

UNIVERSIDAD DEL AZUAY



Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Administración de Empresas

“Diseño del plan de negocio para la producción de cerámica artesanal en la parroquia San Rafael de Sharug”

Trabajo de titulación previa a la obtención del título de Ingeniero Comercial

Autor

Juan Fernando Llivisaca Palomeque

Director

Ing. Pablo Francisco Bernal Aguirre

Cuenca – Ecuador

2016

Dedicatoria

Para quienes me acompañaron paso a paso este gran reto, que quienes con su apoyo, motivación y empuje lograron inspirar en mí las ganas de culminar esta etapa, y más aun a mi familia que quienes con su amor incondicional lograron que con esfuerzo, dedicación y pasión cumpla uno de mis objetivos.

Agradecimiento

A Dios por permitirme coincidir con grandes personas que mientras se cumplía este trabajo me inspiraron y sacaron lo mejor de mí que con su ejemplo, trabajo y sacrificio sembrando en mis recuerdos, enseñanzas y sus ganas de ser mejores cada día.

Tabla de Contenido

Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de ilustraciones	vi
Índice de tablas.....	vii
Índice de imágenes.....	viii
Índice de Anexos	ix
Resumen	x
ABSTRACT.....	xi
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I: DIAGNOSTICO SITUACION ACTUAL	2
1.1 SAN RAFAEL DE SHARUG	2
1.1.1 Trabajo y Empleo.....	2
1.1.2 Población Económicamente Activa por Rama de Actividad.....	3
1.1.3 Población Económicamente Activa por Instrucción	3
1.1.4 Economía Popular y solidaria.....	4
1.1.5 Empresas o Establecimientos Económicos	4
1.1.6 Actividades Comerciales.....	5
1.1.8 Producción cerámica.....	6
1.1.9 Financiamiento	6
1.2 Problemáticas de la comunidad.....	6
1.2.2 Árbol de problemas	8
.3 Árbol de objetivos	9
1.3 Matriz Marco Lógico	10
1.3.1 Diseño de matriz de Marco Lógico	10
1.3.2 Matriz de Marco Lógico	12
1.4 Conclusiones.....	15
1.5 Resumen del Capítulo I.....	16
CAPÍTULO II ELABORACIÓN DE PROYECTO	17
2.1 Estudio organizativo y legal	17
2.1.1 Aspecto legal para conformación de una Cooperativa.....	17
2.1.2 Estructura organizacional	21
2.1.3 Tipos básicos de organización	23
2.1.4 Requisitos para formar la cooperativa	24
2.1.4 Organigrama	26
2.1.5 Funciones y responsabilidades	27

2.2 Estudio de mercado	32
2.2.1 Entrevista de Profundidad	32
2.2.2 Definición del producto	36
2.2.3 Análisis de la demanda	38
2.2.4 Análisis de la oferta	40
2.2.6 Análisis de la comercialización	45
2.2.7 Precios	46
2.3 Estudio técnico	47
2.3.1 Descripción del proceso de productivo	47
2.3.2 Maquinarias y equipos	53
2.3.3 Capacidad instalada	56
2.3.4 Costos	57
2.3.4 Tamaño y la localización del proyecto	61
2.3.5 Conclusiones	62
2.3.6 Resumen del Capítulo II	63
3 CAPÍTULO III ESTUDIO FINANCIERO Y EVALUACIÓN	65
3.1 Flujo de caja proyectado	65
3.2 Proyecciones de ingresos y egresos	66
3.3 Balance General Proyectado	68
3.4. Estado de Resultados Proyectado	69
3.5 Ratios financieros	69
Indicadores de evaluación	69
3.6 Conclusiones	71
3.7 Resumen del Capítulo III	72
Conclusiones	73
Recomendaciones	75
Bibliografía	76

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 PEA por rama de actividad	3
Ilustración 2 Población económicamente activa por instrucción	3
Ilustración 3 PEA de la parroquia de San Rafael de Sharug por ocupación	4
Ilustración 4 PEA en la parroquia San Rafael de Sharug por rama de actividad	5
Ilustración 5 Productos cultivados en la parroquia San Rafael de Sharug	37

Índice de tablas

Tabla 1 Estructura económica de la Parroquia San Rafael de Sharug por sexo.....	2
Tabla 2 Población económicamente activa por sexo	2
Tabla 3 Matriz de marco lógico	10
Tabla 4 Matriz de Marco Lógico.....	13
Tabla 5 Actividades Matriz Marco Lógico.....	14
Tabla 6 Tipos básicos de organización	23
Tabla 7 Pisos cerámico	36
Tabla 8 Pisos proyectos San Rafael de Sharug.....	38
Tabla 9 Pisos proyectos Municipio Pucará	39
Tabla 10 Pisos Proyecto Municipio Santa Isabel	39
Tabla 11 Total producción piso cerámico.....	39
Tabla 12 Producción litros comunidades San Rafael de Sharug	40
Tabla 13 Productores de pisos	41
Tabla 14 Proyectos San Rafael de Sharug.....	42
Tabla 15 Proyectos Municipio de Pucará.....	42
Tabla 16 Proyecto Cantón Santa Isabel.....	42
Tabla 17 Metros cuadrados pisos.....	43
Tabla 18 Adquisición de pisos	43
Tabla 19 Estrategias de comercialización.....	46
Tabla 20 Precios referenciales.....	46
Tabla 21 Características Molino de Mandíbula	54
Tabla 22 Características Molino de martillo	54
Tabla 23 Características Extrusora	55
Tabla 24 Características horno eléctrico	56
Tabla 25 Equipos	56
Tabla 26 Producción pisos	56
Tabla 27 Proyección de producción pisos.....	57
Tabla 28 Producción botellas	57
Tabla 29 Balance de equipos.....	57
Tabla 30 Calendario de inversiones de reposición.....	58
Tabla 31 Balance de obras físicas	58
Tabla 32 Balance de personal	59
Tabla 33 Costo cerámica	60
Tabla 34 Costo piso por metro cuadrado	60
Tabla 35 Insumos producción botella	60
Tabla 36 Composición del capital.....	65
Tabla 37 Capital de Trabajo	65
Tabla 38 Flujo de caja proyectado	66
Tabla 39 Proyección Ingresos.....	66
Tabla 40 Proyección de egresos	67
Tabla 41 Balance general proyectado	68
Tabla 42 Estado de Resultados proyectados	69
Tabla 43 Indicadores de evaluación.....	69
Tabla 44 Índices de Liquidez.....	70
Tabla 45 Coeficiente beneficio/costo	70
Tabla 46 Indicadores de rentabilidad	70

Índice de imágenes

IMAGEN 1 Botella cerámica 750 ml.....	37
IMAGEN 2 Horno tiro invertido.....	53
IMAGEN 3 Molino de Mandíbula	53
IMAGEN 4 Molino de martillo	54
IMAGEN 5 Extrusora	55
IMAGEN 6 Horno eléctrico	55
IMAGEN 7 Ubicación Planta productora de cerámica	61

Índice de Anexos

ANEXO 1: Solicitud de reserva de denominación.....	78
ANEXO 2: Formulario único para constitución de cooperativas.....	80

Resumen

De la falta de correcto direccionamiento de los recursos naturales como lo son las arcillas en la parroquia de San Rafael de Sharug del Cantón Pucara, nace el presente trabajo que pretende mediante la elaboración de un plan de negocio, ver la factibilidad de la creación de una empresa de elaboración de pisos y botellas cerámicas en el que constara de tres estudios el de mercado, el estudio técnico y financiero, los mismos que se utilizaran como base para que la comunidad tome la decisión de ejecutar el proyecto mediante el empoderamiento de sus recursos naturales.

Palabras clave

Plan de negocio, emprendimientos productivos, empresas comunitarias, empoderamiento de recursos naturales, empresa cerámica.

ABSTRACT

This work originates from the lack of proper direction in the parish of *San Rafael de Sharug, Pucara* Canton of natural resources such as clays. The objective is to develop a business plan for the feasibility to create a company to produce ceramic floors and bottles. This plan consists of three studies: market, technical and financial; which will be used as the basis for the community to decide on the implementation of the project by empowering its natural resources.

Keywords: Business Plan, Productive Undertakings, Community Enterprises, Empowerment of Natural Resources, Ceramic Company.




Translated by,
Lic. Lourdes Crespo

INTRODUCCIÓN

Proyectos que ayuden al correcto direccionamiento de sus recursos además que los mismos busque en desarrollo social y económico de la población, se base en un correcto planteamiento de los mismos que consiste en realizar un diagnóstico situacional donde se percibe los problemas de la población, complementado de los estudios organizacionales, mercado, técnico además que el estado financiero que indicara si el proyecto es sustentable y sostenible económica y financieramente. Proyectos elaborados de esta forma servirán como base para su futura implementación del mismo.

CAPITULO I: DIAGNOSTICO SITUACION ACTUAL

1.1 SAN RAFAEL DE SHARUG

San Rafael de Sharug perteneciente al cantón Pucará fue se fundó el 6 de agosto de 1989 cuenta ahora con una población de 1837 habitantes, se encuentra ubicada a 114 Km de la ciudad de Cuenca, su clima está cerca de los 15 grados centígrados¹.

1.1.1 Trabajo y Empleo

En la parroquia existe un total de 1873 personas en edad de trabajar de las cuales el 36% pertenecen a la población económicamente activa.

ESTRUCTURA ECONÓMICA	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	PORCENTAJE
Población Total (PT)	913	924	1837	100%
Población en Edad de Trabajar (PET)	676	697	1373	75%
Población Económicamente Activa (PEA)	397	97	494	27%
Población Económicamente Inactiva (PEI)	279	600	879	48%

Tabla 1 Estructura económica de la Parroquia San Rafael de Sharug por sexo

Fuente: INEC: VII Censo de población y VI de vivienda

Elaboración: Grupo Social FEPP Regional Cuenca

La población económicamente activa está conformada por un 80,4% hombre y un 19,6% mujeres.

Sexo				Total
Hombre	%	Mujer	%	
397	80.4%	97	19.6%	494

Tabla 2 Población económicamente activa por sexo

Fuente: INEC: VII Censo de población y VI de vivienda

Elaboración: Grupo Social FEPP Regional Cuenca

¹ SENPLADES. (2011). Memoria técnica parroquia San Rafael de Sharug.

1.1.2 Población Económicamente Activa por Rama de Actividad

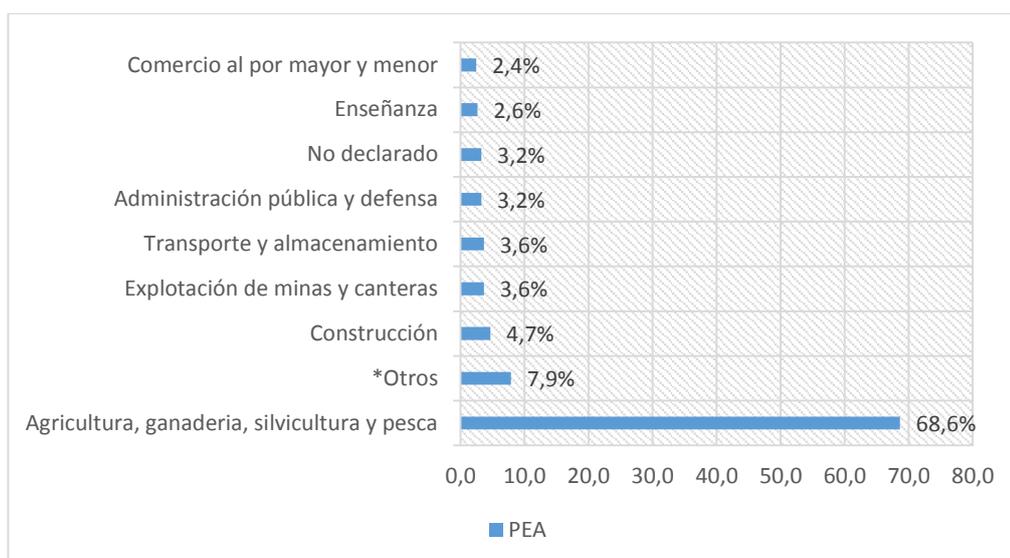


Ilustración 1 PEA por rama de actividad
Fuente: INEC: VII Censo de población y VI de vivienda
Elaboración: Grupo Social FEPP Regional Cuenca

El 68% de la población económicamente activa se dedica a las actividades agrícolas como la ganadería, silvicultura y pesca que son la mayor fuente de sustento.

1.1.3 Población Económicamente Activa por Instrucción

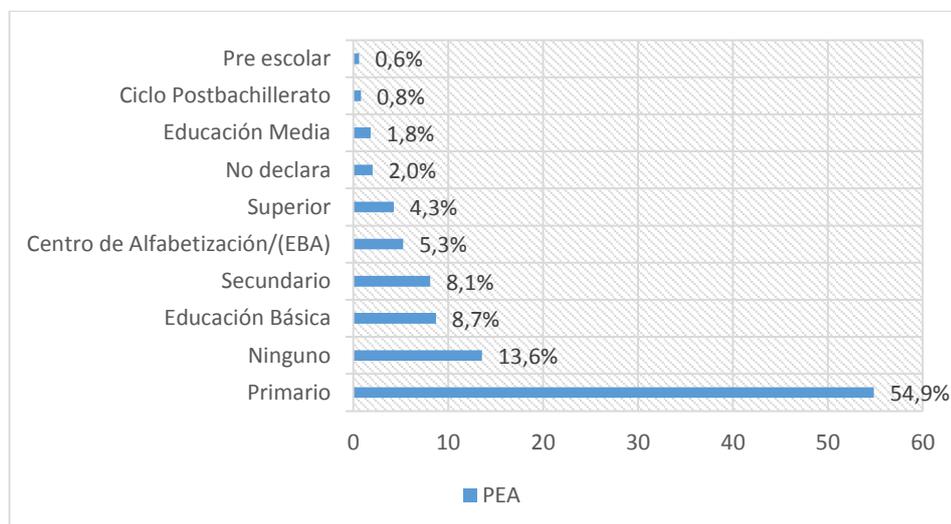


Ilustración 2 Población económicamente activa por instrucción
Fuente: INEC: VII Censo de población y VI de vivienda
Elaboración: Grupo Social FEPP Regional Cuenca

En San Rafael de Sharug la mayor parte de la población solamente tiene instrucción primaria con un 54,9 %, y el 13,6 % no posee ningún nivel de instrucción.

1.1.4 Economía Popular y solidaria

Según SENPLADES (2015), quienes conforman en su mayor parte la economía popular y solidaria son quienes trabajan por cuenta propia, es decir se dedican a actividades agrícolas.

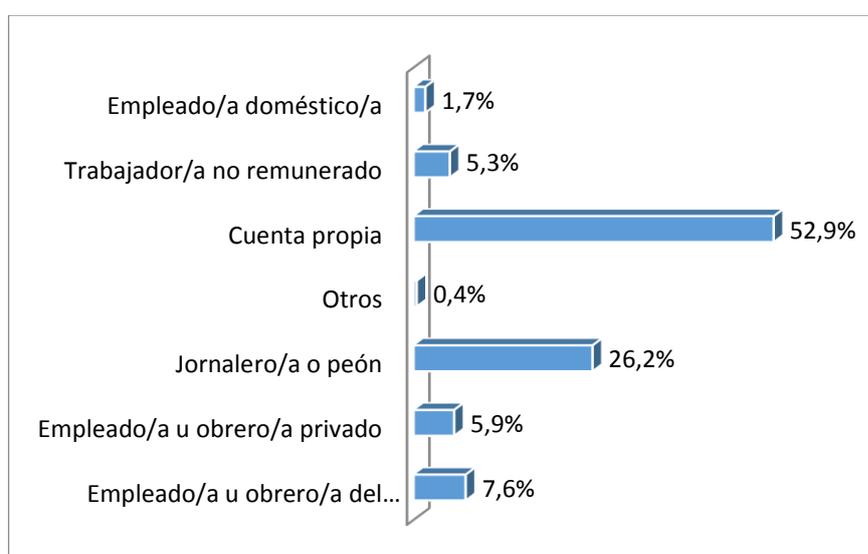


Ilustración 3 PEA de la parroquia de San Rafael de Sharug por ocupación

Fuente: INEC: VII Censo de población y VI de vivienda.

Elaboración: Grupo Social FEPP Regional Cuenca.

1.1.5 Empresas o Establecimientos Económicos

Según el (INEC, Directorio de Empresas y Establecimientos, 2013), existen 35 empresas de las cuales el 34% se dedican a las actividades agrícolas al igual que las actividades de comercio con el mismo porcentaje, cabe destacar tan solo el 3% se dedican a las actividades manufactureras.

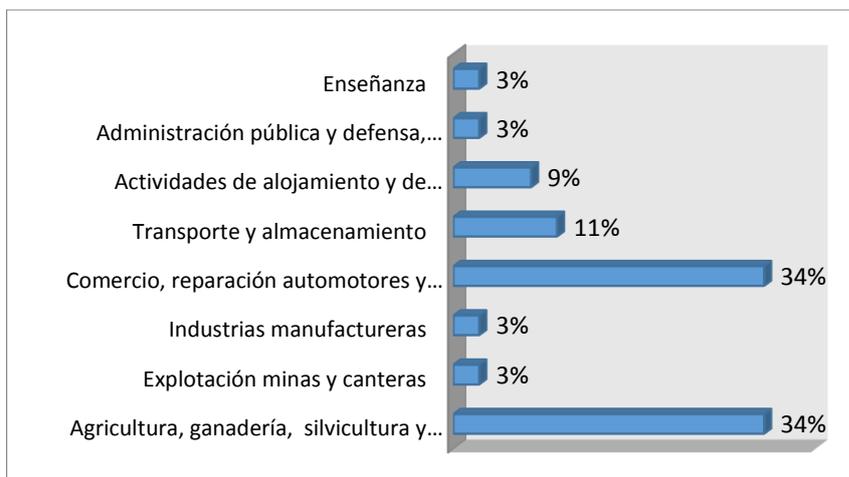


Ilustración 4 PEA en la parroquia San Rafael de Sharug por rama de actividad

Fuente: INEC: Directorio de Empresas y Establecimientos 2013.

Elaboración: Grupo Social FEPP Regional Cuenca.

1.1.6 Actividades Comerciales

De acuerdo con la Prefectura del Azuay, la Ficha Técnica Comercial aplicada en las comunidades de la Parroquia San Rafael de Sharug muestra que de las empresas existentes el 62% se dedican a la venta de víveres, seguido por negocios de venta de comida con un 14%.

