



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de emprendimiento previo a la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios

TEMA: “Creación de la empresa productora y distribuidora de guitarras personalizadas para niños”

AUTOR: Manuel Leonardo Lozada Tibán

TUTOR: Ing. MBA. Danilo Javier Altamirano Analuisa

AMBATO – ECUADOR

Marzo 2018



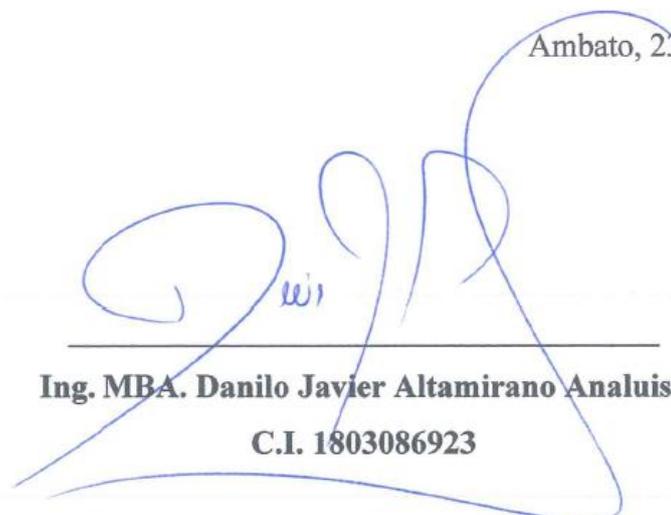
APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. MBA. Danilo Javier Altamirano Analuisa

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “Creación de la empresa productora y distribuidora de guitarras personalizadas para niños” presentado por el señor **Manuel Leonardo Lozada Tibán** para optar por el título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

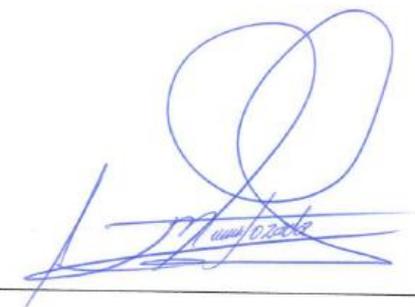
Ambato, 23 de marzo de 2018



Ing. MBA. Danilo Javier Altamirano Analuisa
C.I. 1803086923

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Manuel Leonardo Lozada Tibán** declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.

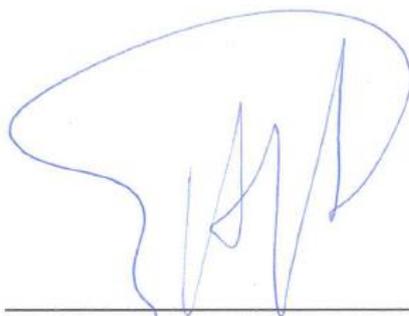


Manuel Leonardo Lozada Tibán

C.I.1803823093

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Ing. MBA. Iván Fernando Silva Ordoñez

C.I.1802490548



Ing. Mg. Nora Isabel Santiago Chávez

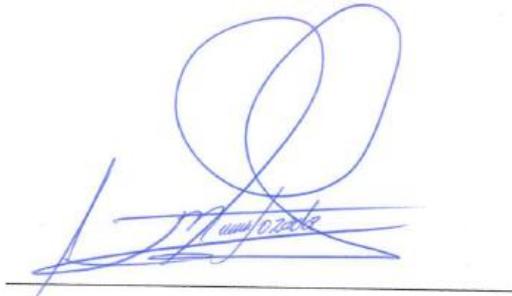
C.I.0601351745

Ambato, 23 de marzo 2018

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



Manuel Leonardo Lozada Tibán

C.I.1803823093

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por la inmensidad de su poder y su gloria de haberme dado la existencia en esta tierra y poder aprovechar y disfrutar todo lo que la vida me ha dado, a mis padres por haberme dado la vida y apoyarme en lo que han podido, a mi esposa quien ha estado incentivando en las buenas y en las malas y no verme derrotado y alcanzar mis metas trazadas, a la Universidad Técnica de Ambato quien mi abrió las puertas de sus aulas para brindarme los conocimientos y formarme y ser un profesional de excelencia y servir a la sociedad como se merece, a los docentes quienes han tenido la grata paciencia de compartir y enseñar todos sus conocimientos, al Ing. Danilo Altamirano quien me supo guiar para la culminación de éste proyecto, a mis compañeros y amigos quienes estaban apoyándome en todo momento y verme realizado.

Manuel Leonardo Lozada Tibán

DEDICATORIA

Mi proyecto de emprendimiento dedico a mis hijos: Esteban, Jordan y Camila, por ser los seres más preciados que existen en mi vida, razón de motivación e inspiración, ellos son el motivo de constancia y perseverancia y lucha y todo lo que se haga y los logros obtenidos sean para ellos.

Manuel Leonardo Lozada Tibán

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁG.
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	II
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	III
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	IV
DERECHOS DE AUTOR	V
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA	VII
ÍNDICE GENERAL.....	VIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XII
ÍNDICE DE TABLAS	XIV
RESUMEN EJECUTIVO	XVIII
CAPÍTULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	1
1.1.1. Árbol de problemas.....	3
CAPÍTULO II.....	4
DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.....	4
2.1. NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO.....	4
2.2. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA.....	4
2.3 JUSTIFICACIÓN	6
2.4. OBJETIVOS.....	7
2.5 BENEFICIARIOS.....	7
2.6. RESULTADOS ALCANZAR.....	8
CAPITULO III.....	9
ESTUDIO DE MERCADO	9

3.1. Descripción de producto, característica y usos	9
3.2. Segmentación de mercado.....	12
3.2.1. Población.....	12
3.2.2. Muestreo.....	13
3.2.3. Investigación de mercados	14
3.2.4 Análisis de resultados de las encuestas	15
3.3. Estudio de la demanda	30
3.4. Estudio de la oferta.....	32
3.5. Mercado potencial para el proyecto	34
3.6. Precios	34
3.7. Canales de comunicación	35
3.8. Canales de distribución	36
3.9. Estrategias de comercialización	37
3.10. Mix de marketing	37
3.10.1. Producto	37
3.10.2. Precio	40
3.10.3. Plaza	41
3.10.4. Promoción	43
CAPITULO IV.....	48
ESTUDIO TÉCNICO	48
4.1. Tamaño del emprendimiento	48
4.1.1. Factores determinantes del tamaño	48
4.1.2. Tamaño óptimo	49
4.2. Localización	49
4.2.1 Macro localización	50
4.2.2. Micro localización	50
4.3. Ingeniería del proyecto.....	51

4.3.1. Producto-proceso	51
4.3.2. Balance de materiales	56
4.3.3. Periodo operacional estimado de la planta	59
4.3.4. Capacidad de producción.....	59
4.3.5. Distribución de maquinarias y equipos (Lay-out)	60
CAPÍTULO V	65
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	65
5.1 Aspectos generales	65
5.2. Diseño organizacional.....	65
Niveles jerárquicos.....	66
5.3 Estructura organizativa.....	66
5.4 Estructura funcional	68
5.5. Manual de funciones	69
CAPÍTULO VI.....	74
ESTUDIO FINANCIERO	74
6.1. Inversiones en activos fijos tangibles.....	74
6.2. Inversiones en activos diferidos intangibles	77
6.3. Inversiones en capital de trabajo	78
6.4. Resumen de inversiones	82
6.5. Financiamiento	83
6.6. Plan de Inversiones.	84
6.7. Presupuesto de gastos e ingresos	84
6.7.1. Situación financiera actual	90
6.7.2. Situación financiera proyectada	92
6.7.3. Presupuesto de ingresos	94
6.7.4. Estado de resultados proyectados.....	94
6.7.5 Flujo de caja	96

6.8. Punto de equilibrio	97
6.9. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos ...	99
6.10. Valor presente o Valor actual neto (VAN)	101
6.11. Indicadores financieros	103
6.12 Tasa beneficio – Costo	103
6.13. Periodo de recuperación de la inversión	104
6.14. Tasa interna de Retorno.	105
6.15. Análisis de sensibilidad.....	106
CAPITULO VII	110
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	110
7.1. Conclusiones	110
7.2. Recomendaciones	111
Referencias Bibliográficas	123
Anexo 1 Encuesta.....	128
Anexo 2. Modelos de Guitarras	129
Anexo 3. Tasa de inflación.....	130
Anexo 4 Riesgo País	131

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁG.
Gráfico N° 1 Árbol de problemas.....	3
GráficoN°2: Ubicación Geográfica.....	5
Gráfico N° 3: Lugar de ubicación del emprendimiento	5
Grafico N° 4. Guitarras comerciales	11
Grafico N° 5. Guitarras para niños.....	11
Gráfico N° 6 Género	16
Gráfico N° 7 Pregunta 1.....	17
Gráfico N° 8 Pregunta 2.....	18
Gráfico N° 9 Pregunta 3.....	19
Gráfico N° 10. Pregunta 4.....	20
Gráfico N° 11. Pregunta 5.....	21
Gráfico N° 12. Pregunta 6.....	22
Gráfico N° 13. Pregunta 7.....	23
Gráfico N° 14. Pregunta 8.....	24
Gráfico N° 15. Pregunta 9.....	25
Gráfico N° 16. Pregunta 10.....	26
Gráfico N° 17. Pregunta 11.....	27
Gráfico N° 18. Pregunta 12.....	28
Gráfico N° 19. Pregunta 13.....	29
Grafico N° 20. Canales de distribución	37
Grafico N°21. Logotipo	39
Grafico N° 22. Marca Guitar Lozada.....	40
Grafico N° 23. Tarjetas de presentación	40
Gráfico N° 24. Artículos	40
Gráfico N° 26. Banner digital	45

Grafico N° 27. Fan page de Facebook	46
Gráfico N° 28. Tienda virtual Fan Page Guitar Lozada.....	47
Gráfico N° 29. Mapa de Tungurahua	50
Gráfico N° 30. Micro localización	51
Grafico N°31. Guitarra personalizada de LDU.....	52
Gráfico N° 32 Capacidad instalada	59
Gráfico N° 33. Distribución del espacio físico	64
Gráfico N° 34. Organigrama estructural Guitar Lozada	67
Gráfico N° 35. Organigrama funcional	68

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁG.
Tabla 1. Segmentación de mercado	12
Tabla 2. Proyecciones al 2016	13
Tabla 3. Género.....	15
Tabla 4. Pregunta 1	17
Tabla 5. Pregunta 2	18
Tabla 6.Pregunta 3	19
Tabla 7. Pregunta 4	20
Tabla 8. Pregunta 5	21
Tabla 9. Pregunta 6	22
Tabla 10. Pregunta 7	23
Tabla 11.Pregunta 8	24
Tabla12.Pregunta 9	25
Tabla 13. Pregunta 10	26
Tabla 14. Pregunta 11	27
Tabla 15. Pregunta 13	28
Tabla 16 Pregunta 14.	29
Tabla 17. Cálculo de la proyección poblacional en personas 2016-2021	30
Tabla 18. Explicación demanda en personas	30
Tabla 19. Demanda de personas 2016-2020	31
Tabla 20. Explicación demanda de productos.....	31
Tabla 21. Proyección demanda en productos.....	32
Tabla 22. Oferta en personas.....	32
Tabla23. Proyección oferta en personas.....	33
Tabla 24. Oferta en productos.....	33
Tabla 25. Proyección oferta en productos.....	33

Tabla 26. Cálculo de la DPI	34
Tabla 27. Cálculo de precio.	35
Tabla 28. Productos.....	38
Tabla 29. .Estimación de precios	41
Tabla 30. Cantidad de guitarras	49
Tabla 31. Demanda potencial insatisfecha real.....	49
Tabla 32. Procesos	52
Tabla 33. Materiales.....	56
Tabla 34. Equipos y herramientas.....	58
Tabla 35. Herramientas	61
Tabla N 36. Niveles jerárquicos de Guitar Lozada.....	66
Tabla 37. Funciones del gerente.....	69
Tabla 38. Funciones de secretaria contadora	70
Tabla 39. Funciones del área de producción	71
Tabla 40. Funciones del operario	72
Tabla 41. Funciones del vendedor	73
Tabla 42. Maquinaria	74
Tabla 43. Herramientas	75
Tabla 44. Equipo de cómputo	75
Tabla 45. Muebles y enseres	76
Tabla 46. Total de activos fijos	76
Tabla 47. Depreciación de activos fijos.	77
Tabla 48. Activos intangibles.....	77
Tabla 49. Lote económico.....	79
Tabla 50. Promedio de recuperación.....	80
Tabla 51. Total Activo Circulante.....	81
Tabla 52. Resumen de inversiones.....	82

Tabla 53. Financiamiento.....	83
Tabla 54. Porcentaje de financiamiento.....	83
Tabla 55. Plan de inversiones.....	84
Tabla 56. Materia prima.....	84
Tabla 57. Materiales indirectos e insumos.....	85
Tabla 58. Cargo de depreciación y amortización.....	85
Tabla 59. Mantenimiento maquinaria y equipo.....	86
Tabla 60. Mano de obra directa e indirecta.....	86
Tabla 61. Equipos de seguridad industrial.....	86
Tabla 62. Suministros de aseo.....	87
Tabla 63. Costo de producción.....	87
Tabla 64. Servicios básicos.....	88
Tabla 65. Sueldos y salarios.....	88
Tabla 66. Suministros de oficina.....	88
Tabla 67. Costo administrativo totales.....	89
Tabla 68. Costo de ventas.....	89
Tabla 69. Costo de financiamiento préstamo.....	90
Tabla 70. Presupuesto de gastos.....	90
Tabla 71. Presupuesto de ingresos.....	94
Tabla 72. Costos fijos.....	97
Tabla 73. Costos variables.....	97
Tabla 74. TMAR.....	100
Tabla 75. Cálculo TMAR 1 global mixto.....	100
Tabla 76. Cálculo TMAR 2 global mixto.....	100
Tabla 77. Indicadores financieros.....	103
Tabla 78. Tasa beneficio.....	104
Tabla 79. Periodo de recuperación de la inversión.....	105

Tabla 80. TIR	106
Tabla 81. Análisis de sensibilidad optimista 10%	106
Tabla 82. Periodo de recuperación optimista.....	107
Tabla 83. Beneficio costo optimista.....	108
Tabla 84. TIR optimista	108
Tabla 85. Análisis de sensibilidad pesimista -10%	108

RESUMEN EJECUTIVO

Guitar Lozada nace del ejemplo y apasionado fabricante de guitarras Oswaldo Lozada, un artesano dedicado a construir y comercializar guitarras artesanales desde hace 45 años atrás en el Cantón Tisaleo de la provincia de Tungurahua, con su amor y dedicación a hecho que sus sueños y objetivos se hagan realidad y darles una vida estable a su familia y trabajo a los artesanos de su alrededor, gracias a la enseñanza de mi padre aprendí a construir las guitarras , la crisis económica y la competencia factores que nos obligaron a dejar el oficio de ebanistería y salir a buscar nuevos rumbos en la ciudad, empecé a trabajar y estudiar y alimentarme de nuevos conocimientos y aplicar en la vida diaria sin dejar a lado mis raíces y mis sueños de tener una empresa de construcción de guitarras.

El propósito es crear una empresa de producción de guitarras personalizadas que permita ampliar nuevas plazas de trabajo habilitando los talleres de guitarras que están abandonados, aportando ideas nuevas a la sociedad, innovando el producto que atraiga a sus clientes, fabricando guitarras de acuerdo a las necesidades de los niños y jóvenes, incentivando a la sociedad a practicar el arte de la música rescatando las tradiciones de instrumentos andinos.

Basándonos en el estudio de mercado y las encuestas realizadas en el campo se determinó los gustos y preferencias de los clientes y la importancia de retomar la producción de los instrumentos de cuerda, pero con un tipo y modelos diferentes a los actuales, los clientes prefieren que les ofrezcan guitarras personalizadas ya que en el mercado solo existe guitarras tradicionales, la innovación es parte fundamental para el éxito de la empresa.

Con todos estos argumentos se realiza el trabajo de emprendimiento con la creación de la empresa productora y distribuidora de guitarras personalizadas para niños abarcando una parte de la demanda potencial insatisfecha generando un crecimiento total de la fabricación de guitarras, sustentándonos en la evaluación económica demostrando la viabilidad y rentabilidad de la empresa.

PALABRAS CLAVES: EMPRENDIMIENTO, GUITARRAS, GUITAR LOZADA

ABSTRACT

Guitar Lozada was born from the example and passionate guitar maker Oswaldo Lozada, an artisan dedicated to build and commercialize handmade guitars for 45 years ago in the Tisaleo Canton of Tungurahua province, with his love and dedication to fact that his dreams and goals were make reality and give a stable life to your family and work to the artisans around you, thanks to the teaching of my father I learned to build guitars, economic crisis and competition factors that forced us to leave the office of joinery and leave to look for new directions in the city, I began to work and study and feed myself new knowledge and apply in daily life without leaving aside my roots and my dreams of having a guitar construction company.

The purpose is to create a custom guitar production company that will allow us to expand new work places by enabling guitar workshops that are abandoned, contributing new ideas to society, innovating the product that attracts its customers, making guitars according to the needs of children and young people, encouraging society to practice the art of music, rescuing the traditions of Andean instruments.

Based on the market study and the surveys carried out in the field, the tastes and preferences of the customers and the importance of resuming the production of stringed instruments were determined, but with a different type and models than the current ones, customers prefer that they offer them custom guitars since in the market there are only traditional guitars, innovation is a fundamental part for the success of the company.

With all these arguments the work of entrepreneurship is made with the creation of the company producing and distributing custom guitars for children, covering a part of the unsatisfied potential demand generating a total growth of the guitars manufacturing, supporting us in the economic evaluation demonstrating the viability and profitability of the company.

KEY WORDS: ENTREPRENEURSHIP, GUITARS, GUITAR LOZADA

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

En la Provincia de Tungurahua existen varios artesanos de diferentes asociaciones los cuales han tenido una tradición de años atrás que poco a poco se va perdiendo, existen en dos cantones que todavía construyen éstos instrumentos como son: Tisaleo y Píllaro.

La escasa producción de guitarras personalizadas para niños afecta la economía de la provincia de Tungurahua y en el cantón de Tisaleo.

En la actualidad existen alrededor de unos 40 ebanistas de los cuales solo el 20% están en trabajo activo debido a la crisis económica del país.

A pesar de ser un lugar conocido en la fabricación de guitarras ha tenido muchos inconvenientes en la producción de guitarras, debido a que sus modelos colores y calidad no han sido innovados a causa del tradicionalismo en el proceso de producción, la tecnología nunca han cambiado y de hecho la mano de obra no es calificada, también el limitado incentivo y apoyo del gobierno local y nacional que no dan preferencia para que estos pequeños artesanos produzcan y hagan conocer su producto a la colectividad. El libre acceso de guitarras chinas a menor precio y de fino acabado en el mercado ha ido creciendo radicalmente, actualmente un porcentaje considerado de clientes prefieren cuidar los gastos que genera la compra de los producto y no tomar en cuenta la calidad y durabilidad de las guitarras nacionales, y así los talleres de poco a poco han ido cerrando.

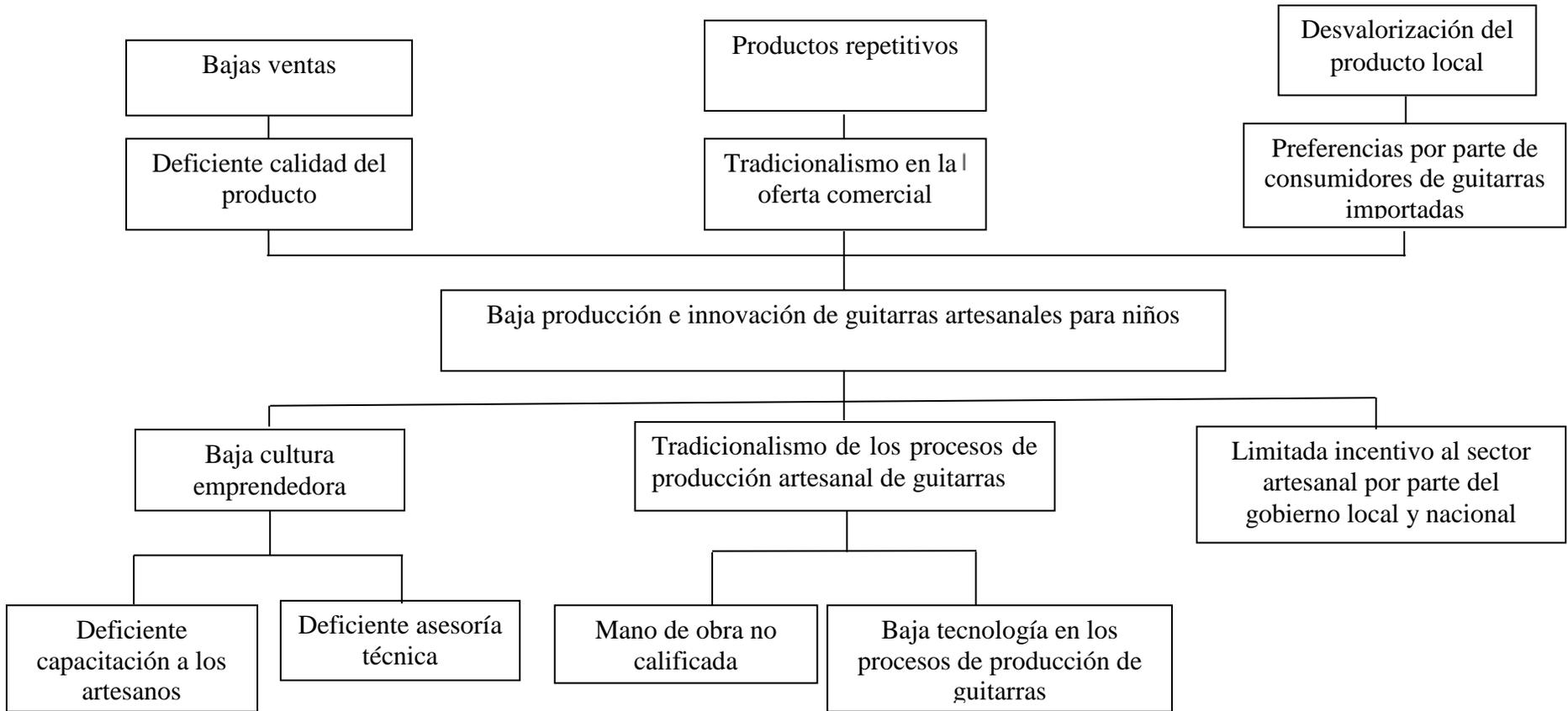
La baja cultura emprendedora es un problema para que los artesanos no tengan una visión a futuro, no tienen capacitación alguna por lo tanto carecen de asesoría técnica y no progresan como empresa.

Con los antecedentes expuestos anteriormente podemos decir que estamos dispuestos a estudiar para crear esta empresa de guitarras a fin de que vuelvan a funcionar los talleres abandonados, abriendo nuevas plazas de trabajo incentivando a los clientes

que sea de compra, satisfaciendo el gusto y las necesidades, rescatando las tradiciones de la música.

1.1.1. Árbol de problemas

Gráfico N° 1 Árbol de problemas



Elaborado por: Leonardo Lozada

CAPÍTULO II.

DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.

2.1. NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO.

CREACIÓN DE LA EMPRESA PRODUCTORA Y DISTRIBUIDORA DE GUITARRAS PERSONALIZADAS PARA NIÑOS

2.2. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA.

El presente emprendimiento se realizará:

País: Ecuador
Provincia: Tungurahua
Cantón: Tisaleo
Parroquia: La Matriz
Barrio: Calvario

El cantón Tisaleo es una municipalidad de la provincia de Tungurahua. Su población es de 12.137 habitantes, tiene una superficie de 59 000 Km² con su actual alcalde Rodrigo Garcés.

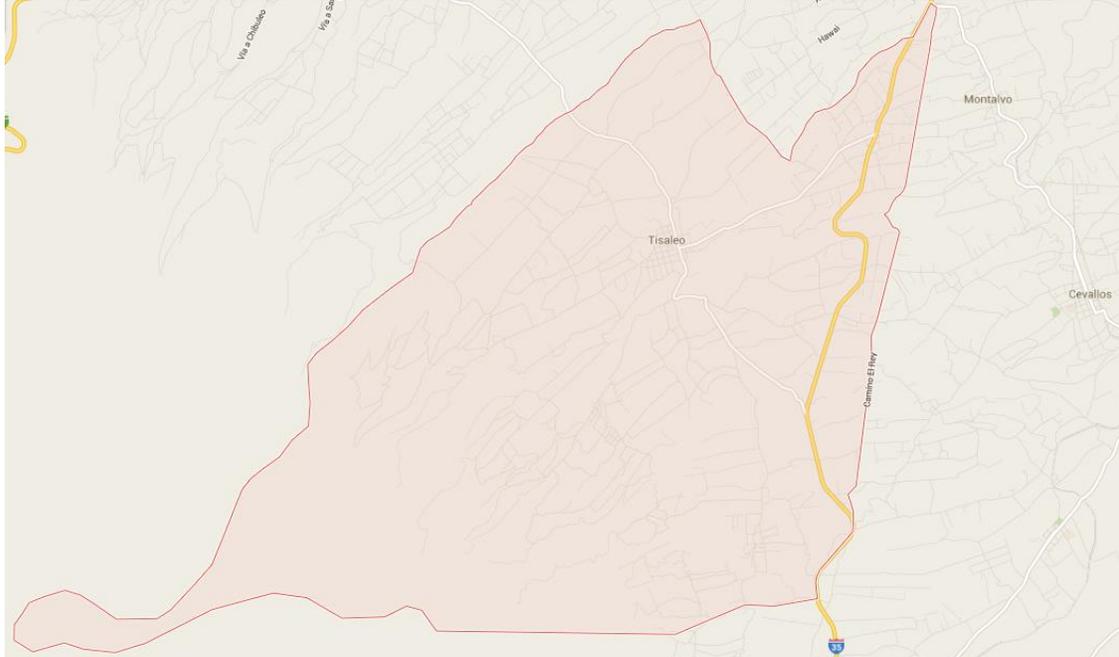
Delimitación temporal

Este proyecto se inicia desde noviembre 2016 hasta marzo de 2018

Delimitación Poblacional

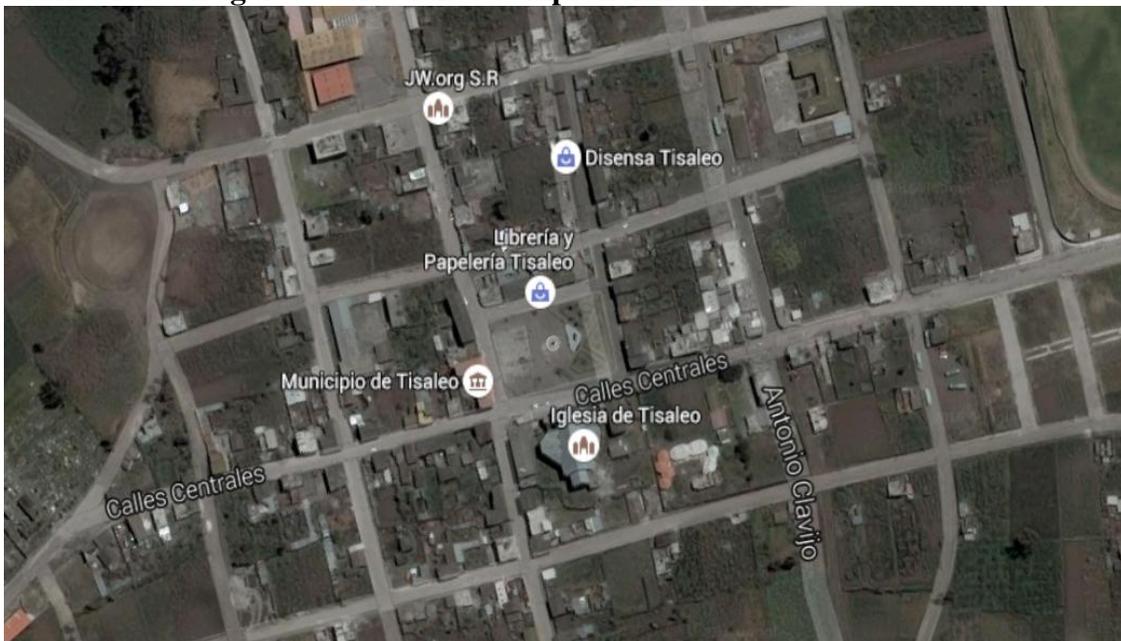
Con una población de 102,231 que representa el 69% de personas que son padres con hijos.

