ 29,367.26	27,213.05	\$ 30,624.83	\$ 22,904.62
(-)Pago capital		\$ 31,521.47	\$ 29,367.26	27,213.05	\$ 25,058.83	\$ 22,904.62
(-)Reinversión de activos					\$ 5,566.00	
TOTAL INVERSIÓN	\$ 233,688.79					
FLUJO NETO DE CAJA	\$ (233,688.79)	\$ 26,119.04	\$ 54,021.79	82,763.85	\$ 101,895.08	\$ 237,428.11

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

5.9 Evaluación financiera

CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN (CK)

El costo de oportunidad es el rendimiento que la empresa de producción y comercialización de packs promocionales y cartón corrugado debe obtener sobre las inversiones que ha realizado con la finalidad de que pueda mantener su valor en el mercado financiero. Para calcular el costo de oportunidad se realizó lo siguiente:

Tabla 61: Costo de Oportunidad

"CORRUGADOS ROSSEL"				
DETALLE	VALOR	% DE COMPOSICI ÓN	TASA DE (%) PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital propio	\$ 125,000.00	53%	0.065	0.03
Capital financiado-CFN	\$ 108,688.79	47%	0.111	0.05
TOTAL	\$ 233,688.79	100%		0.0862

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

Costo de Oportunidad	0.0862	
Inflación	3.38%	
	$i = (1+CK) (1+I)-1$	
	$i = (1+0.0862)*(1+0.0338)-1$	
	0.1229	12.29%

El costo de oportunidad (CK) es de 12.29%.

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El VAN es obtenido de los resultados netos del ejercicio económico, una vez que has sido deducidos los impuestos y la participación a los trabajadores, siendo este un indicador que mide la rentabilidad del proyecto.

El Valor Presente Neto o Valor Actual Neto es una herramienta de evaluación financiera de carácter cualitativo que facilita la toma de decisiones de un proyecto. Para su cálculo se definió

como la diferencia que existe entre los Flujos Netos de Efectivo, descontados a una tasa de oportunidad de 12.29% menos la inversión inicial del proyecto. Para su cálculo se aplicó la siguiente ecuación:

El VAN es positivo por lo que asegura que el proyecto tienen un rendimiento superior del 10.23% que representa a un valor en dólares de \$87,951.83. El resultado del VAN significa que el proyecto tiene una utilidad adicional de \$87,951.83 en relación a la inversión inicial que es de \$ 233,688.79, lo que significa que se recuperó la misma en el quinto año por lo tanto se acepta el proyecto desde este punto de vista.

Tabla 62. Valor Actual Neto

"CORRUGADOS ROSSEL"

AÑOS	FCN	T. REDESCUENTO	FNA
0	\$ (233,688.79)		\$ (233,688.79)
1	\$ 26,119.04	1.12	\$ 23,260.34
2	\$ 54,021.79	1.26	\$ 42,843.69
3	\$ 82,763.85	1.42	\$ 58,454.43
4	\$ 101,895.08	1.59	\$ 64,089.80
5	\$ 237,428.11	1.79	\$ 132,992.37
	TOTAL		\$ 87,951.83
VAN=			\$ 87,951.83

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

El VAN es de 87,951.83; que es mayor a cero y que representa el valor descontado la inversión; por lo que este indicador sugiere optar por el proyecto.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La Tasa Interna de Retorno o tasa de rendimiento del proyecto se estableció bajo el principio de encontrar en la ecuación un valor que aplicado a los Flujos Netos de Efectivo, provenientes de las operaciones del proyecto iguale a la inversión inicial requerida en el mismo ajustado en cinco años de tiempo proyectado.

Para calcular la TIR se debe tener una tasa inferior y una superior; y a través de la interpolación de estos resultados se obtiene la tasa que iguala el VAN a cero.

Tabla 63. Tasa Interna de Retorno

<u>"CORRUGADOS ROSSEL"</u>				
AÑOS		FCN	T. REDESCUENTO	FNA
0	\$	(233,688.79)	0%	\$ 268,539.08
1	\$	26,119.04	5.00%	\$ 181,540.84
2	\$	54,021.79	10.00%	\$ 113,903.49
3	\$	82,763.85	15.00%	\$ 60,592.80
4	\$	101,895.08	20.00%	\$ 18,044.20
5	\$	237,428.11	25.00%	\$ (16,307.85)
TOTAL				\$ 626,312.56
				TIR= 22%

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

El resultado de la TIR del 22% determina la aceptación del proyecto ya que se ha encontrado la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, en otras palabras que la tasa de descuento hace que la suma de los Flujos Netos de Efectivo descontados sea igual a la inversión inicial del proyecto.

5.10 Relación Costo – Beneficio

$$C/B = \frac{\Sigma \text{FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS}}{\text{TOTAL DE LA INVERSIÓN}}$$

$$C/B = \frac{\$ 87,951.83}{\$ 233,688.79}$$

$$C/B = 0.376363089$$

5.11. Período de Recuperación de la Inversión – PRI

Tabla 64. Periodo de recuperación de la inversión

<u>"CORRUGADOS ROSSEL"</u>		
AÑO	FLUJO DE CAJA NETO	VALOR RECUPERADO
1	\$ (233,688.79)	
2	\$ 26,119.04	\$ (207,569.75)
3	\$ 54,021.79	\$ (153,547.96)
4	\$ 82,763.85	\$ (70,784.11)
5	\$ 101,895.08	\$ 31,110.97

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

RECUPERACIÓN AÑO : \$ 31,110.97
 Falta de recuperar: \$ 202,577.82

\$ 31,110.97 1 año
 \$ 202,577.82 x

X = 4.7 AÑOS

5.12 Punto de equilibrio

El cálculo del punto de equilibrio se realizó en base a los ingresos y egresos totales del proyecto, para lo cual se utilizó la siguiente fórmula:

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

CF = Costos Fijos

CV = Costos Variable

V = Valor de ventas

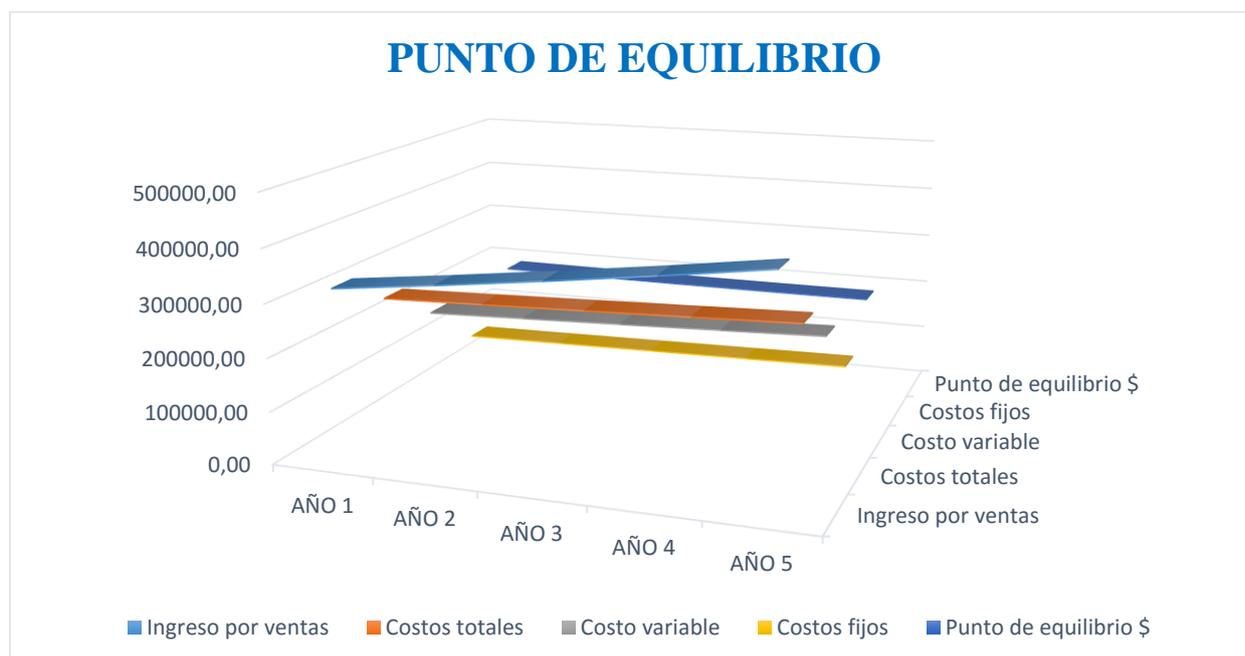
Tabla 65. Punto de equilibrio

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingreso por ventas	322595.22	344771.21	368471.62	393801.26	420872.12
Costos totales	257811.11	263305.49	269058.39	275078.55	281375.00
Costo variable	181151.16	187274.07	193603.93	200147.75	206912.74
Costos fijos	81648.00	84407.70	87260.68	90210.09	93259.19
Punto de equilibrio \$	186216.76	184773.81	183870.94	183445.41	183446.95