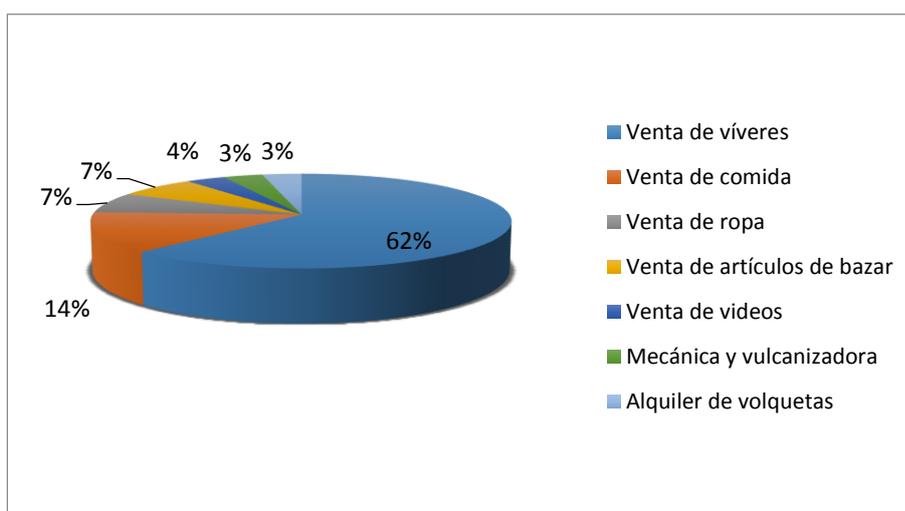


Ilustración 5 Principales actividades comerciales

Fuente: Ficha Comercial realizada en la comunidades de San Rafael de Sharug 2015.

Elaboración: Prefectura del Azuay. Proyecto Voluntarios Azuay 2014.

1.1.8 Producción cerámica

Según Luis Yáñez, Presidente del GAD parroquial de San Rafael, la situación cerámica en la parroquia de San Rafael de Sharug años anteriores se elaboraba productos en base de la arcilla pero la misma se vio afectada por otras oportunidades de trabajo como lo es la extracción de oro que se da cerca del cantón pucara por lo que la población dejó la elaboración de cerámica y se dedicó a la minería.

Además se ha identificado que en sector de tierra blanca de la parroquia de San Rafael de Sharug existe una concesión que le pertenece a una empresa productora de pisos cuencana para la explotación del yacimiento que contiene Feldespato mineral especial para la elaboración de pisos, la cual en este momento no se está extrayendo por la inconformidad de la comunidad ya que no reciben buenas regalías por la misma ocasionando que la comunidad no se desarrolle económica ni socialmente².

1.1.9 Financiamiento

Los productores de la parroquia de San Rafael de Sharug cutan con la Caja de Ahorro y crédito Progreso de Sharug, además de financiamientos de cooperativas que se encuentran en Pucara como El Jardín Azuayo en Santa Isabel Jardín Azuayo, Cooperativa de ahorro y crédito Santa Isabel Ltda., la Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP.

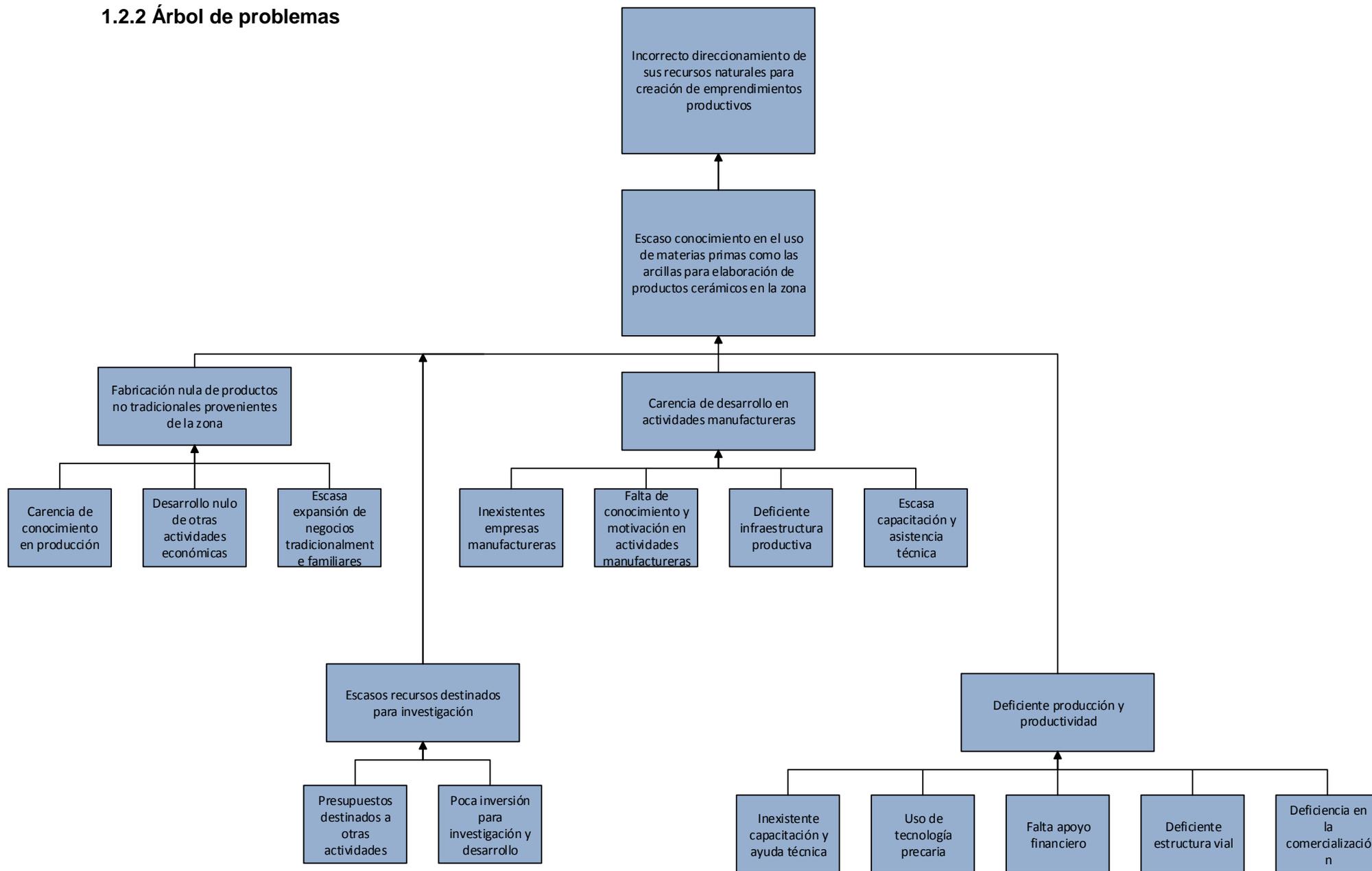
1.2 Problemáticas de la comunidad

- Mal direccionamiento de sus recursos naturales (arcillas)
- Escaso desarrollo de actividades manufactureras.
- Ineficiente infraestructura productiva.
- Producción agropecuaria como fuente de subsistencia.
- Uso de tecnología precaria en actividades agropecuarias.
- Falta de capacitación y asistencia técnica.
- Bajos niveles de acceso a crédito para el sector agropecuario.

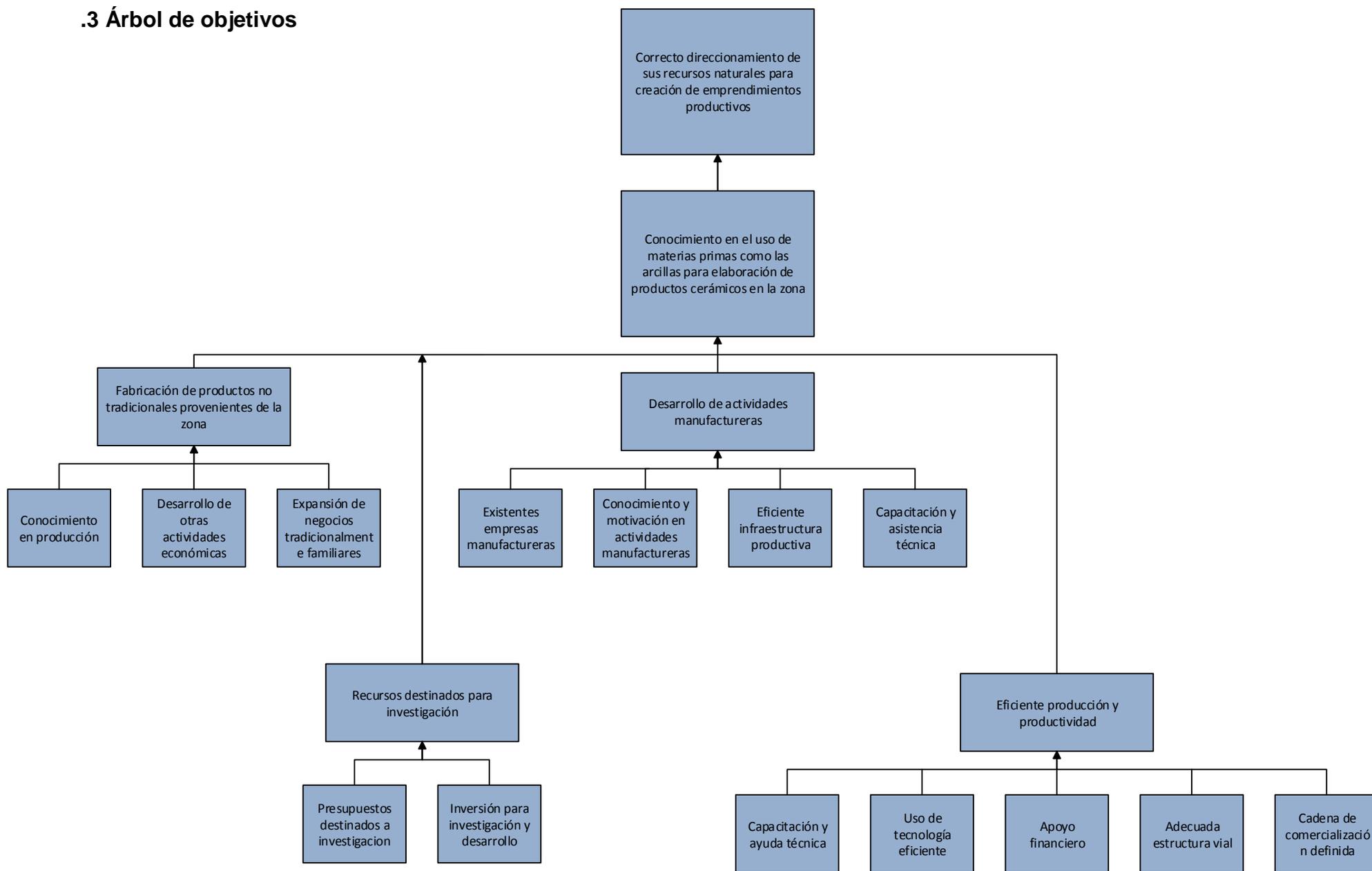
² Datos obtenidos a través de una entrevista con el representante de la parroquia.

- Dificil acceso vehicular en zonas productivas.
- Falta de riego.
- Deficiente producción y productividad.
- Falta de canales de comercialización.
- Infraestructura inadecuada para la explotación turística.
- Intermediación para comercialización de sus productos
- Falta de un mercado estable para la comercialización.
- Escasa calidad de sus productos.
- No existen procesos de capacitación técnica, administrativa y contable.
- Cultivos tradicionales son rentables.
- Producción nula de derivados de las materias primas.
- Mal manejo integral del agua y el suelo

1.2.2 Árbol de problemas



.3 Árbol de objetivos



1.3 Matriz Marco Lógico

Según Oregón, Pacheco & Prieto (2015) la Matriz de Marco Lógico es una metodología en la cual se facilita la conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de proyectos, además identifica y valora las actividades que se realizan, preparación del proyecto de una forma sistémica y lógica, seguimiento y evaluación del progreso y desempeño de los proyectos. La Matriz de Marco Lógico nace para la solución de diferentes problemas como:

- Carencia de precisión de los proyectos , los objetivos los cuales no se encontraban relacionados con las actividades
- Deficiencia en la ejecución de los proyectos planificados los cuales no se encuentran bien definidos
- No existía diferenciación entre si el proyecto tuviera éxito y comparar lo que se planeaba con lo que sucedía en la realidad.

Para la elaboración de la Matriz de Marco Lógico se debe identificar los problemas principales así como las causas y sus efectos. Para partir la identificación se puede comenzar con una lluvia de ideas, con ello definimos los efectos más importantes, las causas más relevantes que ocasionan los problemas, Con ello elaboramos el árbol de problemas, para los mismos transformarlos en sucesos positivos que se genera un nuevo árbol que es el de objetivos el cual se utilizara como base para la Matriz de Marco Lógico.

1.3.1 Diseño de matriz de Marco Lógico

MATRIZ DE MARCO LÓGICO				
Jerarquía de objetivos	Resumen Narrativo	Indicador Objetivamente (IVO)	Variable Fuentes de verificación	Supuestos
Fin (objetivo de desarrollo)				
propósito (objetivo general) (situación final)				
Resultados (Objetivo específico)				
Acciones (Actividades principales)				

Tabla 3 Matriz de marco lógico

Fuente: Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas

Elaboración: Oregón, Pacheco & Prieto

Estructura de columnas de la Matriz de Marco Lógico

- Primera columna: resumen narrativo de los objetivos, a niveles que se pretende lograr con el proyecto y las actividades para ejecutarlo.
- Segunda columna: los indicadores verificables a alcanzar.
- Tercera columna: medios de verificación de los indicadores planteados.
- Cuarta columna: Supuestos o factores de riesgos.

Estructura de las filas de la Matriz de Marco Lógico

- Primera Fila: finalidad del proyecto, estado al que el proyecto contribuirá.
- Segunda Fila: propósitos del proyecto, beneficios para el grupo, a quienes va dirigido el proyecto.
- Tercera Fila: resultados esperados en la implementación del proyecto.
- Cuarta Fila: actividades que se van a realizar para obtener los productos.

1.3.2 Matriz de Marco Lógico

MATRIZ DE MARCO LÓGICO				
Jerarquía de objetivos	Resumen Narrativo	Indicador Variable Objetivamente (IVO)	Fuentes de verificación	Supuestos
Fin (objetivo de desarrollo)	Correcto direccionamiento de sus recursos naturales para creación de emprendimientos productivos	# De emprendimientos productivos implementados en San Rafael de Sharug.	Registro de nuevas empresas implementadas en San Rafael de Sharug.	Bonanza económica para implementación de proyectos productivos.
propósito (objetivo general) (situación final)	Conocimiento en el uso de materias primas como las arcillas para elaboración de productos cerámicos en la zona	# de productos creados con arcilla	Nuevos productos a la venta en base de arcillas	Aumento de empresas manufactureras dedicadas a la producción de productos en base de arcilla
Resultados (Objetivo específico)	R1 Fabricación de productos no tradicionales provenientes de la zona R2 Recursos destinados para investigación R3 Desarrollo de actividades manufactureras	# emprendimientos productivos en base de cerámica 10% incremento del presupuesto para investigación	Productos elaborados en base de arcilla Informe POA	Integración de la comunidad para elaboración de productos Apoyo financiero gubernamental

	R4 Eficiente producción y productividad	# empresas manufacturera 10% incremento presupuesto para mejora de procesos	Registro de empresas manufactureras Registro niveles de producción	Créditos para creación de empresas manufactureras Apoyo entidades gubernamentales en mejoramiento de producción
--	---	--	---	--

Tabla 4 Matriz de Marco Lógico

Fuente: Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas
Elaboración: Autor

Actividades	Cantidad	Duración	Costo	Medios de verificación	Factores de riesgo
1.1 Capacitar en temas de producción	40 personas	2 meses	750	Lista de asistentes al curso	Apoyo de ministerio de producción
1.2 Desarrollar otras actividades económicas	2	1 año	15000	Registro de nuevas actividades productivas	
1.3 Fomentar la expansión de negocios tradicionalmente familiares	Negocios familiares expandidos	1 año	10000	Crecimiento de negocios familiares	Incentivos gubernamentales para crecimiento negocios
2.1 Priorizar los presupuestos a investigación	-----	1 año		Informe POA	Incrementar en un 15% rubro I+D
2.2 Invertir en investigación y desarrollo		1 año	40000	Informe POA	

3.1 Impulsar la creación de empresas manufactureras	Incremento 10 %	1 año	40000	Registro de nuevas empresas	Incrementar en un 15% Apoyo financiero gubernamental
3.2 Capacitar y motivar las actividades manufactureras	1 empresa 40 personas	3 meses	1500	Registro de asistentes a capacitación	40 personas capacitadas
3.3 Mejorar infraestructura productiva		1 año	8000	Planes de mejoras productivas	50 % mejoramiento infraestructura
3.4 Capacitar y brindar asistencia técnica	25% de empresas	3 meses	1500	Registro de participantes a la capacitación	100% de las personas
4.1 Capacitar y proporcionar apoyo técnico	40 personas	4 meses	2000	Registro de participantes	100% de personas capacitadas
4.2 Usar tecnologías eficientes	40 personas	1 año	30000	Numero de tecnología instalada	Donación de tecnología por entidades
4.3 Obtener apoyo financiero	-----	1 año	100000	Créditos otorgados	Donaciones de dineros no reembolsables
4.4 Adecuar estructura vial	-----	6 meses	15000	Km reparados	Pavimento de calle principal
4.5 Definir la cadena de comercialización	10 km -----	1 año	20000	Cadena de ventas definida	Apoyo gubernamental para ventas

Tabla 5 Actividades Matriz Marco Lógico

Fuente: Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas. Elaboración: Autor

1.4 Conclusiones

La parroquia de San Rafael de Sharug se caracteriza por ser una parroquia dedicada en su mayor parte a la agricultura la cual ha generado ingresos para quienes se dedican a este trabajo pero también vemos su deficiencia en la producción de la misma ya que se utiliza tecnología precaria la cual no permite que la misma se vea beneficiada, además de esto la parroquia tiene potencial mediante sus materias primas como lo son las arcillas para la elaboración de diferentes productos, las mismas que si se implementas se las deben potencializar con inversión en investigación y desarrollo para crear nuevas oportunidades de emprendimientos además de nuevos procesos de producción que involucren a todas las actividades productivas mediante capacitaciones y ayuda técnica a cada uno de los actores logrando mejorar su producción y productividad, logrando así el involucramiento de la comunidad para la creación de los nuevos emprendimientos productivos, con el fortalecimiento de cada uno de sus unidades de trabajo y con la creación de nuevos emprendimientos productivos se mejorara la calidad de vida de la comunidad, tanto socialmente como económicamente.

1.5 Resumen del Capítulo I

La parroquia de San Rafael de Sharug se encuentra en la parte sur de la provincia del Azuay cuenta con una población de 1837 habitantes y está a una distancia de 114 km de Cuenca. Cuenta con una población económicamente activa de 494 habitantes en de las cuales el 80,4% son hombre y el 19,6% son mujeres, que pueden ser parte de nuevos emprendimientos productivos, además que el 68% de la población económicamente activa se dedican a las actividades agrícolas, que se ha visto que la misma no cuenta con una tecnología adecuada, además que son negocios familiares que se han venido llevando como tradición, además de otras actividades productivas que no son representativas en el sector.