Gráfico N°2: Ubicación Geográfica



Fuente: Google Maps

Gráfico N° 3: Lugar de ubicación del emprendimiento



Fuente: Google Maps

2.3 JUSTIFICACIÓN

El mercado micro financiero evidencia que en el Ecuador se dio un crecimiento en los últimos 6 años de microempresas que es parte del sector en la generación de empleo y de ingresos familiares. En el plan económico 2007-2010 del gobierno ecuatoriano del Sr. Economista Rafael Correa Delgado se enfocó en incentivar la reactivación productiva a través de planes de financiamiento a plazos más largos para los microempresarios y las salvaguardias a las importaciones que fue una estrategia para la comercialización del producto ecuatoriano.

En el Ecuador una guitarra profesional elaborada de palo santo puede costar alrededor de \$ 3000 y las de ébano y capulí \$ 1000, mientras que las no profesionales y de fabricación en serie normal está entre \$30 y \$60.

En el 2013, el 44% de la producción nacional se compone de bienes primarios, industriales y servicios de reducido valor agregado, mientras el otro 56% está compuesto por servicios de alto valor agregado. Por otro lado el 72% de las exportaciones está constituido por bienes primarios, seguido por los bienes industrializados con el 21% y tan solo el 7% en servicios (Senplades, 2013).

Las guitarras profesionales tienen mayor costo por el estricto tratamiento de la madera y la técnica definida en su elaboración. Las no profesionales son muy empíricas.

Guitarras de Bambú es amigable con el medio ambiente, elasticidad, resistencia y durabilidad en cualquier condición climática (Vogel, 2015).

Debido a la crisis económica y la falta de fuentes de trabajo he sentido la necesidad de crear una microempresa que beneficiará en gran medida a la comunidad, generando fuentes de empleo y dinamizará la producción del sector con producto 100% ecuatoriano conservando las raíces y la cultura tisaleña, siendo nuestras materias primas nacionales, de esta manera cooperar en la economía de la provincia y de nuestra región en el desarrollo artesanal. Es de suma importancia el proyecto para el desarrollo económico del país y así se constituirá en una microempresa productora de instrumentos musicales del cantón Tisaleo, brindando un producto de calidad y a precios acorde a la competencia.

Las guitarras son hechas por medio de ensamblajes o triple procesado, mientras se va ensamblando va tomando forma, las tapas pueden ser de cualquier madera; de preferencia las maderas muy blandas y las tras tapas de madera que obtenga mayor durabilidad (López, 2013).

2.4. OBJETIVOS.

General

- Desarrollar el estudio de factibilidad para la creación de la empresa productora y distribuidora de guitarras personalizadas para niños en la Provincia de Tungurahua.

Específicos

- Diagnosticar la situación actual del sector artesanal de guitarras y el estudio de mercado mediante el análisis de la oferta y la demanda a fin de diseñar estrategias comerciales competitivas.
- Innovar un diseño organizacional enfocado a la administración por resultados.
- Analizar el aspecto económico y financiero a través del análisis de componentes, como el sistema de financiamiento capital de trabajo, amortización de la deuda, aplicando los indicadores financieros el VAN y TIR.

2.5 BENEFICIARIOS

Para la presente investigación se ha considerado que los niños y adolescentes son los beneficiarios directos del segmento objetivo edad de 5 y 14 años, al adquirir las guitarras de diferentes modelos y colores que son exclusivamente personalizadas y llamativos acorde a sus gustos y necesidades se identificarán a que institución, equipo de fútbol o de que caricatura son fanáticos, según la muestra los beneficiarios son alrededor de 103,766 habitantes en la

provincia de Tungurahua y a nivel nacional es de 3,316,337 según proyecciones del (INEC, 2013).

Tisaleo 13462 Global 2015

BENEFICIARIOS DIRECTOS

- Artesanos de guitarras
- Los clientes, niños y adolescentes
- El investigador

BENEFICIARIOS INDIRECTOS

- Empresas y Microempresas afines del sector
- Estudiantes
- Los artesanos especializados en el sector
- Proveedores de materias primas
- Mercado comercial del sector

2.6. RESULTADOS ALCANZAR

Conseguir una aceptación en el posicionamiento en el mercado nacional de guitarras personalizadas para niños en la provincia de Tungurahua, es de suma importancia que los niños desde pequeños tengan la iniciativa hacia la música que es un arte muy hermoso y sano y no se pierda la cultura de nuestros instrumentos andinos.

El proyecto de emprendimiento reviste una trascendental atención para los clientes de guitarras dentro de la provincia de Tungurahua y como no del país lo cual buscamos el mejoramiento continuo de los productos y que tengan una valoración dentro del mercado local y nacional introduciendo en los mercados diseños personalizados nuevos y creativos.

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado permite analizar a los consumidores para comprender sus comportamientos y conocer de mejor manera sus deseos y necesidades, con el fin de poder avanzar adecuadamente en la toma de decisiones y en la ejecución de sus acciones y estrategias (Talaya & Molina, 2014), se trata de una investigación para saber la situación, las características del entorno que va a rodear a nuestra empresa, en referencia: La competencia que podemos encontrar, la tipología de las personas que transitan por la calle donde vamos a establecer el negocio, los gustos de la gente en cuanto a la compra y sus hábitos(Sala , 2015).

3.1. Descripción de producto, característica y usos

Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color...) e intangibles que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades. (Muñiz, 2013). Como las ofertas que satisfacen las necesidades de los clientes y mejoran de manera significativa el rendimiento social y ambiental a lo largo de todo el ciclo de vida en comparación con propuestas comparables de la competencia (Menjivar & Salazar, 2015).

En el Ecuador se ha producido las guitarras hace décadas, con el trabajo manual de un luthier. En este tipo de talleres se ha competido con el artesano local y con producto extranjero. Maestros como Guayacán o Chilibingua coinciden en sus guitarras tienen valor, con materiales locales e importados (Orquera, 2015)

La guitarra juega un papel importante como instrumento de soporte armónico tuvo que esforzarse en aportar la sonorabilidad adecuada que exigía el cantante, en el uso de intervalos disonantes lo que llamamos medios tonos(Castro , 2013)

Guitarras es uno de los instrumentos más populares en el mercado. Su universo comprende modelos de resonancia natural como la clásica y la acústica.

Guitarras clásicas

a) Propiedades

También conocido como guitarra española, es un instrumento musical de cuerda pulsada, compuesta de una caja de madera, un mástil sobre el que va adosado el diapasón o traste, tiene un agujero acústico en el centro de la tapa, y seis cuerdas que van sobre el diapasón que permiten las diferentes notas.

Cuando las mercancías o servicios suministrados por agentes económicos en un mercado dado tiene combinaciones de propiedades que no son idénticas a los ojos de compradores, se dice que el producto es heterogéneo” (Pearce), 1999)

Es decir el producto va ser diferente a los productos que existen en el mercado los modelos y fino acabado del producto será la diferencia y ventaja frente a un mercado competitivo, los modelos las figuras los atributos que ofrecerán las guitarras personalizadas harán que los consumidores queden satisfechos.

b) Atributos

Las características principales del producto dará un impacto importante en el mercado ofreciendo guitarras con modelos exclusivos que el cliente jamás ha visto en ninguna casa o tienda musical, ya que las guitarras van hacer fabricados con las mejores maderas nacionales e importadas, los acabados van hacer de excelente calidad, los modelos van hacer de diferentes formas: dibujos animados, sellos de instituciones, sellos de equipos de fútbol, logotipos exclusivos que requiera el cliente. La mano de obra será calificada con sus altos estándares de calidad, su forma y estilo de belleza del producto dan la elegancia que una persona desea tener.

c) Usos

El uso exclusivo de las guitarras será satisfacer las necesidades de todos los niños y adolescentes que les gusta el arte de la música, ya sea de uso personal o por requerimiento de cultura estética para las unidades educativas, la razón específica de uso del instrumento es que

desde pequeños se dediquen a algo sano y divertido ya sea por gusto o por surgimiento profesional.

Gráfico N° 4. Guitarras acústicas



Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación propia

Gráfico N° 5. Guitarras para niños



Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación propia

3.2. Segmentación de mercado

Para (Freire, 2010) “La segmentación del mercado se define como la subdivisión de un mercado en grupos menores y diferentes de clientes según necesidades y hábitos de compra”, pág. 278. Segmentación consiste en formar grupos más pequeños de mercado en la cual todos tienen características homogéneas y comportamientos similares(Ardura, 2012).

3.2.1. Población

Es el universo total de la cual se extrae una muestra, existe población inferencial o población objetivo deseada es la población sobre la que se pretende generalizar los resultados por ejemplo, por residir en núcleos rurales muy aislados con escuelas con muy pocos alumnos. (Navas, 2012). Es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación(Arias, El proyecto de investigación, 2013).

La población es el conjunto de individuos que poseen características y propiedades y pertenecen a un sector determinado, mismos que serán estudiados en función de las necesidades de una investigación estadística o datos porcentuales (Chávez, 2016).

Tabla 1. Segmentación de mercado

Variable de segmentación	Variable	Datos #	Año
Geográfica	Población Tungurahua 65.4%	504.583	2010
Demográfica	Población económica activa (PEA) 48.53%	244.893	2010
Demográfica	Estrato social 60.5%	148.160	2010
Demográfica	Padres con hijos 0-14 años 69%	102.231	2010

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: INEC (2010)

En el cuadro anterior, se realiza la subdivisión de la población a través de características grupales geográficas, es decir, basadas en unidades geográficas en las cuales habita un individuo y características demográficas como ingresos, edad, estrato social.

Según las bases del INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en sus bases de datos y en sus páginas web sacamos la siguiente información: 504583 (65.4%) personas que viven en Ambato, 244893 (48.53%) que corresponde a la Población Económicamente Activa, 148160 (60.5%) es el estrato social.

Guitar Lozada produce guitarras para niños por lo que también se segmentará a padres con hijos entre 0- 14 que es 102231 (69%) de padres con hijos quienes van a ser nuestro mercado meta.

Tabla 2. Proyecciones al 2016

AÑO	MERCADO META	TCP
2010	102.231	1,52%
2011	103784	1554
2012	105362	1578
2013	106964	1602
2014	108589	1626
2015	110240	1651
2016	111916	1676

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: (INEC, 2010)

3.2.2. Muestreo

Consiste en limitar la investigación a un número reducido de personas, tomadas de la población o universo, cuyas actitudes, opiniones, comportamientos, queremos conocer. (Ruiz, Teoría y práctica de la investigación cualitativa, 2013). Cada elemento de la muestra que es medido en una variable independiente, se trata de un muestreo de unidades o elementos individuales de una población definida (Rio, 2013).

Concepto

La muestra es un subconjunto de la población, en un número reducido de personas para ser estudiados cuyas actitudes, opiniones queremos conocer.

Ecuación de la muestra

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

n= Tamaño de la muestra

z= Nivel de confianza 1.96

P= Probabilidad a favor 50%

Q= Probabilidad en contra 50%

N= Población del universo

e= Nivel de error 5%

$$n = \frac{1.96^2(0.50)(0.50)(111916)}{1.96^2(0.50)(0.50) + (111916)0.05^2}$$

$$n = \frac{107484}{281}$$

$$n = 383.71$$

n = 384 personas a encuestar.

3.2.3. Investigación de mercados

La investigación de mercado es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos sirven al comerciante o empresario realizar una adecuada toma de decisión.

Fuente primaria.- Es la fuente documental que se considera material proveniente de alguna fuente del momento del fenómeno que se desea investigar. Sean libros, memorias, cartas, entrevistas, noticias.

Fuente secundaria.- son textos basados en hechos reales. Una fuente secundaria contrasta con una primaria en que esta es una forma de información que puede ser considerada como un vestigio de su tiempo. Es como un comentario de la fuente primaria.

Técnica e instrumento

Se les denomina fuentes primarias de recolección de datos y también fuentes secundarias de recolección de datos entre los que tenemos son las entrevistas, registros, encuestas y observaciones.

Técnica para la recolección de datos es la encuesta

Instrumento es el cuestionario.

El mercado meta al que se dirige este proyecto está constituido por los consumidores de guitarras que son los niños y adolescentes de la provincia de Tungurahua conformadas por cada una de sus parroquias. Para esto se vio la tasa de crecimiento poblacional se realiza una proyección del mercado meta del año 2010 al año 2016 siendo de 1.52% de crecimiento poblacional.

TCP = Tasa de natalidad – Tasa de mortalidad = 1.52%

3.2.4 Análisis de resultados de las encuestas

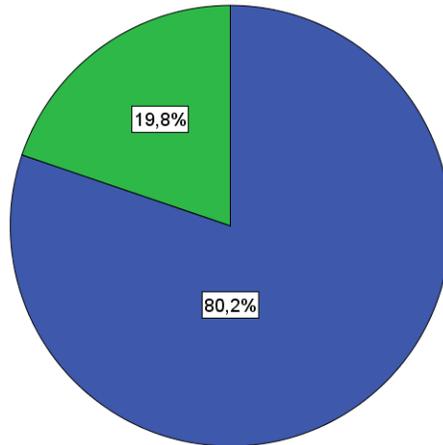
Tabla 3. Género

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	308	80,2	80,2	80,2
Válidos Femenino	76	19,8	19,8	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 6 Género



Elaborado por: Leonardo Lozada
Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación

De las 384 personas encuestadas siendo el 100% del mercado objetivo proyectado, el 80.2% corresponden a un género masculino, y el 19.8% es femenino. Dando como resultado que el mayor número de personas son de género masculino.

1. ¿Tiene usted un instrumento musical en su hogar?

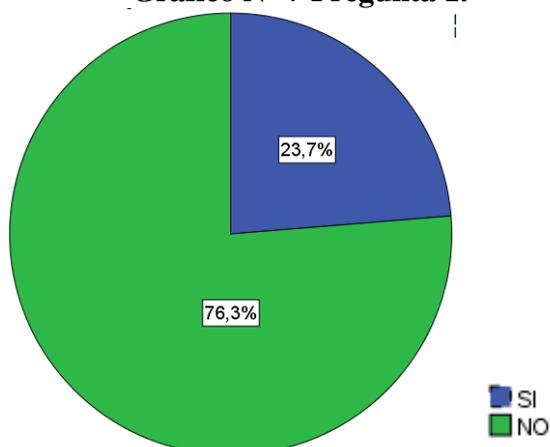
Tabla 4. Pregunta 1

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	91	23,7	23,7	23,7
Válidos NO	293	76,3	76,3	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 7 Pregunta 1.



Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

El estudio revela que un mayor porcentaje no poseen instrumentos musicales, mientras que un porcentaje pequeño si tienen instrumentos musicales en sus hogares.

Es evidente ver que en los hogares no existen en su mayoría instrumentos musicales, sin embargo podemos ver que en las escuelas dan la materia de cultura estética donde fomentan el arte de la música, sin lugar a duda podemos decir que algunos padres de familia no le dan mayor importancia a adquirir los productos, por otro lado podemos ver que existe un porcentaje pequeño que si tienen instrumentos musicales, incluso hay familias que les gusta éste arte, entonces como la mayor parte dice que no tienen en su hogar un instrumento musical ese puede ser nuestros clientes potenciales y podemos ofertar nuestros productos.

2. ¿Qué tipo de instrumentos le gustaría que su hijo (a) practique?

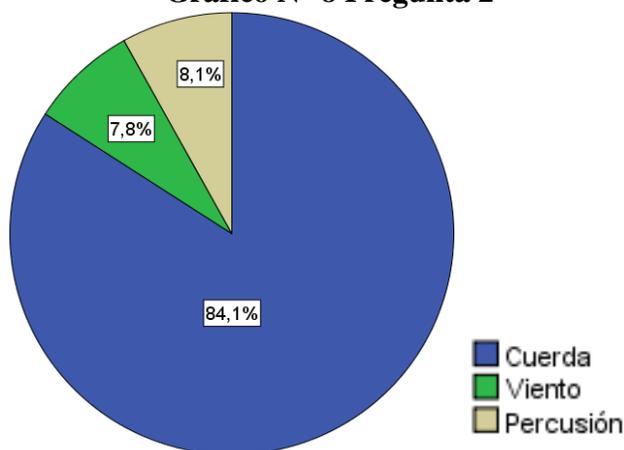
Tabla 5. Pregunta 2

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Cuerda	323	84,1	84,1	84,1
Viento	30	7,8	7,8	91,9
Percusión	31	8,1	8,1	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 8 Pregunta 2



Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

Claramente se observa que existe un gran número de personas que prefieren instrumentos de cuerda y posibles clientes potenciales, por otro lado observamos que los instrumentos de viento y percusión son pocos apreciables en el mercado debido a que no son instrumentos populares.

En Tungurahua existe una variedad de instrumentos musicales la mayor parte de la población prefieren los instrumentos de cuerda, lógicamente van de acuerdo a la popularidad del instrumento y las características y diseños que existen, cabe destacar que las guitarras son las preferidas por los jóvenes y niños de hoy en día.

3. ¿Si hay algún familiar en su casa que le guste entonar la guitarra o algún otro instrumento?

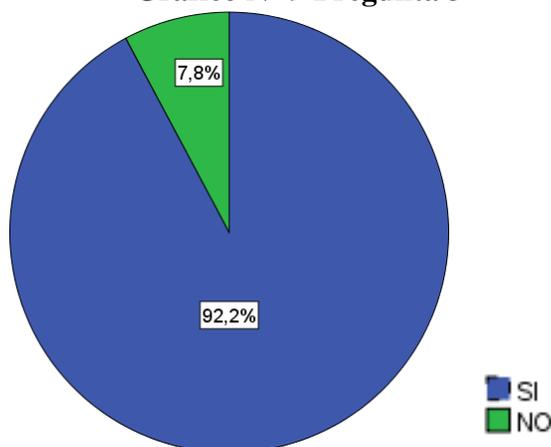
Tabla 6.Pregunta 3

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	354	92,2	92,2	92,2
Válidos NO	30	7,8	7,8	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 9 Pregunta 3



Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

La información nos muestra que existe un buen nicho de mercado para la creación de instrumentos musicales entre los que está la guitarra en mayor cantidad y otros en menor porcentaje.

Podemos destacar que en las familias tungurahueses existe muchas personas que tienen la iniciativa y gusto por aprender a entonar cualquier instrumento musical, sin lugar a duda es donde debemos incentivar el arte de la música para que nuestro producto sea apreciable y de mucha acogida en el mercado.

4. ¿Usted ha comprado guitarra para sus hijos?

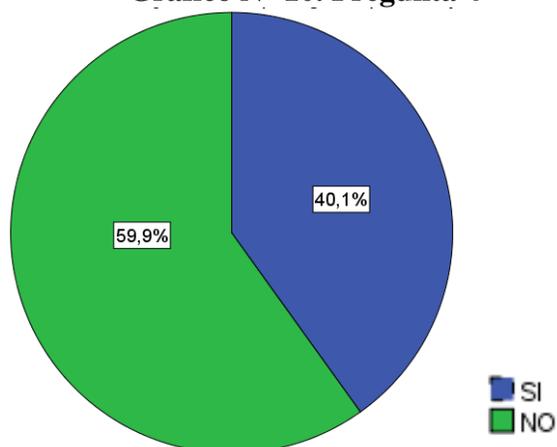
Tabla 7. Pregunta 4

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	154	40,1	40,1	40,1
Válidos NO	230	59,9	59,9	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 10. Pregunta 4



Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

Podemos deducir que la mayor parte de padres no han comprado guitarras para sus hijos, sin embargo se observa un porcentaje estimado que si adquieren los instrumentos de cuerda, indudablemente podemos ver que en el mercado debemos ofertar más nuestro producto, porque la mayoría del mercado no tienen conocimiento y sus bondades que tiene los instrumentos de cuerda.

5. ¿Qué edad usted considera que su niño (a) debería empezar a entonar guitarra?

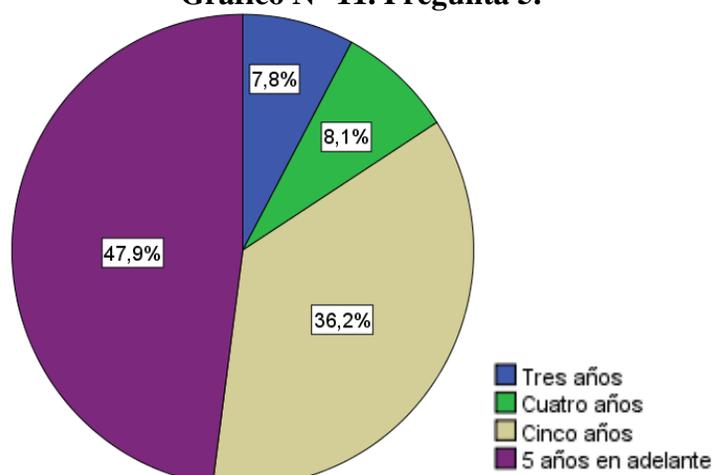
Tabla 8. Pregunta 5

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Tres años	30	7,8	7,8	7,8
Cuatro años	31	8,1	8,1	15,9
Válidos Cinco años	139	36,2	36,2	52,1
5 años en adelante	184	47,9	47,9	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 11. Pregunta 5.



Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

Se puede interpretar que los padres incentivan a sus hijos desde muy pequeños que empiecen a entonar la guitarra, es evidente ver que hoy en día se va perdiendo la cultura y arte de la música, sin embargo debemos cautivar el entretenimiento que es sano y divertido, estimulando los sentidos del cerebro para que vayan desarrollando mejor su crecimiento.

6 ¿De comercializarse en el mercado guitarras para niños usted adquiriría?

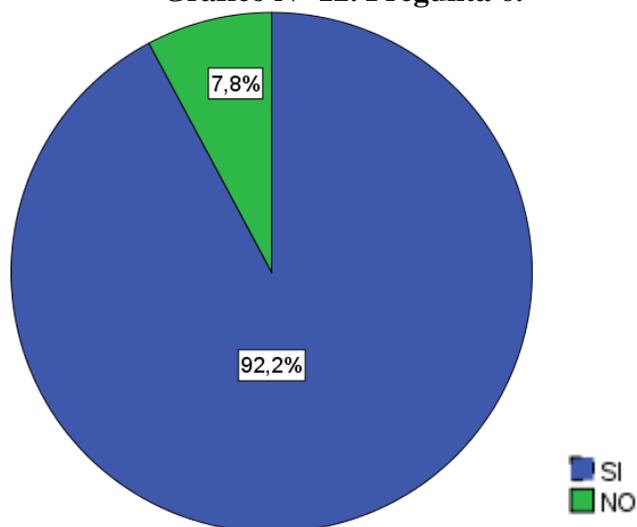
Tabla 9. Pregunta 6

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	354	92,2	92,2	92,2
Válidos NO	30	7,8	7,8	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 12. Pregunta 6.



Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

De los encuestados gran parte manifiesta que si adquirirían guitarras para niños, y solamente una menor parte que NO, esa mayoría de personas pueden ser nuestros clientes que debemos considerarles muy importantes, cabe destacar que el grupo de encuestados están dispuestos adquirir las guitarras, indudablemente les interesa el producto que le estamos ofreciendo.

7 ¿Le gustaría que le ofrezcan guitarras personalizadas?

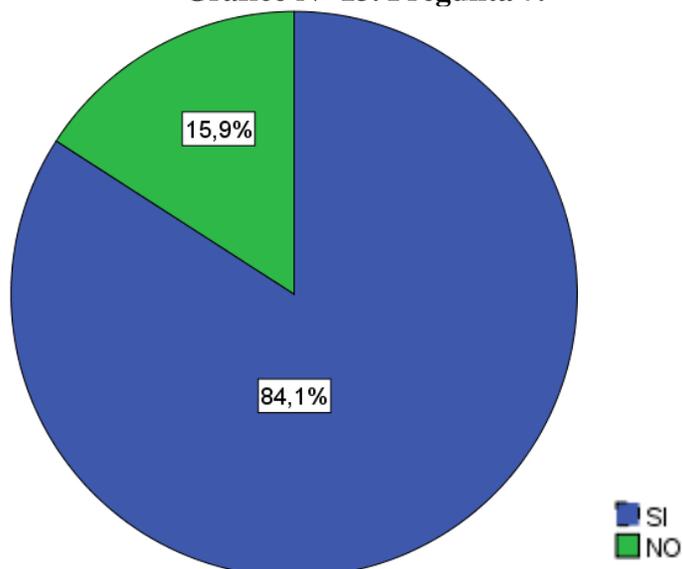
Tabla 10. Pregunta 7

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	323	84,1	84,1	84,1
Válidos NO	61	15,9	15,9	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 13. Pregunta 7.



Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

Las guitarras clásicas y acústicas son las más comercializadas en el mercado, pero hay un gran número de personas que están interesadas en conocer los nuevos modelos que estamos ofreciendo en el mercado, evidentemente esto nos favorece ya que en ningún lugar del país y el mundo producen guitarras personalizadas, podríamos destacar que es una oportunidad para diseñar productos nuevos y novedosos.

8 ¿Cuál es el valor que estaría dispuesto a pagar por una guitarra?