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

Ilustración 20. Punto de equilibrio



Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

5.11 Resumen de indicadores financieros

Tabla 66. Resumen de indicadores financieros

"CORRUGADOS ROSSEL"	
INDICADOR	VALOR
VAN	\$ 87,951.83
TIR	22.50%
B/C	0.38
PRI	4 AÑOS, 6 MESES, 5 DÍAS

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

5.12. Análisis del capítulo

El capítulo V estudio financiero es la quinta etapa donde se estructuró la inversión total dando a conocer la fuente de esos recursos, clasificada en recursos propios con un 53% de capital propio y un 47% de capital financiado.

La determinación de los ingresos y costos se realizó para un estimado de cinco años con una tasa de inflación del 31 de diciembre del 2015 que equivale al 3.38% según el Banco Central del Ecuador.

Para saber la capacidad económica de la empresa se realizó estados de resultado, estado de situación financiera y flujo de caja. En el primer año de utilidad tenemos un significativo de \$ 42,951.87 que quiere decir que el proyecto de creación de cajas de cartón corrugado es factible, quizá no se recupera la inversión en su primer año pero tampoco es de pérdida.

Según el resumen de indicadores financieros tenemos un VAN con un valor de \$ 87,951.83, el TIR con 22.50%, la relación costo-beneficio de 0.38 y el período de recuperación de la inversión – PRI de 4 años, 6 meses, 5 días.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

6.1. Nombre de la empresa

La empresa de cartón corrugado que se encontrará ubicada en la Provincia de Pichincha en la Ciudad de Cayambe, Barrio Santa Clara se denominará “CORRUGADOS ROSSEL”.

6.2. Imagen corporativa

La imagen corporativa representa el nombre y el logotipo que identifica a la empresa cartonera.

Gráfico 11. Imagen corporativa Corrugados Rossel



Elaborado por: La autora, 2015

6.3. Misión

Ser una institución que cubra las necesidades de las industrias manufactureras y de comercio al por mayor y menor con nuestro servicio que es cartón corrugado de calidad teniendo como eje central la eficiencia en la comercialización de nuestro producto y la satisfacción del cliente, cuyos principios estén basados en la ética y eficacia del servicio. Así como también mantener un compromiso con el medio ambiente.

6.4. Visión

Ser una empresa líder en el año 2020 en la zona Cayambe y Pedro Moncayo, con cartones corrugados y pack promocionales, creando valor y manteniendo los mejores estándares de calidad en el día a día para nuestros clientes, proveedores, accionistas y medio ambiente.

6.5. Principios y valores

6.5.1. Principios

Los principios de “CORRUGADOS ROSELL” están basados principalmente en: Ofrecer primeramente la seguridad de nuestros clientes de que el producto que están adquiriendo cumpla con todas sus expectativas como para ellos garantizar que sus productos lleguen a su destino en la mejor presentación para su distribución.

- **Cultura de calidad**

Brindar calidad y seguridad en los productos a través de una verificación de excelencia en calidad en las fases de producción, desde el tipo de lámina que se desea elaborar hasta el producto deseado que es la lámina de cartón corrugado buscando la satisfacción de nuestro personal y clientes.

- **Compromiso en el servicio**

Para la empresa el cliente es siempre lo más importante buscando así, conseguir en todo momento el 100% de su satisfacción con una atención, trato y cumplimiento de alto nivel en todos sus pedidos.

- **Responsabilidad social y ambiental**

Tenemos a este valor como compromiso y contribución voluntaria y activa de nuestra empresa, que va dirigida a la mejora socioeconómica y ambiental, y principalmente al aumento del valor añadido.

- **Desarrollo y bienestar del recurso humano**

Proveer una adecuada calidad de vida a nuestros trabajadores promoviendo su crecimiento a través de capacitaciones, desarrollo profesional; así como cuidar de su seguridad física, social y emocional.

- **Cultura de la innovación**

Mantener los equipos y procesos actualizados para garantizar un producto de calidad y mantener progresos en la productividad y competitividad. De la misma manera estar siempre al pendiente del gusto y preferencia del cliente en modelos, colores y tamaños para así conseguir fidelidad de los mismos.

6.5.2. Valores

- **Honestidad**

Nuestra tarea es obrar con transparencia y clara orientación moral cumpliendo con las responsabilidades en el uso de la información, de los recursos materiales y financieros. Mantener una dirección ejemplar dentro y fuera de la empresa.

- **Respeto**

Desarrollar conductas que sean de justo valor para los derechos de nuestra gente y de nosotros mismos. De igual manera cumplir leyes, las normas sociales y las de la naturaleza.

- **Responsabilidad**

Asumir las consecuencias de lo que se hace o se deje de hacer en la empresa con todos los pedidos de nuestros clientes, incluso responsabilidades internas por cumplir.

- **Solidaridad**

Crear un buen ambiente laboral con todo el personal de la empresa, logrando así en momentos difíciles apoyarnos y mantenernos juntos trabajando para cumplir nuestra misión y encaminarnos hacia el logro de nuestra visión.

- **Equidad**

Mantener responsables designados por áreas, es así que se lograra con el líder tener relaciones equitativas en el trabajo sean estos nuevos o antiguos promoviendo siempre el compañerismo.

- **Puntualidad**

Cumplir con los compromisos y obligaciones en el tiempo acordado, apreciando y respetando el tiempo de los demás.