Además que en el sector de la cerámica donde años posteriores se la realizaba se vio afectada por las actividades mineras que logro que la gente se dedique a esta actividad, donde además la gente no sabe las utilidades de las materias primas que poseen como son las arcillas para la elaboración de nuevos emprendimientos productivos.

Se analizó mediante un árbol de problemas las principales falencias de la parroquia de San Rafael de Sharug de donde se sacó como conclusión la falta de producción y productividad por la carencia de capacitación y ayuda técnica para el mejoramiento de los procesos, producidas por escaso presupuesto para inversión en investigación y desarrollo, este árbol de problemas nos permitió realizar el árbol de objetivos en donde se piensa fortalecer las capacidades de cada uno de los actores del emprendimiento productivo logrando así eficiencia y eficacia en la producción logrando productividad. La cual se ve reflejada en la matriz de marco lógico donde se impulsa al fortalecimiento de las capacidades del talento humano, además a la inversión en investigación y desarrollo, el mejoramiento de la infraestructura productiva de cada una de las empresas además de los nuevos emprendimiento productivos.

CAPÍTULO II ELABORACIÓN DE PROYECTO

2.1 Estudio organizativo y legal

Para la inclusión de quienes conforman la parroquia de San Rafael de Sharug y vincular en emprendimientos productivos logrando un correcto direccionamiento de sus recursos naturales para la elaboración de productos es necesarios la creación de cooperativa la cual nos permitirá producir comercializar y vender productos; de acuerdo con la Ley de Economía Popular y Solidaria:

“La organización será parte de la Economía Popular y Solidaria ya que se forma una organización económica donde sus integrantes, individual y colectivamente se organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relación de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación del capital”
(Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2014).

2.1.1 Aspecto legal para conformación de una Cooperativa

De acuerdo con la Ley de Economía Popular y Solidaria del 2015, elaborada por la SEPS³, las bases legales con las que se creará una Cooperativa son las siguientes⁴:

Artículo 21 Sector Cooperativo: sociedades de personas que se han formado de forma voluntaria para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales en común, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática, con personalidad jurídica de derecho privado e interés social.

³ Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

⁴ Todos los artículos son tomados textualmente de la Ley de Economía Popular y Solidaria

Las cooperativas en su actividad y relaciones, se sujetaran a los principios establecidos en esta ley y a los valores y principios universales de cooperativismo y a las prácticas de Buen Gobierno Corporativo.

Artículo 22 Objeto: el objeto social principal de las cooperativas, será concreto y constara de un estatuto social y deberá referirse a una sola actividad económica, pudiendo incluir el ejercicio de actividades complementarias ya sea de un grupo, sector o clase distinto, mientras sean directamente relacionadas con dicho objeto social.

Artículo 23 Grupos: las cooperativas, según la actividad principal que vayan a desarrollar, pertenecerán a uno solo de los siguientes grupos: producción, consumo, vivienda, ahorro, crédito y servicios.

En cada uno de estos grupos se podrán organizar diferentes clases de cooperativas, de conformidad con la clasificación y disposiciones que se establezcan en el Reglamento de esta Ley.

Artículo 24 Cooperativas de producción: son aquellas en las que sus socios se dedican personalmente a actividades productivas lícitas, en una sociedad de propiedad colectiva y manejada en común tales como: agropecuarias, huertos familiares, pesqueras, artesanales, industriales, textiles.

Artículo 29 Socios: Podrán ser socios de una cooperativa las personas naturales legalmente capaces o las personas jurídicas que cumplan con el vínculo común y los requisitos establecidos en el reglamento de la presente Ley y en el estatuto social de la organización. Se excepcionan del requisito de capacidad legal las cooperativas estudiantiles.

La calidad de socio nace con la aceptación por parte del Consejo de Administración y la suscripción de los certificados que correspondan, sin perjuicio de su posterior registro en la Superintendencia y no será susceptible de transferencia ni transmisión.

Artículo 32 Estructura interna: - Las cooperativas contarán con una Asamblea General de socios o de Representantes, un Consejo de Administración, un Consejo de Vigilancia y una gerencia, cuyas atribuciones y deberes, además de las señaladas en esta Ley, constarán en su Reglamento y en el estatuto social de la cooperativa. En la designación de los miembros de estas instancias se cuidará de no incurrir en conflictos de intereses.

Artículo 48 Patrimonio: El patrimonio de las cooperativas estará integrado por el capital social, el Fondo Irrepartible de Reserva Legal y otras reservas estatutarias y constituye el medio económico y financiero a través del cual la cooperativa puede cumplir con su objeto social.

Artículo 49 Capital social: El capital social de las cooperativas será variable e ilimitado, estará constituido por las aportaciones pagadas por sus socios, en numerario, bienes o trabajo debidamente valuados por el Consejo de Administración. Las aportaciones de los socios estarán representadas por certificados de aportación, nominativos y transferibles entre socios o a favor de la cooperativa. Cada socio podrá tener aportaciones de hasta el equivalente al cinco por ciento (5%) del capital social en las cooperativas de ahorro y crédito y hasta el diez por ciento (10%) en los otros grupos.

Artículo 50 Fondo Irrepartible de Reserva Legal: El Fondo Irrepartible de Reserva Legal lo constituyen las cooperativas para solventar contingencias patrimoniales, se integrará e incrementará anualmente con al menos el cincuenta por ciento (50%) de las utilidades y al menos el cincuenta por ciento (50%) de los excedentes anuales obtenidos por la organización. No podrá distribuirse entre los socios, ni incrementar sus certificados de aportación, bajo ninguna figura jurídica, y podrá ser distribuido exclusivamente al final de la liquidación de la cooperativa de acuerdo con lo que resuelva la Asamblea General.

También formarán parte del Fondo Irrepartible de Reserva Legal, las donaciones y legados, efectuados en favor de la cooperativa.

Artículo 51: Otras Reservas: las cooperativas podrán, a más de la reserva legal, crear las reservas que, por naturaleza de la entidad, considere necesarias.

Artículo 52: Utilidades: para efectos de la presente ley se definen como utilidades todos los ingresos obtenidos en operaciones por terceros, luego de deducidos los correspondientes costos, gastos y deducciones adicionales, conforme lo dispuesto en la ley.

Artículo 53: Excedentes: son los valores sobrantes o remanentes obtenidos por las cooperativas en las actividades económicas realizadas con sus socios, una vez deducidos los correspondientes costos, gastos y deducciones adicionales, conforme lo dispuesto en esta ley.

Artículo 54 Distribución de utilidades y excedentes: las utilidades y excedentes, en caso de generarse se distribuirán de la siguiente manera:

- Por lo menos el cincuenta por ciento(50%) se destinara al incremento del Fondo Irrepartible de Reserva Legal
- Hasta el cinco por ciento (5%) como contribución a la Superintendencia, según la segmentación establecida
- El saldo se destina a lo que resuelve la Asamblea General.

Artículo 55 Emisión de Obligaciones: las cooperativas podrán emitir obligaciones de libre negociación de acuerdo con las regulaciones del mercado de valores y las que dicte el regulador previsto en esta Ley, en cuanto a redención, intereses y una participación porcentual en las utilidades o excedentes, obligaciones que no conceden a sus poseedores, la calidad de socios, derecho de voto, ni participación en la toma de decisiones en la cooperativa.

Artículo 57 Disolución las cooperativas podrán disolverse, por las siguientes causas:

- Vencimiento del plazo de duración establecido en el estatuto social de la cooperativa
- Cumplimiento de los objetos para las cuales se constituyeron
- Por sentencia judicial ejecutoriada
- Decisión voluntaria de la Asamblea General, expresada con el voto secreto de las dos terceras partes de sus integrantes
- Por resolución de la Superintendencia, en los siguientes casos:
 - Violación de la Ley, su Reglamento o de los estatutos sociales, que pongan en riesgo su existencia o causen graves perjuicios a los intereses de sus socios o de terceros
 - Deterioro patrimonial que ponga en riesgo la sostenibilidad de la organización o la continuidad en sus operaciones o actividades
 - La inactividad económica o social por más de dos años
 - La incapacidad, imposibilidad o negativa de cumplir con el objetivo para el cual fue creada
 - Disminución del número de sus integrantes por debajo del mínimo legal establecido
 - Suspensión de pagos, en el caso de las Cooperativas de Ahorro y Crédito
 - Las demás que consten en la presente Ley, su Reglamento y el estatuto social de la cooperativa

2.1.2 Estructura organizacional

Para un direccionamiento correcto de una empresa se debe tener conformada una estructura de trabajo donde la misma ayudara a llevar de una forma correcta a la empresa, permitirá que cada uno de quienes conformen parte de la empresa sepa cuáles son sus funciones a realizar así además saber cómo se coordinan todas las actividades planteadas de una forma coordinada y sistémica.

Según Mintzberg (1991) se define varios mecanismos de coordinación de las organizaciones:

- Adaptación Mutua: se coordina con la comunicación informal
- Supervisión Directa: cuando se emite ordenes con trabajos interrelacionados
- Normalización de los procesos de trabajo: se estandariza y se coordina los procesos de cada uno de las tareas
- Normalización de los outputs: se logra la fusión de todos los trabajos, enfocados al cumplimiento de los objetivos y metas planteadas
- Normalización de las habilidades: fortalecimiento de las capacidades de cada uno de los trabajadores
- Normalización de las reglas: para que funcione correctamente una organización se deben plantear reglas que controlen el funcionamiento de la misma.

Una organización bien planteada y bien definida mediante la coordinación de todos sus trabajadores, con reglas muy bien especificadas, además que el fortalecimiento de las capacidades humanas lograra que la empresa se mantenga en el mercado buscando así siempre la mejora continua de la organización.

2.1.3 Tipos básicos de organización

Configuración	Mecanismo Fundamental de coordinación	Parte clave de la organización	Tipo de descentralización
Organización empresarial	Supervisión directa	Ápice estratégico	Centralización vertical y horizontal
Organización maquina	Normalización de los procesos de trabajo	Tecno estructura	Descentralización horizontal limitada
Organización profesional	Normalización de las habilidades	Núcleo de operaciones	Descentralización horizontal
Organización diversificada	Normalización de los outputs	Línea Media	Descentralización vertical limitada
Organización innovadora	Adaptación mutua	Staff de apoyo	Descentralización selectiva
Organización misionera	Normalización de las reglas	Ideología	Descentralización
Organización Política	Ninguno	Ninguna	Varios

Tabla 6 Tipos básicos de organización

Fuente: Mintzberg y la Dirección Estructura Organizacional pág. 127

Elaboración: Mintzberg

Para un correcto funcionamiento de la estructura organizacional se planteara una configuración de organización empresarial donde cada uno de los puestos de trabajo están definidos además que cada uno de ellos esta supervisado directamente logrando evaluar el trabajo individual así como el trabajo grupal de la organización, cada uno de ellos está coordinada para que la empresa trabaje de una forma sistémica logrando la integración de cada uno de los trabajadores y sus respectivos departamentos, mediante la centralización horizontal y vertical se lograra la verificación de cada una de las actividades realizadas su cumplimiento y su porcentaje de efectividad de realizar los

mismo que nos ayudara a mejorar cada uno de los procesos deficientes que se generen de una forma mucho más eficiente.

2.1.4 Requisitos para formar la cooperativa

Para poder crear una cooperativa se debe tener la siguiente documentación según SRI⁵.

- Lugar y fecha de la constitución
- Expresión libre y voluntaria de constituir la cooperativa
- Denominación, domicilio y duración
- El Objeto social
- Monto del capital inicial
- Nombres apellidos, número de cedula de identidad de cada uno de los socios fundadores
- Nómina de la directiva provisional
- Firma de los socios fundadores

Una vez recogidas toda esta documentación se procede a la creación de la organización comunitaria.

Según la SEPS, Para la creación de una organización comunitaria se tendrá que realizar⁶:

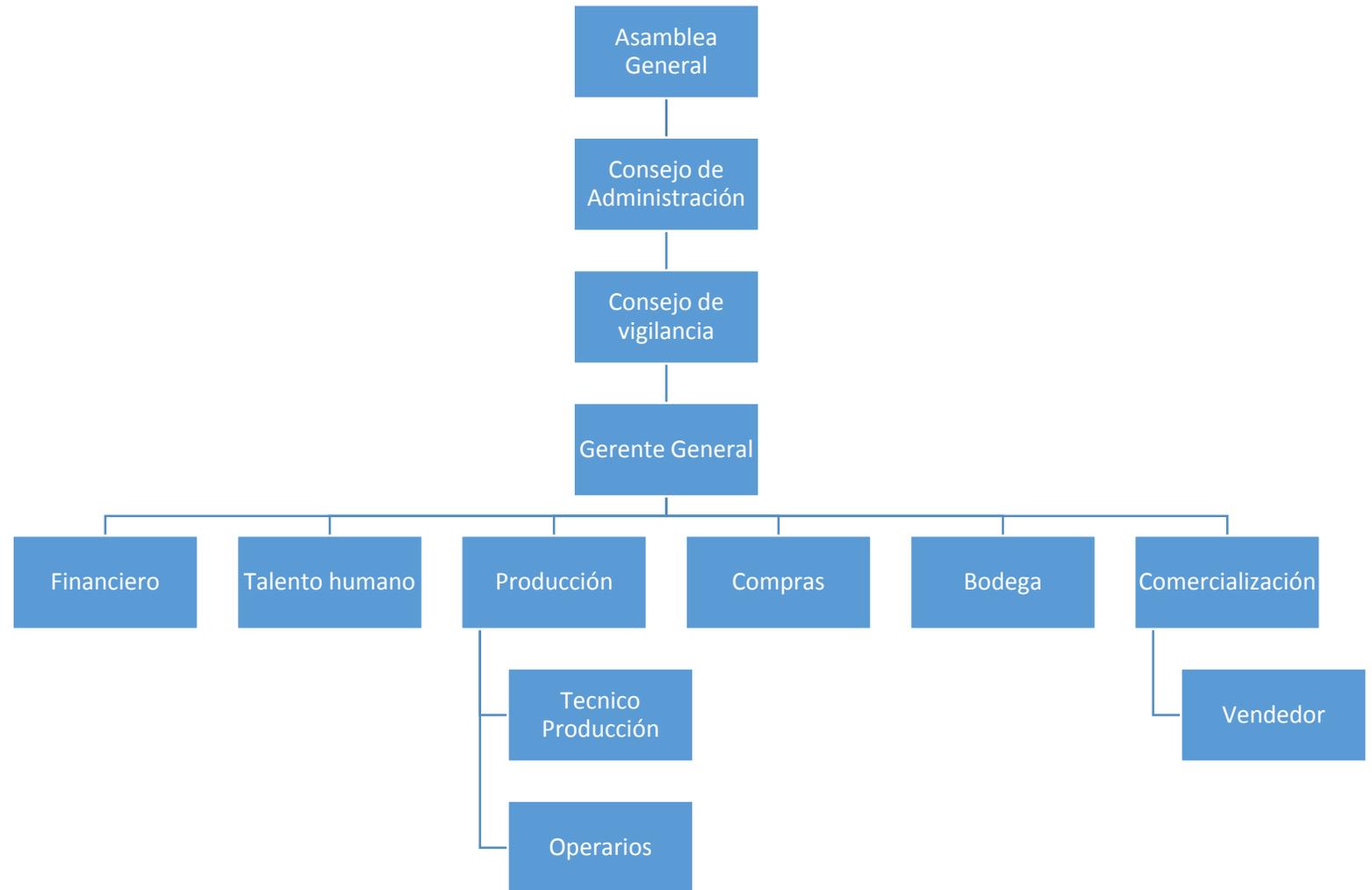
- 1- Ingresar a la página web <http://www.seps.gob.ec> en donde se encontraran los formularios para la creación de una cooperativa
- 2- Se llenara el Formulario de reserva de denominación (Anexo 1), constara el nombre de la Cooperativa, la actividad a que se dedicara, el tipo de organización, a que grupo pertenecerá, la clase principal a la que se dedicara la organización
- 3- Se llenara el formulario único de constitución para cooperativas (Anexo 2) que contiene el nombre de la cooperativa, su objeto social de la organización, constara el nombre del representante de la cooperativa, el fondo inicial es cuál es el aporte de todos los que conforman la organización, una lista de asociados los cuales deben ser 10 asociados fundadores como mínimo y sus respectivas firmas

⁵ Requisitos tomados textualmente de la pagina <http://www.SRI.gob.ec>

⁶ Requisitos tomados textualmente de la pagina <http://www.seps.gob.ec>

- 4- Llenado estos dos formularios se ingresa en las ventanillas de atención al cliente en unas de las Instalaciones de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

2.1.4 Organigrama



2.1.5 Funciones y responsabilidades

Según la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2015), mediante la Ley orgánica de economía popular y solidaria, define las funciones que se tendrá en la asamblea general, el consejo de administración, consejo de vigilancia así también con el Gerente general.

Asamblea General

Según (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2014), es el máximo órgano de gobierno y sus decisiones que toman obligan a todos los socios y demás órganos de la cooperativa.

Actividades:

- Elaboración, reforma y aprobación de estatutos
- Designa quienes conforman el consejo administrativo y Vigilancia
- Aprobar o rechazar los estados financieros y los informes de los consejos y Gerencia.
- Designar a la persona natural o jurídica que se responsabilizara de la auditoria interna

Consejo de Administración

Son elegidos por la asamblea General, es el órgano de dirección de la cooperativa que está conformada por vocales y suplentes. (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2014)

Actividades:

- Cumplir y hacer cumplir los principios del cooperativismo
- Evaluar el funcionamiento de la cooperativa
- Aceptar o negar solicitudes de ingreso o salida de los socios
- Nombrar presidente, Vicepresidente y secretarios de consejo de administración, al gerente

- Autorizar la adquisición de bienes
- Aprobar el POA y su presupuesto

Consejo de vigilancia

Es el órgano de control de los actos y contratos que autoriza el consejo de administración y gerencia, conformado por vocales y suplentes. (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2014).

Actividades:

- Nombrar presidente y secretario del consejo
- Vigilar las actividades económicas así como la contabilidad de la cooperativa
- Informar sobre los riesgos que se presentan en la cooperativa a la asamblea general y al consejo de administración
- Tramitar la denuncia de los socios debidamente fundamentadas

Gerente General

Las funciones que posee son las de planificar, organizar, dirigir y controlar los procesos de la organización de acuerdo a las metas y los objetivos planteados.

Actividades:

- Proponer al Consejo de administración las políticas, reglamentos para un correcto funcionamiento de la cooperativa.
- Planificación adecuada de los objetivos y metas de la empresa a corto y largo plazo.
- Tomar decisiones en base a los riesgos que se vayan generando ya sean administrativos, financieros, controlando y realizando los respectivos seguimientos sobre las mismas.
- Informar de su gestión a la asamblea general y al consejo de administración.
- Asistir de forma obligatoria a las sesiones de consejo.

Jefe de comercialización

Direcciona las ventas tomando en cuenta el comportamiento del mercado.