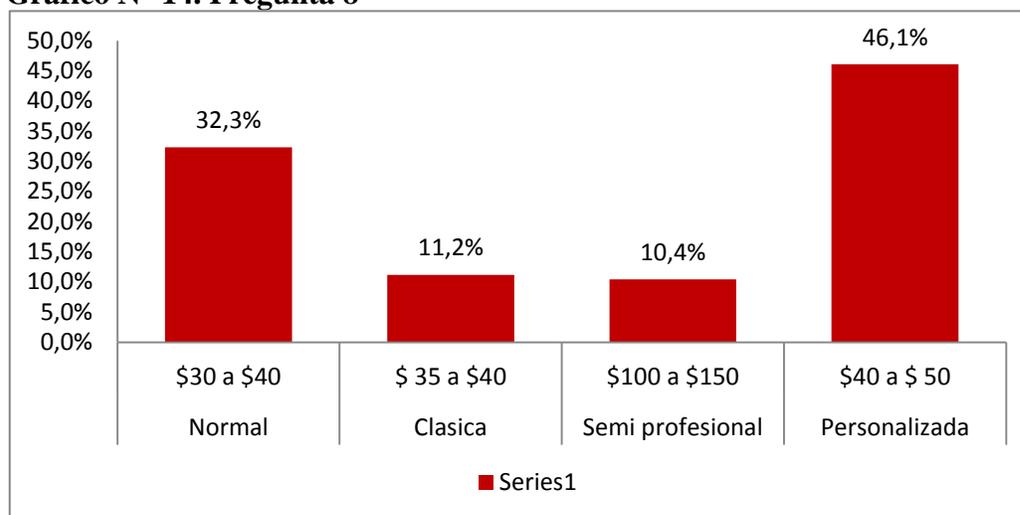
Tabla 11.Pregunta 8

		Frecuencia	Porcentaje
Normal	\$30.00 a \$40.00	124	32.3%
Clásica	\$35.00 a \$40.00	43	11.2%
Semi profesional	\$100.00 a 150.00	40	10.4%
Personalizada	\$40.00 a 50.00	177	46.1%
Total		384	100,0

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 14. Pregunta 8



Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

Del total de los encuestados con respecto al precio que pagaría se puede apreciar que existe un valor accesible para poder adquirir las guitarras personalizadas, mientras tanto que las guitarras semi- profesional el valor es alto que están más allá de las posibilidades económicas de las personas, podemos destacar una gran afluencia de adquisición de guitarras personalizadas.

9. ¿En qué lugar le gustaría adquirir guitarras para su hijo?

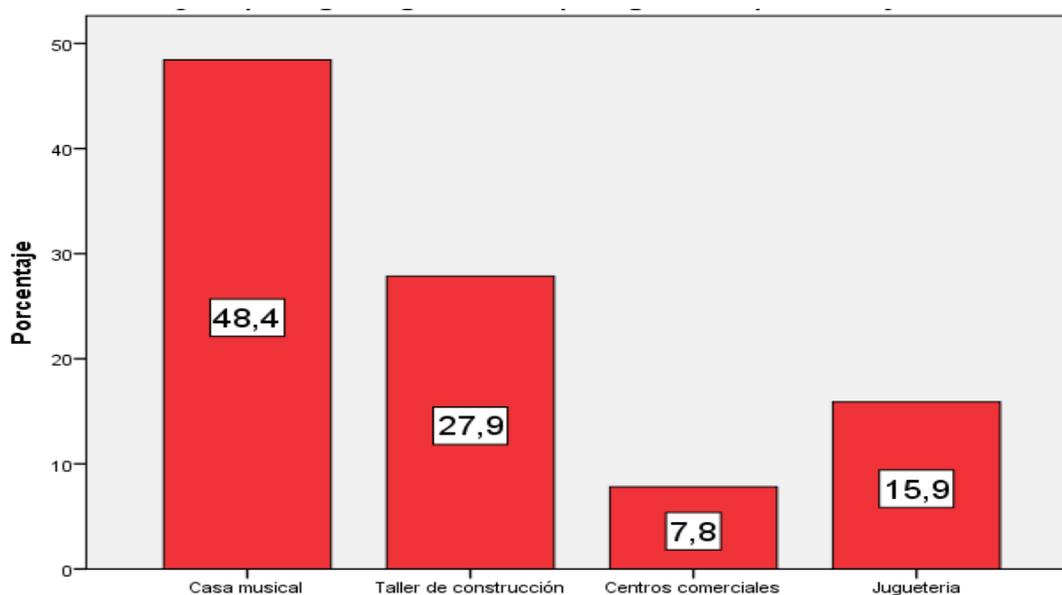
Tabla 12. Pregunta 9

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Casa musical	186	48,4	48,4	48,4
Taller	107	27,9	27,9	76,3
Centros comerciales	30	7,8	7,8	84,1
Juguetería	61	15,9	15,9	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 15. Pregunta 9



Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

Se puede observar que es viable tener un canal de distribución de la siguiente manera productos, consumidor final, y productor, minorista y consumidor final ya que la mayoría lo comprarían en una casa musical.

10 ¿Cuál sería el motivo principal por el que adquiriría una guitarra?

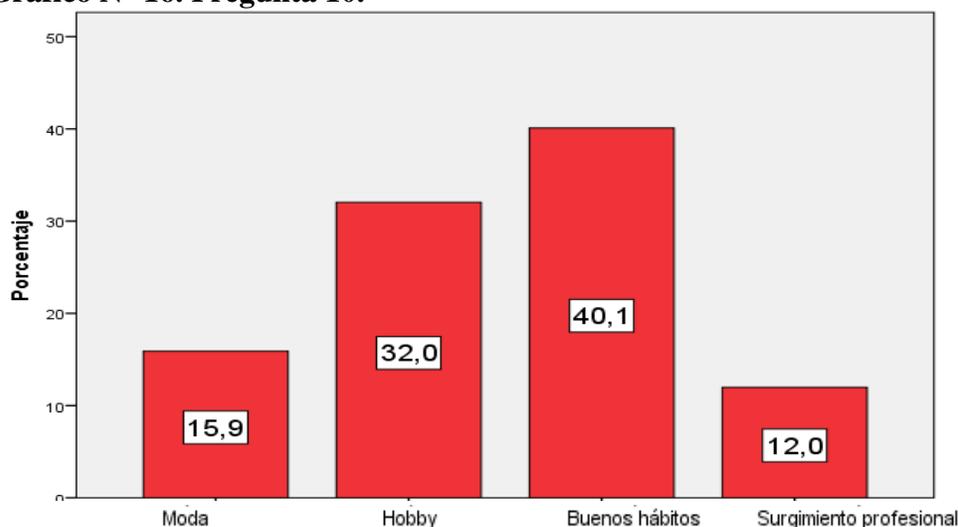
Tabla 13. Pregunta 10

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Moda	61	15,9	15,9	15,9
Hobby	123	32,0	32,0	47,9
Buenos hábitos	154	40,1	40,1	88,0
Surgimiento profesional	46	12,0	12,0	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 16. Pregunta 10.



Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo.

Se puede deducir que de los encuestados la mayoría adquiere para que sus hijos no se guíen por un mal camino y algunos unos desean que sea parte de su profesión al existir conservatorio de música y otros porque el tiempo lo aproveche de buena manera o por sus buenos hábitos.

11 ¿Cree usted que los niños dedicándose a éste arte se alejarían de malos hábitos?

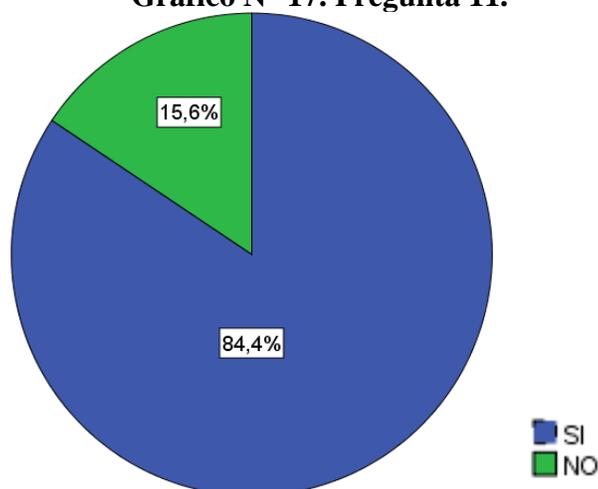
Tabla 14. Pregunta 11

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	324	84,4	84,4	84,4
Válidos NO	60	15,6	15,6	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 17. Pregunta 11.



Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

Se puede interpretar que la mayor parte de encuestados ven en la música en la guitarra y aprendizaje una manera positiva que se alejen de los malos hábitos en una sociedad que día a día va cambiando y que son más expuestos en desviarse por malos caminos.

12 ¿Por qué medio le gustaría recibir publicidad de guitarras para niños?

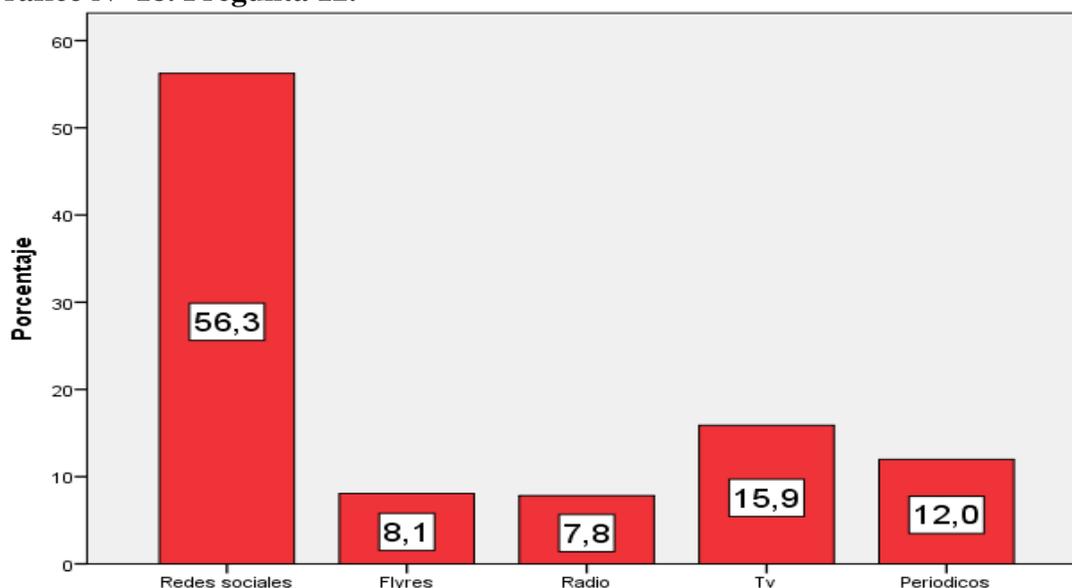
Tabla 15. Pregunta 13

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Redes sociales	216	56,3	56,3
Flyres	31	8,1	64,3
Radio	30	7,8	72,1
Tv	61	15,9	88,0
Periódicos	46	12,0	100,0
Total	384	100,0	

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 18. Pregunta 12.



Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

Se puede manifestar que en la actualidad la mayor parte de personas acceden a las redes sociales y es una de las mejores maneras de promocionar nuestros productos y servicios pero sin dejar atrás el marketing tradicional, tomar en cuenta también por los dos medios; el viral y tradicional para tener mayor eficiencia en la publicidad.

13 ¿Está usted de acuerdo que se cree en Tungurahua la empresa productora de guitarras personalizadas para niños?

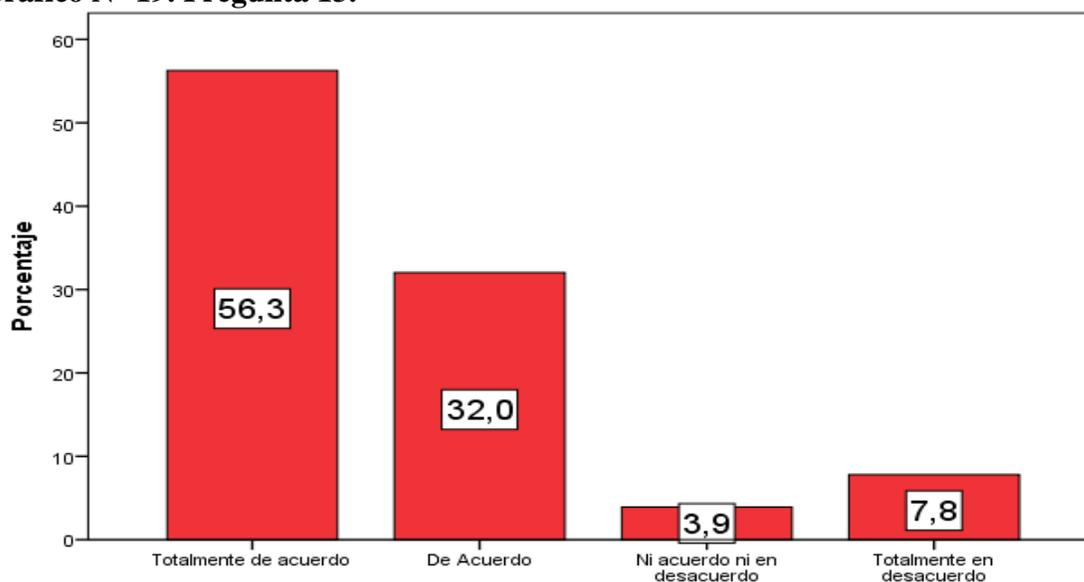
Tabla 16 Pregunta 14.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	216	56,3	56,3
De acuerdo	123	32,0	88,3
Válidos Ni acuerdo ni en desacuerdo	15	3,9	92,2
Totalmente en desacuerdo	30	7,8	100,0
Total	384	100,0	

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 19. Pregunta 13.



Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

Existe un buen acogimiento en la provincia que se cree una empresa de guitarras para niños, ya que no existe específicamente una empresa dedicada a producir instrumentos de cuerda con diferentes modelos y diseños, es importante que la colectividad apoye el trabajo de los artesanos y poder aportar a la economía de la provincia, sobre todo abriendo nuevas plazas de empleo para la colectividad.

3.3. Estudio de la demanda

Demanda según los intereses que muevan el investigador por ejemplo, un economista observa la demanda desde un punto de vista del consumo- gasto – ingreso; un psicólogo se interesa más por el comportamiento. La demanda efectiva es el número de personas (se contabiliza en las estadísticas)(Gòmez & Lòpez, 2013), en un bien o servicio determinado expresa su comportamiento hacia la máxima satisfacción, dada la influencia de toda una serie de determinantes (Rosales, 2013).

Este valor periódico se obtiene a través de la totalidad de la proyección del mercado meta para el año 2016 establecido anteriormente:

Tabla 17. Cálculo de la proyección poblacional en personas 2016-2021

	Año	Población	TCD
0	2016	111916	1,52%
1	2017	113617	1701
2	2018	115344	1727
3	2019	117097	1753
4	2020	118877	1780
5	2021	120684	1807

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de INEC 2013

Dieron una respuesta positiva a la siguiente interrogante: Pregunta 7 ¿Le gustaría que le ofrezcan guitarras personalizadas?

Tabla 18. Explicación demanda en personas

	* (1)	* (2)	* (3)	* (4)
Año	Población	Mercado Meta	Porcentaje de aceptación	Demanda de personas
2016	111916	323	84.1%	94121

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

* (1) Es el año de proyección establecido (111916)

* (2) Mercado Meta proyectado al año 2016 (323)

* (3) Porcentaje de aceptación (84.1%)

* (4) Este valor se obtiene de la multiplicación de la población por el porcentaje del mercado meta (111916) por el porcentaje de aceptación que es del 84.1% y como resultado me da una demanda en personas de 94121.

Tabla 19. Demanda de personas 2016-2020

Año	Demanda en personas	TCD
2016	94121	1,52%
2017	95552	1431
2018	97004	1452
2019	98478	1474
2020	99975	1497
2021	101495	1520

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

En conclusión podemos decir que 94121 personas están dispuestas a comprar las guitarras personalizadas para el año 2016 y después de la proyección con la tasa de crecimiento poblacional para el año 2021 es de 101495 personas.

Demanda por productos

De acuerdo con la Pregunta 4. ¿Usted ha comprado guitarra para sus hijos? Observamos la respuesta de las personas en el siguiente cuadro a continuación:

Tabla 20. Explicación demanda de productos

	* (1)	* (2)	* (3)	* (4)
Año	Demanda	Mercado Meta	Porcentaje de aceptación	Demanda de productos
2016	94121	154	40.10%	37743

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

* (1) Es el año de proyección establecido

* (2) Mercado Meta proyectado al año 2016

* (3) Porcentaje de aceptación

Tabla 21. Proyección demanda en productos

Año	Demanda en Productos	TCD
2016	37743	1.52%
2017	38316	574
2018	38899	582
2019	39490	591
2020	40090	600
2021	40699	609

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación propia

- (4) Una vez realizado los cálculos correspondientes entre el porcentaje según la frecuencia de compra y el mercado meta del año 2016, se puede decir que existirá una demanda de productos es de 37743 de guitarras con una tasa de crecimiento poblacional (1.52) para el año 2021 se tiene una demanda de 40699 de productos.

3.4. Estudio de la oferta

La demanda depende de la utilidad de un bien, la oferta depende de la escasez. Sin embargo, como estos son relativamente limitados la oferta es relativamente poca en relación a la demanda del bien. (Rosales, 2014).

Oferta se puede definir como el conjunto de productos y servicios puestos a disposición del usuario en un destino determinado para su disfrute y consumo (Gómez & López, 2013).

Concepto

La oferta es la disponibilidad de los productos en el mercado que una empresa ofrece a fin de realizar una decisión de compra y satisfacción de sus clientes.

Tabla 22. Oferta en personas

Año	Mercado Meta	Muestra meta	Porcentaje de no aceptación	Oferta de personas
2016	111916	61	15.90%	17795

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación propia

Esta información se obtuvo de la tabulación de las encuestas específicamente en la pregunta número 7 en la que 17795 personas es decir un 15,90% de encuesta nos dieron una respuesta negativa.

Tabla23. Proyección oferta en personas

Año	Oferta en personas	TCD
2016	17795	1,52%
2017	18065	270
2018	18340	275
2019	18618	279
2020	18901	283
2021	19189	287

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación propia

Oferta de productos

Tabla 24. Oferta en productos

Año	Población	Mercado Meta	% de aceptación	Oferta de personas
2016	17795	230	59.90%	10659

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación propia

Se basa en la pregunta 4. ¿Usted ha comprado guitarra para sus hijos? Para lo que se multiplica la población para el año 2016 (111916) personas con el porcentaje correspondiente en cada alternativa obteniendo así el valor de proporcionalidad de un 59.90% de personas que dicen NO es de 10659

Tabla 25. Proyección oferta en productos

Año	Oferta en productos	TCD
2016	10659	1.52%
2017	10821	162
2018	10985	164
2019	11152	167
2020	11322	170
2021	11494	172

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación propia

3.5. Mercado potencial para el proyecto

Mercado potencial como el conjunto de personas o instituciones posibles compradores de nuestro producto o servicio. Inmediatamente surge la pregunta si debemos distinguir entre los usuarios actuales (mercado real) y los que no son usuarios (mercado no motivados) (Ollé, Planellas, & Molina, 2014).

Las empresas también deben comparar su participación de mercado real con su participación de mercado potencial. Potencial de mercado muestra la demanda de mercado prevista, no la demanda máxima de mercado (Kotler & Keller, 2013).

La demanda potencial insatisfecha se calcula mediante la resta de la demanda de productos con la oferta en productos

DPI= Demanda de productos – oferta de productos

Tabla 26. Cálculo de la DPI

Año	Demanda de productos	Oferta en productos	DPI
2016	37743	10659	27084
2017	38316	10821	27495
2018	38899	10985	27913
2019	39490	11152	28337
2020	40090	11322	28768
2021	40699	11494	29205

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación propia

Después de realizar un análisis la demanda potencial insatisfecha es de 27084 para el año 2016 ofertando con una proyección de mercado que se pretenderá cubrir hasta el año 2021 de 29205 guitarras.

3.6. Precios

Precio se define como el coste que percibe el consumidor necesario para adquirir los productos que le ofrece el mercado y el mismo desea. En el valor monetario del comprador no solo se

incluye el precio sino también otro tipo de costes como el de oportunidad, los costes de desplazamiento (Gracia & Sanchez, 2013).

Precio la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o un servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio (Krugman, Wells, & Olney, 2013).

El cálculo del precio se realiza a través del método datos de la encuesta que consiste en tomar el mayor precio referencial de las encuestas aplicadas al mercado meta el mismo que será proyectado hasta el año 2021. El cálculo de la proyección del precio tiene como referencia la tasa de inflación acumulada año 2016 según datos del Banco Central del Ecuador es de 1.12% hasta el mes de diciembre.

Tabla 27. Cálculo de precio.

Año	Precio	Inflación
2016	50.02	1.12%
2017	50.58	0.56
2018	51.15	0.57
2019	51.72	0.57
2020	52.30	0.58
2021	52.88	0.59

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación propia

El precio inicial para el año 2016 es de \$ 50.02 tomando como referencia la tasa de inflación del mes de diciembre del año 2016 que es de 1.12% y con una proyección de precios para el año 2021 de \$ 52.88 incrementándose con relación al precio inicial de 2.86 dólares americanos.

3.7. Canales de comunicación

Los canales de comunicación pueden ser considerados como conjuntos de organizaciones inter dependientes que intervienen en el proceso por el cual un producto o servicio está disponible para el consumo (Stern, Ansary, Coughlan, & Cruz, 2014)

Es el medio de transmisión por el que viajan las señales portadoras de información entre emisor y receptor. Es frecuente referenciarlo también como canal de datos. Los canales pueden ser personales o masivos: los canales personales son aquellos en donde la comunicación es directa. Los canales masivos pueden ser escritos, radiales, televisivos e informáticos (Bolivar, 2013).

3.7.1 Internet

- Banner y botones
- Pop Ups
- Anuncios intrusivos
- Campañas por e –mail y marketing viral

3.7.2. Radio

No ha variado tanto en los últimos años se anunciara en radio recordando la empresa con un jingle de 20 segundos seguidas de nombre de la empresa y sus contactos.

3.8. Canales de distribución

La distribución constituye uno de los pilares básicos de la función del marketing en la economía: la organización del intercambio voluntario y competitivo que asegure un ajuste eficiente entre la oferta y la demanda de productos y servicios(Lambin, 2013).

Desde el marketing la distribución será poner el producto a disposición del consumidor en la cantidad demandada en el momento en que lo necesite y en el lugar donde desee adquirirlo implicando al mismo tiempo la realización de un conjunto de actividades tales como la información, promoción, y presentación del producto en el punto de venta a fin de estimular su adquisición (Alcazar, 2013).

Gráfico N° 20. Canales de distribución



Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación propia

3.9. Estrategias de comercialización

Es un factor importante en las empresas ya que se considera una actividad que se realiza a diario en la comercialización, se realizan para determinado mercado objetivo llegando a satisfacer necesidades, dentro de estas intervienen el producto, precio, plaza y la promoción, la estrategia de comercialización es la manera en que la empresa pone atención a sus productos. (Govea, 2013).

3.10. Mix de marketing

El marketing mix es un análisis de estrategias de aspectos internos, desarrollada comúnmente por las empresas. Se analizan cuatro variables básicas de su actividad: producto, precios, plaza y promoción.

3.10.1. Producto

Objetivo

- Fabricar variedad y una gama extensa de guitarras personalizadas.

Descripción

La variedad de productos ya que los consumidores tienen gustos y preferencias diferentes entre ellos y los productos de guitarras serán personalizados de acuerdo a los gustos y acorde a la tendencia de moda ya que los productos van a estar en un catálogo.

Acción:

- Constituir la amplia gama de guitarras de acuerdo a las preferencias de cada uno de los consumidores
- Efectuar un control de materia prima con la finalidad de contar siempre con mercadería diversa y de buena calidad para la venta.

Tabla 28. Productos

Secciones de guitarras	Gama de productos
Hombre-niños	
Mujer-niñas	
Personalizadas	

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación propia

Branding

Es empleado en mercadotecnia es el proceso de hacer y construir una marca (en inglés, Brand equity) mediante la administración estratégica del conjunto total de activos vinculados en forma directa o indirecta al nombre y / o símbolos logotipo (Velilla, 2013).

Objetivo

- Realizar la marca de la empresa de producción y comercialización de guitarras personalizadas para niños.

Logotipo

El logotipo de la empresa suele constituir en una combinación de diseño colores y palabras (generalmente el nombre de la empresa o de su marca), que va íntimamente ligado a la imagen corporativa de la empresa (Navarro, 2001).

Grafico N°21. Logotipo



Elaborado por: Leonardo Lozada
Fuente: Photoshop CC6

Marca

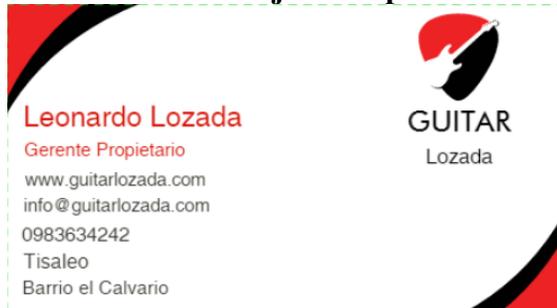
La marca es un nombre, término o símbolo, diseño o combinación de ellos que identifica los bienes o servicios de un vendedor o grupo de vendedores y los diferencia de la competencia, protegiendo legalmente la identificación de la organización (Pursals, 2014). Se crean unos valores asociados a un nombre y a un logotipo que proyectan una imagen favorable a los consumidores potenciales o futuros, para que identifiquen con las ventajas que obtendrían al utilizar un producto de esta marca.

Grafico N° 22. Marca Guitar Lozada



Elaborado por: Leonardo Lozada
Fuente: Photoshop CC6

Grafico N° 23. Tarjetas de presentación



Elaborado por: Leonardo Lozada
Fuente: Photoshop CC6

Gráfico N° 24. Artículos



Elaborado por: Leonardo Lozada
Fuente: Photoshop CC6

3.10.2. Precio

Objetivo

- Instituir los precios para los productos de las Guitarras

Descripción

La fijación de los precios está de acuerdo a los estudios realizados y teniendo en cuenta las respuestas consideradas en las encuestas realizando un estudio de la oferta y la demanda y se ha determinado los productos a ofertarse.

Acción

- Lanzar al mercado los productos de la empresa

En el siguiente cuadro se detalla los productos con sus precios a ser comercializados con una utilidad de 22%

Tabla 29. .Estimación de precios

AÑO	Costo Unitario
2016	\$41.00

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación propia

Se ofertará las guitarras personalizadas de acuerdo a sus necesidades y es relativo con el precio si más detalles desean en la guitarra mayor el precio del producto.

3.10.3. Plaza

Objetivo

- Organizar e implementar una cadena de distribución y los diferentes lugares donde los productos serán vendidos.