- **Trabajo en equipo**

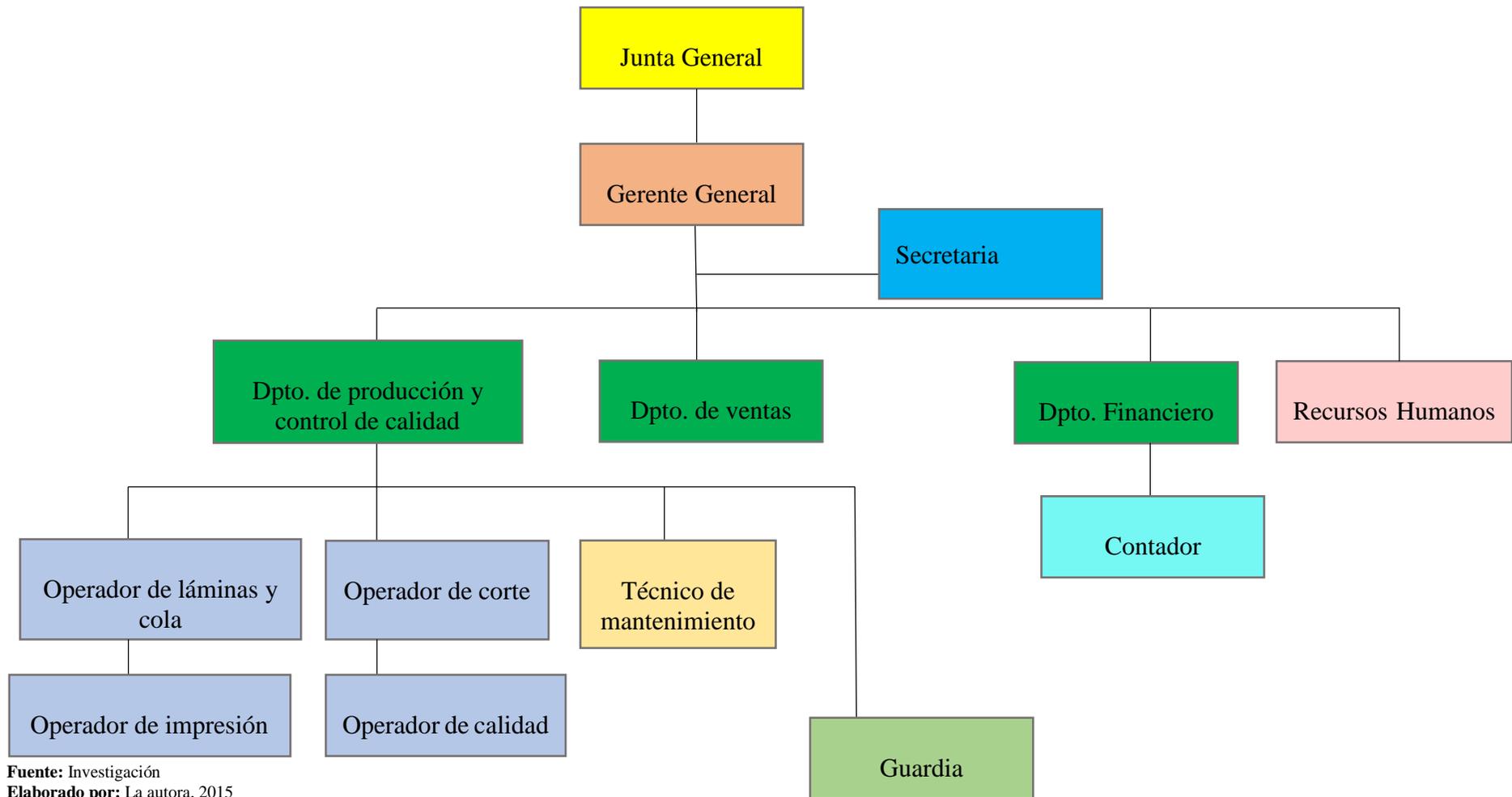
Para conseguir los objetivos en la organización se mantendrá el concepto de “dos piensan mejor que uno”

6.6. Políticas

- Una de las principales políticas por mantener vigente en la empresa es brindar máxima calidad en fabricación y comercialización de nuestros productos que son cajas de cartón corrugado y pack promocionales.
- Verificar de la calidad del producto terminado, aplicando todas las normas de producción en la elaboración del mismo.
- Controlar los tiempos en la elaboración de los productos, en cada uno de los procesos.
- Estar en alerta siempre con diseños innovadores y mantener los equipos y procesos tecnológicamente actualizados.
- Optimizar costos operacionales para dar a nuestros clientes cajas de más alta calidad y a precios competitivos.
- Elaborar contratos con diversos clientes y proveedores para maximizar nuestras ventas.
- Aplicar todas las reglas del código de trabajo para todo el personal de la empresa.
- Trabajar en equipo para cumplir nuestra misión y encaminarnos hacia el logro de nuestra visión.
- Promover la preservación y cuidado del medio ambiente, así como también velar por el cuidado de nuestros trabajadores y comunidad donde estará ubicada la empresa.

6.7. Organigrama estructural

Ilustración 21. Organigrama estructural de la empresa



Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

6.8. Manual de funciones

6.8.1. Gerente General

NOMBRE DEL PUESTO: Gerente General

JEFE INMEDIATO: Junta General de Accionistas

DEPARTAMENTO: Gerencia

ESCOLARIDAD: Ing. Administración de empresas

OBJETIVO: Coordinar todos los recursos humanos, materiales y técnicos de la empresa.

FUNCIONES:

- Representar legalmente a la empresa.
- Planear, organizar, dirigir y controlar todos los recursos de la empresa.
- Elaborar y ejecutar planes estratégicos en cada período determinado.
- Pedir resultados del cumplimiento de metas y objetivos fijados con anterioridad y de acuerdo con los planes estratégicos por áreas.
- Hacer que se cumpla el reglamento interno de la empresa.
- Aprobar la asignación de los recursos financieros de acuerdo a presupuestos previamente analizados.
- Supervisar el trabajo de cada uno de los departamentos, haciendo las correcciones necesarias.
- Otras que delegue la Asamblea General de Accionistas.

6.8.2. SECRETARÍA GENERAL

PUESTO: Secretaria general

JEFE INMEDIATO: Gerente General

DEPARTAMENTO: Gerencia y Departamentos

ESCOLARIDAD: Secretaria Ejecutiva y experiencia en RRHH

OBJETIVO: Ayudar a la gerencia en la elaboración de documentos y recepción de trámites varios para su seguimiento.

FUNCIONES:

- Colaborar en los procesos administrativos de la Gerencia General.
- Controlar las operaciones de mensajería.
- Elaborar y recibir correspondencia, memorándums, mails y documentos en general.
- Organizar y mantener en óptimas condiciones el archivo.
- Llevar el control de caja chica.
- Reclutar, seleccionar y contratar al personal.
- Informar al nuevo personal sobre sus derechos y obligaciones.
- Llevar un control minucioso sobre las asistencias, entradas y salidas del personal.
- Realizar manuales de bienvenida, organización, operación y procedimientos.
- Impulsar el trabajo en equipo en todos los niveles jerárquicos de la empresa.
- Programar la capacitación del personal por áreas.
- Evaluar el desempeño de cada uno de los integrantes de la empresa.

6.8.3. Departamento de producción y control de calidad

PUESTO: Jefe de Producción y control de calidad

JEFE INMEDIATO: Gerente General

DEPARTAMENTO: Producción

ESCOLARIDAD: Ing. Industrial o carrera a fin

OBJETIVO: Lograr una producción continua y obtener productos de excelente calidad. **FUNCIONES:**

- Fijar metas a corto plazo para el departamento.
- Evaluar el resultado de las metas establecidas.
- Realizar estudios de producción.
- Planear y programar la producción.
- Fijar normas de calidad.
- Impulsar el trabajo en equipo y motivar al personal de su área.
- Proponer cursos de capacitación en este departamento.
- Realizar informes sobre los avances de la producción, en forma semanal y darlos a conocer a su jefe inmediato.
- Informar al departamento de recursos humanos sobre requerimiento de personal y horarios.
- Coordinar con el jefe de compras para definir el tipo y la cantidad adecuada de materiales a utilizar en determinado momento.
- Aprobar el diseño estructural y gráfico de cada empaque a fabricar, tomando en cuenta cada uno de los requerimientos del cliente.
- Realizar evaluaciones periódicas sobre la calidad de las cajas de cartón corrugadas en coordinación con el jefe de control de calidad.
- Mantener en total funcionamiento cada una de las etapas del proceso productivo en coordinación con el supervisor de esta área.

6.8.4. Departamento de ventas

PUESTO: Jefe de Ventas

INMEDIATO: Gerente General

DEPARTAMENTO: Ventas

ESCOLARIDAD: Lic. Mercadotecnia o carrera a fin

OBJETIVO: Incrementar en gran parte el volumen de las ventas y la satisfacción de los clientes.

FUNCIONES:

- Fijar metas a corto, mediano y largo plazo para el departamento.
- Evaluar el alcance de las ventas establecidas.
- Fijar políticas, planear y programar las ventas.
- Realizar diversas acciones, con el fin de introducir al mercado el total del producto fabricado.
- Realizar estudios de mercados que le permitan definir estrategias óptimas para buscar nuevos clientes e incrementar las ventas.
- Determinar el tipo de publicidad y promoción a realizarse en determinado momento.
- Proporcionar el transporte necesario al chofer para entregar el producto al cliente en el lugar, tiempo y calidad deseada.
- Llevar un control minucioso sobre la entrega de pedidos de todos los clientes.