Actividades

- Administra cada uno de sus clientes mediante un portafolio de cada uno de ellos.
- Buscar nuevos canales de comercialización
- Plantar y cumplir con los objetivos de ventas que se planean.
- Coordinar con el departamento de producción las necesidades que se van requiriendo.

Vendedor

Asignado para vender a los clientes además de una relación directa con los mismos.

Actividades

- Vender los productos de la empresa
- Percibir como está el producto en el mercado
- Cobro de los productos entregados
- Conocer las características del producto

Jefe talento humano

Selecciona al personal idóneo para cada puesto de trabajo basándose en una correcta selección del personal.

Actividades

- Creación de perfiles para cada puesto de trabajo
- Realizar el proceso de selección y la selección del personal
- Realizar nominas para el pago de sueldos.

Jefe de Producción

Encargado en planear, controlar los procesos productivos además de la calidad de los productos realizando el respectivo seguimiento para alcanzar los objetivos y las metas planteadas.

Actividades

- Realizar seguimientos de procesos productivos de la empresa.
- Mejoramiento continuo de la empresa en base en procesos
- Establecer metas de producción.
- Coordinar la materia prima con los departamentos de compras y de ventas

Técnico de producción

Designado a mantener los procesos productivos respectivos asegurando la continuidad de la empresa.

Actividades

- Mantenimiento de las líneas de producción.
- Controlar objetivos y metas de los obreros
- Revisión de calidad en cada una de las etapas de la producción

Operario

Encargado de transformar la materia prima en un producto de buena calidad y con las especificaciones

Actividades

- Cumplir con los objetivos y metas planteados por el departamento de producción
- Registro diario de su producción
- Mantener las maquinarias en las mejores condiciones
- Cumplir estrictamente con las especificaciones del producto

Jefe de Compras

Designado para realizar compras de acuerdo a las órdenes de producción que se vayan realizando.

Actividades

- Mantener los inventarios necesarios para que la producción no se retrase.
- Buscar los mejores proveedores y mantener buenas relaciones
- Negociar las mejores condiciones de las materias primas a consumir buscando reducción de costos

Jefe financiero

Encargado de administrar eficientemente los recursos financieros

Actividades

- Definir la estructura financiera más eficiente para la empresa
- Elaborar informes financieros cuando la gerencia lo solicite
- Confidencialidad de la información que posea la empresa.
- Pagar tributos a tiempo.

Bodega

Encargado de custodiar la materia prima además de los productos finales que se han realizado.

Actividades

- Resguardar los materiales que se encuentren en la bodega.
- Mantener organizado, limpio, fuera de peligro los materiales existentes.
- Revisar y recibir en las mejores condiciones las materias primas
- Mantener actualizados los registros de entradas y salidas de las materias primas con las documentaciones respectivas.
-

2.2 Estudio de mercado

Para un correcto análisis de los proyectos a implementarse es necesario basarse en un análisis de mercado el mismo que ayudara a la toma de decisiones futuras. Como lo indica Philip Kotler la investigación de mercado es un análisis sistemático de los problemas que ayudan a construir modelos y hallazgos de hechos que permitan mejorar la toma de decisiones además que nos ayudara a un mejor control en el mercado de bienes y servicios citado por (Prieto Herrera, 2009).

La investigación de mercados nos ayuda a conocer:

- **El mercado:** sus necesidades, la demanda potencial del mercado.
- **Clientes:** gustos y preferencias de los mismos, además de quien, que, porque, como, cuando y como compra.
- **Competencia:** quienes son nuestra competencias, cuantos competidores existen en el mercado, la ubicación de los mismos sus estrategias de competencia.
- **Opiniones de la mezcla de Mercadotecnia:** canales de comercialización del producto a elaborarse, el precio y como promocionar el producto

2.2.1 Entrevista de Profundidad

Para el análisis de mercado se realizaran entrevistas de profundidad con protagonistas de cada uno de los grupos de interés donde se buscara el mercado más adecuado para el mismo, las entrevistas se las realizara a cada uno de los representantes de los GAD's o municipios en donde queremos ingresar nuestros productos.

Ventajas:

- Entrevista con personas claves
- Información profunda y clara

Desventajas:

- Dificultad encontrar al entrevistado
- Costosa

Para esto se planteó dos modelos de protocolo de entrevista.

2.2.1.1 Modelo de entrevista pisos

Nombre del entrevistador: _____

Nombre del entrevistad: _____

Fecha entrevista: _____

Parroquia: _____

Presentación

Para un análisis correcto de necesidades de producción de pisos cerámicos, se realiza una entrevista a profundidad donde se realizaran diferentes preguntas en las cuales esperamos su predisposición.

Preguntas a realizar

- 1.- ¿En la parroquia de realizan productos en base de arcilla. ¿Cuales?
- 2.- ¿Cuáles son los proyectos en los cuales se utilizan pisos?
- 3.- ¿En los proyectos que manifestó cuantos metros cuadrados de pisos necesitan?
- 4.- ¿Dónde adquieren los pisos para los proyectos
- 5.- ¿Si se creara un emprendimiento comunitario adquiriría pisos fabricados por los mismos?
- 6.- ¿Cuáles son las condiciones que toma en cuenta para adquirir pisos?

Muchas gracias por su amabilidad y por el tiempo dedicado a contestar esta encuesta

2.2.2.2 Modelo de entrevista botellas cerámica

Nombre del entrevistador: _____

Nombre del entrevistad: _____

Fecha entrevista: _____

Parroquia: _____

Presentación

Para un análisis correcto de necesidades de producción de botellas cerámicas, se realiza una entrevista donde esperamos su predisposición.

Preguntas a realizar

- 1.- ¿Qué cantidad de licor producen cada semana?
- 2.- ¿En qué formas almacenan su licor para la venta?
- 3.- ¿Cómo impulsa su producto para vender de una mejor manera?
- 4.- ¿En la parroquia de realizan botellas en base de arcilla?
- 5.- ¿Estaría dispuesto a almacenar su licor en estas botellas?
- 6.- ¿Qué porcentaje de su producción destinaria para almacenarlo en la botella cerámica?
- 7.- ¿Si se creara un emprendimiento comunitario adquiriría las botellas de cerámica?
- 8.- ¿Cuales son las condiciones que tomaría en cuenta para adquirirlas?

Muchas gracias por su amabilidad y por el tiempo dedicado a contestar esta encuesta

2.2.2 Definición del producto

Aprovechando cada una de las oportunidades que se genera en la parroquia de San Rafael de Sharug mediante un correcto direccionamiento de sus materias primas se ha identificado la realización de productos en base de arcilla de donde se producirán pisos cerámicos así como botellas para almacenamiento de licores.

2.2.2.1 Piso cerámico

Se realizara pisos cerámicos en base de las arcillas encontradas en la zona las cuales cada una tendrá sus respectivas dimensiones además de las características físicas de resistencia, durabilidad y diseño, además los pisos tendrán diseños en base de la iconografía de la zona.

Tipo	Medidas base	Peso aproximado pieza
CUADRADO	25 X 25 x 2 cm	2,27 Kg
CUADRADO	40 X 40 X 2,8 cm	8,17 Kg
CUADRADO	30 X 30 X 2 cm	3,20 Kg
HEXAGONAL	20 X 20 X 2 cm	1, 05 Kg
HEXAGONAL	30 X 30 X 2 cm	2,45 Kg

Tabla 7 Pisos cerámico
Fuente: Elaboración de pisos cerámico
Elaboración: autor

2.2.2.2 Botellas para almacenamiento de Licores

Para la elaboración de botellas cerámicas para almacenamiento se analizó la producción de caña de azúcar que tiene la Parroquia de San Rafael de Sharug así mismo cuales son las comunidades en donde se realizan licores.

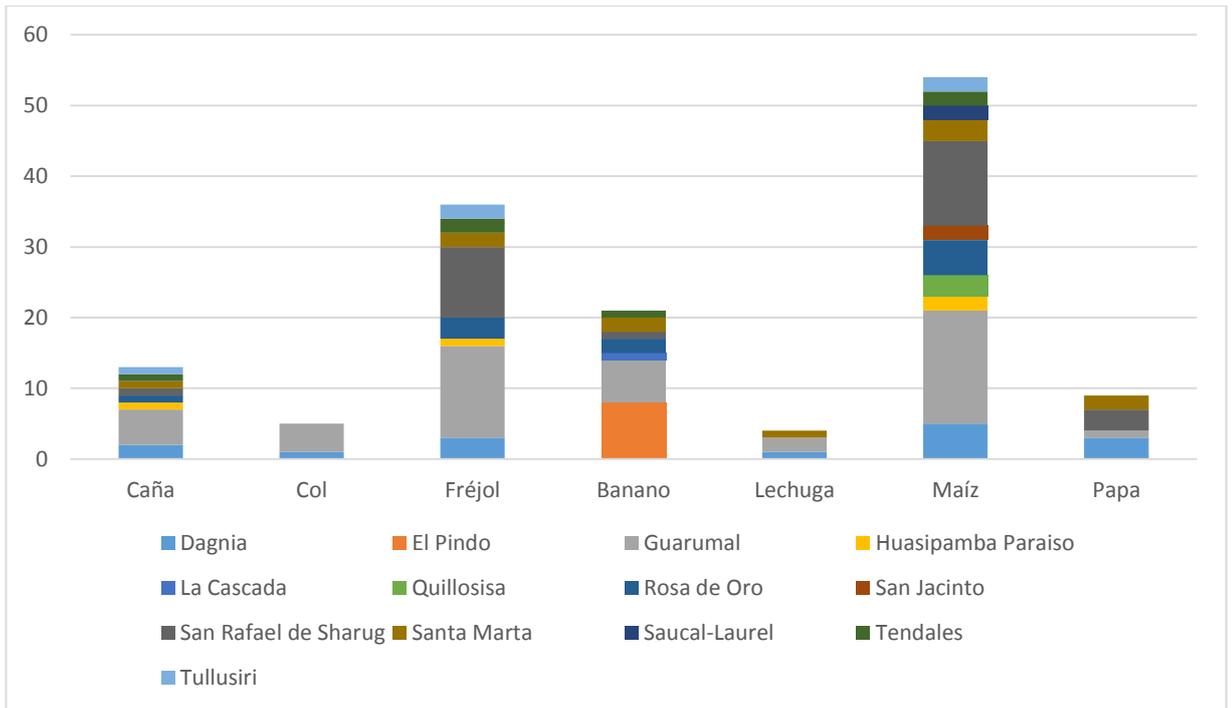


Ilustración 5 Productos cultivados en la parroquia San Rafael de Sharug
 Fuente: Encuesta para la elaboración del mapeo de actores, Proyecto Voluntarios Azuay 2014
 Elaboración: Grupo Social FEPP Regional Cuenca

Las comunidades Guarumal, Dagnia son los mayores productores de caña de azúcar en donde se aprovechara la producción de licor para los mismos llevarles a un correcto almacenamiento para la comercialización.

Botella cerámica de 750 ml



IMAGEN 1 Botella cerámica 750 ml
 Fuente: Bodega, vinos y bebidas
 Elaboración: Bodega, vinos y bebidas

2.2.3 Análisis de la demanda

2.2.3.1 Pisos

Para la demanda de pisos se estudiara las necesidades que las parroquias aledañas a San Rafael de Sharug necesitan ya que cada uno de estos GAD's tienen proyectos de construcción en la cual se utilizan pisos cerámicos.

SAN RAFAEL DE SHARUG		
Proyecto	m ² pisos	Total m ²
Adecuación 6 casa comunales (pisos, letrina)	130	780
Plan vivienda rural y urbano marginal (200 casas)	15% Vivienda 1 172.15 35 %Vivienda 2 162.71 50% Vivienda 3 156,45	32199.2
Adecuación paisajismo vial tramo Santa Martha	50	50
Implementación parque infantil San Rafael	70	70
Construcción auditorio del centro de desarrollo comunitario	Interiores 3000 Exteriores 1500	4500
TOTAL		36897.2

Tabla 8 Pisos proyectos San Rafael de Sharug

Fuente: Entrevista

Elaboración: Autor

MUNICIPIO PUCARÁ		
Proyecto	m ² pisos	Total m ²
Adecuación Casa Comunal Sarayunga	200	200
Adecuación Casa Comunal Gramalote	150	150
Adecuación Baterías sanitarias (10)	50	500
Adecuación Casa Comunal Tendales	100	100
Necesidad pisos proyectos para 2016	7000	7000
TOTAL		7950

Tabla 9 Pisos proyectos Municipio Pucará
Fuente: Entrevista
Elaboración: Autor

MUNICIPIO SANTA ISABEL		
Proyecto	m ² pisos	Total m ²
Plan de vivienda (250 casa para 2016) 20%	1800	1800
TOTAL		1800

Tabla 10 Pisos Proyecto Municipio Santa Isabel
Elaboración: Autor

Total producción metros cuadrados cerámica

PROYECTO CERÁMICO	
San Rafael de Sharug	36897.2
Municipio Pucara	7950
Municipio santa Isabel	1800
TOTAL m²	46647,20

Tabla 11 Total producción piso cerámico
Fuente: Entrevista
Elaboración: Autor

2.2.3.2 Botellas

Como alianza para la elaboración de botellas de cerámica se tomara en cuenta las comunidades que elaboren licores, con esto además se lograran impulsar su comercialización a otras partes del cantón.

Según entrevista a (Marquéz, 2015) en la parroquia de San Rafael de Sharug existen un total de 26 Trapiches que en un promedio destilan 20 litros cada tres días, la producción de la misma en su mayor parte es destinada al a la parroquia de Pucara.

SAN RAFAEL DE SHARUG		
Comunidad	# Trapiches	Total litros
Dagnia	9	180
Guarumal	13	260
Chaguar	2	40
Tullusiri	2	40
TOTAL		520

Tabla 12 Producción litros comunidades San Rafael de Sharug
Elaboración: Autor

2.2.4 Análisis de la oferta

Pisos

En la Parroquia San Rafael de Sharug no existe una fábrica de cerámica que elabore pisos, por lo que los pobladores de la parroquia como los de la comunidad realizan sus compras en el Cantón de Santa Isabel, en sus principales ferreterías como lo es la red de ferreterías Macova, Dimaco las cuales vendes pisos en base de cerámica. Las mismas que tiene proveedores de la provincia del Azuay:

Provincia	Ciudad	Fabricante	Tipo Cerámica	Productos
Azuay	Cuenca	Graiman Cía. Ltda.	Cerámica roja	Baldosas, azulejos para paredes
Azuay	Cuenca	Cerámica andina C.A.	Cerámica blanca	Vajillas de porcelana
Azuay	Cuenca	Cerámica Alfarero C.A.	Cerámica blanca	Adornos decorativos
Azuay	Cuenca	Artesa cía. Ltda.	Cerámica blanca	Vajillas y adornos cerámicos
Azuay	Cuenca	Cevicerámica	Cerámica blanca	Adornos decorativos
Azuay	Cuenca	Yapacunchi S.A.	Cerámica blanca	Vajillas y adornos cerámicos
Azuay	Cuenca	Cerámica Monteturi Cía. Ltda.	Cerámica roja	Accesorios para baños
Azuay	Cuenca	Hegagres	Cerámica roja	Baldosas de Gres
Azuay	Cuenca	Ladrillos y cerámica s.a. Lacesa	Cerámica blanca	Ladrillos, bloques de arcilla
Azuay	Cuenca	Cerámica Yanuncay	Cerámica roja	Tejas, ladrillos, bloques de arcilla
Azuay	Cuenca	Iprosan S.A.	Cerámica blanca	Porcelana sanitaria
Azuay	Cuenca	Cerámica Cuenca S.A.	Cerámica blanca/roja	Baldosas y azulejos para paredes
Azuay	Cuenca	Cerámica Rialto S.A	Cerámica blanca/roja	Baldosas y bloques para pisos
Azuay	Cuenca	Italpisos S.A.	Cerámica blanca	Baldosas y azulejos decorativos
Azuay	Cuenca	Fabrica Sinincay	Cerámica roja	Tejas

Tabla 13 Productores de pisos

Fuente: Guía del proceso industrial para la fabricación de baldosas cerámicas
Elaboración: Abad Jaramillo, Martín Pedro; Trokhimtchouk, Tatiana

Botellas cerámicas

La deficiente comercialización de licores que realizan las comunidades de San Rafael de Sharug es su envase ya que las mismas utilizan botellas recicladas, para su almacenamiento y posterior venta al consumidor final.

2.2.5 Resultado de la investigación primaria

Se han realizado encuestas a representantes de la parroquia de San Rafael de Sharug para ver las necesidades que poseen de metros cuadrados de pisos en la misma así mismo, la demandas que se tendrá en proyectos que se van a realizar en la parroquia. Por la cual se han planteado varias preguntas:

¿En la parroquia de realizan productos en base de arcilla? ¿Cuales?

En las parroquias San Rafael así como en el municipio de Pucara no existe una empresa que produzca pisos artesanales.

¿Cuáles son los proyectos en los cuales se utilizan pisos?

Proyectos San Rafael de Sharug
Adecuación 6 casa comunales (pisos, letrina)
Plan vivienda rural y urbano marginal (200 casas)
Adecuación paisajismo vial tramo Santa Martha
Implementación parque infantil San Rafael
Construcción auditorio del centro de desarrollo comunitario

Tabla 14 Proyectos San Rafael de Sharug
Elaboración: Autor

Proyectos Municipio de Pucará
Adecuación Casa Comunal Sarayunga
Adecuación Casa Comunal Gramalote
Adecuación Baterías sanitarias (10)
Adecuación Casa Comunal Tendales
Necesidad pisos proyectos para 2016

Tabla 15 Proyectos Municipio de Pucará
Elaboración Autor

Proyecto Cantón Santa Isabel
Plan de vivienda (250 casa para 2016) 20%

Tabla 16 Proyecto Cantón Santa Isabel
Elaboración: Autor

¿En los proyectos que manifestó cuantos metros cuadrados de pisos necesitan?

Metros cuadrados de pisos	
San Rafael de Sharug	36897.2
Municipio de pucara	7950
Municipio de Santa Isabel	1800
TOTAL	46647.2

Tabla 17 Metros cuadrados pisos
Elaboración: Autor

¿Dónde adquieren los pisos para los proyectos?

Adquisición de pisos	
San Rafael de Sharug	Cadena Ferretería Macova
Municipio de pucara	Contratación por obra, Cadena Ferretería Macova
Municipio de Santa Isabel	Cadena Ferretería Macova

Tabla 18 Adquisición de pisos
Elaboración: Autor

¿Si se creara un emprendimiento comunitario adquiriría pisos fabricados por los mismos?

Manifestaron que es importante los emprendimientos productivos de las comunidades ya que mejoran su calidad de vida además de su prioridad en la compra de sus productos a los mismos, por lo que si se adquirirían si el proyecto se realizara

¿Cuáles son las condiciones que toma en cuenta para adquirir pisos?

Se prioriza la calidad del producto además de sus precio en el cual se comercializa.

Botellas Cerámicas

¿Qué cantidad de licor producen cada semana?