Descripción

Consiste en la selección de los lugares o puntos de venta en donde se venderán u ofrecerán nuestros productos a los consumidores, así como en determinar la forma en que los productos serán trasladados hacia los lugares o puntos de venta

Acción

- Ofrecer nuestro productos vía Internet,

- Crear una fan page empresarial con nuestros productos
- Llamadas telefónicas,
- Envíos de correos o e –mail marketing
- Hacer uso del intermediario que serían las casas musicales
- Ubicar nuestros productos en diferentes puntos de venta de la ciudad

Canal de distribución

Está conformado por todos los medios y participantes mediante los cuales la empresa pondrá el producto en posición del consumidor final. El cual les vamos a presentar dos dimensiones según se ha acordado en el plan de distribución tal como se ve a continuación.

Gráfico N° 25. Canales de distribución



Elaborado por: Leonardo Lozada
Fuente: Google

3.10.4. Promoción

Se trata de una serie de técnicas integradas en el plan de marketing, cuya finalidad consiste en alcanzar una serie de objetivos específicos a través de diferentes estímulos y acciones limitadas en el tiempo y dirigidas a un target determinado. El objetivo de una promoción es ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto o servicio a corto plazo, lo que se traduce en un incremento puntual de las ventas.

Objetivo

Promocionar los productos de guitarras personalizadas

Descripción

La promoción de los productos es una de las necesidades para hacer que tu marca llegue a la mente del consumidor

Acción

La difusión se desarrollará las siguientes acciones:

- A través de material gráfico por medio de vallas publicitarias en zonas estratégicas
- Plan trimestral para difundir las promociones del producto que se dará descuentos especiales de acuerdo a fechas establecidas para así lograr que la marca entre en la mente del consumidor
- Difusión por medio de un fan page empresarial de Facebook de los productos y descuentos especiales que ofrecerá Guitar Lozada.

a. Estrategia de publicidad

Nombre de la estrategia

Publicidad en radio

Propósito de la estrategia

Incrementar el posicionamiento de Guitar Lozada en la publicidad por el streaming radial con un jingle.

Tácticas

Publicar el anuncio informativo en horarios establecidos. La duración del anuncio se dará por 40 segundos. Tendremos un cupón de incentivos cada tres meses de la publicación para generar que nuevas personas sean parte del programa y compartan sus experiencias en el ámbito que ellos desempeñan en su diario vivir.

b. Estrategias comunicacionales

Nombre de la estrategia

Banner digital

Propósito de la estrategia

Mantener un contacto con la ciudadanía y dar a conocer todos los beneficios de la empresa

Tácticas

- Colocación de banners en las páginas web relacionadas con música, compra de instrumentos, en academias musicales en diferentes formatos flotantes, que se muevan a lo largo del contenido de una manera temporal que los usuarios lo puedan expandir con un solo clic.

Gráfico N° 26. Banner digital

4. Vista previa

Categoría SEM-Publicidad en buscadores	Nombre del proyecto Elige un nombre corto y representativo del proyecto Guitar LEO
Skills Ninguna skill seleccionada	Descripción del proyecto La mejor guitarra la realizamos nosotros
Gestiona la publicación de tu proyecto Programa durante cuanto tiempo quieres que esté publicado tu proyecto 01 Days Comienzo public Localización	Descripción de tu negocio ¿A qué se dedica tu empresa? ¿Qué productos o servicios comercializas? ¿En que sectores? ¿Quienes son sus principales clientes? Orienta a nuestros profesionales sobre tu negocio y se harán una mejor idea de qué necesitas Empresa de producción y comercialización de guitarras acústicas personalizadas
	Forma de pago <input checked="" type="checkbox"/> on Presupuesto cerrado <input checked="" type="checkbox"/> Sin rango de presupuesto seleccionado <input checked="" type="checkbox"/> Oferta Blindada : El nombre del freelance no será publico, las cantidades de la oferta son públicas.

CREAR PROYECTO

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: <https://lancetalent.com/>

Se puede utilizar banners rectangulares, roba página, rascacielos.

Publicidad en fan page de Facebook

En base a las encuestas realizadas con relación a la publicidad que los encuestados manifestaron gran mayoría ya se encuentra conectado en redes sociales es por eso que esta publicidad es la óptima sin dejar un lado el marketing tradicional.

Nombre de la estrategia

Creación del fan page Guitar Lozada

Grafico N° 27. Fan page de Facebook



Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: <https://www.facebook.com/Guitar-Leo-1475794509343532/>

Propósito de la estrategia

Difundir información pública, y desde la fuente para promocionar y dar a conocer nuestros productos y servicios que brindamos como empresa de producción y comercialización de guitarras, Guitar Lozada. Puede convertirse en seguidor dando un me gusta a nuestra página y llegar información y así posicionar nuestra marca y usted pueda hacer sus propios comentarios y aportaciones de nuestros productos.

Gráfico N° 28. Tienda virtual Fan Page Guitar Lozada

Guitarras para niños

Editar Compartir Estadísticas del producto (1 semana): 0 Visualizaciones | 0 Clics

Guitarras para niños
Vendido por Guitar Leo
\$41,00

Enviar mensaje

Pagar en el sitio web

Te redirigirás a www.guitarLeo.com

Detalles del producto
Guitarras personalizadas

Me gusta Comentar

Escribe un comentario...

Presiona "Enter" para publicar.

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: <https://www.facebook.com/Guitar-Leo-1475794509343532/>

CAPITULO IV. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico consiste simplemente en hacer un análisis del proceso de producción de un producto o servicio para la realización de un proyecto de inversión.

Consiste en resolver las preguntas referente a dónde, cuándo, cuánto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.

4.1. Tamaño del emprendimiento

Determinar la factibilidad existente de una manera técnica para desarrollar el emprendimiento de la creación, producción y comercialización de guitarras de niños personalizadas.

4.1.1. Factores determinantes del tamaño

La determinación de su tamaño está ligada con aspectos tales como predicciones sobre tendencias, la estacionalidad de las ventas y la demanda relativa de cada producto, lo que lleva a tener en cuenta el ritmo de producción (Meza, 2014).

Es necesario tomar en cuenta unos factores que son sumamente importantes cuando se establece el tamaño o requerimiento de un proyecto de emprendimiento como es la demanda, disponibilidad de los recursos entre otros aquí se va analizar los siguientes:

De acuerdo a las encuestas antes realizadas tenemos un 80.2% de consumidores masculinos y un 19.8% de femenino entonces la tabla quedará de la siguiente manera.

Tabla 30. Cantidad de guitarras

Clientes	Porcentaje de guitarras	Cantidad Guitarras año
Masculino	80,20%	1212
Femenino	19,80%	299
Total	100%	1511

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación propia

4.1.2. Tamaño óptimo

El tamaño óptimo se calculó de la cantidad de guitarras estimadas al mes para la demanda antes calculada mensualmente, dividiendo para la rotación de las guitarras por modelo y multiplicándolo por la intención de compra de la guitarra que en este caso es de 1 vez por año lo que los encuestados manifestaron en la encuesta.

Se basa también en la capacidad del emprendimiento en la producción, es decir lo que alcanzó a cubrir en el mercado es el 4.43%, lo cual en número de guitarras al año es de 1200, este valor refleja una producción mensual de 100 guitarras.

Tabla 31. Demanda potencial insatisfecha real

Año	DPI	Estimación 4.43%	DRI Real
2016	27084	4.43%	1200
2017	27495	4.43%	1218
2018	27913	4.43%	1237
2019	28337	4.43%	1255
2020	28768	4.43%	1274
2021	29205	4.43%	1294

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación propia

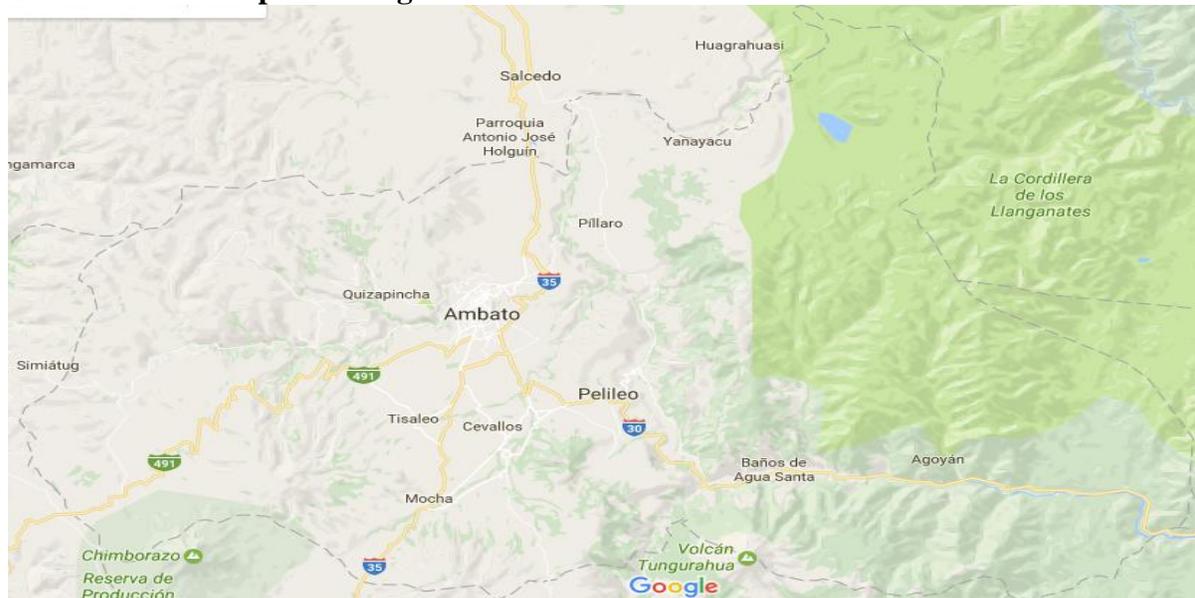
4.2. Localización

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario

mínimo (criterio social) (Erossa, 2004), la localización óptima es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (Ordoñez, s.f.).

4.2.1 Macro localización

Gráfico N° 29. Mapa de Tungurahua



Elaborado por: Leonardo Lozada
Fuente: Google maps

País: Ecuador

Región: Sierra

Zona: 3

4.2.2. Micro localización

Provincia: Tungurahua

Habitantes: 226271 Global 2016

Sector: El Calvario

Dirección: Cantón Tisaleo- Barrio el Calvario

Gráfico N° 30. Micro localización



Elaborado por: Leonardo Lozada
Fuente: Google maps

4.3. Ingeniería del proyecto

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:

- 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.

4.3.1. Producto-proceso

La guitarra también conocida como guitarra clásica o guitarra española. Es un instrumento musical de cuerda pulsada, compuesto de una caja de madera, un mástil, sobre el que va

adosado el diapasón o trastero-generalmente con un agujero acústico en el centro de la tapa y seis cuerdas sobre el diapasón va incrustado los trastes (Alcaraz & Díaz, 2010).

Grafico N°31. Guitarra personalizada de LDU



Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Google

Tabla 32. Procesos

N°	Actividad	Proceso	Tiempo	Recursos
1	Modelación plantilla base	Dibujamos el modelo que deseamos construir, en una cartulina y recortamos acorde a las medidas exactas de la guitarra.	30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Lápiz • Cartulina • Tijera • Diseñador
2	Construcción de la tapa armónica y tras-tapa	Con el molde obtenido procedemos a trazar con un esfero el modelo en la madera, dejando con un margen de la línea hacia afuera 5 milímetros recortamos y obtenemos las dos piezas de la caja armónica, lijamos hasta obtener una capa de 2 milímetros.	30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Esfero • Lija • Sierra • Madera
3	Construcción de varetas y barras armónicas	Cogemos una latilla y cortamos de 0.5 cm de ancho de largo según el tamaño de la guitarra y obtenemos las barras armónicas o abanicos, de igual manera cogemos un listón según las medidas establecidas cortamos las 4 varetas o barrotes, posteriormente cepillamos y lijamos, por último procedemos a pegar sobre la tapa las varetas y las barras, en la traslapa las varetas.	20 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Madera • Cuchilla • Serrucho • Cepillo, • Lija, Goma • Brocha • Metro • Sargentos

4	Construcción del voquero o roseta	Ayudado con un cuchillo de compás cortaremos la boca de la guitarra encargada de dar el sonido agudo del mismo, posteriormente alrededor de la boca cortamos con el cuchillo compás y enhuécamos con un formón hasta la medida de la roseta, a continuación procedemos a encolar la roseta o voquero y prensamos hasta obtener su secado, cepillamos y posteriormente lijamos hasta dejar completamente al ras de la tapa armónica.	35 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Compás • Cuchillo • Lija • Formón • Goma • Sargentos
5	Construcción del mástil	Cortamos de un tablancillo de aliso o cedro a 15 centímetros del borde con un corte de 12° de inclinación, obtenemos 2 piezas le damos la vuelta y pegamos para obtener una sola pieza llamado el mástil conformado por el brazo y la pala	35 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Madera • Cepillo • Prensa • Serrucho • Clavos • Goma
6	Construcción de la ñata o zoque y la culata o taco	Cortamos un taco de una dimensión de 8x5 cm , posteriormente pegamos en el mástil después del secado cortamos y rematamos con lijados hasta dar la forma de la ñata y sus aberturas que sostienen a los aros, siguiendo las cotas que los planos marcan fabricamos del mismo material la culata y preservaremos la pieza para su posterior encolado.	20 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Serrucho • Metro • Escuadra • Esfero • Formón • Lija
7	Encolado del brazo a la tapa	Una vez obtenido el mástil afianzamos las dos piezas con sargentos y prensas sobre la plantilla base es decir sobre la tapa.	7 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Formón • Esfero • Goma • clavos
8	Construcción de las costillas	Una vez obtenido la tras tapa utilizaremos listoncillos de cedro o pino, estas piezas son fundamentales del armazón interno ya que le dan consistencia y solidez del armazón, una vez mecanizado las medidas exactas encolamos en el fondo ayudándonos de sargentos que nos ayudará a sostener durante el tiempo de secado.	15 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Madera • Serrucho • Formón • lija

9	Preparado de los aros y domado	Partimos cortando dos piezas de madera de una latilla de 8cm de ancho x 35cm de largo, las medidas pueden variar según el tamaño de la guitarra, luego cepillamos hasta obtener un grosor de 2 milímetros, posteriormente lijamos para tener una afinidad exclusiva, una vez dispuestas las piezas procedemos a domar los aros humedeciendo con una esponja o trapo con agua en medida que vayan secando volverlas a humedecer, el proceso de domado debe ser despacio ya que se puede romper.	15 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • madera • serrucho • lija • cepillo • domador
10	Encolado de los aros a la tapa y tras tapa	Una vez obtenido los aros, primero requerimos de 2 tacos pequeños para sostener la parte ondulada de la guitarra necesitamos pequeñas junquillos de madera para presionar algún desperfecto del mismo una piola para sujetar los aros con el armazón, sujetamos la guitarra con una prensa luego encolamos los aros para posteriormente sujetar en los cortes del zoque e ir domando poco a poco al contorno del armazón según vaya pegando va ir con la piola sujetando para dar firmeza al aro con el armazón dejar secar por un tiempo de 8 horas y sacar la piola.	20 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Aros • Agua • Piola • Clavos • Prensa • Junquillos • Goma • Brocha • martillo
11	Fileteado de la caja	Con una guillotina o cuchillo procedemos a filetear los filos de la caja hasta dejar al ras de la tapa y tras tapa armónica, posteriormente lijamos para dejarle una contextura fina.	7 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Guillotina • Cuchillo • Lija
12	Construcción y remate de la pala	Procedemos con un taladro eléctrico para realizar los alojos donde se ubicarán los clavijeros, posteriormente realizamos el tallado del mismo lijando brevemente para perder las ranuras, por último tallaremos la pala por su cara posterior para dar figura al llamado comúnmente pescuezo lijamos ligeramente y terminamos.	15 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Taladro • Formón • Cuchillo • Lija • madera

13	Construcción del diapasón	Dispondremos de una pieza de madera de 7 milímetros con un cepillo bajaremos su espesor hasta llegar a unos 5 milímetros concluido el perfilado trasladaremos las medidas de la regla para proceder a marcar el alojamiento de cada uno de los trastes, una vez clavado los trastes y limado encolaremos el diapasón al brazo en el cual aplicamos algunos sargentos para la sostenibilidad del mismo para su debido secado.	10 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • madera • metro • serrucho • sargentos • clavos • goma • brocha • lima circular • cepillo • alambre amarillo
14	Construcción del puente	Con una tira de madera dura realizamos las tallas correspondientes del puente, después puliremos para lograr un buen acabado, luego realizamos el machón de amarre de las cuerdas siendo la parte más vulnerable ya que sufre un mayor desgaste con la fricción de las cuerdas por eso podemos reforzar con unas piezas de huesos para tener una mayor estabilidad y firmeza, realizamos los orificios por donde por los que discurrirán las cuerdas utilizando una broca de 1.5mm por último encolamos y utilizando sargentos de madera para presionar el pegado y esperar el secado correspondiente.	25 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • madera • formón • lija • serrucho • hueso • broca • taladro • goma • brocha • sargento
15	Masillado y Lijado	Realizamos la masilla para tapar los huecos y fisuras de la madera con un poco de aserrín y agua y goma realizamos la mezcla hasta obtener una pasta espesa, posteriormente con una espátula procedemos a tapar todo tipo de huecos para que quede uniforme a la madera, esperamos hasta su secado, una vez que tengamos seco la masilla con una lijadora procedemos a lijar toda la guitarra para obtener un terminado fino y poder obtener un terminado exclusivo.	5 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Lijadora • Lija • Agua • Goma • Espátula • Aserrín

16	Emporado y Lacado	Procedemos a dar 8 manos de sellador para emporar todo tipo de huecos y obtener excelentes acabados dejamos secar unas 24 horas y procedemos a lijar con liga 250 y agua ,una vez terminado el lijado limpiamos con una franela bien limpia y procedemos a dar con soplete entre dos manos de laca brillante y listo.	15 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Mota • Tiñer • Pintura • Tinta china • Lija • Guaiepe • Compresor • Laca • Agua • Franela • sellador
17	Cordaje y últimos detalles	Colocamos primero nuestra etiqueta en el interior de la caja para identificar nuestra marca y producto, a continuación colocamos los clavijeros y encordaremos el instrumento afinamos el instrumento y estaremos listo para disfrutar de la música.	25 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • clavijero • hueso • cuerdas • etiqueta • tornillos • broca pequeña • serrucho

Elaborado por: Leonardo Lozada

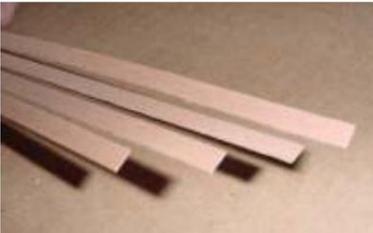
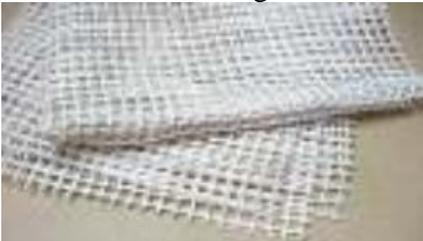
Fuente: Investigación de campo

En la tabla de procesos podemos observar los 17 pasos que ejecutamos desde que se da inicio a la realización de la guitarra que es la fabricación de la plantilla o molde hasta el proceso 17 que es el cordaje y afinado del instrumento.

4.3.2. Balance de materiales

Tabla 33. Materiales



<p>Pasta de madera</p> 	<p>Cola</p> 
<p>Gomalaca</p> 	<p>Piedra pómez</p> 
<p>Cedro en plancha</p> 	<p>Tiras de remate</p> 
<p>Lijas</p> 	<p>Cotón</p> 
<p>Esterilla de goma</p> 	<p>Trastes</p> 
<p>Hueso</p> 	<p>Laca</p> 



Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

Tabla 34. Equipos y herramientas

Maquinaria y equipo
Cepilladora
Canteadora
Sierra delta
Máquinas recalar aros guitarras
Mesa router
Máquina pulir caras y fondos
Máquina para encolar
Máquina serrar ranura trastes
Equipos de computación
Impresora
Computadora
Muebles y enseres
Estanterías
Estación de trabajo
Sillas de espera
Sillones ejecutivos
Archivador
Aparador

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

4.3.3. Período operacional estimado de la planta

El período operacional de la planta, se conoce como el periodo económico del proyecto o vida y es el tiempo que define todas las proyecciones (demanda, oferta, ingresos, egresos, etc.).

La vida útil del proyecto se establece en forma práctica, de acuerdo con la vida útil estimada de los equipos más costosos de la empresa o de acuerdo con el plazo al cual se conoce o se estima conseguir el préstamo (Foncrei;, 2000).

4.3.4. Capacidad de producción

La capacidad de producción se debe señalar en la unidad específica de venta o comercialización de la empresa: por tipo de productos, kilos, unidades, etc., si se usan expresiones tales como sacos, latas, etc.; se debe señalar el peso y la cantidad de unidades (del sistema métrico decimal), a efectos de simplificar y homogeneizar la base de cálculo(Vicepresidencia de venezuela, s.f.).

Capacidad Instalada

Se refiere a la disponibilidad de infraestructura necesaria para producir determinados bienes o servicios. Su magnitud es una función directa de la cantidad de producción que puede suministrarse (Mejía, 2013).

$$T_{ToT} = T_{en} / FL \text{ donde}$$

T_{ToT} = Tiempo total para realizar un ensayo y/o calibración

$$CI = T_{Trabajo} / T_{ToT}$$

$T_{Trabajo}$ = Horas laboradas diario, semana o mes de acuerdo a contrato laboral

Gráfico N° 32 Capacidad instalada



$$T_{en} = 1h \quad + \quad T_{en} = 3h \quad + \quad T_{en} = 0.5h \quad + \quad T_{en} = 0.5h$$

$$\sum T_{en} = 5h$$

$$T_{ToT} = T_{en} / FL$$

$$T_{ToT} = \sum 5h / 1$$

$$T_{ToT} = \mathbf{5h \text{ Horas por ensayo o calibración}}$$

$T_{Trabajo}$ = Horas laboradas diario, semana o mes de acuerdo a contrato laboral

$$T_{Trabajo} = 40h \text{ horas}$$

$$CI = T_{Trabajo} / T_{ToT}$$

$$CI = 40h / 5h$$

CI= 8 ensayos o calibraciones máximo en una semana.

Capacidad Instalada Utilizada

La capacidad instalada utilizada de ha sido considerado en base al pronóstico de mercado para posibles ampliaciones de la empresa (Farnetano, 2005)

$$CIU = (\text{Metros pronosticados/mes}) / \text{capacidad del local}$$

Capacidad del proyecto (Incremental)

Capacidad instalada consolidada (situación actual +proyecto)

4.3.5. Distribución de maquinarias y equipos (Lay-out)

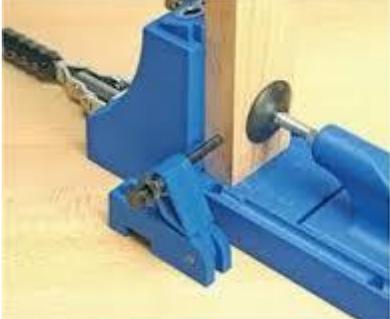
Para esta distribución de maquinaria y equipos se deben tomar en cuenta los siguientes factores:

1. Tamaño y número de la maquinaria y equipos que comprende el sistema de producción.
2. Las previsiones del espacio por razones de proceso

3. Los espacios requeridos para almacenamiento y manejo de materiales en proceso
4. Los espacios requeridos por razones de seguridad industrial
5. Las previsiones del espacio requerido para ampliaciones futuras en la capacidad de producción.
6. Número de operarios en cada sección
7. La posibilidad de incorporaciones de innovaciones técnicas.

Tabla 35. Herramientas

Explicación	Fotografía
<p>Formones.- Para su uso en diversos procesos de tallado como de remate y recorte de sobrantes.</p>	
<p>Cepillo de madera.- De uso para cepillos largos y planos así como en los procesos de remate del brazo y aproximación del diapasón.</p>	
<p>Lima de trastes y chapas protectoras.- En tiendas especializadas podemos adquirir limas de carbonero con cantos cóncavos específicas para el limado de los trastes.</p>	
<p>Dremell.- Será de gran utilidad en procesos de rebajes, mecanización de piezas, pulido de pala y puente, corte y remate de trastes, etc.</p>	

<p>Maza de madera.- De uso en el proceso de clavado de los trastes. También se puede usar un martillo normal con mucha delicadeza.</p>	
<p>Prensas de pinza.- Buen número de ellas en los procesos de encolado de los junquillos a los aros</p>	
<p>Prensas con tope.- Para cualquier ajuste o molde de las palas o tallados.</p>	
<p>Rasqueta. Exclusivamente para raspar la madera</p>	
<p>Sargentos.- Se utiliza para medir y sujetar la guitarra para cortes de trastes.</p>	

<p>Juegos de sierra.- Para cortes pequeños como, cejillas etc.</p>	
<p>Serrucho.- Una herramienta de uso completo.-</p>	
<p>Sierra de pelo (sierra de marquetería).-Trabajos muy minuciosos</p>	
<p>Brocas.-Realiza todo tipo de huecos ejemplo para las clavijas</p>	

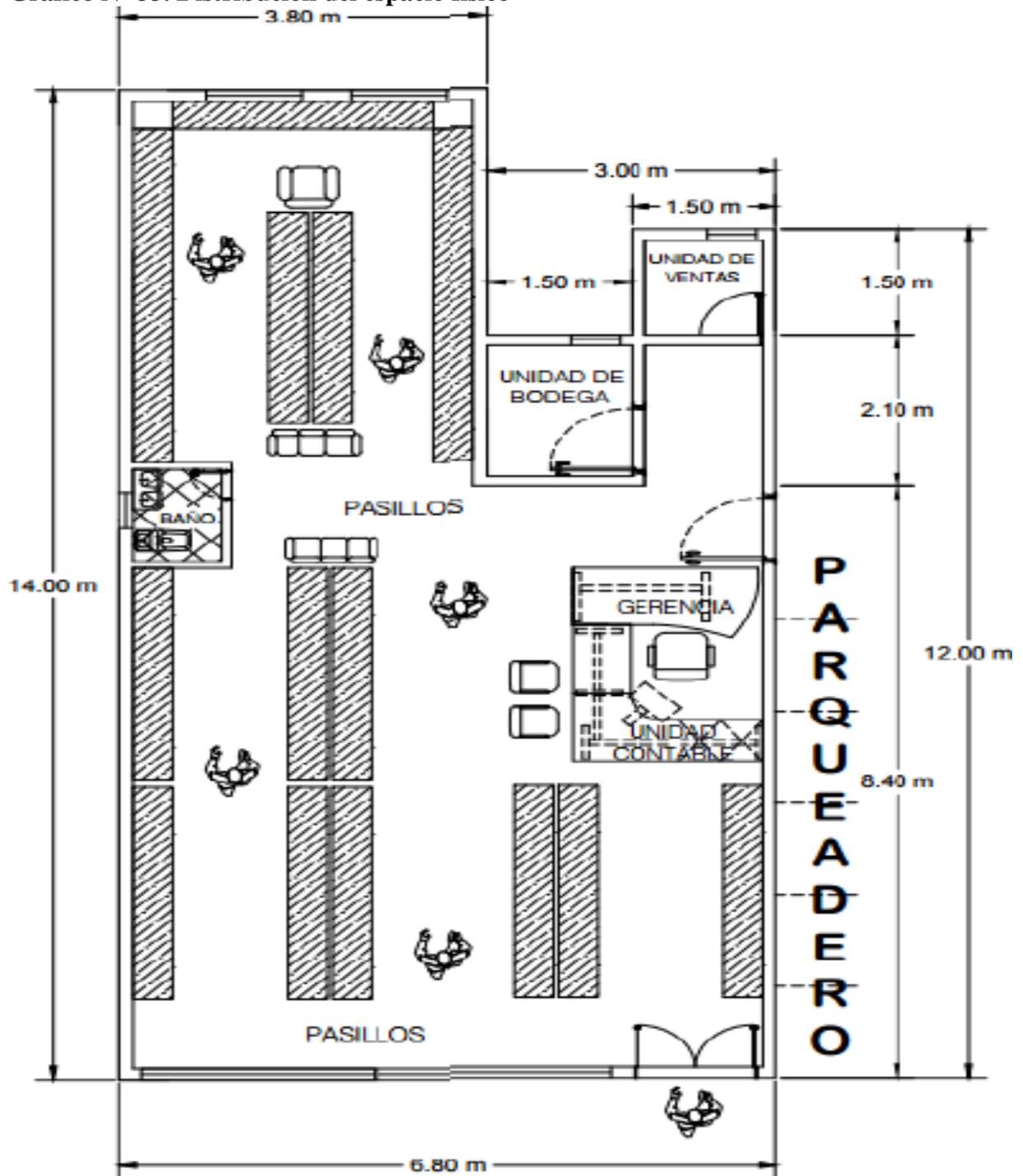
Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

Planos de distribución de la planta

Los planos de distribución de la planta sirven para establecer el tamaño y la localización de las áreas industriales dedicadas a: recepción de materias primas, elaboración de productos, servicios auxiliares, control de calidad, envase y empaque, almacenamiento e intercomunicación de la planta

Gráfico N° 33. Distribución del espacio físico



Elaborado por: Leonardo Lozada
Fuente: Autocad 2015

CAPÍTULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1 Aspectos generales

Mejorar la calidad de vida de la población es uno de los objetivos primordiales de este modelo de emprendimiento, ya que proporciona las condiciones adecuadas para el acceso de un hábitat seguro e incluyente, fortaleciendo o potenciando o el adecuado uso de los recursos naturales para el desarrollo local que permitirá a la población obtener un ingreso (Semplades, 2013).