6.8.5. Contador General

PUESTO: Contador General

JEFE INMEDIATO: Gerente General

DEPARTAMENTO: Contabilidad

ESCOLARIDAD: Ing. Contabilidad Superior y Auditoria CPA

OBJETIVO: Plasmar la información de sus registros en los estados financieros, con el objeto de dar a conocer a los directivos de la negociación, los resultados obtenidos en un periodo determinado.

FUNCIONES:

- Llevar un control minucioso de todas las entradas y salidas monetarias de la empresa.
- Calcular los salarios a pagar partiendo de los registros de horas trabajadas por cada empleado.
- Llevar un control minucioso sobre las actividades que comprende el pago a trabajadores, obligaciones de ley entre otros.
- Elaborar estados financieros para dar a conocer la situación financiera de la empresa.
- Hacer un análisis de la situación financiera de la empresa a fin de proponer inversiones convenientes.
- Evaluar los niveles de endeudamiento de la empresa.
- Manejar las cuentas bancarias y dinero en efectivo de la empresa.
- Realizar conciliaciones bancarias.

6.8.6. Operador de impresiones

PUESTO: Operador de impresión

JEFE INMEDIATO: Supervisor de producción

DEPARTAMENTO: Producción

ESCOLARIDAD: Técnico en Electrónica

OBJETIVO: Obtener la impresión en una primera tinta sobre la lámina de cartón corrugado de la más alta calidad.

FUNCIONES:

- Operar el introductor impresor con el fin de realizar la impresión en una tinta.
- Verificar que se realice adecuadamente la impresión en una primera tinta.
- Cerciorarse que las láminas de cartón estén listas para pasar al siguiente proceso.

6.8.7. Operador de corte

PUESTO: Operador de corte

JEFE INMEDIATO: Supervisor de producción

DEPARTAMENTO: Producción

ESCOLARIDAD: Técnico en diseño

OBJETIVO: Revisar que los cortes para dar forma al cartón estén correctos según las especificaciones del cliente.

FUNCIONES:

- Verificar que las medidas introducidas a la maquinaria para el corte sean las correctas según especificaciones del cliente.
- Cerciorarse que las láminas de cartón estén listas para pasar al siguiente proceso.
- Comprobar que las láminas de cartón corrugado este sin daños después del proceso de corte.

6.8.8. Técnico en mantenimiento

PUESTO: Técnico en Mantenimiento

JEFE INMEDIATO: Supervisor de Producción

DEPARTAMENTO: Producción

ESCOLARIDAD: Técnico en Electrónica

OBJETIVO: Mantener la maquinaria y las instalaciones de la fábrica en condiciones óptimas de producción.

FUNCIONES:

1. Coordinar con el supervisor de producción para realizar el mantenimiento de la maquinaria de la empresa.
2. Realizar el mantenimiento preventivo y correctivo a toda la maquinaria de acuerdo a la planeación previa.
3. Efectuar modificaciones y arreglos a las instalaciones de la planta.

6.9. Aspectos legales de funcionamiento

6.9.1 Marco legal interno del proyecto.

El proyecto en estudio, de acuerdo a la actividad que desarrollará, se determina que es una empresa industrial, definiendo como su principal actividad la elaboración de cartón corrugado y packs promocionales.

El capital con que la empresa iniciará sus operaciones será totalmente privado, por ello el proyecto en estudio será denominado como empresa privada.

6.9.2. Trámites de Constitución de la Empresa

Para la constitución de una sociedad anónima en el Ecuador debemos seguir los siguientes pasos los cuales son:

a) Superintendencia de Compañías:

Escritura pública de constitución. Esta escritura contiene entre otros los siguientes elementos:

- Constatar que en la superintendencia de compañías está disponible la razón social de la empresa.
- El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
- El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
- El objeto social, debidamente concretado;
- Su denominación y duración;
- El aporte del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviese dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
- La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
- El domicilio de la compañía;
- La forma de administración y las facultades de los administradores;
- La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
- La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
- Las normas de reparto de utilidades;

- La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
- La forma de proceder a la designación de liquidadores.

b) Servicios de Rentas Internas

Es necesario tramitar el Registro Único de Contribuyentes, para ello se debe presentar la siguiente documentación:

- Presentar los formularios RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión.
- Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas).
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Ecuatorianos: Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación (exigible hasta un año posterior a los comicios electorales). Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el certificado de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial.
- Ubicación de la matriz y establecimientos, se presentará cualquiera de los siguientes: Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean

emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.

c) Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)

Es necesario tramitar un número patronal, mediante el cual se debe afiliarse a los trabajadores.

d) Permisos de Funcionamiento

Este permiso debe ser tramitado en el ARCSA (Agencia de Regulación y Control Sanitario).

Para ello es necesario:

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
- Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
- Plano del establecimiento a escala 1:50.
- Croquis de ubicación del establecimiento.
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

e) Permiso de los Bomberos del cantón donde este instalada la empresa.

- Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente.
- Fotocopia nítida del RUC actualizado.

- Carta de autorización a favor de quien realiza trámite.
- Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite.
- Nombramiento del representante legal si es compañía.
- Original y copia de la calificación anual, hasta 31 de diciembre de cada año.
- Señalar dimensiones del local.

f) Patente municipal

- Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
- RUC actualizado.
- Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica
- Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución.

6.10. Constitución legal

La constitución legal de la empresa a ejecutar será de tipo Sociedad Anónima y está regulada a partir del Art. 143 de la Ley de Compañías.

A continuación se presenta la minuta de constitución sobre la compañía anónima

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución simultánea de compañía anónima, contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- Intervienen en el otorgamiento de esta escritura:

N ^o	Identificación	Nombre	Nacionalidad	Tipo Inversión
1	17920727940 01	LUXUS BLUMEN S.A	ECUADOR	NACIONAL
2	1725966696	PILLAJO CABEZAS MONICA ALEXANDRA	ECUADOR	NACIONAL
3	1003224902	DAZA PACHECO GABRIELA JANETH	ECUADOR	NACIONAL
4	1715639875	LOPEZ CEVALLOS BOLIVAR ALEJANDRO	ECUADOR	NACIONAL
5	1003258961	ANDRADE ANDRADE ISAAC ANDRES	ECUADOR	NACIONAL

SEGUNDA.- DECLARACION DE VOLUNTAD.- Los comparecientes declaran que constituyen, por la vía simultánea, como en efecto lo hacen, una compañía anónima, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

TERCERA.- ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA. Título I Del nombre, domicilio, objeto y plazo

Artículo 1°.- Nombre.- El nombre de la compañía que por esta escritura se constituye es “CORRUGADOS ROSSEL”. Artículo 2°.- Domicilio.- El domicilio principal de la compañía es en el Cantón Cayambe. Podrá establecer agencias, sucursales o establecimientos, en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, previa decisión del directorio y de conformidad con las disposiciones legales correspondientes.

Artículo 3°.- Objeto.- El objeto de la compañía consiste en la producción y comercialización de cajas de cartón corrugado y pack promocionales. Para la determinación de la afiliación de la compañía a la cámara de la producción respectiva, o para la obtención de uno o más informes previos favorables por parte de organismos públicos, ofrece una guía el folleto Instructivo para la constitución de las compañías mercantiles sometidas al control de la Superintendencia de

Compañías, que puede solicitar en esta institución). Para el cumplimiento de su objeto, la compañía podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la ley.

Artículo 4°.- Plazo.- El plazo de duración de la compañía es de 50 años, contados desde la fecha de inscripción de esta escritura. La compañía podrá disolverse antes del vencimiento del plazo indicado, o podrá prorrogarlo, sujetándose, en cualquier caso, a las disposiciones legales aplicables.