En promedio semanalmente se produce 20 litros cada tres días en los trapiches existentes

¿En qué formas almacenan su licor para la venta?

Se almacenan en botellas recicladas.

¿Cómo impulsa su producto para vender de una mejor manera?

No existe ningún tipo de valor agregado para aumentar sus ventas de licor al consumidor final

¿En la parroquia de realizan botellas en base de arcilla?

No se realizan botellas de cerámica

¿Estaría dispuesto a almacenar su licor en estas botellas?

Se almacenara siempre que las condiciones de la misma sean óptimas para almacenamiento, además que se garantice la comercialización del producto final

¿Qué porcentaje de su producción destinaria para almacenarlo en la botella cerámica?

Dependerá de la eficiencia de los canales de comercialización ya que si es óptimo se destinara más litros de licor al almacenamiento de botellas cerámicas.

¿Si se creara un emprendimiento comunitario adquiriría las botellas de cerámica?

Se adquiriría siempre que el mismo impulse a la venta de licores.

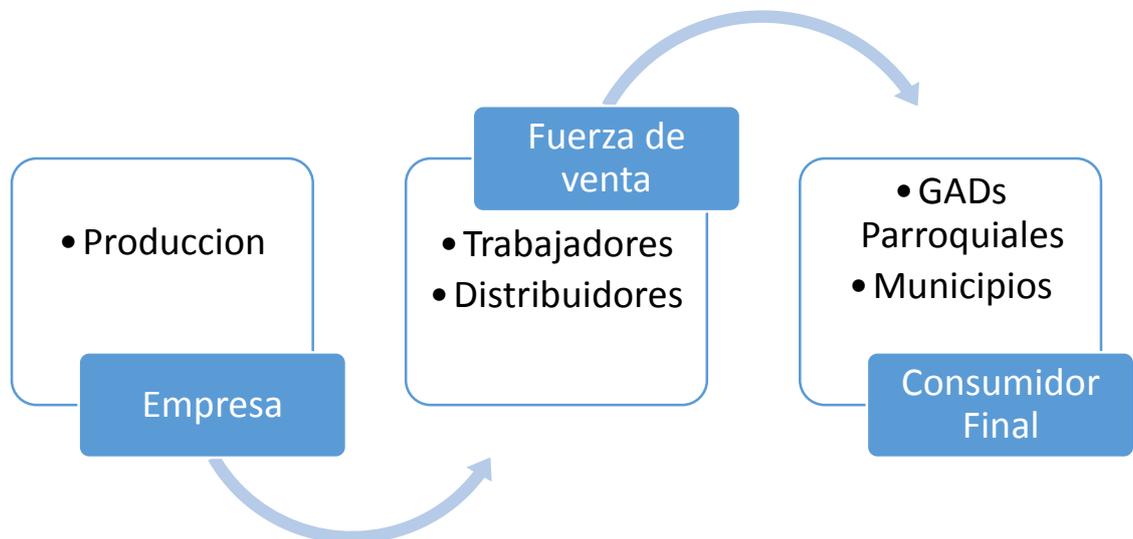
¿Cuales son las condiciones que tomaría en cuenta para adquirirlas?

Se tomara en cuenta las condiciones de la botella además de su precio en el cual se adquirirán, así como el diseño que impulse a la comunidad en la cual se desarrolla el licor.

2.2.6 Análisis de la comercialización

Lo fundamental de la empresa es el análisis correcto de los canales de comercialización para que sus productos se muestren al mercado así como lo indica (Fernández Nogales, Martínez Castro, & Rebollo Arévalo, 2003) sugiere que la empresa debe priorizar la función de intercambio más que como una función de producción.

La distribución se realizara por canal directo Productos Consumidor final se eliminara la intermediación de los productos. Utilizando como fuerza de ventas a los trabajadores que estén en este departamento



Para que la comercialización tenga éxito se debe incluir estrategias para entrar en el mercado.

Estrategias Comercialización	
Canal	Estrategia
Venta personal	Ventas personalizadas, interacción directa con el cliente
Publicidad	Medio de difusión masiva, radio, socialización de proyectos a diferentes GAD's parroquiales y Municipios
Merchandising	Mejoramiento de procesos productivos de empresas similares que fabriquen productos cerámicos
Atención al cliente	Servicio post venta, logrando la mejora continua de procesos y de calidad de producto

Tabla 19 Estrategias de comercialización

Fuente: La Reorganización de los canales de comercialización

Elaboración: Fernández Nogales, Ángel; Martínez Castro, Emilia; Rebollo Arévalo, Alfonso

2.2.7 Precios

Los productos que se vayan a realizar en la parroquia de San Rafael de Sharug se realizan con diseños iconográficos de las culturas Cañarís e Incas que se asentaron en la parroquia.

PRECIOS REFERENCIALES

Producto	Precio Competencia	Precio empresa
PISOS		
PISO CUADRADO 25 X 25	9,50 \$	10,00 \$
PISO CUADRADO 40 X 40	17,00 \$	17,00 \$
PISO CUADRADO 30 X 30	13,75 \$	13,00 \$
PISO HEXAGONAL 20 X 20	8,00 \$	8,00 \$
PISO HEXAGONAL 30 X 30	13,00	13,00
BOTELLAS CERAMICAS		
BOTELLA 750 ml	6,00 \$	6,50 \$

Tabla 20 Precios referenciales

Elaboración: Autor

2.3 Estudio técnico

Es importante para un proyecto el análisis de ¿Qué?, ¿Cómo? y ¿Cuándo? se va a producir; por ello, en el estudio técnico se debe ver todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto (Baca Urbina, 2001).

Incluye todo el proceso productivo de los productos a realizarse según esto se analizara que materiales se necesita y además los diagramas de flujo que se generen servirán como base para los obreros que realizan los productos. Además de la maquinaria y equipos que se necesiten en cada uno de los procesos productivos para analizar sus capacidades de producción de las mismas logrando obtener la capacidad instalada de la planta que ayudara a realizar proyecciones de producción así como metas de producción del proyecto.

Con ello se lograra ver todos los costos que incurren en el ciclo productivo del proyecto para luego definir sus flujos financieros basándonos en los costos que obtengamos en el estudio técnico.

2.3.1 Descripción del proceso de productivo

ELABORACIÓN DE PISOS CERÁMICOS

Aunque cada uno de los distintos tipos de pisos cerámicos es fruto de procesos de fabricación diferentes, que pueden llegar a diferir sustancialmente entre sí dependiendo de las especificaciones propias de cada una de aquellas y de su destino último, se puede dividir el proceso general de fabricación de los pisos cerámicos en las etapas indicadas a continuación:

Preparación de la composición

Una vez elegidas las materias primas a emplear, y determinada la proporción en la que va a intervenir cada una de ellas, se realiza el pesaje y la dosificación de las mismas.

Preparación de la pasta

El material para por maquinaria para moles las mismas ya que la mezcla debe quedar homogenizada para su posterior utilización en los productos finales.

Conformado de piezas

Realizada la pasta, la misma se coloca en un molde previamente elaborado las mismas que deben realizarse de una manera con las medidas exactas, esto da forma al producto con el proceso de prensado.

Secado

Las piezas que salgan de los moldes se las debe retirar y ubicarlas en un lugar seco, para lograr reducir su humedad, y que la pieza este en ópticas condiciones.

Decoración

Se realiza la decoración adecuada de acuerdo al diseño de los pisos.

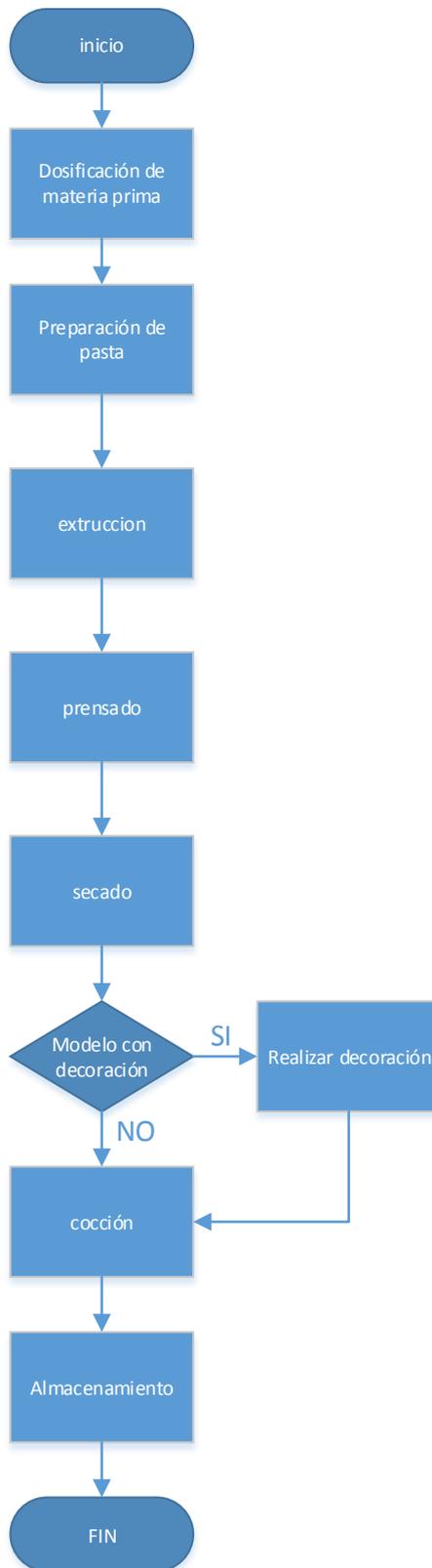
Cocción

Las piezas ya elaboradas, secadas y decoradas están en condiciones para llevarlas al horno, el mismo que debe llegar a temperaturas de cerca de los 1000 grados

Clasificación y almacenamiento

Se realiza la parte final del proceso donde se selecciona, y controla el producto final para su respecto almacenamiento y su posterior comercialización.

Diagrama de flujo elaboración de pisos cerámicos



ELABORACIÓN DE BOTELLAS CERÁMICAS

Para el almacenamiento de licores se utilizara botellas de cerámica utilizando una técnica de vitrificado donde la misma se emplea para que el líquido no se filtre por la botella así mismo para que el producto almacenado conserve mejor sus propiedades originales.

Preparación de la composición

Se elige correctamente la materia prima la cual se va a utilizar para realizar el producto, se debe pesar correctamente los elementos que se va a utilizar para su correcta dosificación.

Preparación de barbotina

Los materiales seleccionados y pesados (arcilla, agua, silicato de sodio) se mezclan hasta formar un pasta líquida, la misma que se deja reposar por al menos un día. Cada vez que se vaya a utilizar la barbotina se la debe agitar antes de utilizar para que recobre su estado líquido.

Colocación pasta líquida en el molde

Una vez realizada la barbotina se vierte en un molde de yeso que con la forma de botella que se va a comercializar.

Cocción

Se inserta el molde con la barbotina en el horno a una temperatura de 1050 grados para que actúen las características de la arcilla.

Secado

Cocinada ya la pieza se deja reposar en el mismo horno, para su posterior proceso

Decoración Botella

Según el modelo que se vaya a realizar tendrá su decoración el cual se realiza con óxidos naturales o esmaltes.

Vitrificar Botella

Se vierte esmalte vitrificado en el interior de la botella, para que no se filtre el líquido que se va a almacenar y para preservar sus características originales del mismo.

Cocción

Decorada la botella se procesa a la segunda cocción la cual permite que los óxidos y el esmalte vitrificado se fusionen con la botella para que actúen sus propiedades. Para lograr estas propiedades se debe quemar hasta unos 850 grados.

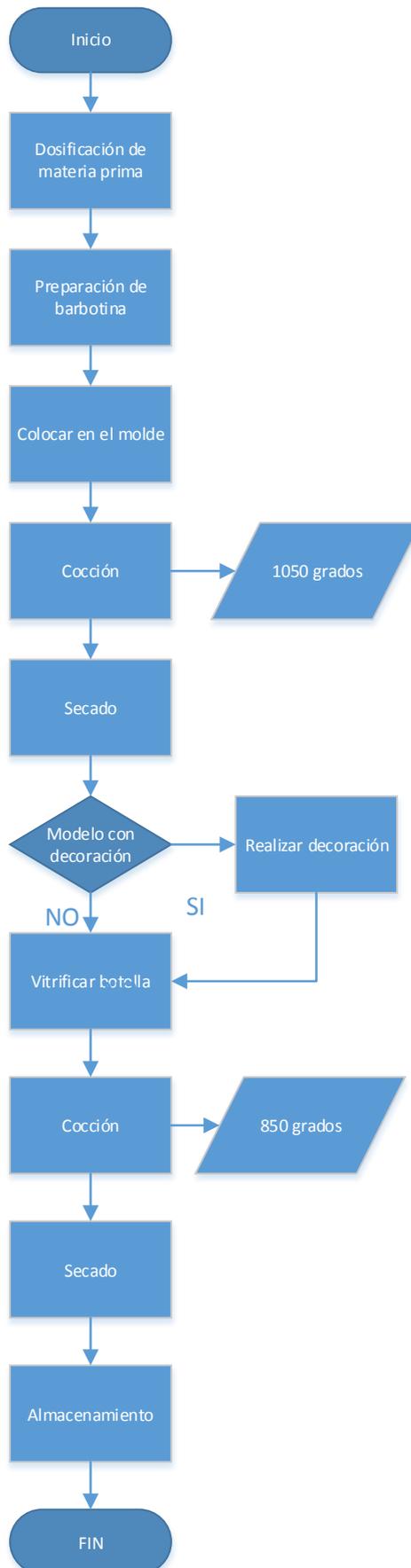
Secado

Las piezas se dejan reposar en el horno para su posterior almacenamiento.

Clasificación y almacenamiento

La clasificación de las botellas se realiza al final del proceso, donde se analizan sus aspectos físicos de la misma para su posterior almacenamiento.

Diagrama de Flujo de elaboración de botellas de cerámica



2.3.2 Maquinarias y equipos

Maquinaria

Horno tiro invertido

Una de las características principales es la reducción de un 50 % de emisión de gases a comparación de los hornos tradicionales ya que los gases permanecen en la cámara de combustión lo que permite aprovechar aún más el fuego.

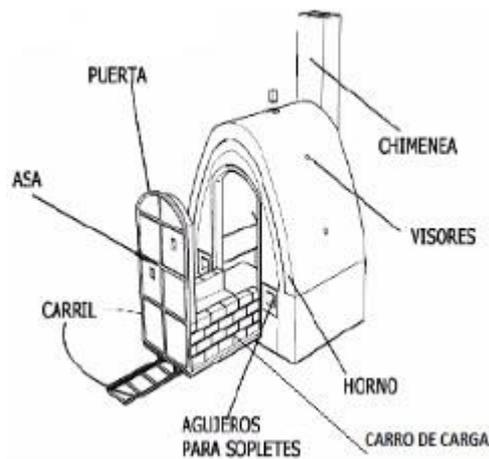


IMAGEN 2 Horno tiro invertido

Fuente: Estudio de definición de tipo de horno apropiado para el sector ladrillero
Elaboración: Conam. Cusco 2008

Molino de mandíbula

Para molienda de materiales duros, tamaño final de la molina de 0,3 – 15 mm



IMAGEN 3 Molino de Mandíbula

Fuente: Fritsch
Autor: Fritsch

Característica	Capacidad
Tamaño de muestra	60 mm
Rendimiento máximo	140 Kg/h
Finura final	0,3 – 15mm
Oscilaciones excéntricas	308 oscilaciones/min

Tabla 21 Características Molino de Mandíbula

Fuente: Fritsch
Elaboración: Autor

Molino de martillo

Molienda para material semiduro a frágiles, final de la molida 0,12 – 10 mm



IMAGEN 4 Molino de martillo

Fuente: Fritsch
Elaboración: Fritsch

Características	Capacidad
Tamaño máximo de muestra	20mm
Rendimiento máximo	80 l/h
Finura final	0,12 – 10mm
Velocidad Motor	2850 rpm

Tabla 22 Características Molino de martillo

Fuente: Fritsch
Elaboración: Autor

Extrusora

Mezcla de materia prima para lograr pasta suave y moldear a mano.



IMAGEN 5 Extrusora

Fuente: Alibaba

Elaboración: Alibaba

Características	Capacidad
Potencia	11 kw
Presión de extrusión	1,5 mpa
Dimensiones	2700 x 1130 x 570

Tabla 23 Características Extrusora

Fuente: Alibaba

Elaboración: Autor

Horno eléctrico

Se utiliza el horno eléctrico para mejorar su acabado final además de que la técnica de vitrificado se lo realice correctamente.



IMAGEN 6 Horno eléctrico

Fuente: Bautermic

Elaboración: Bautermic

Características	Capacidad
Capacidad máxima	2000 litros
Dimensiones interiores	1000 A x 1330 A x 1500 F mm
Dimensiones exteriores	1900 A x 2250 A x 2400 F mm
Potencia	140000 kcal/h
Numero quemadores	2

Tabla 24 Características horno eléctrico

Fuente: Bautermic

Elaboración: Autor

Equipos

Equipo	Cantidad
Balanza electrónica	2
Moldes pisos	10
Moldes Botellas	30
Estantes para secado	2
Pirómetro	1
Empacadora	1
Selladora	1

Tabla 25 Equipos

Elaboración: Autor

2.3.3 Capacidad instalada

Se producirán pisos y botellas con referencia a las maquinarias instaladas utilizándolas el 70 % de sus capacidades.

Pisos

Se producirá tres días por semana ya que se necesita para la quema 24 horas.