Las guitarras acústicas se clasifican en dos categorías: cuerdas de acero y cuerdas de nylon. Los intérpretes de folk y country prefieren las guitarras con cuerdas de acero, mientras que los clásicos la prefieren con cuerdas de nylon (Schonbrun, 2013).

5.2. Diseño organizacional

El diseño organizacional es el conjunto general de elementos y las relaciones entre ellos que se emplean para administrar a la organización total. Así, el diseño organizacional es un medio para implementar estrategias y planes para alcanzar las metas organizacionales. (Griffin, 2014)

El diseño es eficaz, pero no en forma sencilla que han postulado algunos autores. Es esencial comprender las circunstancias especiales en que funciona un diseño organizacional y los pactos de gobernabilidad que deben existir para que funcione. (George & Álvarez, 2010)

Los elementos necesarios en el momento de elaborar el organigrama son los siguientes:

Líneas de trazo continuo y discontinuo: estas líneas de trazo continuo especifican la autoridad formal y las de trazo discontinuo especifican la autoridad funcional.

Líneas verticales y horizontales: las líneas verticales especifican la cadena de mando y las líneas horizontales especifican la amplitud del tramo de control y la interconexión entre los departamentos.

Rectángulos: representan los departamentos que conforman la estructura organizacional.

Niveles jerárquicos

- a) Nivel directivo
- b) Nivel ejecutivo
- c) Nivel asesor
- d) Nivel auxiliar de apoyo
- e) Nivel operativo

Tabla N 36. Niveles jerárquicos de Guitar Lozada

NIVEL	PUESTO	NOMBRE.
Nivel Ejecutivo	Gerencia General	Leonardo Lozada
Nivel auxiliar de apoyo	Secretaria contaduría	Lorena Gordón
Nivel Operativo	Área de producción	Oswaldo Lozada
	Área de ventas	Marcelo Lozada

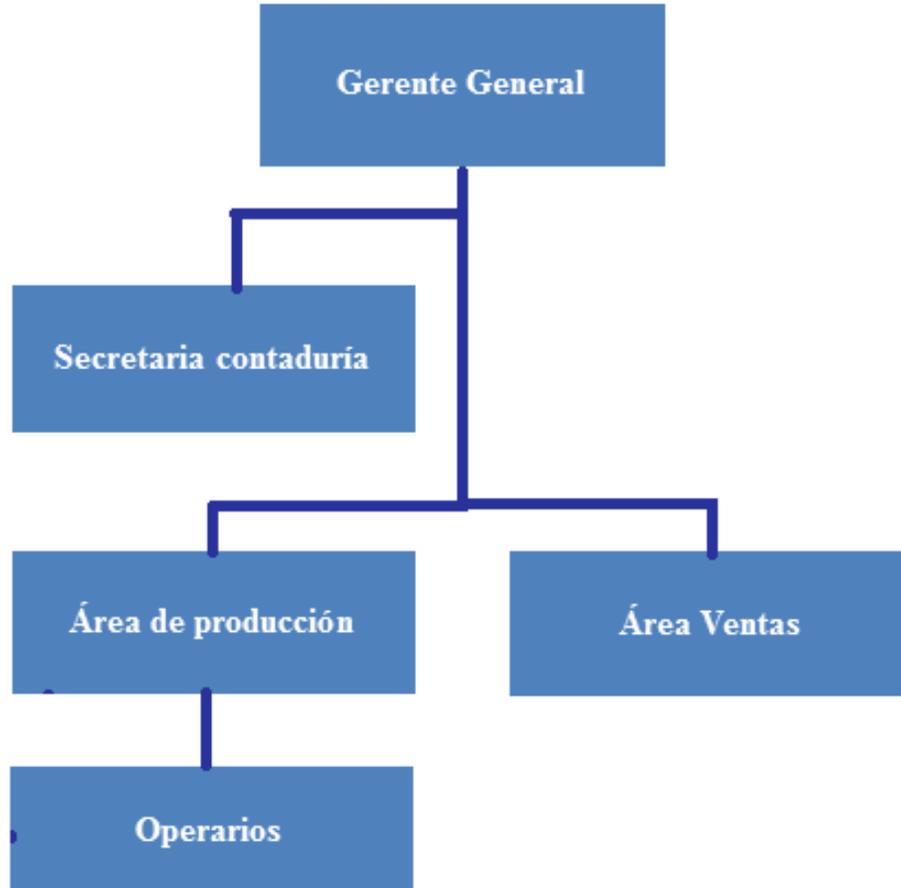
Elaborado: Leonardo Lozada

Fuente: Guitar Lozada

5.3 Estructura organizativa

La estructura organizativa se basa exclusivamente en la organización, expresando las responsabilidades y cargos que deben cumplir los miembros de una empresa; consta de 2 principios: autoridad y jerarquía ya que existen varios niveles de autoridad (Rojas, 2012).

Gráfico N° 34. Organigrama estructural Guitar Lozada

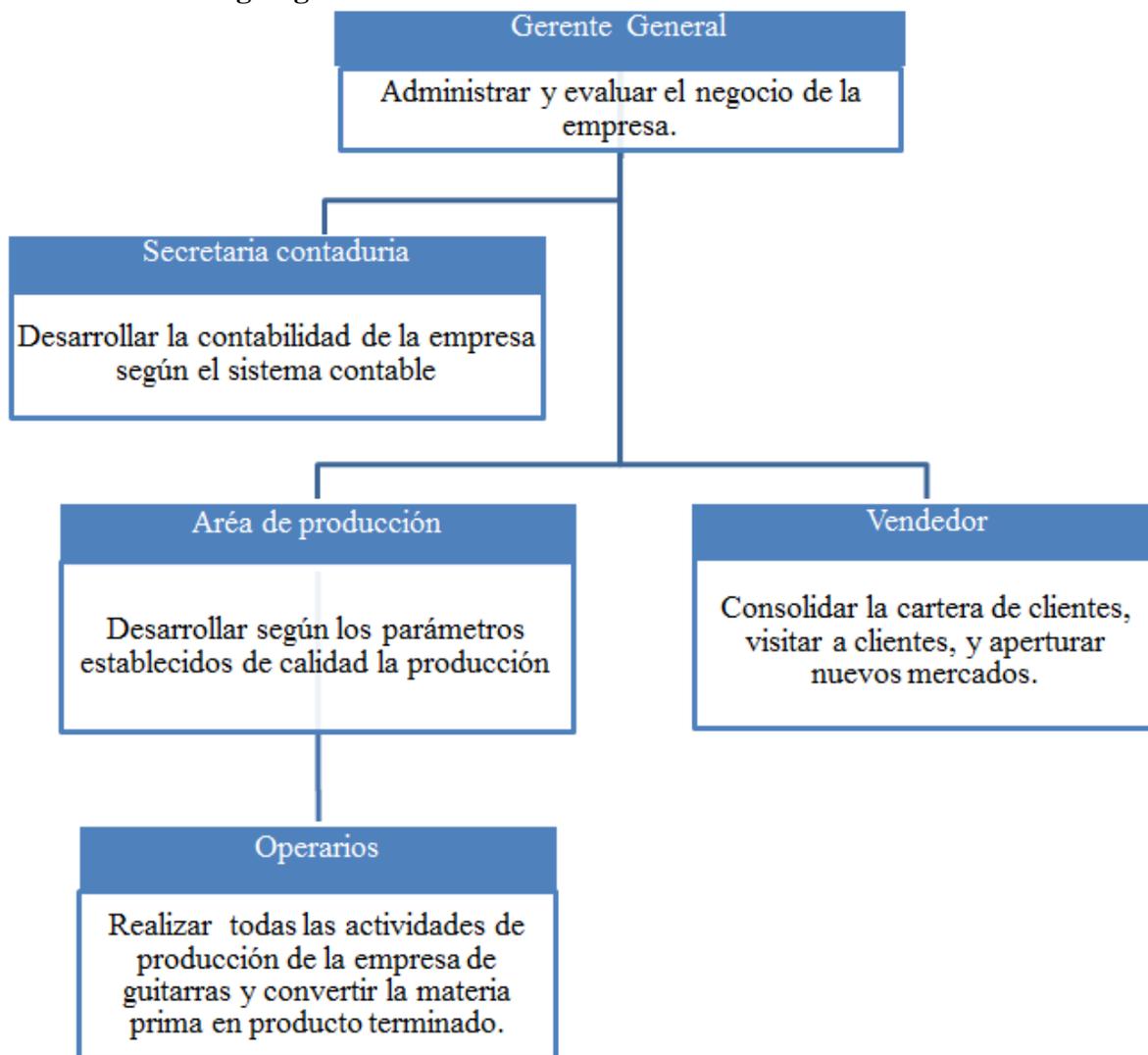


REFERENCIAS	ELABORADO POR	APROBADO POR	FECHA
LÍNEA DE AUTORIDAD AUXILIAR	Leonardo Lozada	Ing. Danilo Altamirano	01/12/2017

Elaborado por: Leonardo Lozada
Fuente: Empresa

5.4 Estructura funcional

Gráfico N° 35. Organigrama funcional



REFERENCIAS	ELABORADO POR	APROBADO POR	FECHA
LÍNEA DE AUTORIDAD AUXILIAR	Leonardo Lozada	Ing. Danilo Altamirano	01/12/2017

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Empresa

5.5. Manual de funciones

Tabla 37. Funciones del gerente

GUITAR LOZADA		Fecha	 GUITAR Lozada
MANUAL DE FUNCIONES		Página	
IDENTIFICACIÓN DE CARGO			
Cargo específico	Gerente General		
Número de puestos	1		
Jefe inmediato	Dueño de la empresa		
RESUMEN DEL CARGO			
Es el representante legal, la administración del control y el desenvolvimiento desarrollo, funcionario que tiene que planificar organizar, controlar y evaluar la empresa de guitarras			
DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES			
<p>Realizar todo tipo de actos, contratos y operaciones con los bancos</p> <p>Establecer planes estratégicos que vayan en relación con objetivos y metas alcanzar en mejora de la empresa.</p> <p>Reunirse con proveedores y clientes de la empresa con el objeto de lograr contratos ventajosos para el buen desempeño de la empresa</p>			
REQUERIMIENTOS DEL CARGO			
Educación	Ingeniero en administración de empresas, comercial o afines		
Experiencia	Experiencia de un año en cargos similares, Funciones gerenciales		
Habilidades	Toma de decisiones efectivas en tiempos oportunos Diseñar y controlar el cumplimiento del procedimiento ejecutivo.		
Responsabilidad	Representar de manera legal y oportuna a la empresa		
CONDICIONES DE TRABAJO			
Mental	Control de impulsos propios y emocionales, tolerancia y seguridad		
Riesgos de seguridad	Riesgos por la naturaleza, amenazas tecnológicas.		

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Tabla 38. Funciones de secretaria contadora

GUITAR LOZADA		Fecha	
MANUAL DE FUNCIONES		Página	
IDENTIFICACIÓN DE CARGO			
Cargo específico	Secretaria contadora		
Número de puestos	1		
Jefe inmediato	Gerente General		
RESUMEN DEL CARGO			
Manejar y tramitar documentos de información, dirigir los movimientos presupuestarios.			
DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES			
Manejar datos e información confidencial de la empresa, realizar facturaciones, emitir guías, llevar las cuentas de los libros contables y estados financieros de la empresa			
REQUERIMIENTOS DEL CARGO			
Educación	Ingeniera en administración, Finanzas Contabilidad y auditoría		
Experiencia	Un año		
Habilidades	Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos		
Responsabilidad	Revisar que se cumplan con los principios de contabilidad de aceptación Supervisar los aspectos financieros de GUITAR LOZADA Supervisar la gestión de los presupuestos GUITAR LOZADA para asegurar que el negocio cumpla con sus metas financieras		
CONDICIONES DE TRABAJO			
Mental	Control de impulsos propios y emocionales Tolerancia y seguridad en sí mismo		
Riesgos de seguridad	Riesgos de cambios de costumbres y la sociedad Desastres naturales Amenazas tecnológicas		

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Tabla 39. Funciones del área de producción

GUITAR LOZADA		Fecha	
MANUAL DE FUNCIONES		Página	
IDENTIFICACIÓN DE CARGO			
Cargo específico	Jefe de producción		
Número de puestos	1		
Jefe inmediato	Gerente General		
RESUMEN DEL CARGO			
Dirigir las funciones relacionadas con los procesos de la producción de guitarras de la empresa Guitar Lozada			
DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES			
Elegir la materia prima, concebir funciones de producción, instaurar puntos críticos de producción, asumir procedimientos para su medición y registro, Controlar niveles de producción en base a estimaciones de la demanda, supervisar el área en su totalidad.			
REQUERIMIENTOS DEL CARGO			
Educación	Ingeniero Industrial, administración, gestión de procesos.		
Experiencia	Mínima de un año en procesos de producción en empresas afines		
Habilidades	Desarrollar métodos más adecuados para la fabricación de las guitarras Facilitar y regularizar mano de obra en equipo, instalaciones, materiales y herramientas requeridas.		
Responsabilidad	Supervisar la planta de producción y las actividades de procesamiento en la elaboración		
CONDICIONES DE TRABAJO			
Mental	Control de impulsos propios		
Riesgos de seguridad	Desastres naturales Amenazas tecnológicas Riesgos de cambios de costumbres y la sociedad.		

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Tabla 40. Funciones del operario

GUITAR LOZADA		Fecha	
MANUAL DE FUNCIONES		Página	
IDENTIFICACIÓN DE CARGO			
Cargo específico	Operario		
Número de puestos	2		
Jefe inmediato	Área de producción		
RESUMEN DEL CARGO			
Realizar la producción de guitarras			
DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES			
<p>Tiene la capacidad de realizar el mantenimiento necesario de todos los equipos tomando en cuenta la limpieza de las herramientas utilizar en los procesos.</p> <p>Cumplir con las características y requisitos exigidos en la fabricación de las guitarras</p> <p>Reducir desperdicios cuando el caso lo amerite.</p>			
REQUERIMIENTOS DEL CARGO			
Educación	Bachiller Calificación artesanal actualizada		
Experiencia	Experiencias de 2 años en la fabricación de guitarras Accesibilidad de tiempo completo		
Habilidades	Desarrollar métodos más adecuados para la fabricación de las guitarras		
Responsabilidad	Realizar una producción con eficacia, eficaz y con mejora continua.		
CONDICIONES DE TRABAJO			
Mental	Control de impulsos propios y emocionales Tolerancia y seguridad en sí mismo		
Riesgos de seguridad	Desastres naturales Amenazas tecnológicas Riesgos de cambios de costumbres y la sociedad.		

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Tabla 41. Funciones del vendedor

GUITAR LOZADA		Fecha	 GUITAR Lozada
MANUAL DE FUNCIONES		Página	
IDENTIFICACIÓN DE CARGO			
Cargo específico	Ventas		
Número de puestos	1		
Jefe inmediato	Gerente General		
RESUMEN DEL CARGO			
<p>Coordinar tácticas consolidadas de cartera de clientes y venta de productos a tiempos establecidos con la confianza de que no se encuentre caducada con un servicio de calidad al cliente. Elaborar informes y planificación para una mejora continua en ventas.</p>			
DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES			
<p>Consolidar cartera de clientes Visita a nuevos clientes Cierre de ventas</p>			
REQUERIMIENTOS DEL CARGO			
Educación	Ingeniero en marketing y gestión de negocios, comercial, administración		
Experiencia	1 año en funciones similares		
Habilidades	<p>Planificar y coordinar actividades Comunicación con el equipo de trabajo</p>		
Responsabilidad	<p>Cumplimiento de objetivos Revisar las ventas para la empresa coordinando con el departamento de producción.</p>		
CONDICIONES DE TRABAJO			
Mental	<p>Control de impulsos propios y emocionales Tolerancia y seguridad en sí mismo</p>		
Riesgos de seguridad	<p>Desastres naturales Amenazas tecnológicas Riesgos de cambios y la sociedad</p>		

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

6.1. Inversiones en activos fijos tangibles

Los activos fijos son tangibles de larga duración, como terrenos, edificios, y equipos, utilizados en las operaciones de la compañía. El costo de un activo fijo es el precio de compra más todos los impuestos, comisiones de venta y las demás cantidades pagadas para adquirir el activo y prepararlo para su uso (Horngren, 2014).

Son los que cumplen las siguientes condiciones (Granados, 2012).

- a. Se usan en el desarrollo de objetivos sociales de una empresa
- b. No están destinados a la venta
- c. Son de una duración relativamente prolongada

Tabla 42. Maquinaria

Descripción	Subtotal	Total
Maquinaria y equipo		\$8,280.00
Lijadora	\$180.00	
Pulidora	\$250.00	
Taladro manual	\$50.00	
Compresor	\$200.00	
prensadora	\$2,000.00	
Caladora	\$350.00	
Matrices	\$900.00	
Soplete	\$50.00	
Lijadora	\$180.00	
Sierra delta	\$1,800.00	
Domador de aros	\$120.00	
Mesa router	\$350.00	
Pulidora	\$250.00	
Máquina para encolar	\$600.00	
Esmeril	\$80.00	
Entenalla	\$20.00	
Máquina serrar ranura trastes	\$900.00	

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Tabla 43. Herramientas

Herramientas		\$550.00
Formones	\$10.00	
Cepillos de madera	\$150.00	
Limas	\$20.00	
Drell	\$120.00	
Mazo de madera	\$5.00	
Prensas de pinza	\$15.00	
Prensas con tope	\$30.00	
Rasqueta	\$5.00	
Sargentos	\$10.00	
Sierras de mano	\$10.00	
SERRUCHO	\$15.00	
Sierra de pelo	\$10.00	
Brocas	\$15.00	
Guillotina	\$20.00	
piedra para limar	\$5.00	
Escorquina	\$8.00	
Cuchillas	\$10.00	
Flexo metros	\$19.00	
Herramientas de geometría	\$10.00	
Compás de boca	\$5.00	
Tenaza	\$3.00	
Escantillón	\$5.00	
Discos de Sierra	\$50.00	

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Tabla 44. Equipo de cómputo

Descripción	Consumo anual	Valor Unitario	Valor Total
Impresora	1	\$220.00	\$220.00
Computadora	1	\$1000.00	\$1000.00
TOTAL			\$1220.00

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Tabla 45. Muebles y enseres

Descripción		\$1,045.00
Estanterías	\$300.00	
Estación de trabajo	\$250.00	
Sillas de espera	\$150.00	
Sillones ejecutivos	\$70.00	
Archivador	\$75.00	
Aparador	\$200.00	

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Tabla 46. Total de activos fijos

ACTIVOS FIJOS	VALOR
Maquinaria	\$8,280.00
Herramientas	\$550.00
Equipo de cómputo	\$1,220.00
Muebles y enseres	\$1,045.00
ACTIVOS FIJOS TOTALES	\$11,095.00

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Análisis e interpretación.

La inversión en activos tangibles que tiene la empresa Guitar Lozada se divide en maquinaria y equipos con un valor de \$8280.00 en herramientas \$550.00 en la parte tecnológica como es el equipo de cómputo que consta de impresora y computadoras en un valor de \$1220.00 y finalmente los muebles y enseres por un valor de 1045,00. La mayor inversión en esta empresa está en la maquinaria destinada a la elaboración de las guitarras personalizadas.

Depreciación de activos fijos.

La depreciación es el gasto operacional del uso o del goce de un activo fijo en la organización. Se supone que todo bien este tipo tienen una vida útil o sea, un tiempo en el cual genera beneficios e ingresos a la empresa (Latorre, 2012)

$$\text{Depreciación anual} = \frac{\text{Costo del activo} * \text{N}^\circ \text{ de años a depreciar}}{\text{Vida útil probable}}$$

$$\text{Depreciación mensual} = \frac{\text{Costo del activo} * \text{N}^\circ \text{ de meses a depreciar}}{\text{Vida útil probable} * 12}$$

Tabla 47. Depreciación de activos fijos.

Depreciación				
Depreciación	Años	%	Anual	Acumulada
Maquinaria	10	10%	\$745.20	\$7,452.00
Herramientas	10	10%	\$43.83	\$438.30
Equipo de oficina	3	33%	\$268.40	\$805.20
Muebles y enseres	10	10%	\$94.05	\$940.50
Total a depreciar			\$1,151.48	\$9,636.0

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

6.2. Inversiones en activos diferidos intangibles

Son los que no tienen configuración física, pero que contienen a su propietario cierto derecho exclusivo, ya sea sobre una patente, una marca, un derecho de autor, etc. (Ramírez, 2012)

Los bienes intangibles se han convertido en uno de los grandes pilares de una empresa satisfactoriamente valorada entre consumidores y competidores. Aún si otros bienes como las raíces (bienes inmuebles), siguen manteniendo una posición predominante en nuestro mercado. Ambos tipos de bienes no difieren en su tratamiento jurídico en cuanto a derechos y límites se refiere. (Borja, 2011)

Tabla 48. Activos intangibles.

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Patente	\$20.00	4.41%
Gastos de Constitución	\$397.00	87.44%
Permisos legales	\$37.00	8.15%
Total Activos intangibles	\$454.00	100.00%

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Análisis e interpretación

Los activos intangibles de la empresa Guitar Lozada están basados en valores de patente municipal de \$20.00 dólares; Gastos de constitución para el funcionamiento del lugar bordeando los \$ 397.00 y los respectivos permisos de uso de suelo de \$37.00 dólares americanos.

6.3. Inversiones en capital de trabajo

Las inversiones en capital de trabajo también son tremendamente afectadas por la inflación. Proyectos que requieren mayores niveles de activo circulante son afectados por la inflación porque el dinero adicional debe ser invertido. (Coss, 2013)

Caja Bancos

Lo que cuenta la empresa en caja bancos es de \$500.00 dólares americanos eso quiere decir que es nuestra liquidez que muestra el emprendimiento.

Inventarios

Se denomina existencia o inventarios a la variedad de materiales que se utilizan en la empresa y que se guardan en sus almacenes a la espera de ser utilizados, vendidos o consumidos, permitiendo a los usuarios desarrollar su trabajo sin que se vean afectados por la falta de continuidad en la fabricación o por la demora en la entrega por parte del proveedor. (Bravo, 2011). Es la relación detallada, ordenada y valorada de los elementos que componen el patrimonio de una empresa o persona en un momento determinado. (Gaither, 2012).

Ecuación 1: Inventario

$$\text{Inventario} = \text{Lote económico} * \text{precio}$$

$$\text{Inventario Total} = 1449.94 * 6.15$$

$$\text{Inventario Total} = 8917.13$$

Ecuación 2: Lote económico

$$Lote\ Económico = \sqrt{\frac{2 * F * U}{C * P}}$$

Dónde:

LE Cantidad óptima que se requiere de materia prima

2 Constante

F: Transporte y estiaje

U: Consumo anual en unidades de materia prima

C: Tasa Pasiva

P: Precio Unitario.

Madera Cedro

$$L.E = \sqrt{\frac{2*20*600}{0,0547*3.50}}$$

$$L.E = \sqrt{\frac{24000}{0.19145}}$$

$$L.E = 354.06$$

Madera Pino

$$L.E = \sqrt{\frac{2*20*600}{0,0547*2}}$$

$$L.E = \sqrt{\frac{24000}{0.1094}}$$

$$L.E = 468.38$$

Crin / Nylon

$$L.E = \sqrt{\frac{2*20*350}{0.0547*0,65}}$$

$$L.E = \sqrt{\frac{14000}{0.035555}}$$

$$L.E. 627.50$$

Tabla 49. Lote económico

Madera Cedro	\$354,06
Madera Pino	\$468,38
Crin/Nylon	\$627,50
Total Lote económico	\$1.449,94

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar según lo plantea Redondo (2005) al considerar que las cuentas x cobrar representan el activo financiero de mayor relevancia de muchas organizaciones, en gran parte las comerciales ya que estas representan activos líquidos capaces de convertirse en efectivo dentro de un periodo de 30 a 60 días

Estimular las ventas y ganar clientes, se tiende a considerarlas como un medio para vender productos y superar la competencia mediante el ofrecimiento de facilidades de crédito como parte de los servicios de la empresa para favorecer a sus clientes. (Vallado, 2012)

$$\text{Cuentas por cobrar} = \frac{\text{Ventas anuales}}{360} * \text{periodo promedio de recuperación}$$

El periodo promedio de recuperación se da mediante el número de días que la empresa Guitar Lozada recupera el crédito que se otorga a sus clientes esto es igual al promedio del crédito.