Título II Del capital

Artículo 5°.- Capital y de las acciones.- El capital social es de \$25.000 dólares de los Estados Unidos de América, dividido en 5 acciones ordinarias y nominativas, de \$2 de valor nominal cada una, numeradas consecutivamente del 1 al 5.

Título III Del gobierno y de la administración.

Artículo 6°.- Norma general.- El gobierno de la compañía corresponde a la junta general de accionistas, y su administración al directorio, al presidente y al gerente.

Artículo 7°.- Convocatorias.- La convocatoria a junta general efectuará el gerente de la compañía, mediante aviso que se publicará en uno de los diarios de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, respecto de aquél en el que se celebre la reunión. En tales ocho días no se contarán el de la convocatoria ni el de realización de la junta.

Artículo 8°.- Clases de juntas.- Las juntas generales serán ordinarias y extraordinarias. Las primeras se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, para considerar los asuntos especificados en los numerales 2°, 3° y 4° del artículo 231 de la Ley de Compañías y cualquier otro asunto

puntualizado en el orden del día, de acuerdo con la convocatoria. Las segundas se reunirán cuando fueren convocadas para tratar los asuntos para los cuales, en cada caso, se hubieren promovido.

Artículo 9°.- Quórum general de instalación.- Salvo que la ley disponga otra cosa, la junta general se instalará, en primera convocatoria, con la concurrencia de por lo menos el 50% del capital pagado. Con igual salvedad, en segunda convocatoria, se instalará con el número de socios presentes, siempre que se cumplan los demás requisitos de ley. En esta última convocatoria se expresará que la junta se instalará con los accionistas presentes.

Artículo 10°.- Quórum especial de instalación.- Siempre que la ley no establezca un quórum mayor, la junta general se instalará, en primera convocatoria, para deliberar sobre el aumento o disminución del capital, la transformación, la fusión, la escisión, la disolución anticipada de la compañía, la reactivación de la compañía en proceso de liquidación, la convalidación y, en general, cualquier modificación del estatuto con la concurrencia del 50% del capital pagado. En estos casos, salvo que la ley señale un quórum mayor, para que la junta se instale previa segunda convocatoria, bastará la concurrencia de la tercera parte del capital pagado. Cuando preceda una tercera convocatoria, siempre que la ley no prevea otro quórum, la junta se instalará con el número de accionistas presentes. De ello se dejará constancia en esta convocatoria.

Artículo 11°.- Quórum de decisión.- Salvo disposición en contrario de la ley, las decisiones se tomarán con la mayoría del capital pagado concurrente a la reunión.

Artículo 12°.- Facultades de la junta.- Corresponde a la junta general: a) a) Nombrar al presidente, al gerente y a los miembros, principales y suplentes, del directorio; b) b) Ejercer todas las facultades que la ley confiere al órgano de gobierno de la compañía anónima.

Artículo 13°.- Junta universal.- No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, la junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto siempre que esté presente todo el capital pagado y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad de las resoluciones, acepten por unanimidad la celebración de la junta.

Artículo 14°.- Composición del directorio.- Este órgano de administración estará integrado por cinco miembros vocales principales y por cinco vocales suplentes. Será miembro principal del directorio el presidente de la compañía. Los demás miembros serán designados por la junta general para períodos de 2 años. Los miembros del directorio podrán ser reelegidos y permanecerán en sus funciones hasta ser legalmente reemplazados.

Artículo 15°.- Convocatorias a reunión de directorio.- Las convocatorias a sesiones de directorio hará el gerente de la compañía, mediante nota escrita dirigida a la dirección que hubiera registrado en la compañía cada miembro de este órgano de administración. Tales convocatorias se efectuarán con tres días de anticipación al de la reunión. En dichos tres días no se contará el de realización de la convocatoria y el de celebración de la reunión.

Artículo 16°.- Presidencia y secretaría del directorio.- Presidirá las reuniones del directorio el presidente de la compañía. Actuará de secretario en ellas, con voz informativa pero sin voto, el gerente de la compañía. Si faltare uno de ellos o ambos, desempeñarán esas funciones en la reunión respectiva la persona o personas que para el efecto el directorio nombre en forma ad-hoc.

Artículo 17°.- Quórumes de instalación y de decisión del directorio.- El directorio se instalará con la concurrencia de por lo menos 2 de sus miembros. Tomará decisiones con la mayoría numérica de miembros concurrentes. En caso de empate, el presidente tendrá voto decisorio o dirimente.

Artículo 18°.- Facultades del directorio.- Corresponde al directorio: a) a) Autorizar la apertura de sucursales, agencias o delegaciones de la compañía, dentro o fuera del territorio nacional;

b) b) Ejercer las demás atribuciones y facultades que le confiera la junta general de accionistas.

Artículo 19°.- Presidente de la compañía.- El presidente será nombrado por la junta general para un período 2 años, a cuyo término podrá ser reelegido. El presidente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado. Corresponde al presidente:

a) a) Presidir las reuniones de junta general y de directorio a las que asista y suscribir, con el secretario, las actas respectivas.

b) b) Suscribir con el gerente los certificados provisionales o los títulos de acción, y extenderlos a los accionistas.

c) c) Subrogar al gerente en el ejercicio de sus funciones, en caso de que faltare, se ausentare o estuviere impedido de actuar, temporal o definitivamente.

Artículo 20°.- Gerente de la compañía.- El gerente será nombrado por la junta general para un período 2 años, a cuyo término podrá ser reelegido. El gerente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado. Corresponde al gerente:

a) Convocar a las reuniones de junta general y de directorio.

b) Actuar de secretario de las reuniones de junta general y de directorio a las que asista y firmar, con el presidente, las actas respectivas.

c) Suscribir con el presidente los certificados provisionales o los títulos de acción, y extenderlos a los accionistas.

d) Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley de Compañías.

e) Ejercer las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías. Título IV De la fiscalización

Artículo 21°.- Comisarios.- La junta general designará a un comisario, cada año quienes tendrán derecho ilimitado de inspección y vigilancia sobre todas las operaciones sociales, sin dependencia de la administración y en interés de la compañía. Título V De la disolución y liquidación

Artículo 22°.- Norma general.- La compañía se disolverá por una o más de las causas previstas para el efecto en la Ley de Compañías, y se liquidará con arreglo al procedimiento que corresponda, de acuerdo con la misma ley. Siempre que las circunstancias permitan, la junta general designará un liquidador principal y otro suplente.

CUARTA.- APORTES.- Se elaborará el cuadro demostrativo de la suscripción y pago del capital social tomando en consideración lo dispuesto en los artículos 150, numeral 6°, en cualquier caso, 147, inciso 4°, y 161, si el aporte fuere en numerario y 162, si fuere en especies, de la Ley de Compañías. Si se estipulare plazo para el pago del saldo deudor, éste no podrá exceder de dos años contados desde la fecha de constitución de la compañía. En aplicación de las normas contenidas en los artículos antes citados, se podría elaborar el cuadro de suscripción y pago del capital social a base de los siguientes datos generales:

Lista de accionistas y valor de aportes

N^o	Identificación	Nombre	Nacionalidad	Tipo Inversión	Capital
1	1792072794001	LUXUS BLUMEN S.A	ECUADOR	NACIONAL	25,000.00
2	1725966696	PILLAJO CABEZAS MONICA ALEXANDRA	ECUADOR	NACIONAL	25,000.00
3	1003224902	DAZA PACHECO GABRIELA JANETH	ECUADOR	NACIONAL	25,000.00
4	1715639875	LOPEZ CEVALLOS BOLIVAR ALEJANDRO	ECUADOR	NACIONAL	25,000.00
5	1003258961	ANDRADE ANDRADE ISAAC ANDRES	ECUADOR	NACIONAL	25,000.00
VALOR TOTAL DE ACCIONES					125,000.00

1.2. TOTALES: QUINTA.- NOMBRAMIENTO DE ADMINISTRADORES.- Para los períodos señalados en los artículos 14° y 15° del estatuto, se designa como presidente Ing. Mónica Pillajo de la compañía a la señorita Gabriela Daza como gerente de la misma respectivamente.