TIPO	MEDIDAS BASE	PESO APROXIMADO LIBRAS	PONDERACION	CANTIDAD LIBRAS	NUMERO PIEZAS DIA
CUADRADO	25 X 25 x 2 cm	4,994	10%	925,9404	185
CUADRADO	40 X 40 X 2,8 cm	17,974	60%	5555,6424	309
CUADRADO	30 X 30 X 2 cm	7,04	15%	1388,9106	197
HEXAGONAL	20 X 20 X 2 cm	2,31	10%	925,9404	401
HEXAGONAL	30 X 30 X 2 cm	5,39	5%	462,9702	86
TOTAL		37,708	100%	9259,404	1179

Tabla 26 Producción pisos

Elaboración Autor

Producción proyectada pisos

Unidades de pisos			
Diario	semanal (3 días)	Mes	Anual
1179	3536	10607	127281

Tabla 27 Proyección de producción pisos
Elaboración: Autor

Botellas Cerámicas

De acuerdo a la demanda que se necesita en el mercado se necesitan un total de 555 botellas por mes que contengan 750 ml cada una que representa el 20% de participación del mercado a satisfacer. Se producirá los cinco días ya que las botellas se quemaran en un horno eléctrico para su mejor terminado final

UNIDADES DE BOTELLAS CERÁMICAS			
DIARIO	SEMANAL	MES	ANUAL
27	135	540	6480

Tabla 28 Producción botellas
Elaboración: Autor

2.3.4 Costos

Balance de equipos

Ítem	Cantidad	Costo	Costo Total	Vida útil	Valor de liquidación	Ingreso Total
Horno tiro invertido	1	15000	15000	10		
Molino de mandíbula	1	2500	2500	5	500	500
Molino de martillo	1	3500	3500	5	700	700
extrusora	1	3000	3000	5	650	650
Horno eléctrico	1	6000	6000	5	2000	2000

Tabla 29 Balance de equipos

Fuente: Proyectos de inversión formulación y evaluación, Nassir Sapag
Elaboración: Autor

Calendario de inversiones de reposición

Ítem	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Horno tiro invertido										
Molino de mandíbula					2500					
Molino de martillo					3500					
extrusora					3000					
Horno eléctrico					6000					
total					15000					

Tabla 30 Calendario de inversiones de reposición
Fuente: Proyectos de inversión formulación y evaluación, Nassir Sapag
Elaboración: Autor

Balance de obras físicas

Ítem construcción	Unidad de medida	de tamaño	Costo unitario	Costo total
Nave	m2	400	15	6000
Bodega	m2	60	25	1500
Estantería	módulos	2	200	400

Tabla 31 Balance de obras físicas
Fuente: Proyectos de inversión formulación y evaluación, Nassir Sapag
Elaboración: Autor

Balance de personal

Cargo	Cantidad	Mensualidad unitaria	Total
Gerente general	1	671,75	671,75
Jefe financiero	1	512,961735	512,9617
Jefe talento humano	1	512,961735	512,9617
Jefe producción	1	512,961735	512,9617
Técnico producción	1	509,817945	509,8179
Operarios	6	503,22136	3019,328
Jefe de compras	1	512,961735	512,9617
Jefe bodega	1	512,961735	512,9617
Jefe comercialización	1	512,961735	512,9617
Vendedores	1	507,70865	507,7087
Total mensual			7786,375
Total anual			93436,5

Tabla 32 Balance de personal

Fuente: Proyectos de inversión formulación y evaluación, Nassir Sapag
Elaboración: Autor

Balance de insumos

Insumos para elaboración de pisos

Costo de producción de una unidad de pisos nos basaremos en sus componentes y el costo unitario de cada uno de ellos logrando como resultado el costo unitario por unidad para posteriormente sacar el costo total por metro cuadrado.

COSTO CERÁMICA 25 X 25 X 2 POR UNIDAD			
Insumo	Cantidad	costo unitario	total
Arcilla	4,99	0,07	0,3493
Agua	4	0,007	0,028
Molde	1	0,00029462	0,000295
Quema	12	6,7881E-05	0,000815
		0,07736251	0,378409

Tabla 33 Costo cerámica

Fuente: Proyectos de inversión formulación y evaluación, Nassir Sapag
Elaboración: Autor

COSTO PISOS POR METRO CUADRADO			
TIPO	MEDIDAS BASE	Piezas por metro cuadrado	Costo
CUADRADO	25 X 25 x 2 cm	12	4,541
CUADRADO	40 X 40 X 2,8 cm	6	8,172
CUADRADO	30 X 30 X 2 cm	13	6,935
HEXAGONAL	20 X 20 X 2 cm	45	7,877
HEXAGONAL	30 X 30 X 2 cm	18	7,351

Tabla 34 Costo piso por metro cuadrado

Fuente: Proyectos de inversión formulación y evaluación, Nassir Sapag
Elaboración: Autor

Insumos para elaboración de botellas cerámicas

Se revisara cada insumo de forma individual para darle un costo total a la botella

BOTELLA 750 ml			
Insumo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Barbotina	1	0,32	0,32
Óxidos	15	0,1	1,5
Esmalte vitrificado	20	0,05	1
Molde	1	0,0046	0,004
Quema	12	0,0017	0,021
			2,85

Tabla 35 Insumos producción botella

Fuente: Proyectos de inversión formulación y evaluación, Nassir Sapag
Elaboración: Autor

2.3.4 Tamaño y la localización del proyecto

La localización se lo realizara en la parroquia de San Rafael de Sharug



IMAGEN 7 Ubicación Planta productora de cerámica
Fuente: PDOT San Rafal de Sharug
Elaboración: Autor

La planta estará ubicada en la entrada principal a san Rafael de Sharug además se encuentra a 3 kilómetros del yacimiento principal de arcilla, el terreno consta de 1200 metros cuadrados los cuales nos permitirá la distribución correcta para la recopilación de materia prima, la cadena de producción y su correcto almacenamiento.

2.3.5 Conclusiones

Para un correcto funcionamiento de la empresa se debe tener en cuenta su estructura organizacional ya que la misma será quien de vida a la empresa en este caso tomara forma de cooperativa ya que la misma permitirá una seguridad a la empresa a mediano y a largo plazo por los beneficios que otorga la misma, además que mediante esto se podrá tener ayuda estatal para mejoramiento de la empresa y lograr cumplir con objetivos, la estructura organizacional bien definida con sus respectivas tareas para cada cargo lograra crear sinergia en la organización lo cual permitirá que la empresa continuo con sus operaciones muchos años,.

Para un estudio de mercado se define el mercado meta a cual nos vamos a direccionar el cual nos permitirá que técnica para estudio de mercado nos favorecerá más y aplicar la misma, además que nos ayudara a una mejor comprensión de la demanda y entenderla para utilizar los mejores canales de comercialización ya que este es uno de los puntos más débiles de cada una de las empresas creando estrategias para lograr posicionarlas en el mercado. Además que el estudio de la oferta permitirá saber lo que realizara nuestra posible competencia y lograr mitigar riesgos que se generen como los precios, sus canales de comercialización, productos etc.

Un correcto proceso productivo lograra que la empresa estandarice cada uno de los procesos de producción logrando la optimización de tiempo, la reducción de desperdicios de materia prima, recursos económicos, talento humano permitiendo a la empresa la continuidad en la producción, en base a los procesos productivos se adecuaran los equipos y maquinarias más adecuadas para los procesos mediante el estudio de la capacidad instalada que permitirá saber ¿Cuánto? y ¿Cómo? se producirán nuestros productos y los respectivos costos que incurrirán en cada uno de los procesos.

2.3.6 Resumen del Capítulo II

Se constituirá una cooperativa por los beneficios que la misma ofrece como la creación de una cuenta irreplicable donde la misma servirá como colchón para momentos de crisis la cual se activara y esta ayudara a cubrir pérdidas que se ocasionen en el ejercicio de la empresa además que la misma permitirá el apoyo gubernamental en préstamos, impulsos planes productivos, donaciones de maquinarias, canales de comercialización, ayudara a mejorar las capacidades del talento humano logrando mejorar su desarrollo profesional, para que la parte interna de la Cooperativa funcione se realizó un organigrama el cual muestra de una forma jerárquica cada uno de sus puestos, además de cada una de las funciones que debe cumplir cada uno de los puestos de trabajo.

Se realizó un estudio de mercado en base a una entrevista a profundidad a personas estratégicas como presidentes de GAD's parroquiales, quienes serán nuestros potenciales cliente, los mismos que manifestaron el apoyo a la creación de una empresa productiva de cerámica lo cual provocara un impacto social y económico en la parroquia ya que la misma es una de las menos beneficiadas, también se impulsara las ventas de licores que existe en la comunidad de Guarumal y Dagnia elaborando botellas cerámicas para su almacenamiento, se analizó la demanda de pisos en los parroquias donde se realizó el estudio dando como resultado una demanda de cerca de 46647,20 metros cuadrados de pisos de cerámica, la producción de botellas se tomó el 20% del total de producción de licores para su almacenamiento lo cual son cerca de 540 botellas mensuales para producir. Por otro lado se realizó estudio de la oferta donde se estudió nuestra competencia y los precios en las que ofrecían, nuestro principal competidor se encuentra en Santa Isabel una cadena de ferreterías Macova en donde la mayoría de GAD's parroquiales adquieren sus pisos, esto permitirá tener nuestro canal de comercialización asegurado ya que se lograra ser quienes provean de pisos a los GAD's parroquiales, así mismo nos volveremos más competitivos en precios ya que nos basamos en los precios de la competencia para colocar el precio de nuestros productos a vender.

También se realizó los diagramas respectivos de los procesos productivos de los pisos de cerámica y las botellas lo cual nos ayudara a estandarizar cada uno de los procesos productivos y logrando mejorarlos paulatinamente, basándonos en esto se analizó a los equipos y a la maquinaria que se utilizaran en cada uno de los procesos de producción, lo cuales nos permitirán cumplir con la demanda requería de pisos así como de botellas además se consideró que la empresa al crecer años posteriores no se utilizó la capacidad de la maquinaria al 100% , esto permitirá costear cada uno de nuestros productos en base a los insumos que se requiera en la producción, para los pisos se calculó por unidad de piso para posteriormente realizar el análisis del costo por metro cuadrado de piso, en cambio las botellas de cerámica se realizó un análisis de cada uno de los insumos que ingresa en la elaboración de este producto y se sacó un costo unitario.

3 CAPÍTULO III ESTUDIO FINANCIERO Y EVALUACIÓN

3.1 Flujo de caja proyectado

Para realizar los respectivos estudios financieros se realizó la respectiva composición del capital.

COMPOSICIÓN DE CAPITAL		
Capital	37058	37058
Propio	40%	14823,2
Préstamo	60%	22234,8
Capital de trabajo	Aporte de socios	16259,904
	Capital total	53317,904

Tabla 36 Composición del capital
Elaboración: Autor

Además para el capital de trabajo se consideró lo que se necesita durante el primer mes de operaciones de la empresa, la cual será aporte adicional de los socios de la cooperativa.

CAPITAL DE TRABAJO	
MANO DE OBRA	2281,86
MATERIAS PRIMAS	9688,48312
GASTOS DE VENTAS (Sueldos)	459,730183
GASTOS DE ADMINISTRACION	3829,83073
Capital de trabajo total	16259,904

Tabla 37 Capital de Trabajo
Elaboración: Autor

Flujo de caja proyectado a 5 años

	Año 1	Año 2	Año3	Año4	Año5
	Total	Total	Total	Total	Total
Ingresos	230.665,1 3	251.421,8 0	279.588,9 4	316.731,0 1	362.222,8 7
Total ingresos	230.665,13	251.421,80	279.588,94	316.731,01	362.222,87
Egresos					
Gastos					
Mano de obra	27.382,32	28.477,61	29.616,72	30.801,39	32.033,44
Materias primas	116.261,8 0	126.695,2 0	140.877,1 4	159.579,0 0	182.491,9 8
Gastos de ventas (sueldos)	5.516,76	5.737,43	5.966,93	6.205,61	6.453,83
Gastos de ventas(publicidad)	1.800,00	2.400,00	3.000,00	3.300,00	3.600,00
Gastos de administración	45.957,97	47.796,29	49.708,14	51.696,46	53.764,32
Gastos de depreciación	3.368,33	3.368,33	3.368,33	3.000,00	3.000,00
Beneficios sociales	7.257,23	13.037,52	13.559,02	14.101,38	14.665,43
Gastos financieros	2.906,31	2.413,18	1.846,39	1.194,96	446,25
Participación 15% trabajadores	3.032,16	3.224,44	4.746,94	7.027,83	9.865,14
Total egresos	213.482,8 8	233.150,0 0	252.689,6 1	276.906,6 3	306.320,4 0

Tabla 38 Flujo de caja proyectado
Elaboración: Autor

3.2 Proyecciones de ingresos y egresos

Proyección de ingresos según ventas proyectadas a 5 años, para las proyecciones de las ventas de pisos y botellas respectivamente se tomó en cuenta un porcentaje de incremento para el primer año de 5 % para el segundo año de 7% para el tercer año un 9 % y para el quinto año un incremento del 10 %.

	Año 1	año 2	año3	año4	año5
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
INGRESOS					
VENTAS	230.665,13	251.421,80	279.588,94	316.731,01	362.222,87

Tabla 39 Proyección Ingresos
Elaboración: Autor

Para la proyección de egresos se consideró un incremento de un 4% para todos los años respectivamente.

EGRESOS					
Mano de obra	27.382,32	28.477,61	29.616,72	30.801,39	32.033,44
Materias primas	116.261,80	126.695,20	140.877,14	159.579,00	182.491,98
Gastos de ventas (sueldos)	5.516,76	5.737,43	5.966,93	6.205,61	6.453,83
Gastos de ventas(publicidad)	1.800,00	2.400,00	3.000,00	3.300,00	3.600,00
Gastos de administración	45.957,97	47.796,29	49.708,14	51.696,46	53.764,32
Gastos de depreciación	3.368,33	3.368,33	3.368,33	3.000,00	3.000,00
Beneficios sociales	7.257,23	13.037,52	13.559,02	14.101,38	14.665,43
Gastos financieros	2.906,31	2.413,18	1.846,39	1.194,96	446,25
Participación 15% trabajadores	3.032,16	3.224,44	4.746,94	7.027,83	9.865,14

Tabla 40 Proyección de egresos
Elaboración: Autor

3.3 Balance General Projectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO										
Descripción	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
ACTIVO										
ACTIVO CORRIENTE		28.715,50		30.842,90		40.878,78		55.660,93		74.013,61
Caja - Bancos	17.182,24		18.271,81		26.899,33		39.824,38		55.902,46	
Clientes	11.533,26		12.571,09		13.979,45		15.836,55		18.111,14	
ACTIVO FIJO		56.686,24		56.686,24		56.686,24		56.317,90		56.317,90
Activos Fijos	53.317,90		53.317,90		53.317,90		53.317,90		53.317,90	
Depreciación	3.368,33		3.368,33		3.368,33		3.000,00		3.000,00	
TOTAL ACTIVO		85.401,74		87.529,14		97.565,02		111.978,83		130.331,51
PASIVO										
PASIVO CORRIENTE		13.195,70		18.675,13		20.152,35		22.324,18		24.976,83
Beneficios sociales	7.257,23		13.037,52		13.559,02		14.101,38		14.665,43	
Particip. Trabajadores	3.032,16		3.224,44		4.746,94		7.027,83		9.865,14	
Obligaciones instituciones financieras	2.906,31		2.413,18		1.846,39		1.194,96		446,25	
TOTAL PASIVO		13.195,70		18.675,13		20.152,35		22.324,18		24.976,83
PATRIMONIO										
CAPITAL SOCIAL		55.023,79		50.582,20		50.513,33		49.830,28		49.452,22
Aportes Socios	32.788,99		28.347,40		28.278,53		27.595,48		27.217,42	
Capital Suscrito	22.234,80		22.234,80		22.234,80		22.234,80		22.234,80	
Utilidad del Ejercicio		17.182,24		18.271,81		26.899,33		39.824,38		55.902,46
TOTAL PATRIMONIO		72.206,04		68.854,00		77.412,66		89.654,66		105.354,69
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		85.401,74		87.529,14		97.565,02		111.978,83		130.331,51

Tabla 41 Balance general proyectado

Elaboración: Autor

3.4. Estado de Resultados Proyectado

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas:	230.665,13	251.421,80	279.588,94	316.731,01	362.222,87
Mo y mdo	143644,117	155172,81 3	170493,86 0	190380,38 5	214525,42 1
Utilidad bruta	87021,011	96248,991	109095,08 5	126350,62 6	147697,44 5
Gastos ventas	5516,762	5737,433	5966,930	6205,607	6453,831
Gastos de publicidad	1800,000	2400,000	3000,000	3300,000	3600,000
Gastos administrativos	45957,969	47796,288	49708,139	51696,465	53764,323
Gastos de depreciación	3368,333	3368,333	3368,333	3000,000	3000,000
Gastos financieros	2906,313	2413,175	1846,392	1194,964	446,250
Gastos beneficios sociales	7257,229	13037,518	13559,019	14101,380	14665,435
Utilidad operacional	20214,405	21496,244	31646,272	46852,211	65767,606
15% trabajadores	3032,161	3224,437	4746,941	7027,832	9865,141
Utilidad antes de impuestos	17182,244	18271,808	26899,331	39824,379	55902,465
Utilidad neta	17182,244	18271,808	26899,331	39824,379	55902,465

Tabla 42 Estado de Resultados proyectados
Elaboración: Autor

3.5 Ratios financieros

Indicadores de evaluación

Indicadores de evaluación	
TIR	39%
VAN	56.376,68

Tabla 43 Indicadores de evaluación
Elaboración: Autor

La tasa interna de retorno dio como resultado un 39% ya que supera la tasa de descuento del proyecto Para el valor actual neto hemos recuperado y superado la inversión inicial que requería el proyecto cerámico ya que el resultado es mayor a 0.

Índices de liquidez	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Razón corriente	2,2	1,7	2,0	2,5	3,0
Capital de trabajo	15520	12168	20726	33337	49037

Tabla 44 Índices de Liquidez
Elaboración: Autor

Para los indicadores de liquidez tanto la razón corriente como el capital de trabajo el activo corriente puede cubrir nuestro pasivo corriente para el segundo año el indicador disminuyen ya que se pagan beneficios sociales pero así mismo logra cubrir nuestros pasivos corrientes.

coeficiente de beneficio/costo **1,123**

Tabla 45 Coeficiente beneficio/costo
Elaboración Autor

El indicador beneficio costo nos indica que por cada dólar que invertimos recibiremos 12 centavos de dólar, lo cual nos indica que cubrimos totalmente nuestro un costo y tenemos una ganancia de 12 ctvs.

Indicadores de Rentabilidad

INDICADORES DE RENTABILIDAD					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rentabilidad del patrimonio	24%	21%	23%	26%	26%
Margen operacional de utilidad	9%	9%	11%	15%	18%
Margen bruto de utilidad	38%	38%	39%	40%	41%
margen neto de utilidad	7%	7%	10%	13%	15%
ROA	20%	21%	28%	36%	43%
ROE	32%	34%	50%	75%	105%

Tabla 46 Indicadores de rentabilidad
Elaboración: Autor

Los indicadores de rentabilidad muestran que la empresa luego de pagar todos sus costos, gastos es capaz de generar utilidades, así mismo los activos como el patrimonio son capaces de generar utilidades eficientemente ya que sus rendimientos son altos y la empresa es capaz de pagar a sus accionistas sus inversiones realizadas.

3.6 Conclusiones

Basado en los resultados que nos arroja en la investigación que se han efectuado, el proyecto productivo cerámico resulta ser sustentable y sostenible económica y financieramente, ya que los indicadores de evaluación tanto la TIR como el VAN nos ayudan a tomar decisiones de invertir en el proyecto, además que los indicadores de liquidez indican los activos corrientes son capaces de costear nuestros pasivos corrientes, además los indicadores de rentabilidad arrojan que las ventas que se generan en la operación de la empresa cubren nuestros costos y gastos y es capaz de generar utilidades así mismo los activos son capaces de generar renta, igualmente el patrimonio es capaz de generar utilidades y compensar a sus accionistas sus inversiones.