Tabla 50. Promedio de recuperación

DETALLE	CRÉDITO
1 Cuota	15 días
2 Cuota	30 días
3 Cuotas	45 días
PROMEDIO	
$=(15+30+45)/3$	30 DÍAS

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

El promedio de recuperación según los cálculos antes realizados es igual a 30 días

$$\text{Cuentas por cobrar} = \frac{60024}{360} * 30 \text{ dias}$$

Cuentas por cobrar 5002.00

Tabla 51. Total Activo Circulante

Caja Bancos	\$500,00
Cuentas por cobrar	\$5.002,00
Inventarios	\$8.917,13
Total Activos circulantes	\$14.419,13

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Los activos circulantes de la empresa son de 14419.13 dólares americanos deducido de la siguiente manera: Caja/Bancos con un valor de \$500 es decir el efectivo disponible que tiene la empresa, el inventario disponible en almacenamiento está valorado en \$8917,13 y cuentas por cobrar con un valor de 5002,00 siendo inventarios como su mayor activo circulante.

Pasivo circulante

Incluye las obligaciones vinculadas al ciclo normal de explotación que las empresas espera liquidar en el territorio en el transcurso del mismo, las obligaciones cuyo vencimiento o extinción se espera que se produzca en el corto plazo, los pasivos financieros clasificados como mantenidos para la venta. (Tamayo, Contabilidad, 2013).

Los pasivos corrientes tienen una vida menor de un año (lo que significa que se deben pagar en el transcurso del año) y se listan antes que los pasivos a largo plazo. (Cisco, 2013)

$$Tasa\ circulante = \frac{Activo\ corriente}{Pasivo\ corriente}$$

Tasa circulante es considerada como un valor referencial trazado en el mercado bancario y oficializado por el Banco central del Ecuador, a fin de que operen sin percibir beneficios ni pérdidas.

$$Pasivo\ Corriente = \frac{Activo\ corriente}{Tasa\ circulante}$$

$$Pasivo\ Corriente = \frac{\$14419,13}{2.5}$$

Pasivo corriente = \$ 5767,65

Capital de trabajo

El capital de trabajo, como su nombre lo indica es el fondo económico que utiliza la empresa para seguir reinvertiendo y logrando utilidades para así mantener la operación corriente del negocio.

Capital de trabajo estará formado por el dinero proveniente de sus ventas; será, por supuesta, u monto mayor del que gasto en la fabricación, ya que se obtuvo una utilidad. Cuanto más rápido sea el retorno de su dinero, más veloz será su utilidad, con la consecuencia de que su capital de trabajo aumentará a igual velocidad. (Dickson, 2001)

Capital de trabajo = Total de activo circulante – Total de pasivo circulante

Capital de trabajo = \$ 14419,13- \$5767,65

Capital de trabajo = \$ 8651.48

Análisis e interpretación

Los recursos con los que cuenta la empresa Guitar Lozada para operar con normalidad es de \$8651.48, valores con el que contamos en nuestro capital de trabajo.

6.4. Resumen de inversiones

Inversión inicial = Activo Fijo+ Activo diferido + Capital de trabajo

Tabla 52. Resumen de inversiones

DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Total Activos Fijos	\$11.095,00	50,12%
Total Activos diferidos	\$2.390,00	10,80%
Total Capital de trabajo	\$8.651,48	39,08%
TOTAL DE INVERSIÓN	\$22.136,48	100%

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

La empresa Guitar Lozada presenta una inversión inicial de \$22.136,48 por sus activos fijos, diferidos y capital de trabajo correspondiente.

6.5. Financiamiento

Financiamiento ajeno o recursos ajenos se agrupan todas las fuentes de financiación que obtiene la empresa y que suponen una deuda con terceros.

Financiación básica ajena o a largo plazo.- También denominada créditos de financiación. Se caracterizan porque el plazo de devolución es a largo plazo (superior a un año)

Financiación ajena a corto plazo.- Su destino es financiar el circulante de la empresa, por lo que su vencimiento no supera el periodo de un año. (Tamayo, Escobar, & López, Contabilidad y fiscalidad, 2013)

Para este proyecto de emprendimiento se da por factores internos y externos lo cual aportan de la siguiente manera:

Tabla 53. Financiamiento

Factores Internos	54,83%	\$12.136,48
Factores externos (Prestamos al Ban Ecuador)	45,17%	\$10.000,00
TOTAL	100,00%	\$22.136,48

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Tabla 54. Porcentaje de financiamiento

Préstamo \$10,000.00
Tasa 11.27% Anual
Periodo 5 Años

PERIODO	SALDO INICIAL	PAGO	INTERÉS	CAPITAL	SALDO FINAL
1 AÑO	\$10,000.00	\$3,127.00	\$1,127.00	\$2,000.00	\$8,000.00
2 AÑO	\$8,000.00	\$2,901.60	\$901.60	\$2,000.00	\$6,000.00
3 AÑO	\$6,000.00	\$2,676.20	\$676.20	\$2,000.00	\$4,000.00
4 AÑO	\$4,000.00	\$2,450.80	\$450.80	\$2,000.00	\$2,000.00
5 AÑO	\$2,000.00	\$2,225.40	\$225.40	\$2,000.00	\$0.00
TOTALES		13381	3381	10000	

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

6.6. Plan de Inversiones.

Es un instrumento ordenador, articulador y de programación de los numerosos esfuerzos nacionales y regionales en ciencia, tecnología e innovación.

Tabla 55. Plan de inversiones

DESCRIPCIÓN	VALOR	VALOR (%)
Total Activos Fijos	\$11.095,00	50,12%
Total Activos diferidos	\$2.390,00	10,80%
Total Capital de trabajo	\$8.651,48	39,08%
INVERSIÓN	\$22.136,48	100%
Financiamiento Recursos propios	\$12.136,48	54,83%
Financiamiento Institución Financiera	\$10.000,00	45,17%
TOTAL FINANCIAMIENTO	\$22.136,48	100%

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

6.7. Presupuesto de gastos e ingresos

La empresa reconoce sus costos y gastos en la medida en que incurran los hechos económicos en forma tal que queden registrados sistemáticamente en el periodo contable correspondiente (causación), independiente del flujo de recursos monetarios o financieros (caja). (NIIF, 2014)

Tabla 56. Materia prima

Materiales	Cant.	Unidades	V. Unitario	V. Total
Madera Cedro	600	Unidades	\$3.50	\$2,100.00
Madera pino	600	Unidades	\$2.00	\$1,200.00
Crin (Nylon)	350	Unidades	\$0.65	\$227.50
TOTAL				\$3,527.50

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Tabla 57. Materiales indirectos e insumos

Materiales	Cant.	Descripción	V. Unitario	Valor	Mantenimiento	TOTAL
					5%	
Trastes	10	Unidades	\$0.01	\$0.10	\$0.01	\$0.11
Clavijas	6	Unidades	\$0.75	\$4.50	\$0.02	\$4.52
Pegante	0.2	Litros	\$0.75	\$0.15		\$0.15
Pasta de madera	0.30	Litros	\$1.00	\$0.30		\$0.30
Lijas	1	Unidades	\$1.00	\$1.00		\$1.00
Esterilla de goma	1	Metros	\$1.50	\$1.50		\$1.50
Goma Laca francesa	0.50	Litros	\$2.00	\$1.00		\$1.00
Cotón	0.50	Libras	\$0.75	\$0.38		\$0.38
Barnizado y pintura	0.10	Litros	\$7.00	\$0.70		\$0.70
Sellador	0.33	Litros	\$4.50	\$1.49		\$1.49
Tinta china	0.10	frasco	\$1.00	\$0.10		\$0.10
Cinta masqué	2	Metros	\$0.02	\$0.04		\$0.04
Cejilla	2	Unidades	\$0.25	\$0.50		\$0.50
boquera papel	1	Unidades	\$0.02	\$0.02		\$0.02
TOTAL GUITARRA	x			\$11.21	\$0.03	\$11.80

Costos indirectos	Producción	Total
11,8	1200	14160

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

El proyecto está proyectado para 5 años entonces la depreciación se calcula a ese tiempo

Tabla 58. Cargo de depreciación y amortización

Descripción	Valor anual
Depreciación Maquinaria y equipo	\$ 745,20
Depreciación de Herramientas	\$ 43,83
Depreciación Equipos de cómputo	\$ 268,40
Depreciación Muebles y enseres	\$ 630,85
TOTAL	\$ 1.688,28
AMORTIZACIÓN	
Descripción	Valor anual
Publicidad y promoción	2100
TOTAL AMORTIZACIÓN	420
TOTAL DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	2.108,28

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Tabla 59. Mantenimiento maquinaria y equipo

Descripción	Valor anual
Mantenimiento Maquinaria y equipo	\$369,00
Mantenimiento de Herramientas	\$27,50
Mantenimiento Equipos de cómputo	\$80,00
TOTAL	\$476,50

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

El mantenimiento de maquinaria y equipo se lo estima trimestralmente para que el proceso de producción no pare; las herramientas de igual manera trimestralmente; y el equipos de cómputo una vez al año y así mantener una buena producción de Guitar Lozada.

Tabla 60. Mano de obra directa e indirecta

Mano de obra directa				
CARGO	Valor	F. Reserva	Mensual	Anual
Jefe de producción	\$380,00	\$31,67	\$411,67	\$4.940,00
Operario 1	\$375,00	\$31,25	\$406,25	\$4.875,00
Operario 2	\$375,00	\$31,25	\$406,25	\$4.875,00
Total	\$1.130,00	\$122,33	\$1.224,17	\$14.690,00
Mano de obra indirecta				
CARGO	Valor		Trimestral	Anual
Diseñador	370		\$370,00	\$1.480,00
Total				\$1.480,00
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA				16.170,00

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Tabla 61. Equipos de seguridad industrial

Descripción	Cant.	Unidades	V. Unitario	Valor
Overol	2	Unidad	\$30.00	\$60.00
Mandil	3	Unidad	\$12.00	\$36.00
Gafas	2	Unidad	\$15.00	\$30.00
Mascarilla	4	Paquetes	\$12.00	\$48.00
Guantes	4	Docenas	\$8.00	\$32.00
Botas puntas de acero	2	Pares	\$60.00	\$120.00
TOTAL				\$326.00

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Tabla 62. Suministros de aseo

Descripción	Cant.	Unidades	V. Unitario	Valor
Escoba	\$2.00	Unidad	\$2.00	\$4.00
Trapeador	\$2.00	Unidad	\$2.50	\$5.00
Recogedor	\$2.00	Unidad	\$2.00	\$4.00
Detergente	\$2.00	Kg.	\$5.00	\$10.00
Desinfectante	\$1.00	Gl	\$4.00	\$4.00
Fundas de basura	\$200.00	Unidades	\$0.10	\$20.00
Basurero	\$5.00	Unidad	\$4.20	\$21.00
TOTAL				\$68.00

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Costo de producción

A esto añade (Horngren, Datar, & Foster, Contabilidad de Costos, 2007) “es la suma de los costos asignados a un producto para un objeto específico”, pág. 44.

Los costos de producción son todos los valores que incurre la fabricación de un producto determinado mediante un proceso de transformación que permite obtener bienes a partir de otros.

Tabla 63. Costo de producción

Descripción	Valor
Materia Prima	\$3.527,50
Materiales indirectos	\$14.160,00
Cargos de depreciación y amortización	\$2.108,28
Mantenimiento de maquinaria y equipo	\$476,50
Mano de obra directa e indirecta	\$ 16.170,00
Equipos de seguridad	\$ 326,00
Suministros de aseo	\$68,00
TOTAL COSTO PRODUCCIÓN	\$36.836,28

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Costos Administrativos

Aquellos contraídos en el control y la dirección de una organización, pero no directamente identificables con la financiación, la comercialización, o las operaciones de producción. Los

salarios de los altos ejecutivos y los costes de los servicios generales (tales como contabilidad, contratación y relaciones laborales) se incluyen en esta rúbrica. (Enciclopedia Financiera, 2016)

Son todos los costos relacionados directamente con la administración y son el resultado de las actividades empleadas en la dirección de una organización como los salarios del personal administrativo, suministros de oficinas o demás bienes.

Tabla 64. Servicios básicos

Descripción	Consumo	Medición	Precio	P. mensual	Precio Anual
Energía eléctrica	275	Kw/h	0.0933	\$ 25.66	\$ 307.89
Agua Potable	10	mm3	0.35	\$ 3.50	\$ 42.00
Teléfono	100	Minutos	0.09	\$ 9.00	\$ 108.00
Internet	1	Ilimitado	19	\$ 19.00	\$ 228.00
TOTAL					\$ 676.65

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Tabla 65. Sueldos y salarios

Descripción	Cant.	P. Mensual	P. Anual
Gerente General	1	\$380.00	\$4,560.00
Secretaria -Contadora	1	\$375.00	\$4,500.00
TOTAL			\$9,060.00

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Tabla 66. Suministros de oficina

Descripción	Cantidad	P. Unitario	Precio Total
Esferos	24	\$0.35	\$8.40
Sellos con logo de la empresa	2	\$15.00	\$30.00
Carpetas	12	\$0.40	\$4.80
Perforadora	1	\$3.50	\$3.50
Grapadora	1	\$2.00	\$2.00
Caja clips metálicos	4	\$1.20	\$4.80
Resmas de papel bond A4	10	\$5.50	\$55.00
Tinta para la impresora	12	\$10.00	\$120.00
TOTAL			\$228.50

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Tabla 67. Costo administrativo totales

Servicios Básicos	\$ 685,89
Sueldos y Salarios	\$ 9.060,00
Suministros de oficina	\$ 228,50
T. Costo Administrativos	\$ 9.974,39

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Costo de ventas

Los Gastos de Venta son los gastos incrementales directamente atribuibles a la venta de un activo en los que la empresa no habría incurrido de no haber tomado la decisión de vender, excluidos los gastos financieros, los impuestos sobre beneficios y los incurridos por estudios y análisis previos. Se incluyen los gastos legales necesarios para transferir la propiedad del activo y las comisiones de venta. (Knoow.net, 2016).

Los gastos de venta se incurren para generar la actividad comercial del producto en una organización desde la publicidad y propaganda que se utilice para llegar a los clientes hasta la comercialización tanto a intermediarios como al consumidor final.

Tabla 68. Costo de ventas

Sueldos y salarios Ventas	\$4,500.00
Transporte	\$80.00
Publicidad	\$ 2,100.00
TOTAL COSTO DE VENTAS	\$6,680.00

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Costos de financiamiento

Todos aquellos gastos originados como consecuencia de financiarse una empresa con recursos ajenos. En la cuenta de gastos financieros destacan entre otras las cuentas de intereses de obligaciones y bonos, los intereses de deudas, los intereses por descuento de efectos y se incluyen también dentro de este apartado los gastos generados por las pérdidas de valor de activos financieros. (La gran enciclopedia de economía, 2016).

Los costos de financiamiento son los valores incurridos por el interés del capital de un préstamo bancario.

Tabla 69. Costo de financiamiento préstamo

Interés por préstamo bancario	\$3,381.00
-------------------------------	------------

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Resumen de presupuestos de costos.

Tabla 70. Presupuesto de gastos

Costos de producción	\$36.836,28
Costos Administrativos	\$9.974,39
Costos de Venta	\$6.680,00
Costos Financieros	\$3.381,00
TOTAL DE COSTOS	\$56.871,67

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

6.7.1. Situación financiera actual

El estado de situación financiera actual de la empresa Guitar Lozada se representa a través del Balance General definiéndolo como “(estado de la situación financiera, estado de la condición financiera) Estado Financiero que muestra la situación Financiera de una entidad de negocios en un momento determinado”, (Horngren, 2000, pág. 8). Las cuentas detalladas anteriormente del Activo, Pasivo y Patrimonio representados a través del presente estado de situación inicial:

Empresa Guitar Lozada
Balance General actual
ene-16

ACTIVO		PASIVO	
CORRIENTE		CORRIENTE	
Caja Bancos	\$ 500,00	Pasivo Corriente	<u>\$5.767,65</u>
Cuentas por cobrar	\$ 5.002,00		
Inventario Materiales	<u>\$ 8.917,13</u>	Total pasivo circulante	\$5.767,65
Total Activo Circulante	\$ 14.419,13		
TANGIBLES		LARGO PLAZO	
Maquinaria	\$ 8.280,00	Préstamo Bancario	<u>\$10.000,00</u>
Herramientas	\$ 550,00		
Equipo de Cómputo	\$ 1.220,00	Total Pasivo Largo	
		Plazo	<u>\$10.000,00</u>
Muebles y enseres	\$ 1.045,00		
(-)Depreciación acumulada neta	<u>-\$ 1.688,28</u>	TOTAL PASIVO	<u>\$15.767,65</u>
Total activos tangibles	\$ 9.406,72		
INTANGIBLES		PATRIMONIO	
Patente	\$ 20,00	Capital	<u>\$10.482,20</u>
Gastos de Constitución	\$ 397,00		
Permisos legales	<u>\$ 37,00</u>	TOTAL	
Total Activos intangibles	\$ 454,00	PATRIMONIO	<u>\$10.482,20</u>
ACTIVOS DIFERIDOS			
Rótulo	\$ 40,00		
Elaboración del proyecto	\$ 250,00		
Publicidad y promoción	\$ 2.100,00		
Amortización neta	<u>-\$ 420,00</u>		
Total activos diferidos	\$ 1.970,00		
TOTAL ACTIVO	<u>\$ 26.249,85</u>	T. Pasivo + Patrimonio	<u>\$26.249,85</u>

Gerente General

Contador

6.7.2. Situación financiera proyectada

Empresa Guitar Lozada

ACTIVO CORRIENTE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Caja Bancos	\$500.00	\$ 505.60	\$511.26	\$516.99	\$522.78	\$528.63
Cuentas por cobrar	\$5,002.00	\$ 5,058.02	\$5,114.67	\$5,171.96	\$5,229.88	\$5,288.46
Inventario	\$8,917.13	\$ 9,017.00	\$9,117.99	\$9,220.11	\$9,323.38	\$9,427.80
Total Activo Circulante	\$14,419.13	\$14,580.63	\$14,743.93	\$14,909.06	\$15,076.04	\$15,244.89
TANGIBLES						
Maquinaria	\$8,280.00	\$ 8,372.74	\$8,466.51	\$8,561.34	\$8,657.22	\$8,754.18
Herramientas	\$550.00	\$ 556.16	\$562.39	\$568.69	\$575.06	\$581.50
Equipo de cómputo	\$1,220.00	\$ 1,233.66	\$1,247.48	\$1,261.45	\$1,275.58	\$1,289.87
Muebles y enseres	\$1,045.00	\$ 1,056.70	\$1,068.54	\$1,080.51	\$1,092.61	\$1,104.85
(-)Depreciación acumulada neta	-\$1,688.28	-\$ 1,707.19	-\$1,726.31	-\$1,745.64	-\$1,765.20	-\$1,784.97
Total activos tangibles	\$9,406.72	\$ 9,512.08	\$9,618.61	\$9,726.34	\$9,835.27	\$9,945.43
INTANGIBLES						
Patente	\$20.00	\$ 20.22	\$20.45	\$20.68	\$20.91	\$21.15
Gastos de Constitución	\$397.00	\$ 401.45	\$405.94	\$410.49	\$415.09	\$419.74
Permisos legales	\$37.00	\$ 37.41	\$37.83	\$38.26	\$38.69	\$39.12
Total Activos intangibles	\$454.00	\$ 459.08	\$ 464.23	\$ 469.43	\$ 474.68	\$ 480.00
ACTIVOS DIFERIDOS						
		\$ 0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Rótulo	\$40.00	\$ 40.45	\$40.90	\$41.36	\$41.82	\$42.29
Elaboración del proyecto	\$250.00	\$ 252.80	\$255.63	\$258.49	\$261.39	\$264.32
Publicidad y promoción	\$2,100.00	\$ 2,123.52	\$2,147.30	\$2,171.35	\$2,195.67	\$2,220.26
Amortización neta	-420	-\$ 424.70	-\$429.46	-\$434.27	-\$439.13	-\$444.05
Total activos diferidos	\$1,970.00	\$ 2,416.77	\$ 2,443.84	\$ 2,471.21	\$ 2,498.88	\$ 2,526.87
TOTAL ACTIVO	\$26,249.85	\$26,968.55	\$27,270.60	\$27,576.03	\$27,884.88	\$28,197.19

PASIVO						
CORRIENTE						
Pasivo Corriente	\$5,767.65	\$ 5,832.25	\$ 5,897.57	\$ 5,963.62	\$ 6,030.42	\$ 6,097.96
Total pasivo circulante	\$5,767.65	\$ 5,832.25	\$5,897.57	\$5,963.62	\$6,030.42	\$6,097.96
LARGO PLAZO						
Préstamo Bancario	\$10,000.00	\$ 8,000.00	\$6,000.00	\$4,000.00	\$2,000.00	\$0.00
Total Pasivo Largo Plazo	\$10,000.00	\$8,000.00	\$6,000.00	\$4,000.00	\$2,000.00	\$0.00
TOTAL PASIVO	\$15,767.65	\$ 13,832.25	\$11,897.57	\$9,963.62	\$8,030.42	\$6,097.96
PATRIMONIO						
Capital	\$10,482.20	\$13,136.30	\$15,373.03	\$17,612.41	\$19,854.47	\$22,099.24
TOTAL PATRIMONIO	\$10,482.20	\$13,136.30	\$15,373.03	\$17,612.41	\$19,854.47	\$22,099.24
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$26,249.85	\$26,968.55	\$27,270.60	\$27,576.03	\$27,884.88	\$28,197.19

Gerente General

Contador

6.7.3. Presupuesto de ingresos

Tabla 71. Presupuesto de ingresos

Año	Producción	Costo	Utilidad	Utilidad	PVP	Ingresos	Ingresos
	DPI Real	1,12%	%	Valor		Mensuales	Anuales
Año 0	1200	\$ 41,00	22,00%	\$ 9,02	\$ 50,02	\$ 5.002,00	\$ 60.024,00
Año 1/ 2017	1218	\$ 41,46	23,12%	\$ 9,59	\$ 51,00	\$ 5.176,50	\$ 62.118,00
Año 2/ 2018	1237	\$ 41,92	24,24%	\$ 10,16	\$ 52,09	\$ 5.369,18	\$ 64.430,15
Año 3/ 2019	1256	\$ 42,39	25,36%	\$ 10,75	\$ 53,14	\$ 5.562,40	\$ 66.748,83
Año 4/ 2020	1275	\$ 42,87	26,48%	\$ 11,35	\$ 54,22	\$ 5.760,80	\$ 69.129,62
Año 5/ 2021	1294	\$ 43,35	27,60%	\$ 11,96	\$ 55,31	\$ 5.964,48	\$ 71.573,81

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

El presupuesto de ingreso de la empresa Guitar Lozada en el año 1 es de \$62 118 dólares americanos este cálculo se da mediante la multiplicación del DPI Real y el precio de venta al público que va subiendo cada año con relación a la inflación más la utilidad que se desea percibir hasta el año 2021.

6.7.4. Estado de resultados proyectados

El análisis del resultado empresarial constituye un factor determinante en el tiempo para la sostenibilidad de la empresa, en la medida que sin beneficios en el largo plazo o, dicho de otra manera, cuando la empresa este instalada en una senda de pérdidas, no habrá suficiente generación de teoría, ni posibilidad de retribuir a los accionistas, ni tampoco se mantendrá el valor empresarial por cuanto que las pérdidas comportan tanto la minoración del patrimonio neto. (Corona, Bejarano, & González, 2015)

		1,12%	2,24%	3,36%	4,48%	5,60%
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas netas	\$60.024,00	\$62.118,00	\$64.430,15	\$66.961,81	\$69.348,24	\$71.798,18
(-) Costos producción	\$36.836,28	\$37.248,85	\$37.661,41	\$38.073,98	\$38.486,55	\$38.899,11
Utilidad Bruta en ventas	\$23.187,72	\$24.869,15	\$26.768,73	\$28.887,83	\$30.861,70	\$32.899,06
(-) Gastos administrativos	-\$9.974,39	\$10.086,10	\$10.197,82	\$10.309,53	\$10.421,24	\$10.532,96
Gasto de ventas	-\$6.680,00	-\$6.754,82	-\$6.829,63	-\$6.904,45	-\$6.979,26	-\$7.054,08
Gastos financieros	-\$3.381,00	-\$1.127,00	-\$901,60	-\$676,20	-\$450,80	-\$225,40
UTILIDAD OPERACIONAL	\$3.152,33	\$6.901,23	\$8.839,69	\$10.997,66	\$13.010,39	\$15.086,63
(-) 15% Utilidad de trabajadores	-\$472,85	-\$1.035,19	-\$1.325,95	-\$1.649,65	-\$1.951,56	-\$2.262,99
Utilidad antes de Impuesto a la renta	\$2.679,48	\$5.866,05	\$7.513,73	\$9.348,01	\$11.058,83	\$12.823,63
(-)25% Impuesto a la renta	-\$669,87	-\$1.466,51	-\$1.878,43	-\$2.337,00	-\$2.764,71	-\$3.205,91
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$2.009,61	\$4.399,54	\$5.635,30	\$7.011,01	\$8.294,12	\$9.617,73
(+) Cargo depreciación y amortización	\$2.108,28	\$2.131,89	\$2.155,51	\$2.179,12	\$2.202,73	\$2.226,34
FLUJO NETO DE EFECTIVO	\$4.117,89	\$6.531,43	\$7.790,81	\$9.190,12	\$10.496,85	\$11.844,07

Gerente General

Contador

6.7.5 Flujo de caja

Se estructura en varias columnas que representa los momentos en que se generan los costos y beneficios de un proyecto. Cada momento refleja dos cosas: los movimientos de caja ocurridos durante un periodo, generalmente de un año, y los desembolsos que deben estar realizados para que los eventos del periodo siguiente pueda ocurrir(Sapag, 2013).

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A. Ingresos operacionales	\$22.136,48	\$62.118,00	\$64.430,15	\$66.961,81	\$69.348,24	\$71.798,18
<i>Recursos propios</i>	\$12.136,48	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<i>Recursos exteriores</i>	\$10.000,00	\$0,00		\$0,00	\$0,00	\$0,00
Ingresos venta de productos		\$62.118,00	\$64.430,15	\$66.961,81	\$69.348,24	\$71.798,18
B. Egresos operacionales	\$0,00	-\$54.089,77	-\$54.688,86	-\$55.287,96	-\$55.887,05	-\$56.486,15
Costos operacionales		-\$37.248,85	-\$37.661,41	-\$38.073,98	-\$38.486,55	-\$38.899,11
Gastos administrativos		-\$10.086,10	-\$10.197,82	-\$10.309,53	-\$10.421,24	-\$10.532,96
Gasto de ventas		-\$6.754,82	-\$6.829,63	-\$6.904,45	-\$6.979,26	-\$7.054,08
C. Flujo operacional (A-B)	\$22.136,48	\$8.028,23	\$9.741,29	\$11.673,86	\$13.461,19	\$15.312,03
D. Ingresos No operacionales	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Créditos a corto plazo						
E. Egresos no operacionales	\$0,00	\$1.581,00	\$1.363,45	\$1.146,04	\$928,77	\$711,64
Pago de impuestos		\$454,00	\$461,85	\$469,84	\$477,97	\$486,24
Gasto financiero pago interés		\$1.127,00	\$901,60	\$676,20	\$450,80	\$225,40
F. Flujo no Operacional (D-E)	\$0,00	-\$1.581,00	-\$1.363,45	-\$1.146,04	-\$928,77	-\$711,64
G. Flujo neto generados (C+F)	\$22.136,48	\$6.447,23	\$8.377,83	\$10.527,81	\$12.532,42	\$14.600,39

6.8. Punto de equilibrio

Para (Robbins & Decenzo, 2002) “La organización llega al punto de equilibrio cuando el total de sus ingresos es justo para que resulte igual al total de costos. Sin embargo, el total de costos tiene dos partes: un componente fijo y uno variable.”, pág. 144.