Usted, señor notario, se dignará añadir las correspondientes cláusulas de estilo.

.....

Dr. Ricardo Sanchez
C.I.

6.11. Análisis del capítulo

- El capítulo VI estructura organizativa es la sexta etapa donde se defino el nombre de la empresa dedicada a la elaboración de cartón corrugado y cajas para packs promocionales que se encontrará ubicada en la Ciudad de Cayambe, Barrio Santa Clara y se denominará “CORRUGADOS ROSSEL”.
- Su misión es mantener la satisfacción del cliente, cuyos principios estén basados principalmente en la ética y eficacia del servicio. Así como la visión está basada a alcanzar nuevos mercados como el Cantón Pedro Moncayo.
- En este capítulo también se determinó los valores y principios que va a tener la empresa al momento de posicionarse, su estructura organizacional, el manual de funciones para cada miembro trabajador de la empresa.
- Las principales políticas de la empresa es mantener y brindar máxima calidad en la fabricación y comercialización de sus productos que son las cajas de cartón corrugado y pack promocionales.
- Se da conocer el manual de procedimientos administrativos de la empresa, donde se puntualiza las funciones a ejecutar de cada miembro de la empresa según su puesto.
- Se presenta el organigrama estructural para dar a conocer de cómo estarán conformados los departamentos desde el mando más alto hasta el más bajo.
- Por último se a conocer los aspectos legales que requiere tener la empresa para su constitución y normal funcionamiento en la Cuidad de Cayambe.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

A continuación analizaremos los varios impactos positivos o negativos que tendría como efecto la implantación del proyecto a nivel económico, socio-cultural, comercial, educativo y ambiental.

Tabla 67. Matriz de valoración

VALORACIÓN	NEGATIVA	POSITIVA
Alto	-3	
Medio	-2	
Bajo	-1	
Cero	0	
Bajo		1
Medio		2
Alto		3

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora, año 2015

Esta tabla nos permitirá calcular el nivel de impacto positivo o negativo en el proyecto que tiene como resultado su ejecución. Para lo cual tendremos a continuación la fórmula a establecer para su respectivo resultado. Donde el grado de impacto será la sumatoria de los indicadores dividido para el número total de indicadores de cada uno de los impactos y estos analizar son: Impactos económico, impacto socio-cultural, impacto comercial, impacto educativo e impacto ambiental.

$$GRADO DE IMPACTO = \frac{\text{Sumatoria de indicadores}}{\text{Número de indicadores}}$$

7.1. Impacto económico

Tabla 68. Matriz de impacto económico

IMPACTO	INDICADOR	VALORACIÓN							TOTAL	
		-3	-2	-1	0	1	2	3		
Económico	Estabilidad ingresos familiares								X	
	Oferta de empleo								X	
	Productividad								X	
	TOTAL								9	9

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

$$\Sigma = \frac{9}{3}$$

$$= 3$$

El resultado del impacto económico equivale a 3, lo cual nos da como resultado a un impacto alto positivo.

ANÁLISIS:

La aplicación de este proyecto en el ámbito económico nos da a conocer que tendremos un nivel alto positivo en la estabilidad de economía familiar ya que por su ejecución nuestros nuevos trabajadores podrán mejorar su calidad de vida, a su vez la oferta de empleo ayudará a muchas familias desempleadas a formar parte de la población económicamente activa del Ecuador trayendo así grandes socorros para la sociedad actual. De la misma forma el proyecto a armar traerá rentabilidad y productividad a sus inversionistas.

7.2. Impacto socio-cultural

Tabla 69. Matriz de impacto socio-cultural

IMPACTO	INDICADOR	VALORACIÓN							TOTAL
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
Socio-cultural	Fuentes de empleo							X	
	Calidad de vida						X		
	Desarrollo cantonal								X
	Bienestar comunitario					X			
	TOTAL					1	2	6	9

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

$$\Sigma = \frac{9}{4}$$

$$= 2.25$$

El resultado del impacto socio-cultural equivale a 2, lo cual nos da como resultado a un impacto medio positivo.

ANÁLISIS:

Con la implementación del plan las fuentes de empleo para el sector Cayambeño se extenderán lo cual es muy favorable para mejorar la calidad de vida de las familias y la economía del mismo. Así como también podemos observar que mediante la elaboración de este plan obtendremos el desarrollo cantonal, también el bienestar comunitario en donde nos ubicaremos ya que constantemente estaremos pendientes de los pedidos por parte del mismo.

7.3. Impacto comercial

Tabla 70. Matriz de impacto comercial

IMPACTO	INDICADOR	VALORACIÓN							TOTAL
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
Comercial	Calidad del producto							X	
	Gestión de comercialización						X		
	Competitividad							X	
	Clima organizacional						X		
	TOTAL						4	6	10

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

$$\Sigma = \frac{10}{4}$$

$$= 2.5$$

El resultado del impacto comercial equivale a 3, lo cual nos da como resultado a un impacto alto positivo.

ANÁLISIS:

Según el aspecto comercial podemos ver en el cuadro anterior que el impacto es alto positivo ya que las medidas que se tomará, para la elaboración del producto lograra posicionamiento y confianza hacia nuestros clientes consiguiendo así brindar un producto de calidad y obteniendo fidelidad de los mismos. En lo que se refiere a gestión de comercialización el impacto es medio positivo ya que con nuestros cumplimientos de políticas y normas lograremos el éxito de este lanzamiento. Por otro punto nuestros objetivos son claros al momento de buscar competitividad por lo que se mantendrá una buena comunicación y alianza entre directivos, servidores y clientes.

7.4. Impacto educativo

Tabla 71. Matriz de impacto educativo

IMPACTO	INDICADOR	VALORACIÓN							TOTAL
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
Educativo	Concienciación de manejo de residuos							X	
	Fomento de protección sobre el medio ambiente						X		
	Conocimiento de enfermedades profesionales							X	
	Cultura ambientalista							X	
	TOTAL						2	9	11

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

$$\Sigma = \frac{11}{4}$$

$$= 2.75$$

El resultado del impacto educativo equivale a 3, lo cual nos da como resultado a un impacto alto positivo.

ANÁLISIS:

La colocación de este proyecto generara un impacto alto positivo ya que al estar ejecutado podremos fomentar la concienciación de nuestros trabajadores sobre el manejo de residuos y protección sobre el medio ambiente. Así como también daremos a conocer el correcto tratamiento y evitación de las enfermedades profesionales que se podría causar mediante la elaboración del producto. De esta manera estaremos sembrando una cultura ambientalista hacia nuestros trabajadores logrando así la conservación del medio ambiente.

7.5. Impacto ambiental

Tabla 72. Matriz de impacto ambiental

IMPACTO	INDICADOR	VALORACIÓN							TOTAL
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
Ambiental	Manejo de residuos	X							
	Desechos		X						
	Contaminación auditiva		X						
	Protección del ambiente		X						
	TOTAL	-3	-6						-9

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

$$\Sigma = \frac{-9}{4}$$

$$= -2.25$$

El resultado del impacto ambiental equivale a -2, lo cual nos da como resultado a un impacto bajo en daños al medio ambiente.

ANÁLISIS:

El análisis del impacto ambiental hoy en día es el de mayor importancia ya que para el desarrollo de este tipo de proyectos se necesita un buen manejo de residuos, tener debidas precauciones con la salud de los trabajadores y sobre todo la protección del medio ambiente. Para esto se ha optado que el personal se encargará de reciclar y reutilizar los residuos del producto de esta manera no desechando ninguno hacia el ambiente, también se tratará de la mejor manera minimizar los desechos de cualquier trabajo realizado en la empresa. Por otra parte adoptaremos equipos de protección profesionales para evitar la contaminación auditiva de los trabajadores consiguiendo así dar un mejor servicio como patronos y contribuir en un 99% con la protección del medio ambiente.