3.7 Resumen del Capítulo III

Según los costos, precios obtenidos en el estudio técnico se realizó el estudio financiero como datos fundamentales para su respectiva evaluación, para la composición de capital se tomó en cuenta la inversión inicial de la infraestructura además del capital de trabajo para la operación de la empresa de un mes, generamos flujos de cajas proyectados los cuales arrojaron resultados positivos los 5 años, para el segundo año existió una disminución de las utilidades ya que se generó el pago de beneficios sociales, pero para el tercer año hubo un incremento considerable por el aumento de las ventas de pisos y botellas, mediante los indicadores de evaluación tanto la TIR del 39% así como el VAN de 56376,68 permite tomar el proyecto, los indicadores de liquidez que se analizaros dieron como resultado que nuestros activos corrientes si son capaces de cubrir nuestros pasivos corrientes durante la operación de la empresa, para los indicadores de rendimiento nuestras ventas son capaces de producir utilidades luego de cubrir sus gastos y gastos eficientemente, también nuestros activos son eficientes para generar utilidades así mismo nuestro patrimonio de generar ingresos y compensar a nuestros accionistas.

Conclusiones

De la problemática de la falta de empoderamiento de sus recursos naturales y además del incorrecto direccionamiento que le dan a sus materias primas en este caso a las arcillas que se encuentran en las zonas, nace el plan de negocio donde se trata de que no solo en la parroquia de San Rafael de Sharug su actividad principal sea la agricultura si no también la manufactura mediante la elaboración de pisos y botellas de cerámica para el almacenamiento de licores que también se dan en la zona donde estratégicamente se busca desarrollar los productos cerámicos así también mejorar su forma vender los licores que se producen en la comunidad, logrando mejorar los procesos de producción constantemente mediante la inversión en investigación y desarrollo la cual permitirá el mejoramiento continuo de los procesos y por ende del producto final logrando ingresar en nuevos mercados, además una inversión para mejorar las capacidades de cada uno de quienes trabajen en la empresa buscando su desarrollo personal como el desarrollo profesional.

Para un correcto desempeño de una empresa se debe conformar personería jurídica que en este caso se inclina a la conformación de una Cooperativa que mediante este se permitirá buscar nuevos mercados además de los beneficios que la misma ofrece como buscar financiamiento de entidades gubernamentales para la adquisición de maquinarias, además ayudar a mejorar las capacidades de cada uno de los trabajadores y para la continuidad de la Cooperativa se creara una cuenta irrepartible la que recogerá un porcentaje de los excedentes que se den para que la misma funcione en momentos de crisis de la organización permitiendo solventar las pérdidas que se puedan generar en la operación de la empresa.

Una correcta investigación de mercado llevara a un mejor conocimiento de nuestros potenciales y por ende a nuestro mercado meta por lo que se desarrolló entrevistas de profundidad con quienes personas claves quienes tengas un conocimiento de sus necesidades de construcción en donde se utilizara pisos de cerámica, además de buscar alianzas con productores locales de licores para su mejor almacenamiento de su producto y por ende

mejorar su forma de vender su producto y consecuentemente la búsqueda de nuevos canales de comercialización.

Estudiado el mercado en base a la demanda que se tenga se toma como parte fundamental un estudio técnico el cual nos indicara el ¿Qué?, ¿Cómo? y ¿Cuánto? se va a producir para ello se analiza los procesos productivos de cada uno de nuestros productos logrando estandarizar los procesos además de buscar la mejora continua en cada uno de ellos, con ello se identifica las maquinarias y maquinas más idóneas para el proceso las cuales mediante la capacidad instalada tendremos que cubrir la demanda tengamos lo que permitirá tener costos de producción de nuestros productos.

Un buen estudio financiero permitirá saber que tan viable es un proyecto por lo que el análisis realizado arrojo datos favorable ya que nuestra capacidad de ventas logra cubrir nuestros costos y gastos totales y además de generar una utilidad tanto como para los trabajadores así como para sus accionistas, \ se aplica indicadores financieros donde se analiza con más profundidad sus índices de liquidez, el beneficio/costo que posee la empresa asimismo los indicadores de rentabilidad indican cuan eficientes son nuestros recursos para generar ingresos a la empresa, por todo esto el emprendimiento resulta ser sostenible y sustentable económica y financieramente logrando cumplir con el empoderamiento de su materia prima logrando un correcto direccionamiento de sus arcillas para la elaboración de pisos y botellas lo que permitirá un desarrollo social y económico a la parroquia de San Rafael de Sharug.

Recomendaciones

Realizada la investigación y la elaboración del plan de negocio se puede decir que es recomendable ejecutarla ya que esto permitirá el desarrollo no solo de quienes trabajan en la empresa sino también para quienes forman parte de la población de San Rafael de Sharug, ya que los recursos económicos que se generen se quedarán en la comunidad.

Es fundamental que para un buen funcionamiento de la empresa se mejore continuamente las capacidades de cada uno de sus trabajadores ya que cada vez se debe buscar una mejor calidad en los productos para lograr la permanencia en el mercado y así mismo la búsqueda de nuevos mercados.

Si bien los habitantes de la parroquia se dedican en un gran porcentaje a las actividades agrícolas, también se debe impulsar a la elaboración de productos manufacturados mediante campañas logrando el compromiso de quienes conforman la comunidad en formar parte de la empresa.

Con el Know How que vaya adquiriendo la empresa se pueden desarrollar nuevos productos, mejorando las técnicas así también como el mejoramiento de los procesos productivos de los productos que se realiza y que se van a realizar.

Se deben realizar estudios adicionales que permita que la empresa se mantenga en el mercado así como estudios geológicos que permitirán conocer la cantidad de arcilla que se posee para los años que va a estar la empresa en el mercado que ayudaran a tomar decisiones para buscar nuevos yacimientos.

Bibliografía

- Abad Jaramillo, M. P., & Trokhimtchouk, T. (2013). *Guía del proceso industrial para la fabricación de baldosas cerámicas*. Loja.
- Alibaba. (16 de Diciembre de 2015). *Alibaba*. Obtenido de Alibaba: <http://spanish.alibaba.com/product-gs/extruder-for-ceramic-tile-making-machine-extruder-aba-die-head-tl-cxj-sy18-5-60212576628.html>
- Azuay, P. d. (2015). *Ficha Tecnica Comercial*.
- Baca Urbina, G. (2001). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw-Hill.
- Bautermic. (21 de Diciembre de 2015). *bautermic*. Obtenido de bautermic: <http://www.bautermic.com/productos/hornos-mufla-combustion>
- Fernández Nogales, Á., Martínez Castro, E., & Rebollo Arévalo, A. (2003). La Reorganización de los canales de comercialización. *Colección Mediterráneo Económico: "Nuevos enfoques de marketing y la creación de valor"*, 195-212.
- Fritsch. (16 de Diciembre de 2015). *Fritsch*. Obtenido de Fritsch: <http://www.fritsch.es/productos/molienda/trituradores-de-mandibulas/>
- INEC. (2013). *Directorio de Empresas y Establecimientos*. Obtenido de Ecuador en cifras: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/>
- INEC. (2013). *Directorio de Empresas y Establecimientos*.
- Marquéz, M. (4 de Diciembre de 2015). Numero de trapiches. (J. LLivisaca, Entrevistador)
- Mintzberg, H. (1991). *Mintzberg y la Direccion Estructura Organizacional*. New York: Diaz de Santos, S.A.
- Ortegón, E., Pacheco, J. F., & Prieto, A. (2005). *Metodologia del marco logico para la planificacion, el seguimiento y la evaluacion de proyectos y programas*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Prieto Herrera, J. E. (2009). *Investigación de mercados*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- SENPLADES. (2011). *Memoria técnica parroquia San Rafael de Sharug*.
- SENPLADES. (2015). *Lineamientos para la elaboración de Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquiales*.
- SRI. (s.f.). *Economía Popular y Solidaria y Sector Financiero Popular y Solidaria*.

Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2014). *Ley Organica de Economía Popular y Solidaria*. Quito: Intendencia de Estadísticas, Estudios y Normas de la EPS y SFPS.

Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2015). *LEY ORGANICA ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA*.

Yanez, L. (13 de Noviembre de 2015). Situación cerámica en la parroquia de San Rafael de Sharug. (J. LLivisaca, Entrevistador)

Anexos

Anexo 1: Solicitud de reserva de denominación

Fuente: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

SOLICITUD DE RESERVA DE DENOMINACIÓN

Ciudad _____, Fecha: ____ de _____ del 201__

Señor

SUPERINTENDENTE DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

Presente.-

Yo _____ (Nombres _____ completos) con cédula de ciudadanía No _____, como requisito previo para iniciar el proceso de obtención de personalidad jurídica de organizaciones comunitarias, asociaciones y cooperativas de la EPS, de conformidad a lo establecido en el Reglamento General de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, solicito se efectúe la reserva de denominación, de acuerdo a la siguiente información:

A - DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD:

Determine la actividad económica a realizar, especifique los productos y servicios que ofertará su organización:

B - TIPO DE ORGANIZACIÓN: Elija el tipo de organización a constituir (Marcar con una X)

Organización Comunitaria:	<input type="checkbox"/>	Asociación:	<input type="checkbox"/>	Cooperativa:	<input type="checkbox"/>
---------------------------	--------------------------	-------------	--------------------------	--------------	--------------------------

C – GRUPO: De acuerdo al tipo de organización (literal B) elija el grupo correspondiente. Solo debe elegir una opción.

Producción:	<input type="checkbox"/>	Consumo:	<input type="checkbox"/>	Servicios:	<input type="checkbox"/>
Cooperativa de Vivienda:	<input type="checkbox"/>	Cooperativa de Transporte:	<input type="checkbox"/>	Cooperativa de Ahorro y Crédito:	<input type="checkbox"/>

D- CLASE: De acuerdo al grupo elegido (literal C) elija la clase correspondiente. Elegir solo la clase principal a la cual se dedicará la organización.

PRODUCCIÓN					
Industrial		Textil		Pesquera	
Metalmecánica		Alimenticia		Acuícola	
Maderera		Minera		Agrícola	
Silvícola		Avícola		Artesanal	

SERVICIOS			
Turísticos		Limpieza	
Mantenimiento		Capacitación	
Alimentación		Reciclaje	
		Reparación	
OTROS			

CONSUMO		
Materias Primas e Insumos	Bienes y Productos	

E- Nombre Particular: Coloque 3 opciones, siendo la primera la de mayor preferencia. Ejemplo de denominación de una organización: **Cooperativa de Producción Agropecuaria 24 de Mayo**. El acrónimo (nombre abreviado) será proporcionado por la SEPS.

No.	Nombre particular Ejemplo: 24 de Mayo	Traducción en castellano en caso de denominaciones en otro idioma
1	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Datos del Solicitante:

Provincia: _____

Cantón: _____

Dirección: _____

Teléfono Convencional/Celular: _____

Correo Electrónico: _____

FIRMA: _____

Nombre:

C.C.

Anexo 2: FORMULARIO ÚNICO PARA CONSTITUCIÓN DE COOPERATIVAS

Fuente: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

Ciudad _____, Fecha: ____ de _____ del 201

Señor
Superintendente de Economía Popular y Solidaria
Presente.-

De mi consideración:

Yo, _____ **Nombres y Apellidos Completos** _____, portador de la cédula de ciudadanía/ identidad No. _____, en mi calidad de Representante Legal, comparezco ante usted y solicito iniciar el trámite **de** constitución **de** la _____ **Nombre de la Cooperativa** _____ para lo cual pongo en su conocimiento el Acta Constitutiva que a continuación desarrollamos y la información general concerniente a nuestro estatuto social aprobado.

Datos del domicilio de la organización:

Región: _____
Provincia: _____
Cantón: _____
Parroquia: _____
Barrio / Ciudadela: _____
Calle Principal: _____ Número: _____
Intersección: _____
Referencia de ubicación: _____
Teléfono Convencional: _____
Teléfono Celular: _____
Correo Electrónico: _____

ACTA CONSTITUTIVA

COOPERATIVA _____ **Nombre de la Cooperativa** _____

A los ____ días del mes de _____ del año _____, en la Parroquia _____ del Cantón _____, de la Provincia _____, de la República del Ecuador, nos reunimos un grupo de ____ personas que voluntariamente deseamos constituir y administrar el funcionamiento **de** la **Cooperativa** denominada "_____", la misma que tendrá una duración indefinida.

El objeto social principal de la Cooperativa es:

Colocar el objeto social según se aprobó en la Reserva de Denominación

Una vez que se han establecido la estructura y fines de la Cooperativa, lo constituimos con un Capital Social Inicial total de USD _____ dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.

Con el objetivo de gestionar la aprobación del estatuto social y la obtención de personalidad jurídica para nuestra Cooperativa en formación, ante la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, se eligió la Directiva la cual queda integrada por las siguientes personas:

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

(Deberán contar con los votos a favor de al menos la mitad más uno de los socios de la organización)

CARGO CÉDULA	NOMBRES Y APELLIDOS	No.
VOCAL PRINCIPAL 1 (Presidente)	_____	_____
VOCAL SUPLENTE 1	_____	_____
VOCAL PRINCIPAL 2 (Vicepresidente)	_____	_____
VOCAL SUPLENTE 2	_____	_____
VOCAL PRINCIPAL 3 (Secretario)	_____	_____
VOCAL SUPLENTE 3	_____	_____
VOCAL PRINCIPAL 4	_____	_____
VOCAL SUPLENTE 4	_____	_____
VOCAL PRINCIPAL 5	_____	_____
VOCAL SUPLENTE 5	_____	_____
VOCAL PRINCIPAL 6	_____	_____
VOCAL SUPLENTE 6	_____	_____
VOCAL PRINCIPAL 7	_____	_____
VOCAL SUPLENTE 7	_____	_____
VOCAL PRINCIPAL 8	_____	_____
VOCAL SUPLENTE 8	_____	_____
VOCAL PRINCIPAL 9	_____	_____
VOCAL SUPLENTE 9	_____	_____

(NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS)

(No. CÉDULA)

GERENTE: _____,
_____ nombrado por el Consejo de Administración con fecha ____ del mes
de _____ del año _____.

PRESIDENTE: _____, _____ elegido
por el Consejo de Administración.

VICEPRESIDENTE: _____, _____ elegido
por el Consejo de Administración.

SECRETARIO: _____, _____ elegido
por el Consejo de Administración.

CONSEJO DE VIGILANCIA

(Deberán contar con los votos a favor de al menos la mitad más uno de los socios de la organización)

CARGO CÉDULA	NOMBRES Y APELLIDOS	No.
VOCAL PRINCIPAL 1(Presidente)	_____	
VOCAL SUPLENTE 1	_____	
VOCAL PRINCIPAL 2 (Secretario)	_____	
VOCAL SUPLENTE 2	_____	
VOCAL PRINCIPAL 3	_____	
VOCAL SUPLENTE 3	_____	
VOCAL PRINCIPAL 4	_____	
VOCAL SUPLENTE 4	_____	
VOCAL PRINCIPAL 5	_____	
VOCAL SUPLENTE 5	_____	

PRESIDENTE: _____ (NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS), _____ (No. CÉDULA) elegido
por el Consejo de Vigilancia

SECRETARIO: _____, _____ elegido
por el Consejo de Vigilancia

Con las condiciones y responsabilidades definidas que aceptamos al integrarnos a esta
organización, procedemos a firmar la presente Acta de Constitución de la Cooperativa,
certificando:

1.- Que no nos encontramos incurso en impedimento alguno determinado en la Ley Orgánica
de Economía Popular y Solidaria y su Reglamento General, para pertenecer a la cooperativa
en formación.

2.- Que conocemos que la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria en cualquier tiempo, verificará el cumplimiento de los requisitos legales, reglamentarios y estatutarios, y en caso de incumplimiento aplicará las sanciones previstas en la Ley.

3.- Que tenemos pleno conocimiento de la responsabilidad civil, penal y administrativa en que podemos incurrir en caso de comprobarse falsedad en las declaraciones, por inconsistencias con los documentos que reposan en el archivo de la organización, o por inexistencia de dichos documentos.

4.- Que autorizamos a la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, verifique en cualquier momento ante el Registro Civil la información que sea necesaria respecto a los firmantes.

Para constancia y aceptación del Acta, ratificándonos en el contenido, la suscribimos con la firma y rúbrica que usamos en todos nuestros actos públicos y privados. Nos comprometemos a reconocer nuestra firma y rúbrica en caso necesario o a requerimiento de autoridad.

CONSTITUYENTES:

No.	Nombres y Apellidos Completos	Número de Cédula	Aporte Individual	Firma
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				

Además deberá adjuntar de manera obligatoria el listado de asociados fundadores en forma digital en formato Excel, siempre y cuando supere el número de 20 asociados fundadores (CD)

INFORMACIÓN DEL ESTATUTO SOCIAL

Declaramos que conocemos el modelo de Estatuto Social elaborado por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria en base del cual aprobamos el estatuto de nuestra organización, el mismo que contiene la siguiente información:

DENOMINACIÓN:

Nombre de la Cooperativa

SOCIOS

Vínculo Común: (deberá tener relación con la profesión, dependencia laboral, actividad económica o domicilio.)

ESTRUCTURA INTERNA:

Asamblea General: Cuando la cooperativa supere los 200 socios, la Asamblea General se efectuará con Representantes elegidos en un número no menor de 30, ni mayor de 100; los representantes durarán _____ años en sus funciones.

Consejo de Administración: (Podrá colocar en número impar, un mínimo de 3 y un máximo de 9 vocales principales, observando lo dispuesto en el artículo 35 del Reglamento General de la LOEPS y un tiempo de duración en funciones de máximo 4 años)

El Consejo de Administración es el órgano de dirección de la cooperativa y estará integrado por _____ vocales principales y sus respectivos suplentes, elegidos en Asamblea General por votación secreta.

Los vocales durarán en sus funciones _____ años.

Consejo de Vigilancia: (Podrá colocar en número impar mínimo 3 y máximo de 5 vocales principales, y un tiempo de duración en funciones de máximo 4 años)

El Consejo de Vigilancia es el órgano de control interno de la cooperativa y estará integrada por _____ vocales principales con sus respectivos suplentes, elegidos en Asamblea General por votación secreta.

Los vocales durarán en sus funciones _____ años.

Presidente: El Presidente del Consejo de Administración, lo será también de la Cooperativa y de la Asamblea General, durará _____ años en sus funciones.

Gerente: El Gerente es el Representante Legal de la cooperativa, será elegido por el Consejo de Administración, podrá o no ser socio de la cooperativa y durará en sus funciones el mismo período que el resto de la directiva.

RÉGIMEN ECONÓMICO

(El valor de los certificados de aportación podrá ser mínimo de un dólar USD. 1,00 o múltiplo de un dólar, sin colocar centavos.)

Capital Social: Los certificados de aportación entregados a los socios serán de un valor de _____ dólares de los Estados Unidos de Norteamérica, cada uno.

ADJUNTOS:

Oficio de reserva de denominación

Certificado de depósito del aporte del capital social inicial

Informe favorable de autoridad competente, ANT en cooperativas de transporte, MIDUVI,
para cooperativas de vivienda.