Según (Tejada, 2007) “El análisis del punto de equilibrio sirve para hacer proyecciones de ingresos, gastos y utilidades, bajo diferentes condiciones supuestas. Exige que se conozcan los costos de operación y que se segmenten en sus componentes fijos y variables.”, pág. 324.

Tabla 72. Costos fijos

COSTOS FIJOS	Detalle	VALOR
COSTO DE PRODUCCIÓN	Mano de obra directa	\$14,690.00
	Mano de obra indirecta	\$1,480.00
	Cargo amortización y depreciación	\$2,108.28
	Mantenimiento y reparación	\$476.50
	Equipos de seguridad industrial	\$326.00
	Total costo fijo producción	\$19,080.78
COSTO ADMINISTRATIVO	Servicios Básicos	\$685.89
	Sueldos y Salarios	\$9,060.00
	Total costo fijo administrativo	\$9,745.89
COSTO DE VENTA	Sueldos y salarios Ventas	\$4,500.00
COSTO FINANCIERO	Interés préstamo bancario	\$3,381.00
TOTAL COSTOS FIJOS		\$36,707.67

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Tabla 73. Costos variables

COSTOS VARIABLES	Detalle	VALOR
COSTO DE PRODUCCIÓN	Materia prima	\$3,527.50
	Materiales indirectos	\$14,160.00
	Suministros de aseo	\$68.00
Total costo variable de producción		\$17,755.50
COSTO ADMINISTRATIVO	Suministros de oficina	\$228.50

Total costo variable administrativo		\$228.50
COSTO DE VENTA	Transporte	\$80.00
	Publicidad	\$2,100.00
Total costo variable de venta		\$2,180.00

TOTAL COSTOS VARIABLES	\$20,164.00
-------------------------------	--------------------

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Punto de equilibrio monetario

$$P.E = \frac{CF}{1 - \frac{cv}{V}}$$

En dónde

PE CF/ (1-CV/V)

CF Costos fijos

CV Costos Variable

V Ventas

$$P.E = \frac{36707.67}{1 - \frac{20164.00}{60024.00}}$$

$$P.E = \frac{36707.67}{0.664067}$$

$$P.E = \$ 55277.00$$

El punto de equilibrio de la empresa Guitar Lozada es de \$ 55277 dólares, siendo el valor en monedas un valor referencial en ventas que debe conseguir para cubrir la inversión y no tener pérdida y seguir desarrollando su actividad productiva y económica.

Punto de equilibrio en unidades producción

$$P.E = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

En dónde:

PE CF/ (PVU/CVU)
CF Costos fijos
PVU Precio de venta unitario
CVU Costos Variables unitarios

$$P.E = \frac{36707.67}{50.02 - 16.80}$$

$$P.E = \frac{36707.67}{33.22}$$

$$\mathbf{P.E= 1105}$$

El punto de equilibrio de la empresa Guitar Lozada en su producción es de 1105 guitarras dentro de su producción, siendo un valor referencial que se debe producir para recuperar la inversión y no tener pérdidas en la producción de la empresa.

6.9. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos

Es la tasa que permite determinar si la situación económica de la empresa puede cubrir con la demanda financiera que genera la producción o los servicios que presta, resultado como la factibilidad del rendimiento de una organización.

La tasa de rendimiento requerida de una empresa sobre inversiones se conoce a veces como una tasa mínima, porque todos los proyectos deben ganar una tasa de rendimiento que sea lo suficientemente alta para superar esta tasa. De otro modo proyecto no cubrirá su costo de financiamiento y con ello se reduce la riqueza de los accionistas. (Mayes & Shank, 2009, pág. 286).

Cálculo sin financiamiento

Para calcular el TMAR consideramos la siguiente fórmula:

$$\text{TMAR1} = i + f$$

I = Riesgo país es considerado el 6.47% según nos muestra los datos al día 23 de diciembre del 2016 en la página(AMBITO, 2016).

Tabla 74. TMAR

TMAR1= i+f		
I	Riesgo país	6.47%
F	Inflación	1.12%
Tmar 1	7.59%	
TMAR2 =i+f(2)		
i	Riesgo país	6.47%
f	Inflación	1.12%
TMAR2	8.71%	

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

La tasa de rendimiento del proyecto de emprendimiento de la empresa Guitar Lozada es de 7.59% y 8.71% que sumando las dos tenemos 16.3% siendo tasas atractivas para inversionistas en vista que la tasa referencial en mayo 2016 es de 11.63%

Cálculo TMAR con financiamiento.

Tabla 75. Cálculo TMAR 1 global mixto

	Monto	%Aportación	Tmar Anual	Ponderación
Capital Propio	\$ 12,136.48	54.83%	7.59%	0.0416
Inversión Financiera	\$ 10,000.00	45.17%	11.27%	0.0509
Total	\$ 22,136.48	100.00%	18.86%	9.25%

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Tabla 76. Cálculo TMAR 2 global mixto

	Monto	%Aportación	Tmar Anual	Ponderación
Capital Propio	\$ 12,136.48	54.83%	8.71%	0.0478
Inversión Financiera	\$ 10,000.00	45.17%	11.27%	0.0509
Total	\$ 22,136.48	100.00%	19.98%	9.87%

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

La tasa mínima aceptable de rendimiento para el proyecto de la empresa Guitar Lozada es de 9.25% y de 9.87% y sumando los dos es de 19.12% para el interés de los inversionistas.

6.10. Valor presente o Valor actual neto (VAN)

Es el procedimiento que permite medir el flujo de efectivo que cuenta la empresa para asumir el proyecto a realizarse en un tiempo futuro, a través de determinada tasa y período, tomando como referencia la Inversión Inicial.

Para (Aguilar, y otros, 2006) “Es la suma de todos los flujos actualizados de efectivo futuros de una inversión o un proyecto, menos todas las salidas. Este indicador de evaluación permite conocer el valor del dinero actual (hoy) que va recibir el proyecto en el futuro, a una tasa de interés (tasa de actualización o descuento) y un período determinado (horizonte de evaluación), a fin de comparar este valor con la inversión inicial. Pág. 172.

$$VAN = -Inversion\ inicial + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

VAN año 1

Io Inversión Inicial

1 Constante

I Tmar 1er año

FNE Flujo neto del efectivo

$$VAN1 = -22136.48 + \frac{6447.23}{(1+9.25\%)^1} + \frac{8377.83}{(1+9.25\%)^2} + \frac{10314.83}{(1+9.25\%)^3} + \frac{12313.79}{(1+9.25\%)^4} + \frac{114376.02}{(1+9.25\%)^5}$$

$$VAN1 = -22136.48 + 5901.36 + 7019.22 + 7910.39 + 8643.83 + 9237.01$$

$$VAN\ 1 = 16575.32.$$

El valor neto de este proyecto es mayor a cero, lo que quiere decir que el emprendimiento es factible. El proyecto tiene la capacidad de recuperación de un 9.25% de rendimiento.

VAN año 2

Io	Inversión Inicial
1	Constante
I	Tmar 2do año
FNE	Flujo neto del efectivo

$$VAN2 = -Inversión\ inicial + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

$$VAN2 = -22136.48 + \frac{6447.23}{(1+9.87\%)^1} + \frac{8377.83}{(1+9.87\%)^2} + \frac{10314.83}{(1+9.87\%)^3} + \frac{12313.79}{(1+9.87\%)^4} + \frac{114376.02}{(1+9.87\%)^5}$$

$$VAN2 = -22136.48 + 5868,06 + 6940.22 + 7777.23 + 8450.36 + 8979.31$$

$$VAN2= 15878.70.$$

El valor actual neto es mayor a cero, lo que quiere decir que el emprendimiento es factible y la capacidad de recuperar lo invertido y generar utilidad con una tasa de rendimiento del 9.87%

6.11. Indicadores financieros

Tabla 77. Indicadores financieros

Factor	Indicadores Técnicos	Fórmula	Proceso	Resultado
Liquidez	1. Liquidez corriente	$\frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo circulante}}$	$\frac{\$14,580.63}{\$5,832.25}$	\$2.50
	2. Prueba ácida	$\frac{\text{Activo circulante} - \text{inventario}}{\text{Pasivo circulante}}$	$\frac{\$5,563.62}{\$5,832.25}$	\$0.95
Solvencia	1. Solvencia	$\frac{\text{Activo total}}{\text{Pasivo total}}$	$\frac{\$26,968.55}{\$13,832.25}$	\$1.95
Endeudamiento	1. Endeudamiento del activo	$\frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}}$	$\frac{\$13,832.25}{\$26,968.55}$	51%
	2. Endeudamiento del pasivo	$\frac{\text{Pasivo total}}{\text{Patrimonio}}$	$\frac{\$13,832.25}{\$13,136.30}$	105%
	3. Endeudamiento del activo fijo	$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo fijo}}$	$\frac{\$13,136.30}{\$26,968.55}$	49%
Apalancamiento	Apalancamiento	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$	$\frac{\$13,832.25}{\$13,136.30}$	\$1.05
Rentabilidad	Rentabilidad	$\frac{\text{Utilidad Neta del Ejercicio}}{\text{Ventas}}$	$\frac{6531.43}{62118}$	10.51%
	Rentabilidad Bruta	$\frac{\text{Utilidad Bruta en ventas}}{\text{Ventas}}$	$\frac{\$24,869.15}{\$62,118.00}$	40%

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

6.12 Tasa beneficio – Costo

Es el valor generado de la división de todos los ingresos que la empresa obtendrá por la oferta de sus productos y servicios y los costos que incurrirá realizar dicha comercialización a fin de poder identificar los beneficios que presentará dicha actividad económica en determinado tiempo.

La relación Beneficio/Costo es el cociente de dividir el valor actualizado de los beneficios del proyecto (ingresos) entre el valor actualizado de los costos (egresos) a una tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable (TREMA), a menudo también conocida como tasa de actualización o tasa de evaluación. Los beneficios actualizados son todos los ingresos del proyecto, aquí tienen que ser considerados desde ventas hasta

recuperaciones y todo tipo de “entradas” de dinero; y los costos son todos los egresos actualizados o “salidas” del proyecto desde costos de operación, inversiones, pago de impuestos, depreciaciones, pagos de créditos, intereses, etc. de cada uno de los años del proyecto. Su cálculo es simple, se divide la suma de los beneficios actualizados de todos los años entre la suma de los costos actualizados de todos los años del proyecto. (Agroproyectos, 2016).

$$\frac{B}{C} = \frac{\sum \text{Ingresos Brutos}}{\sum \text{Costos totales del proyecto}}$$

Tabla 78. Tasa beneficio

Beneficio Costo	
Ingresos brutos	62118
Costos totales del proyecto	54089.70
B/C	1.15

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

La empresa Guitar Lozada según la relación beneficio costo tiene 1.09 de recuperación y beneficio por cada dólar invertido.

6.13. Periodo de recuperación de la inversión

Es el procedimiento que permite definir el tiempo de recuperación del monto invertido para el desarrollo del proyecto, tomando como referencia la inversión inicial, el flujo neto de efectivo y el número de años.

Para (Fernández Espinoza, 2007) “se define como el tiempo en años que tarde en recuperarse el monto de la inversión inicial de un proyecto.”, pág. 128.

$$PRI = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\sum FNE}{\text{Número de años}}}$$

$$PRI = \frac{22136.48}{\frac{51829.70}{5}}$$

Tabla 79. Periodo de recuperación de la inversión

Io	Inversión inicial	22136.48
FNE	Sumatoria del flujo neto de efectivo	\$51829.70
Años	Años	5
PRI		2.14
Años	2	
Meses	1	
Días	20	

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

El periodo de recuperación de la inversión del proyecto es de 2 años 4 meses y 28 días.

6.14. Tasa interna de Retorno.

Es la tasa que demuestra la rentabilidad neta del proyecto al igualar a cero al Valor Presente Neto.

“Se define como la tasa de actualización por medio de la cual el valor actual de ingresos de efectivo, es igual al valor actual de los egresos o salidas de efectivo”, (Girón Milián, 2012).

$$TIR = T_{mar1} + (T_{mar2} - t_{MAR1}) \left(\frac{VAN1}{VAN1 - VAN2} \right)$$

$$TIR = 0.0925 + (0.0987 - 0.0925) \left(\frac{16575.32}{16575.32 - 15878.70} \right)$$

$$TIR = 0.0925 + (0.0062) (23.80) = \mathbf{TIR = 0.24}$$

$$TIR = 24\%$$

Tabla 80. TIR

Tmar1	9,25%
Tmar2	9,87%
VAN1	16575,32
VAN2	15878,70
TIR	0,240
TIR %	24%

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

El porcentaje de rendimiento futuro para la empresa Guitar Lozada es de 22% siendo mayor a la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) lo cual demuestra la factibilidad económica del emprendimiento, con eso los inversionistas pueden invertir en este proyecto.

6.15. Análisis de sensibilidad.

Es un término financiero, muy utilizado en las empresas para tomar decisiones de inversión, que consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN. (Gava, Serna, & Ubierna, 2013)

Para (Guerra E. & Aguilar V., 1995) se trata de una técnica analítica para someter a prueba de manera sistemática lo que ocurre con la rentabilidad de un proyecto si los acontecimientos difieren de las estimaciones hechas acerca de ellos en la planificación.

Tabla 81. Análisis de sensibilidad optimista 10%

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A. Ingresos operacionales	\$68,329.80	\$70,873.16	\$73,423.71	\$76,042.58	\$78,731.19
<i>Recursos propios</i>	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<i>Recursos exteriores</i>	\$0.00		\$0.00	\$0.00	\$0.00
Ingresos venta de productos	\$68,329.80	\$70,873.16	\$73,423.71	\$76,042.58	\$78,731.19
B. Egresos operacionales	-\$49,172.51	-\$49,717.15	-\$50,261.78	-\$50,806.41	-\$51,351.04
Costo de producción	-\$33,862.59	-\$34,237.65	-\$34,612.71	-\$34,987.77	-\$35,362.83
Gastos administrativos	-\$9,169.18	-\$9,270.74	-\$9,372.30	-\$9,473.86	-\$9,575.41
Gasto de ventas	-\$6,140.74	-\$6,208.76	-\$6,276.77	-\$6,344.79	-\$6,412.80
C. Flujo operacional (A-B)	\$19,157.29	\$21,156.02	\$23,161.94	\$25,236.17	\$27,380.14
D. Ingresos No operacionales	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Créditos a corto plazo					
E. Egresos no operacionales	\$1,581.00	\$1,363.45	\$1,146.04	\$928.77	\$711.64
Pago de impuestos	\$454.00	\$461.85	\$469.84	\$477.97	\$486.24
Gasto financiero pago interés	\$1,127.00	\$901.60	\$676.20	\$450.80	\$225.40

F. Flujo no Operacional (D-E)	-\$1,581.00	-\$1,363.45	-\$1,146.04	-\$928.77	-\$711.64
G. Flujo neto generados (C+F)	\$17,576.29	\$19,792.56	\$22,015.89	\$24,307.39	\$26,668.50

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Valor actual neto

VAN 1

Io	Inversión Inicial	22,136.48				
	1 Constante	1				
I	Tmar Primer año	9.25%				
		Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FNE		\$17,576.29	\$19,792.56	\$22,015.89	\$24,307.39	\$26,668.50
VAN1		16088.13	16582.85	16883.87	17062.89	17135.29
VAN1	61616.55					

VAN año 2

Io	Inversión Inicial	-22136.48				
	1 Constante	1				
I	Tmar 2do año	9.87%				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FNE		\$17,576.29	\$19,792.56	\$22,015.89	\$24,307.39	\$26,668.50
VAN2		15997.35	16396.22	16599.65	16680.99	16657.24
VAN 2	60194.97					

Tabla 82. Periodo de recuperación optimista

Io	Inversión inicial	22136.4786			
FNE	Sumatoria del flujo neto de efectivo	58944.26			
Años	Años	5	Mes		Día
PRI		1.003	0.003	0.036	0.036
Años	1				
Meses	0				
Días	1				

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Tabla 83. Beneficio costo optimista

Ingresos brutos	\$68,329.80
Costos totales del proyecto	\$49,172.51
B/C	1.39

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

TIR optimista

$$TIR = Tmar1 + (Tmar2 - tMAR1) \left(\frac{VAN1}{VAN1 - VAN2} \right)$$

Tabla 84. TIR optimista

Tmar1	9.25%
Tmar2	9.87%
VAN1	61616.55
VAN2	60194.97
TIR	0.361
TIR %	36%

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Análisis Pesimista

Tabla 85. Análisis de sensibilidad pesimista -10%

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A. Ingresos operacionales	\$56,470.91	\$58,572.86	\$60,680.76	\$62,845.11	\$65,067.10
<i>Recursos propios</i>	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<i>Recursos exteriores</i>	\$0.00		\$0.00	\$0.00	\$0.00
Ingresos venta de productos	\$56,470.91	\$58,572.86	\$60,680.76	\$62,845.11	\$65,067.10
B. Egresos operacionales	\$59,498.74	\$60,157.75	-\$60,816.75	\$61,475.76	\$62,134.76
	-	-		-	-
Costo de producción	\$40,973.73	\$41,427.55	-\$41,881.38	\$42,335.20	\$42,789.02
	-	-		-	-
Gastos administrativos	\$11,094.71	\$11,217.60	-\$11,340.48	\$11,463.37	\$11,586.25
Gasto de ventas	-\$7,430.30	-\$7,512.60	-\$7,594.89	-\$7,677.19	-\$7,759.49
C. Flujo operacional (A-B)	-\$3,027.83	-\$1,584.89	-\$136.00	\$1,369.35	\$2,932.33
D. Ingresos No operacionales	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Créditos a corto plazo					
E. Egresos no operacionales	\$1,581.00	\$1,363.45	\$1,146.04	\$928.77	\$711.64
Pago de impuestos	\$454.00	\$461.85	\$469.84	\$477.97	\$486.24
Gasto financiero pago interés	\$1,127.00	\$901.60	\$676.20	\$450.80	\$225.40

F. Flujo no Operacional (D-E)	-\$1,581.00	-\$1,363.45	-\$1,146.04	-\$928.77	-\$711.64
G. Flujo neto generados (C+F)	-\$4,608.83	-\$2,948.34	-\$1,282.04	\$440.58	\$2,220.69

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

VAN 1

Io	Inversión Inicial	-\$22,136.48				
	1 Constante		1			
	Tmar Primer año		9.25%			
I						
FNE		-\$4,608.83	-\$2,948.34	-\$1,282.04	\$440.58	\$2,220.69
			VAN1	VAN2		
VAN1			-4218.61	-2470.22	-983.19	309.27
VAN1						1426.86
	-28072.37					

VAN 2

Io	Inversión Inicial	-22136.48				
	1 Constante		1			
	Tmar 2do año		9.87%			
I						
FNE	Flujo neto del efectivo	-\$4,608.83	-\$2,948.34	-\$1,282.04	\$440.58	\$2,220.69
			VAN1	VAN2		
VAN2			-4194.81	-2442.41	-966.64	302.35
VAN2						1387.05
	-28050.94					

Ya no es necesario realizar más cálculos ya que el VAN es menor a 0 y el proyecto no es factible

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

La creación de la empresa productora y distribuidora de guitarras personalizadas para niños, permitirá que nuevos productos salgan al mercado ya que existirá nuevos diseños ya que serán personalizadas a gusto del cliente y eso da que tengan su propio estilo satisfaciendo las necesidades de los niños y por ende de sus padres y se producirá una mejor participación de mercado y generación de nuevas fuentes de trabajo.

Según todo el estudio realizado en el proyecto de emprendimiento da como resultado lo siguiente:

En el presente estudio de mercado pudimos observar el mercado meta eso quiere decir hacia donde está dirigido el proyecto de emprendimiento el cual se producirá en la provincia de Tungurahua, determinando una oportunidad de negocio y se obtuvo los resultados de la demanda potencialmente insatisfecha al que se pretende cubrir con este emprendimiento.

La investigación de campo realizada mediante una prueba piloto por medio de encuestas determina la factibilidad del proyecto y hacia dónde va dirigido la microempresa y establecer las mejores estrategias del mix de marketing que es parte del proyecto de emprendimiento y dar un valor agregado así obtener el reconocimiento y fidelidad por nuestros clientes y darnos a conocer en un mercado de guitarras y apasionados en la música.

El estudio organizacional es parte fundamental de la microempresa, así establecer un orden jerárquico y poder dar soporte a los procesos de producción y comercialización, conjuntamente con el manual de funciones de cada persona que está a cargo en su área de trabajo con el objetivo de cumplir con el buen desenvolvimiento de la empresa y satisfacer con las metas planificadas en un tiempo determinado.

El estudio económico muestra diferentes aspectos financieros que son fundamentales para dar inicio con una inversión inicial real que es necesario para el logro del inicio de las actividades,

así mismo obtener una evaluación del proyecto en tiempo presente y futuro de cada uno de los indicadores para poder cubrir con los gastos existentes y mejorar las utilidades que se desea ganar y recuperar la inversión como en este estudio estamos recuperando en 1 año 0 meses y 1 días así mismo nos enfocamos en dos escenarios para el presente análisis uno optimista y otro pesimista para obtener una mejor visión de los posibles cambios futuros. Convenciendo a los inversionistas de la factibilidad del proyecto de emprendimiento, considerando su liquidez, endeudamiento, y el retorno de la inversión.

7.2.Recomendaciones

Crear nuevas líneas de guitarras con diseños acordes mejorando los estándares de calidad y generando un valor agregado, considerando el nivel de capacidad de compra que tienen los clientes potenciales y tomando en cuenta la capacidad de producción.

Realizar alianzas estratégicas con el ministerio de educación y las personas encargadas de dar la materia de música en las diferentes instituciones educativas públicas y privadas de la provincia para lograr una expansión de la empresa y dar a conocer nuestro productos y la calidad de instrumento que tenemos y desde esos medios culturalizar a los niños por medio de la música.

Como hoy en día estamos en cambios constantes, los consumidores son muy variantes en tiempos cada vez más cortos es necesario realizar a un determinado tiempo, nuevas investigaciones de los gustos y preferencias para identificar nuevas oportunidades de línea del producto y ser pioneros en entregar productos de satisfacción y fidelidad a nuestros clientes.

Cumplir con el mantenimiento de la maquinaria, equipos y herramientas que son parte de la producción para que no exista un cuello de botella a fin de alargar el tiempo de vida útil de las mismas y tener una producción al 100% de su capacidad.

Evaluar los diferentes estados económicos existentes y poder cuantificar como está el progreso del micro empresa en tiempos cortos, utilizando diferentes métodos de análisis financiero así

como estadísticos que permita tener un panorama claro de cómo está la empresa en la parte financiera y así poder tomar las mejores decisiones en los momentos adecuados.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



**LAS TENDENCIAS DEL MERCADO DE GUITARRAS Y SU DEMANDA
POTENCIAL**

THE TRENDS OF THE GUITAR MARKET AND ITS POTENTIAL DEMAND

Lozada Tibán Manuel Leonardo, leoslozada@hotmail.com

RESUMÉN

En el Ecuador una guitarra profesional elaborada de palo santo puede costar alrededor de \$ 3000 y las de ébano y eucalipto \$ 1000, mientras que las no profesionales y de fabricación en serie entre \$30 y \$60. Las guitarras profesionales tienen mayor costo por el estricto tratamiento de la madera y la técnica definida en su elaboración. Las no profesionales son muy empíricas.

En la Provincia de Tungurahua existen varios artesanos de diferentes asociaciones las cuales han tenido una tradición de años atrás aunque esta tradición se va perdiendo solamente en la provincia de Tungurahua existen en dos cantones que todavía mantienen la tradición como son los cantones de Tisaleo y Píllaro. Las guitarras son hechas por medio de ensamblajes, mientras se va ensamblando va tomando forma las, tapas pueden ser de cualquier madera de preferencia las maderas de tapas debe ser de una madera que obtenga mayor durabilidad.

En el Cantón en la actualidad existen alrededor de unos 40 ebanistas de los cuales solo el 20% están en trabajo activo.

Palabras claves: Producción de guitarras; distribución de guitarras; innovación; valor agregado.

ABSTRACT

In Ecuador an elaborate professional guitar from palo santo can cost around \$ 3000 and those of ebony and eucalyptus \$ 1000, while non-professional and mass-produced between \$ 30 and \$ 60. Professional guitars have higher costs for the strict treatment of the wood and the technique defined in its elaboration. Non-professionals are very empirical.

In the Province of Tungurahua there are several craftsmen of different associations which have had a tradition of years back although this tradition is lost only in the province of Tungurahua

exist in two cantons that still maintain the tradition as are the cantons of Tisaleo and Píllaro. Guitars are made by means of assemblies, while assembling is taking shape, lids can be of any wood, and preferably the wood of lids should be of a wood that obtains greater durability. In the Canton Tisaleo there are currently about 40 cabinetmakers of which only 20% are in active labor.

Keywords: Guitars production; Distribution of guitars; innovation; value added.

INTRODUCCIÓN.

Creación empresarial

El emprendedor en su proceso creativo empresarial, parte de una idea que considera es interesante investigar y transformarla, la cultura empresarial, la maduración de la idea, los recursos económicos disponibles, de allí germina la empresa. (Valenciano & Uribe , 2013)

Creación de guitarras.

Entre la delgada viruta que cae de la fina madera, el polvillo del delicado trabajo de pulir ese noble material, da forma a aquel instrumento musical. (Ochoa, 2013), Durante el siglo XX, da muestra el hecho de que Andrés Segovia consideraba el mejor compositor para guitarras de todos los tiempos. (Ramos, 2005)

La creación de una empresa productora y distribuidora de guitarra da solución a las necesidades encontradas en el cantón, ya que muchos ebanistas no ejercen la profesión por lo tanto carecen de trabajo, fortaleciendo la economía y abriendo espacio para nuevas plazas de trabajo en el sector, incentivando a los niños desde pequeños a mantener la cultura de la música y la tradición de instrumentos andinos.