7.6. Impacto general del proyecto

Tabla 73. Matriz de impacto general del proyecto

INDICADOR	VALORACIÓN							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto económico							X	
Impacto socio-cultural						X		
Impacto comercial							X	
Impacto educativo							X	
Impacto ambiental		X						
TOTAL		-2				2	9	11

Fuente: Investigación

Elaborado por: La autora, 2015

$$\begin{aligned}\Sigma &= \frac{11}{5} \\ &= 2.2\end{aligned}$$

El resultado del impacto general del proyecto equivale a 2, lo cual nos da como resultado a un impacto general positivo.

ANÁLISIS:

Con el análisis de las matrices acerca del proyecto tenemos como resultado un impacto positivo equivalente a 2, eso quiere decir que la implementación de la empresa beneficiara significativamente a la economía, sociedad y educación en la Ciudad de Cayambe, por otro lado también tenemos que el impacto ambiental tiene un equivalente a -2 ya que en la fabricación de las cajas de cartón corrugadas y packs promocionales si existen factores que causen impactos ambientales negativos pero son bajos, como pueden ser; las aguas de lavado del almidón y las aguas de lavado de tintas de los clichés de impresión.

En la página (ACCCSA, 2015) señala que: “Ambas aguas se llevan a una depuradora específica que devuelve el agua limpia al circuito de fabricación, y por otro lado se extraen las “tortas” sólidas de tinta que son entregadas a un reciclador o recuperador autorizado. Dado que se utilizan

tintas orgánicas de muy bajo contenido en metales pesados, el impacto medioambiental es mínimo”.

Este impacto indica la factibilidad de la creación de la empresa dedicada a la producción y comercialización de cajas de cartón corrugadas, en el Cantón Cayambe.

CONCLUSIONES

Mediante el análisis que se ejecutó en el diagnóstico situacional se ha podido deducir que no existen empresas que se dediquen a la elaboración y distribución de cajas de cartón corrugados y packs promocionales en la Ciudad de Cayambe, es decir que la ejecución del presente proyecto es positiva, debido a que en la información que se recopiló se obtiene resultados afirmando la aceptación de la producción y comercialización de este producto por parte de los clientes.

La creación de la empresa que se denominará “CORRUGADOS ROSSEL” S.A. Permite la generación de fuentes de empleo directo e indirecto y por ende trae consigo recursos económicos que beneficiarán tanto al personal contratado como a sus inversionistas y al desarrollo cantonal.

En el estudio de mercado podemos observar que no existen programas de beneficios para el comprador como: descuentos, promociones entre otros. Sino más bien la competencia solo se encarga de cubrir pedidos pero sin retribución alguna por la cantidad de compras al mes.

Del estudio técnico se determinó que la Ciudad de Cayambe es un lugar estratégico para la fabricación y distribución de cajas de cartón corrugado y de packs promocionales ya que en este sector están ubicadas la mayoría de industrias manufactureras lácteas, supermercados y micro mercados. Logrando así ser los pioneros en Cayambe de la producción y venta de los mismos.

En cuanto al estudio financiero, ayudó a determinar el monto de inversiones fijas, inversiones pres operativos y diferidos requeridas para la puesta en marcha del presente proyecto que nos arrojó \$ 233,688.79 Con el fin de precisar la viabilidad o factibilidad del proyecto se aplicaron

indicadores económico-financieros, los cuales demostraron la factibilidad económica del proyecto.

RECOMENDACIONES

- Aprovechar que existe una demanda insatisfecha de producción y comercialización del producto estudiado en el Cantón Cayambe, de esta manera dar el cumplimiento del servicio que sea de calidad para la complacencia de los consumidores.
- Seleccionar el personal adecuado para que el servicio de la empresa sea de calidad y de gran satisfacción de los potenciales clientes en el Cantón Cayambe.
- La empresa debería crear programas de incentivos para sus compradores según la cantidad de adquisición, entre este pueden ser promociones, más tiempo de pago o incluso un porcentaje de descuento que autorice las políticas de la empresa.
- Explotar la presencia de industrias manufactureras entre ellas la mayor parte lácteas, supermercados, micro mercados, y lograr ser los líderes en la producción y comercialización de cajas de cartón corrugados y packs promocionales para la venta local y a futuro la exportación del mismo.
- Recomendamos a los accionistas de la empresa que se planteen la meta de recuperar la inversión hasta menos de 60 meses que es lo estudiado.
- Implementar un programa de reciclaje y reutilización de la mayoría de los residuos del proceso del cartón.

BIBLIOGRAFÍA

GUAJARDO CANTÚ, G., & ANDRADE DE GUAJARDO, N. (2014). *Contabilidad Financiera*. México: INTERAMERICANA EDITORES.

ACCCSA. (2015). *Revista oficial de la Asociación de Corrugadores del Caribe, Centro y Suramérica*. Recuperado el 25 de Mayo de 2015, de http://www.corrugando.com/index.php?option=com_content&view=article&id=176

AGUIRRE, R. B. (Junio de 2010). *Derechoecuador.com*. Recuperado el 5 de Julio de 2015, de <http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derechotributario/2010/01/12/principios-y-obligacion-tributaria>

ALET, J. (2012). *Marketing directo e interactivo: Campañas efectivas con sus clientes*. Madrid: Artegraf, 1era ED.

ALLIO, G. (Enero de 2014). *Cajasmex.com*. Recuperado el 4 de Julio de 2015, de <http://www.cajasmex.com/informacion/carton-corrugado>

ARAUJO, D. (2012). *Proyectos de inversión*. México: TRILLAS.

ARKIPLUS. (Enero de 2015). *ARKIPLUS*. Recuperado el 3 de Junio de 2015, de <http://www.arkiplus.com/tipos-de-carton-corrugado>

ARMSTROG, G., & KLOTER, P. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Pearson. (Décima Primera ed.).

ASOCIACIÓN DE MUNICIPALIDADES, E. (09 de 2015). *Asociación de municipalidades Ecuatorianas AME*. Recuperado el 7 de Junio de 2015, de

<http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/ley-de-transparencia/68-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-pichincha/289-canton-cayambe>

BACA URVINA, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. México: D.F: MCGRAW-HILL.

COCOGUM. (Junio de 2014). Recuperado el 3 de Junio de 2015, de <http://www.cocogum.org/Archivos/Ingenieria%20de%20Proyectos.html>

CORDERO, F. (2010). *Administración de empresas*. Bogotá: EDIT. BODOTÁ.

CORDOVA, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogota: ECO EDICIONES.

GIL, M. Á. (2010). *Cómo crear y funcionar una empresa*. España: Esic, 8va ED.

LIMAS , J. (2012). *Fubdamentos teóricos*. Peú: EDI SERIAL.

LOGISTEC. (ENERO de 2015). *Logistec para profesionales informados*. Recuperado el 9 de JUNIO de 2015, de <http://www.revistalogistec.com/index.php/equipamiento-y-tecnologia/383-packaging-y-picking/1318-paletizacion-y-embalaje-factor-clave-en-el-proceso-logistico?hitcount=0>

PACHECO CONTRERAS, J. (2013). *Contabilidad Financiera con Excel*. Bogotá: Macro EIRL.

PALACIO, F. (2010). *Proyectos de inversión*. Mexico: EDIT. MEX.

PALACIO, I. (2010). *Guía práctica para la identificación, formulación y evaluación de proyectos*. Colombia: Universidad del Rosario, 1era ED.

RAMÍREZ PADILLA, D. N. (2013). *Contabilidad administrativa: Un enfoque estratégico para competir*. México: INTERAMERICANA EDITORES.

SAPAG CHAIN, N. (2011). *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación*. Chile: PERSON EDUCATION.