Plan Nacional para el Buen Vivir es la transformación del sistema económico para que efectivamente se convierta en un sistema social y solidario, en el que converjan la economía de mercado, la economía pública y la economía popular y solidaria. (Senplades, 2013). Este eje comprende de los siguientes objetivos:

Objetivo 8 Consolidar el sistema económico social y solidario de forma sostenible,

Objetivo 9: Garantizar el trabajo digno en todas sus formas,

Objetivos 10 Impulsar la transformación de la matriz productiva.

En noviembre de 1998, el Ministerio de trabajo del Ecuador solicitó la cooperación de la PIT para fundamentar un plan integral de apoyo al sector de la microempresa en el país, dando a nacer el Plan Nacional de Microempresa en el Ecuador. (Trabajo, 1998). Hoy en día hay pocos que compran la creación “por el precio”, dice, pues una puede costar más de 1000 USD. Por eso manda sus instrumentos a España y venden como guitarras de segunda, donde junto con Japón las aprecian y pueden costar unos 3000 euros (unos 4 mil dólares). (El Universo, 2013). El cantón Tisaleo es una municipalidad de la provincia de Tungurahua. Su población es de 12.137 habitantes, tiene una superficie de 59 000 Km² con su actual alcalde es Rodrigo Garcés. Conseguir una aceptación en el posicionamiento de las guitarras personalizadas para niños en la provincia de Tungurahua del cantón Tisaleo, para que los niños desde pequeños se vayan culturalizando con nuestros instrumentos andinos.

OBJETIVOS.

General

- Desarrollar el estudio de factibilidad para la creación de la empresa productora y distribuidora de guitarras personalizadas para niños en la Provincia de Tungurahua.

Específicos

- Diagnosticar la situación actual del sector artesanal de guitarras y el estudio de mercado mediante el análisis de la oferta y la demanda a fin de diseñar estrategias comerciales competitivas.
- Innovar un diseño organizacional enfocado a la administración por resultados.
- Analizar el aspecto económico y financiero a través del análisis de componentes, como el sistema de financiamiento capital de trabajo, amortización de la deuda, aplicando los indicadores financieros el VAN y TIR.

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación cualitativa desde el paradigma positivista, utilizando la recolección de datos para descubrir el comportamiento del consumidor.

Investigación de campo

Es una investigación aplicada para comprender y resolver alguna situación, necesidad o problema en un contexto determinado. El investigador convive con la personas y se apoyan en la recolección de datos y las fuentes consultadas. (Zorrilla, 2010)

Investigación bibliográfica

Constituye una excelente introducción a todos los otros tipos de investigación, además de que constituye una primera etapa dentro de ella, puesto que están proporcionando el conocimiento de las investigaciones ya existentes, teorías, hipótesis, experimentos

Población

Es el universo total de la cual se extrae una muestra, existe población inferencial o población objetivo deseada es la población sobre la que se pretende generalizar los resultados por ejemplo, por residir en núcleos rurales muy aislados con escuelas con muy pocos alumnos. (Navas, 2012). Es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. (Arias, El proyecto de investigación , 2012). La población es el conjunto de individuos que poseen características y propiedades y pertenecen a un sector determinado, mismos que serán estudiados en función de las necesidades de una investigación estadística o datos porcentuales. (Chávez, 2016).

Tabla 1. Segmentación de mercado

Variable de segmentación	Variable	Datos #	Año
Geográfica	Población Tungurahua 65.4%	504.583	2010
Demográfica	Población económica activa (PEA) 48.53%	244.893	2010
Demográfica	Estrato social 60.5%	148.160	2010
Demográfica	Padres con hijos 0-14 años 69%	102.231	2010

Elaborado por: Leonardo Lozada
Fuente: (INEC, 2010)

Mercado meta

AÑO	MERCADO META	TCP
2010	244.893	1,52%
2011	248615	
2012	252394	
2013	256231	
2014	260125	
2015	264079	
2016	268093	

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: (INEC, 2010)

Muestreo

Consiste en limitar la investigación a un número reducido de personas, tomadas de la población o universo, cuyas actitudes, opiniones, comportamientos, queremos conocer. (Ruiz, Teoría y práctica de la investigación cualitativa, 2012). Cada elemento de la muestra que es medido en una variable independiente, se trata de un muestreo de unidades o elementos individuales de una población definida. (Rio, 2013).

Ecuación de la muestra

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

n= Tamaño de la muestra

z= Nivel de confianza 1.96

P= Probabilidad a favor 50%

Q= Probabilidad en contra 50%

N= Población del universo

e= Nivel de error 5%

$$n = \frac{1.96^2(0.50)(0.50)(268093)}{1.96^2(0.50)(0.50) + (268093)0.05^2}$$

$$n = \frac{257,476}{671}$$

$$n = 383.71$$

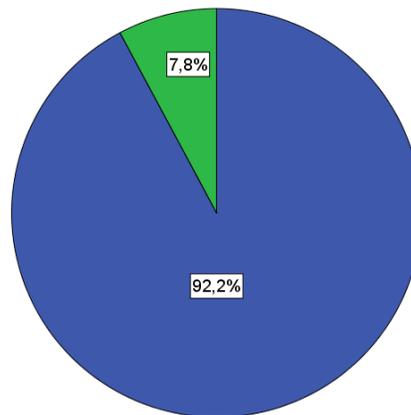
n = 384 personas a encuestar.

RESULTADOS

Luego de la aplicación del instrumento de recolección de información, los datos se procesaron, para obtener información de las empresas familiares de la Provincia de Tungurahua para describir la personalización de guitarras.

¿De comercializarse en el mercado guitarras para niños Usted adquiriría?

Figura 1. Mercado guitarras para niños



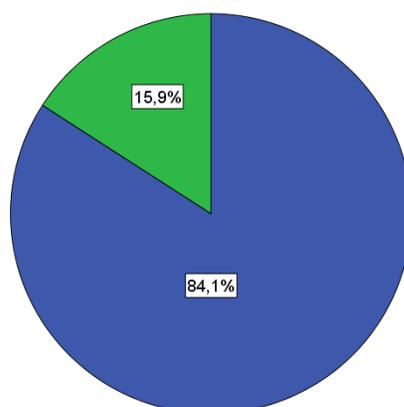
Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

De los encuestados gran parte manifiesta que si adquirirían guitarras para niños, y solamente una menor parte que NO, esa mayoría de personas pueden ser nuestros clientes que debemos considerarles muy importantes, cabe destacar que éste grupo de encuestados están dispuestos adquirir las guitarras, indudablemente les interesa el producto que le estamos ofreciendo.

¿Le gustaría que le ofrezcan guitarras personalizadas?

Figura 2. Guitarras personalizadas.



Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación de campo

Las guitarras clásicas y acústicas son las más comercializadas en el mercado, pero hay un gran número de personas que están interesadas en conocer los nuevos modelos que estamos ofreciendo en el mercado, evidentemente esto nos favorece ya que en ningún lugar del país y el mundo producen guitarras personalizadas, podríamos destacar que es una oportunidad para diseñar productos nuevos y novedosos.

La demanda potencial insatisfecha se calcula mediante la resta de la demanda de productos con la oferta en productos

DPI= Demanda de productos – oferta de productos

Tabla 1. Cálculo de la DPI

Año	Demanda de productos	Oferta en productos	DPI
2016	37743	10659	27084
2017	38316	10821	27495
2018	38899	10985	27913
2019	39490	11152	28337
2020	40090	11322	28768
2021	40699	11494	29205

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigación propia

Plan de Inversiones.

Es un instrumento ordenador, articulador y de programación de los numerosos esfuerzos nacionales y regionales en ciencia, tecnología e innovación.

Tabla 2. Plan de inversiones

DESCRIPCIÓN	VALOR	VALOR (%)
Total Activos Fijos	\$11.095,00	50,12%
Total Activos diferidos	\$2.390,00	10,80%
Total Capital de trabajo	\$8.651,48	39,08%
INVERSIÓN	\$22.136,48	100%
Financiamiento Recursos propios	\$12.136,48	54,83%
Financiamiento Institución Financiera	\$10.000,00	45,17%
TOTAL FINANCIAMIENTO	\$22.136,48	100%

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

Tabla 3. Periodo de recuperación de la inversión

Io	Inversión inicial	22136.48
FNE	Sumatoria del flujo neto de efectivo	\$51,829.70
Años	Años	5
PRI		2.14
Años	2	
Meses	1	
Días	20	

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

El periodo de recuperación que la empresa Guitar Lozada es de 2 años 1 mes y 20 días con una inversión de \$22136.48 dólares americanos.

Tasa interna de Retorno.

Tabla 4. TIR

Tmar1	9.25%
Tmar2	9.87%
VAN1	16575.32
VAN2	15878.70

TIR	0.240
TIR %	24%

Elaborado por: Leonardo Lozada

Fuente: Investigador

La tasa interna de retorno es del 24% y eso demuestra que es factible la inversión para el proyecto de creación de guitarras personalizadas para niños.

DISCUSIÓN

La creación y distribución de guitarras personalizadas para niños se respalda por la investigación antes realizada y la parte financiera que demuestra que es factible invertir, de esta manera generamos nuevas fuentes de trabajo dentro del sector artesanal de guitarras.

CONCLUSIONES

En el presente estudio de mercado pudimos observar el mercado meta eso quiere decir hacia donde está dirigido el proyecto de emprendimiento que se producirá en la provincia de Tungurahua, determinando una oportunidad de negocio y se obtuvo los resultados de la demanda potencialmente insatisfecha al que se pretende cubrir con este emprendimiento.

En el presente estudio de mercado pudimos observar el mercado meta eso quiere decir hacia donde está dirigido el proyecto de emprendimiento el cual se producirá en la provincia de Tungurahua, determinando una oportunidad de negocio y se obtuvo los resultados de la demanda potencialmente insatisfecha al que se pretende cubrir con este emprendimiento.

La investigación de campo realizada mediante una prueba piloto por medio de encuestas determina la factibilidad del proyecto y hacia dónde va dirigido la microempresa y establecer las mejores estrategias del mix de marketing que son parte del proyecto de emprendimiento y dar un valor agregado así obtener el reconocimiento y fidelidad por nuestros clientes y darnos a conocer en un mercado de guitarras y apasionados en la música. El estudio organizacional es parte fundamental de la microempresa, así establecer un orden jerárquico y poder dar soporte a los procesos de producción y comercialización, conjuntamente con el manual de funciones de

cada persona que está a cargo en su área de trabajo con el objetivo de cumplir con el buen desenvolvimiento de la empresa y satisfacer con las metas planificadas en un tiempo determinado. El estudio económico muestra diferentes aspectos financieros que son fundamentales para dar inicio con una inversión inicial real que es necesario para el logro del inicio de las actividades, así mismo obtener una evaluación del proyecto en tiempo presente y futuro de cada uno de los indicadores para poder cubrir con los gastos existentes y mejorar las utilidades que se desea ganar y recuperar la inversión como en este estudio estamos recuperando en 1 año 0 meses y 1 días así mismo nos enfocamos en dos escenarios para el presente análisis uno optimista y otro pesimista para obtener una mejor visión de los posibles cambios futuros. Convenciendo a los inversionistas de la factibilidad del proyecto de emprendimiento, considerando su liquidez, endeudamiento, y el retorno de la inversión.

ACERCA DEL AUTOR

¹ Manuel Leonardo Lozada Tibán, Egresado en Marketing y Gestión de Negocios, Universidad Técnica de Ambato, leoslozada@hotmail.com

Referencias Bibliográficas

- Alcaraz, M., & Díaz, R. (2010). *La guitarra: historia, organología y repertorio*. San Vicente: Club Universitario.
- Alcazar, B. (2013). *Los canales de distribución en el sector turístico*. Madrid: Esic Editorial.
- AMBITO. (12 de 2016). Recuperado el 23 de 12 de 2016, de <http://www.ambito.com/economia/mercados/riesgo-pais/info/?id=5>
- Ardura, R. (2012). *Principios y estrategias de marketing*. Barcelona: UOC.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación*. Caracas: Episteme.
- Arias, F. (2013). *El proyecto de investigación*. Caracas: Episteme.
- Bolívar, S. (2013). *Costos y márgenes de comercialización*. Lima: IICA CIDIA.
- Borja, B. (2011). *Los activos intangibles y sus retos*. España: Netbiblo S.L.
- Bravo, M. (2011). *Contabilidad General*. Madrid: Esic.
- Castro, G. (2013). Origen del “tono” y “toque de taranta” en la guitarra. *Revista de Investigación sobre Flamenco*, 110.
- Chávez, A. (2016). *Creación de una línea de calzado deportivo urbano para niños en la empresa Calzado Chávez a través de un emprendimiento*. Ambato: UTA.
- Cisco. (2013). Estados financieros, impuestos y flujo de efectivo. *Cisco*, 21.
- Corona, E., Bejarano, V., & González, J. (2015). *Análisis de estados financieros individuales y consolidados*. Madrid: UNED.
- Coss, R. (2013). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión*. México: Limusa S.A.
- Dickson. (2001). *Mejore su negocio*. Ginebra: OITG.

- El Universo. (19 de Octubre de 2013). Noticias. *Artesano al rescate de la guitarra clasica en Cuenca*. Recuperado el 03 de Enero de 2016, de Artesano al rescate de la guitarra clasica en Cuenca: <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/10/19/nota/1599486/artesano-rescate-guitarra-clasica-cuenca>
- Erossa, V. (2004). *Proyectos de inversión en ingeniería*. México: Limusa.
- Farnetano, M. (2005). *Planta manufacturera de cerveza*. Caracas: UCAB.
- Foncrei;. (2000). *Manual para la formulación y evaluación de proyectos*. Caracas: Gerencia de operaciones.
- Freire, D. (2010). *Concepto de Administración estratégica*. México: Prentice, INC.
- Gaither, N. (2012). *Administración de producción y operaciones*. Gracia: Thomsom.
- Gava, L., Serna, G., & Ubierna, A. (2013). *Dirección Financiera: Decisiones de Inversión*. Madrid: Delta.
- George , J., & Álvarez, L. (2010). *Historia del pensamiento administrativo*. México: Pearson Educacion.
- Gómez, B., & López, F. (2013). *Regionalización turística*. Barcelona: Text Guia.
- Gòmez, B., & Lòpez, F. (2013). *Regionalización turística del mundo*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Govea, M. (2013). *Estrategias comerciales*. Recuperado el 02 de Diciembre de 2016, de eumed.net: <Http://Www.Eumed.Net/Ce/2012/Gme.Html>
- Gracia, M., & Sanchez, P. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: Er.
- Granados, I. (2012). *Fundamentos, principios e introducción a la contabilidad*. Bogota: Universidad Nacional de Colombia.
- Griffin, R. (2014). *Administración*. Madrid: Cengage Learning.

- Horngrén, C. (2014). *Contabilidad*. México: Pearson Educación.
- INEC. (2010). *Ecuador en cifras*. Quito: Gobierno del Ecuador.
- INEC. (Julio de 2013). *Población demografía*. Recuperado el Enero de 2016, de Proyecciones Poblacionales: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Kotler, P., & Keller, K. (2013). *Dirección de Marketing*. México: Pearson.
- Krugman, P., Wells, R., & Olney, M. (2013). *Fundamentos de economía*. Barcelona: ER.
- Lambin, P. (2013). *Canales de distribución*. Madrid: Esic.
- Latorre, L. (2012). *Contabilidad Gerencial*. Calí: Universidad Nacional de Colombia.
- López, H. E. (24 de Diciembre de 2013). Como se fabrica una guitarra fina. (L. Ordoñez, Entrevistador)
- Mejía, C. (2013). El concepto de la capacidad instalada. *Planning*, 1-3.
- Menjívar, L., & Salazar, J. (2015). *Crecimiento dispar-Factores a corto y largo plazo*. New Your: Fund Library.
- Meza, P. (2014). *Fundamentos básicos de contabilidad*. Madrid: Esic.
- Muñiz, R. (2013). *Marketing en el siglo XXI*. Valencia: CEF.
- Navarro, F. (2001). *Estrategias de marketing ferial*. Madrid: Esic.
- Navas, M. J. (2012). *Métodos diseños y técnicas de investigación psicológica*. Madrid: UNED.
- NIIIF. (2014). *Estados financieros*.
- Ochoa, S. (2013). *Artesano al rescate de la guitarra clásica en Cuenca*. Cuenca: El universo.
- Ollé, M., Planellas, M., & Molina, J. (2014). *Creación y desarrollo empresarial*. Barcelona: Boixareu.

- Ordoñez, J. (s.f.). *Localización óptima del proyecto*. Recuperado el 05 de Diciembre de 2016, de Scribd: <https://es.scribd.com/doc/50859402/LOCALIZACION-ÓPTIMA-DEL-PROYECTO>
- Orquera, L. F. (18 de Marzo de 2015). EL COMERCIO. *Las guitarras solo tienen la madera nacional*.
- Pursals, C. (2014). *La reputación de marca*. Barcelona: UOC.
- Ramírez, E. (2012). *Contabilidad Enfoque practico*. Bogota: Universidad Nacional de Colombia.
- Ramos, I. (2005). *Historia de la guitarra y los guitarristas españoles*. Buenos Aires: Club Universitario.
- Rio, D. (2013). *Diccionario-glosario de metodología de la investigación social*. Madrid: UNED.
- Rojas, C. (2012). *Estructura organizacional*. Obtenido de <Http://Www.Gestiopolis.Com/Estructura>
- Rosales, J. (2014). *Elementos de microeconomía*. Barcelona: EUNED.
- Ruiz, J. (2012). *Teoría y práctica de la investigación cualitativa*. Bilbao: Deusto digital.
- Ruiz, J. (2013). *Teoría y práctica de la investigación cualitativa*. Bilbao: Deusto digital.
- Sala , G. (2015). *Gestion de un pequeño comercio*. Madrid: Editex.
- Sapag, N. (2013). *Proyectos de Inversión - Formulación y Evaluación*. México: Pearson Educación.
- Schonbrun, M. (2013). *Manual para tocar*. Barcelona: Robinbook.
- Semplades. (2013). *Plan Nacional 2013-2017*. Quito: Semplades.
- Senplades. (2013). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Quito.

- Stern, L., Ansary, A., Coughlan, A., & Cruz, I. (2014). *Canales de comercialización* (5a ed.). Madrid: Prentice Hall.
- Talaya, Á., & Molina, A. (2014). *Investigación de Mercados*. Madrid: Esic.
- Tamayo, E. (2013). *Contabilidad*. España: Editex.
- Tamayo, E., Escobar, L., & López, R. (2013). *Contabilidad y fiscalidad*. México: Editex.
- Trabajo, M. d. (1998). *Plan Nacional de Microempresa en el Ecuador*. Quito.
- Valenciano, J., & Uribe, J. (2013). Emprendimiento de la economía social y desarrollo local: la promoción de incubadoras de empresas de economía social en Andalucía. *Redalyc*, 1-33.
- Vallado, R. (2012). Administración Financiera de las cuentas por cobrar. *UADY*.
- Velilla, J. (2013). *Branding Tendencia y retos en la comunicación de marca*. Bogotá: UOC.
- Vicepresidencia de Venezuela. (s.f.). Recuperado el 01 de Enero de 2017, de <http://corpocentro.vicepresidencia.gob.ve/manuales/MF.pdf>
- Vogel, G. (26 de Agosto de 2015). Guitarras de bambú Vogel. (A. Espinosa, Entrevistador)
- Zorrilla, A. (2010). *Introducción a la metodología de la investigación*. México: Oceano Aguilar.

ANEXOS
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Anexo 1 Encuesta

Objetivo.- Determinar la factibilidad de un nuevo producto de guitarras, dentro del mercado.

Instrucciones: Lea detenidamente cada pregunta y marque con una x la respuesta que usted considera.

Género: Masculino__ Femenino__

1.- ¿Tiene Usted un instrumento musical en su hogar?

SI NO

2. ¿Qué tipo de instrumentos le gustaría que su hijo (a) practique?

Cuerda viento percusión

3 ¿Si hay algún familiar en su casa que le guste entonar la guitarra o algún otro instrumento?

SI NO

4 ¿Usted ha comprado guitarra para sus hijos?

SI NO

6 ¿De comercializarse en el mercado guitarras para niños Usted adquiriría?

SI NO

7 ¿Le gustaría que le ofrezcan guitarras personalizadas?

SI NO

8 ¿Cuál es el valor que estaría dispuesto a pagar por una guitarra?

Normal
Clásica
Semi-profesional
Personalizada

9 ¿Cree Usted que las guitarras de niños son inferiores a los de los adultos?

SI NO

10 ¿En qué lugar le gustaría adquirir guitarras para su hijo?

Casa musical
Centros comerciales
Taller
Juguetería

11 ¿Cuál sería el motivo principal por el que adquiriría una guitarra?

Moda
Hobby
Buenos hábitos
Surgimiento profesional

12 ¿Cree Usted que los niños dedicándose a éste arte se alejarían de malos hábitos?

SI NO

13 ¿Por qué medio le gustaría recibir publicidad de guitarras para niños?

Redes sociales
Flyres
Radio
Tv
Periódicos

14 ¿Está Usted de acuerdo que se cree en Tungurahua una empresa productora de guitarras personalizadas para niño?

Totalmente de acuerdo
De acuerdo
Ni de acuerdo ni en desacuerdo
En desacuerdo
Totalmente en desacuerdo

Anexo 2. Modelos de Guitarras



Anexo 3. Tasa de inflación.

Datos Comparables

Selección dato a comparar:

Fecha Inicial:

Fecha Inicial:

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.

Es posible calcular las tasas de variación mensual, acumuladas y anuales; estas últimas pueden ser promedio o en deslizamiento.

Desde la perspectiva teórica, el origen del fenómeno inflacionario ha dado lugar a polémicas inconclusas entre las diferentes escuelas de pensamiento económico. La existencia de teorías monetarias-fiscales, en sus diversas variantes; la inflación de costos, que explica la formación de precios de los bienes a partir del costo de los factores; los esquemas de pugna distributiva, en los que los precios se establecen como resultado de un conflicto social (capital-trabajo); el enfoque estructural, según el cual la inflación depende de las características específicas de la economía, de su composición social y del modo en que se determina la política económica; la introducción de elementos analíticos relacionados con las modalidades con que los agentes forman sus expectativas (adaptativas, racionales, etc), constituyen el marco de la reflexión y debate sobre los determinantes del proceso inflacionario.

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2016	1.12 %
Noviembre-30-2016	1.05 %
Octubre-31-2016	1.31 %
Septiembre-30-2016	1.30 %
Agosto-31-2016	1.42 %
Julio-31-2016	1.58 %
Junio-30-2016	1.59 %
Mayo-31-2016	1.63 %
Abril-30-2016	1.78 %
Marzo-31-2016	2.32 %
Febrero-29-2016	2.60 %
Enero-31-2016	3.09 %
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 %

Indicadores Relacionados
% DE INFLACION MENSUAL
INFLACION - ACUMULADO MENSUAL
% Previsión de la inflación máxima anual
% Previsión de la inflación mínima anual

Anexo 4 Riesgo País

Desde: dd/mm/aa

28/09/2016

Hasta: dd/mm/aa

31/12/2016

 **ENVIAR**

FECHA	VALOR	VARIACION
30/12/2016	647	1,73%
29/12/2016	636	0,79%
28/12/2016	631	-0,16%
27/12/2016	632	-2,77%
26/12/2016	650	0,00%
23/12/2016	650	2,20%
22/12/2016	636	-3,05%
21/12/2016	656	0,00%
20/12/2016	656	-1,20%
19/12/2016	664	0,30%
16/12/2016	662	0,00%
15/12/2016	662	0,76%
14/12/2016	657	-0,15%
13/12/2016	658	-1,64%
12/12/2016	669	-1,47%
09/12/2016	679	-2,72%
08/12/2016	698	0,87%
07/12/2016	692	-1,70%
06/12/2016	704	-1,12%

Anexo Reparación o mantenimiento de Maquinaria

Maquinaria y equipo	Cantidad.	Vida útil	V. unitario	Valor	Mantenimiento
		Años			5%
Lijadora	1	10	\$180.00	\$180.00	\$9.00
Pulidora	1	10	\$250.00	\$250.00	\$12.50
Taladro manual	1	10	\$50.00	\$50.00	\$2.50
Compresor	1	10	\$200.00	\$200.00	\$10.00
prensadora	1	10	\$2,000.00	\$2,000.00	\$100.00
Caladora	1	10	\$350.00	\$350.00	\$17.50
Matrices	1	10	\$900.00	\$900.00	\$45.00
Soplete	1	10	\$50.00	\$50.00	\$2.50
Lijadora	1	10	\$180.00	\$180.00	\$9.00
Sierra delta	1	10	\$1,800.00	\$1,800.00	\$90.00
Domador de aros	1	10	\$120.00	\$120.00	\$6.00
Mesa router	1	10	\$350.00	\$350.00	\$17.50
Pulidora	1	10	\$250.00	\$250.00	\$12.50
Máquina para encolar	1	10	\$600.00	\$600.00	\$30.00
Esmeril	1	10	\$80.00	\$80.00	\$4.00
Entenalla	1	10	\$20.00	\$20.00	\$1.00
Máquina serrar ranura trastes	1	10	\$900.00	\$900.00	
TOTAL			\$8,280.00	\$8,280.00	\$369.00

Anexo Mantenimiento de herramientas

REPARACIÓN HERRAMIENTAS					
Herramientas	Cant.	Vida útil	V Unitario	Valor Total	Mantenimiento
	Juegos	Años			5%
Formones	1	10	\$10.00	\$10.00	\$0.50
Cepillos de madera	1	10	\$150.00	\$150.00	\$7.50
Limas	1	10	\$20.00	\$20.00	\$1.00
Drell	1	10	\$120.00	\$120.00	\$6.00
Mazo de madera	1	10	\$5.00	\$5.00	\$0.25
Prensas de pinza	1	10	\$15.00	\$15.00	\$0.75
Prensas con tope	1	10	\$30.00	\$30.00	\$1.50
Rasqueta	1	10	\$5.00	\$5.00	\$0.25
Sargentos	1	10	\$10.00	\$10.00	\$0.50
Sierras de mano	1	10	\$10.00	\$10.00	\$0.50
SERRUCHO	1	10	\$15.00	\$15.00	\$0.75
Sierra de pelo	1	10	\$10.00	\$10.00	\$0.50
Brocas	1	10	\$15.00	\$15.00	\$0.75
Guillotina	1	10	\$20.00	\$20.00	\$1.00
pedra para limar	1	10	\$5.00	\$5.00	\$0.25
Escorфина	1	10	\$8.00	\$8.00	\$0.40
Cuchillas	1	10	\$10.00	\$10.00	\$0.50
Flexo metros	1	10	\$19.00	\$19.00	\$0.95
Herramientas de geometría	1	10	\$10.00	\$10.00	\$0.50
Compás de boca	1	10	\$5.00	\$5.00	\$0.25
Tenaza	1	10	\$3.00	\$3.00	\$0.15
Escantillón	1	10	\$5.00	\$5.00	\$0.25
Discos de Sierra	1	10	\$50.00	\$50.00	\$2.50
TOTAL			\$550.00	\$550.00	\$27.50