SE, I. N. (3 de Noviembre de 2015). *Guías empresariales*. Recuperado el 5 de Junio de 2015, de <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=14&ins=505>

SRI. (Agosto de 2013). Recuperado el 3 de Junio de 2015, de <http://www.sri.gob.ec/de/31>

SUÁREZ, M. O., & TAPIA, F. A. (2012). *INTERAPRENDIZAJE DE ESTADÍSTICA BÁSICA*. Ibarra: Ed. Graficolor, Ibarra, Ecuador.

ZAPATA SANCHEZ, P. (2011). *Contabilidad General con base en las Niif's*. Bogotá: McGraw-Hill.

ANEXOS

A1. ENCUESTA

REALIZADA A LAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS LÁCTEAS, SUPERMERCADOS Y MICRO MERCADOS DEL SECTOR CAYAMBE QUIENES ADQUIEREN EL SERVICIO DE CAJAS DE CARTÓN CORRUGADO Y PACK PROMOCIONALES.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ENCUESTA**

DATOS GENERALES

RAZÓN SOCIAL:

TIPO DE EMPRESA:

LUGAR DE ESTABLECIMIENTO:

AÑOS EN EL MERCADO:

Nº DE HECTÁREAS:

NOTA: Los datos serán reservados y de exclusividad para estudios académico.

INSTRUCCIONES: Marque con un (x) según su criterio.

- 1. ¿A cuáles son las empresas que Ud. más adquiere el servicio de la elaboración de cajas de cartón promocionales?**

CARTOPEL S.A.	
CRANSA S.A	
OTROS	

¿Cuál?.....

- 2. ¿Con que frecuencia y cantidad su empresa adquiere el servicio de dedicada a la elaboración de packs promocionales y cajas de cartón?**

INDICADORES	FRECUEN CIAS	%
De 5.001 a 10.000 unidades al mes		
De 10.001 a 15.000 unidades al mes		
De 39.600 en adelante		
TOTAL		

3. Cuáles son las razones por las que su empresa utiliza el servicio de la elaboración de pack promocionales y cajas de cartón?

INDICADORES
Mejorar la presentación y aumentar las ventas
Mejorar la competitividad
Preservar la calidad del producto a su llegada
Despachar productos que son de baja rotación
Otros

¿Cuál?.....

....

¿Cuál es la ciudad más cercana que Ud. utiliza para la adquisición de este servicio?

Tulcán	
Ibarra	
Cayambe	
Quito	
Guayaquil	
Otra	

¿Cuál?.....

....

1. ¿Cuál es la forma de pago que utiliza Ud. al momento de adquirir el servicio de la elaboración de cajas de cartón corrugado?

Al contado	
Crédito	
Otros	

¿Cuál?.....

2. ¿Por qué razón utiliza Ud. los servicios de su proveedor de cajas de cartón corrugado?

Presencia de pocos productores	
Por la cercanía	
Precios bajos	
Calidad	
Por la tecnología en que trabajan	

¿Cuál?.....

...

3. ¿Si Ud. aumenta el monto de compras a sus proveedores estos que le ofrecen?

Confianza	
Descuentos	
Promociones	
Tiempo de pago	
Otros	

¿Cuál?.....

4. ¿A través de qué medios encontró a los proveedores actuales de este servicio?

Recomendaciones	
Páginas amarillas	
Anuncios	
Redes sociales	
Televisión	
Radio	
Otro	

¿Cuál?.....

5. ¿Necesita Ud. que haya una empresa dedicada al servicio de la elaboración de cajas de cartón corrugado en la ciudad de Cayambe?

Sí	
No	

6. Con referencia a la pregunta anterior. ¿Cuáles son las características por las Ud. escogería este servicio en la ciudad de Cayambe?

Calidad	
Precios	
Cercanía	
Descuentos	
Crédito	
Tiempo de entrega	
Comunicación entre ofertante y consumidor	

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

A2. MATRIZ TASAS DE INTERÉS CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL



CRÉDITO DIRECTO

MATRIZ DE TASAS DE INTERÉS

DEL 01 AL 31 DE ENERO 2016

SUBSEGMENTOS:
CRÉDITO PRODUCTIVO CORPORATIVO
CRÉDITO COMERCIAL PRIORITARIO CORPORATIVO

PLAZO EN AÑOS (HASTA)	1	2	5	6	10
TASA BASE DE REAJUSTE	5,62%	5,62%	5,62%	5,62%	5,62%
TASA EFECTIVA ANUAL	8,6000%	8,7800%	8,9700%	9,1500%	9,3300%
NOMINAL SEMESTRAL	8,4226%	8,5953%	8,7774%	8,9498%	9,1220%
NOMINAL TRIMESTRAL	8,3358%	8,5049%	8,6831%	8,8518%	9,0203%
NOMINAL MENSUAL	8,2785%	8,4453%	8,6211%	8,7873%	8,9533%

SUBSEGMENTOS:
CRÉDITO PRODUCTIVO PYMES
CRÉDITO COMERCIAL PRIORITARIO PYMES
CRÉDITO COMERCIAL ORDINARIO

PLAZO EN AÑOS (HASTA)	1	2	5	6	10
TASA BASE DE REAJUSTE	5,62%	5,62%	5,62%	5,62%	5,62%
TASA EFECTIVA ANUAL	10,3500%	10,7200%	11,0900%	11,4600%	11,8300%
NOMINAL SEMESTRAL	10,0952%	10,4471%	10,7985%	11,1492%	11,4994%
NOMINAL TRIMESTRAL	9,9709%	10,3142%	10,6565%	10,9980%	11,3387%
NOMINAL MENSUAL	9,8892%	10,2268%	10,5633%	10,8988%	11,2332%

SUBSEGMENTOS:
CRÉDITO PRODUCTIVO EMPRESARIAL
CRÉDITO COMERCIAL PRIORITARIO EMPRESARIAL

PLAZO EN AÑOS (HASTA)	1	2	5	6	10
TASA BASE DE REAJUSTE	5,62%	5,62%	5,62%	5,62%	5,62%
TASA EFECTIVA ANUAL	9,6000%	9,7500%	9,9100%	10,0600%	10,2100%
NOMINAL SEMESTRAL	9,3800%	9,5233%	9,6759%	9,8190%	9,9619%
NOMINAL TRIMESTRAL	9,2726%	9,4125%	9,5617%	9,7013%	9,8408%
NOMINAL MENSUAL	9,2018%	9,3396%	9,4865%	9,6239%	9,7612%

SUBSEGMENTOS:
MICROCRÉDITO DE ACUMULACIÓN AMPLIADA

PLAZO EN AÑOS (HASTA)	1	2	5	6	10
TASA BASE DE REAJUSTE	5,62%	5,62%	5,62%	5,62%	5,62%
TASA EFECTIVA ANUAL	10,9500%	11,4600%	11,9800%	12,4900%	13,0000%
NOMINAL SEMESTRAL	10,6656%	11,1492%	11,6412%	12,1226%	12,6029%
NOMINAL TRIMESTRAL	10,5271%	10,9980%	11,4766%	11,9443%	12,4104%
NOMINAL MENSUAL	10,4361%	10,8988%	11,3685%	11,8273%	12,2842%

PROGRAMAS QUE APLICAN ESTA TASA

- Crédito directo para el desarrollo
- Programa de apoyo productivo y financiero
- Programa de adquisición de inmuebles para diversificación de inversiones
- Programa para empresas con participación o recursos públicos
- Plantas de tratamiento de agua
- Programa emergente para el sector bananero
- Programa de apoyo financiero transporte público urbano bases
- Programa Plan Tierras
- Programa para mercados minoristas y centros de exposición artesanal
- Programa preferente para personas con discapacidad
- Programa de financiamiento del 10% de bienes adquiridos con CPG
- Programa proyecto piloto acuicultura marina
- Programa Bienvenido a casa
- Programa de promoción para el sector cafetalero

NOTA:

LA TASA BASE PARA REAJUSTE ES LA TASA PASIVA REFERENCIAL Y TIENE VIGENCIA MENSUAL