Copias de cédulas y papeleta de votación de los directivos elegidos

Listado digital de socios fundadores en formato Excel (CD)

DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL:

Barrio / Ciudadela: _____

Calle Principal: _____ Número: _____

Intersección: _____

Referencia de ubicación: _____

Teléfono Convencional: _____

Teléfono Celular: _____

Correo Electrónico: _____

SEÑALO LA SIGUIENTE INFORMACIÓN PARA NOTIFICACIONES:

Dirección: _____

Zonal para retiro personal: _____

Teléfono Convencional: _____

Teléfono Celular: _____

Correo Electrónico: _____

Atentamente,

Firma Representante Legal

Nombres y Apellidos Completos:

CI:

AUTORIZACIÓN

Autorizo al señor Nombres y Apellidos Completos portador de la cédula de ciudadanía/identidad No. _____, para que a nombre y representación de nuestra organización en formación, realice los trámites pertinentes y presente la documentación necesaria para la obtención de personalidad jurídica ante la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Adjunto copia de su cédula.

Atentamente:

Firma Representante Legal

Nombres y Apellidos Completos:

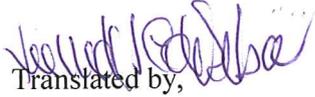
CI

ABSTRACT

This work originates from the lack of proper direction in the parish of *San Rafael de Sharug, Pucara* Canton of natural resources such as clays. The objective is to develop a business plan for the feasibility to create a company to produce ceramic floors and bottles. This plan consists of three studies: market, technical and financial; which will be used as the basis for the community to decide on the implementation of the project by empowering its natural resources.

Keywords: Business Plan, Productive Undertakings, Community Enterprises, Empowerment of Natural Resources, Ceramic Company.




Translated by,
Lic. Lourdes Crespo

Doctora Jenny Ríos Coello, Secretaria de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Azuay,

CERTIFICA:

Que, el Consejo de Facultad en sesión del 05 de noviembre de 2015, conoció la petición del (los) estudiante(s) **Juan Fernando Llivisaca Palomeque** con código(s) **62420**, registrado(s) en la Unidad de Titulación Especial, quien(es) denuncia(n) su trabajo de titulación denominado: **“DISEÑO DEL PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCION DE CERAMICA ARTESANAL EN LA PARROQUIA DE SAN RAFAEL DE SHARUG”** en la modalidad: Modelo de negocio y presentado como requisito previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial. -El Consejo de Facultad acoge el informe de la Junta Académica y aprueba la denuncia. Designa como Director(a) a Ing. Pablo Bernal Aguirre y como miembro del Tribunal Examinador a Econ. Cristian Palacios Manzano. De conformidad con el cronograma de la Unidad de Titulación el (los) peticionario(s) debe presentar su trabajo de titulación hasta el 11 de marzo de 2016.

Cuenca, 09 de noviembre de 2015

Dra. Jenny Ríos Coello
Secretaria de la Facultad de
Ciencias de la Administración



Cuenca, 04 de noviembre de 2015
Oficio: EA-744-2015-UDA

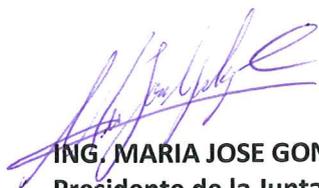
Ingeniero
XAVIER ORTEGA
Decano de la Facultad de Ciencias de la Administración
Ciudad.

De nuestra consideración:

La Junta Académica de la Escuela de Administración, en relación a la Denuncia/Protocolo de Trabajo de Titulación, presentado por LLIVISACA PALOMEQUE JUAN FERNANDO, tema: "Diseño del plan de negocio para la producción de cerámica artesanal en la parroquia de San Rafael de Sharug", informa que, informa que, este trabajo cuenta con la aceptación del Tribunal designado.

La Junta Académica considera que la documentación cumple con las normas legales y reglamentarias de la Universidad, por lo tanto pone en conocimiento del Consejo de Facultad y sugiere su aprobación

Atentamente,



ING. MARIA JOSE GONZALEZ
Presidente de la Junta de Administración

CONVOCATORIA

Por disposición de la Junta Académica de Administración de Empresas, se convoca a los Miembros del Tribunal Examinador, a la sustentación del Protocolo del Trabajo de Titulación: *“Diseño del proyecto productivo cerámico artesanal en la parroquia de San Rafael de Sharug”*, presentado por el estudiante **Llvisaca Palomeque Juan Fernando**, con código **62420** previa a la obtención del grado de Ingeniero Comercial, para el día **MIÉRCOLES 28 DE OCTUBRE DE 2015 A LAS 20:00.**

Cuenca, 27 de octubre de 2015

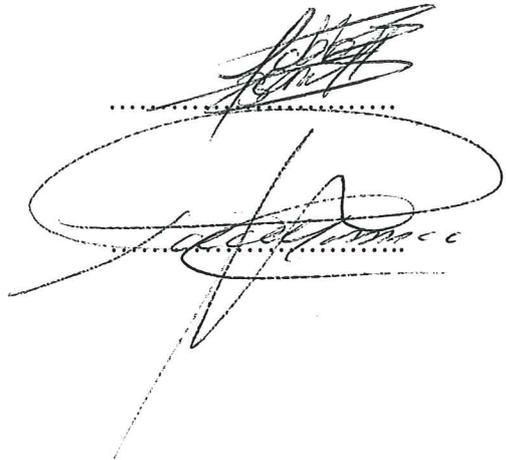


Dra. Jenny Ríos Coello
Secretaria de la Facultad

Ing. Pablo Bernal Aguirre



Ing. Cristian Palacios Manzano





1.



ACTA

SUSTENTACIÓN DE PROTOCOLO/DENUNCIA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

- 1.1 Nombre del estudiante: Juan Fernando Llivisaca Palomeque
Código: 62420
- 1.2 Director sugerido: Ing. Pablo Bernal
- 1.3 Codirector (opcional): _____
- 1.4 Tribunal: Econ. Cristian Palacios
- 1.5 Título propuesto: (Modelo de Negocio): "Diseño del proyecto productivo cerámico artesanal en la parroquia San Rafael de Sharug."
- 1.6 Resolución:

1.6.1 Aceptado sin modificaciones _____

1.6.2 Aceptado con las siguientes modificaciones:

Incorporar en el esquema el estudio administra-
tivo y legal. Como consecuencia de esto,
ajustar el objetivo #2

1.6.3 Responsable de dar seguimiento a las modificaciones:

1.6.4 No aceptado

• Justificación:

Ing. Pablo Bernal

Sr. Juan Fernando Llivisaca

Tribunal

Econ. Cristian Palacios

Dra. Jenny Ríos Coello
Secretaria de Facultad

Fecha de sustentación: Miércoles, 28 de octubre de 2015.



RÚBRICA PARA LA EVALUACIÓN DEL PROTOCOLO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

- 1.1 Nombre del estudiante: Juan Fernando Llivisaca Palomeque
Código 62420
- 1.2 Director sugerido: Ing. Pablo Bernal
- 1.3 Codirector (opcional):
- 1.4 Título propuesto: "Diseño del proyecto productivo cerámico artesanal en la Parroquia de San Rafael de Sharug".
- 1.5 Revisores (tribunal): Ing. Cristian Palacios
- 1.6 Recomendaciones generales de la revisión:

	Cumple totalmente	Cumple parcialmente	No cumple	Observaciones (*)
Línea de investigación				
1. ¿El contenido se enmarca en la línea de investigación seleccionada?	/			
Título Propuesto				
2. ¿Es informativo?	/			
3. ¿Es conciso?	/			
Estado del arte				
4. ¿Identifica claramente el contexto histórico, científico, global y regional del tema del trabajo?	/			
5. ¿Describe la teoría en la que se enmarca el trabajo	/			
6. ¿Describe los trabajos relacionados más relevantes?	/			
7. ¿Utiliza citas bibliográficas?	/			
Problemática y/o pregunta de investigación				
8. ¿Presenta una descripción precisa y clara?	/			
9. ¿Tiene relevancia profesional y social?	/			
Hipótesis (opcional)				
10. ¿Se expresa de forma clara?	/			
11. ¿Es factible de verificación?	/			
Objetivo general				
12. ¿Concuerda con el problema formulado?	/			
13. ¿Se encuentra redactado en tiempo verbal infinitivo?	/			



Objetivos específicos				
14.¿Concuerdan con el objetivo general?	/			
15.¿Son comprobables cualitativa o cuantitativamente?	/			
Metodología				
16.¿Se encuentran disponibles los datos y materiales mencionados?	/			
17.¿Las actividades se presentan siguiendo una secuencia lógica?	/			
18.¿Las actividades permitirán la consecución de los objetivos específicos planteados?	/			
19.¿Los datos, materiales y actividades mencionadas son adecuados para resolver el problema formulado?	/			
Resultados esperados				
20.¿Son relevantes para resolver o contribuir con el problema formulado?	/			
21.¿Concuerdan con los objetivos específicos?	/			
22.¿Se detalla la forma de presentación de los resultados?	/			
23.¿Los resultados esperados son consecuencia, en todos los casos, de las actividades mencionadas?	/			
Supuestos y riesgos				
24.¿Se mencionan los supuestos y riesgos más relevantes?	/			
25.¿Es conveniente llevar a cabo el trabajo dado los supuestos y riesgos mencionados?	/			
Presupuesto				
26.¿El presupuesto es razonable?	/			
27.¿Se consideran los rubros más relevantes?	/			
Cronograma				
28.¿Los plazos para las actividades son realistas?	/			
Referencias				
29.¿Se siguen las recomendaciones de normas internacionales para citar?	/			
Expresión escrita				
30.¿La redacción es clara y fácilmente comprensible?	/			
31.¿El texto se encuentra libre de faltas ortográficas?	/			



1. Protocolo/Rúbrica

(*) Breve justificación, explicación o recomendación.

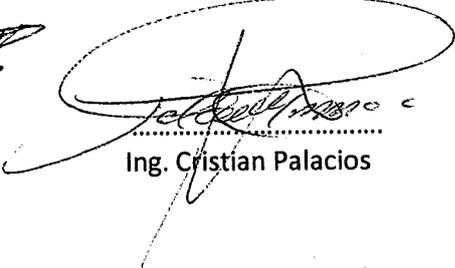
- Opcional cuando cumple totalmente,
- Obligatorio cuando cumple parcialmente y NO cumple.

.....

.....

.....


.....
Ing. Pablo Bernal


.....
Ing. Cristian Palacios

Cuenca, 22 de octubre de 2015
Oficio: EA-723-2015-UDA

Ingeniero
XAVIER ORTEGA
Decano de la Facultad de Ciencias de la Administración
Ciudad.

De nuestra consideración:

La Junta Académica de la Escuela de Administración, en relación a la Denuncia/Protocolo de Trabajo de Titulación, presentado por LLIVISACA PALOMEQUE JUAN FERNANDO, tema: "Diseño del plan de negocio para la producción de cerámica artesanal en la parroquia de San Rafael de Sharug", informa que, este trabajo cumple con la metodología propuesta en la Guía de la Unidad de Titulación Especial de la carrera de Administración de Empresas.

Tutor sugerido: Pablo Bernal

Tribunal sugerido: Cristian Palacios

Atentamente,



ING. MARIA JOSE GONZALEZ
Presidente de la Junta de Administración

Cuenca, 4 de Noviembre 2015

Ing. Xavier Ortega V.

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Ciudad:-

De mis consideraciones:

Yo Juan Fernando Llivisaca Palomeque con código 62420, solicito a usted que se me conceda la aprobación del tema de tesis "Diseño del Plan de Negocios para la Producción de Cerámica artesanal en la parroquia San Rafael de Sharug", previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial.

Por la atención que preste a la solicitud, le doy mi más sincero agradecimiento

Atentamente,

Juan Fernando Llivisaca Palomeque

62420

C.I 0104444708

Cuenca, 4 de Noviembre 2015

Ing. Xavier Ortega V.

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Ciudad:-

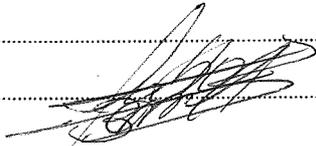
De mis consideraciones:

Por medio de la presente pongo en su conocimiento que se han revisado el cumplimiento de los ajustes sugeridos para aprobar el diseño de tesis presentado en días anteriores dentro de la unidad de titulación por el estudiante Juan Fernando Llivisaca Palomeque y titulado "Diseño del plan de negocios para la producción de cerámica artesanal en la parroquia San Rafael de Sharug".

En tal sentido, por este mismo medio recomiendo se proceda con el desarrollo del trabajo de titulación respectivo de acuerdo al cronograma previamente establecido.

Agradeciendo de antemano su atención suscribo,

Atentamente,



Ing. Pablo Bernal A., MAE

TUTOR DESIGNADO

DOCENTE

TRAMITE: 09247-I-2015

OFICIO: GPA-VA-2015-0425-OF

ARCH.: P30.2.1

Cuenca, 30 de octubre de 2015

Ingeniero
Xavier Ortega
Decano de la Facultad de Ciencias de la Administración.
UNIVERSIDAD DEL AZUAY.
Presente.-

De mi consideración

Reciba usted un cordial saludo de parte del Proyecto Voluntarios Azuay y del mío propio.

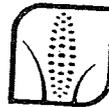
Previo petición verbal del estudiante Juan Fernando Llivisaca Palomeque indicamos que el Gobierno Provincial del Azuay a través del proyecto Voluntarios Azuay se encuentran ejecutando el proyecto Plan de Negocios para la producción de cerámica artesanal en la parroquia de San Rafael de Sharug, en este marco se encuentran realizando los estudios para la creación e emprendimientos/empresas comunitarias, asociativas como estrategias de autosostenibilidad del proyecto antes mencionado.

Uno de los emprendimientos en estudios se encuentra relacionado a derivados de la arcilla, para el efecto se ha planteado el trabajo de titulación o graduación: "Diseño del Plan de Negocios para la producción de cerámica artesanal en la parroquia de San Rafael de Sharug".

Cabe recalcar que los proyectos antes mencionados son trabajados de manera conjunta con el GAD Parroquial de San Rafael de Sharug, en el marco del convenio 369 – 2015.

Sin otro particular y por la favorable acogida a la presente suscribo de ustedes.

Atentamente



AZUAY
PREFECTURA



VOLUNTARIOS
AZUAY

L. Enrique Loaiza
Supervisor del Proyecto Voluntarios del Azuay

/JC



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

UNIVERSIDAD DEL AZUAY



Facultad de Ciencias Administrativas

Escuela de Administración de Empresas

Protocolo de trabajo de titulación

Diseño del plan de negocio para la producción de cerámica artesanal en la parroquia San
Rafael de Sharug

Nombre del estudiante:

Juan Fernando Llivisaca Palomeque

Director sugerido:

Ing. Pablo Francisco Bernal Aguirre

Cuenca – Ecuador

2015



1- DATOS GENERALES

1.1 Nombre del estudiante:

Llvisaca Palomeque Juan Fernando

1.1.1 Código:

62420

1.1.2 Contacto:

Teléfono convencional:

072856893

Teléfono celular:

0998076242

Correo electrónico:

juanferll.90@gmail.com

1.2 Director sugerido:

Bernal Aguirre, Pablo francisco; Ingeniero Comercial

1.2.1 Contacto:

Teléfono celular:

0998085844



Correo electrónico:

pbernal@uazuay.edu.ec

1.3 Co-director sugerido:

1.3.1 Contacto:

1.4 Asesor metodológico:

1.5 Tribunal designado:

Palacios Cristian, Economista

1.6 Aprobación:

1.7 Línea de Investigación de la carrera:

Emprendimiento Formulación y Gestión de proyectos

1.7.1 Código UNESCO:

5311.97

1.7.2 Tipo de trabajo:

A: Plan de negocio

B: Investigación Formativa

1.8 Área de estudio:

Elaboración de proyectos



1.9 Título propuesto:

“Diseño del plan de negocio productivo cerámico artesanal en la parroquia de San Rafael de Sharug”.

1.10 Subtítulo:

Ninguno.

1.11 Estado del proyecto:

Nuevo

2- CONTENIDO

2.1 Motivación de la investigación:

Incentivar a la población de la parroquia San Rafael de Sharug para que aprovechen y direccionen sus recursos áridos que poseen, creando proyectos de emprendimientos para mejorar las condiciones de vida de la población.

2.2 Problemática:

Frente a la falta de direccionamiento de sus recursos naturales como las arcillas en la parroquia San Rafael de Sharug, han sido afectados por la intervención de empresas privadas que se dedican a la fabricación de cerámica que extraen los recursos y se benefician de los mismos, por otro lado la población no recibe beneficio por la explotación de sus recursos por estas empresas ocasionando la falta de desarrollo económico y social en la parroquia.

2.3 Pregunta de investigación:

¿Es sustentable y sostenible económica y financieramente el proyecto productivo cerámico en la parroquia San Rafael de Sharug?



2.4 Resumen:

En la parroquia de San Rafael de Sharug del cantón Pucara se vive una falta de correcto direccionamiento de sus recursos naturales, en este caso los áridos, los cuales no son utilizados para ningún proyecto por lo cual empresas externas aprovechando las mismas fabrican productos cerámicos, además que la parroquia no recibe ningún beneficio por la extracción de sus recursos lo que lleva que la parroquia no se beneficie y no logre mejorar sus condiciones de vida por lo cual se plantea diseñar un proyecto productivo cerámico artesanal para motivar a direccionar de una mejor manera sus recursos.

2.5 Estado del Arte y marco teórico:

Para entender el impacto del proyecto se tendrá en cuenta la importancia que tienen los proyectos productivos en las comunidades rurales para lograr mejorar las condiciones de vida de la comunidad en las cuales se realiza, logrando direccionamiento de los recursos que posean las comunidades, utilizándolas, transformando, innovando y comercializándolas, logrando así activar la economía de su parroquia mediante los proyectos productivos que vinculan directamente a las organizaciones sociales de la parroquia con los proyectos.

Tuñón (2010) manifiesta que los proyectos productivos cobran relevancia a partir de una crisis que afecta al país y a sus diferentes regiones, donde además viven en un sector rural desvalorizado, sus recursos naturales no son bien aprovechados, es aquí donde toma importancia los proyectos productivo ya que buscara la forma de cómo luchar frente a las condiciones sociales, económicas que enfrenten las comunidades, tratando de mejorarlas con proyectos productivos que vinculen a grupos sociales que pertenecen a las parroquias



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

logrando que los mismo trabajen con compromiso, incluso logrando fortalecer las capacidades individuales y grupales de cada uno de los miembros de las organizaciones

sociales siendo eficientes y eficaces en manejar cada uno de los proyectos que vayan generando de acuerdo a las necesidades y a las condiciones en las que se encuentren.

Lo medular de los proyectos productivos son los grupos sociales que son formados por personas que tienen un mismo objetivo en común y conocen mucho sobre la situación en las que se encuentran, es desde aquí que nacen las ideas de como sobrellevar las diferentes situaciones en las que se encuentran pues su filosofía es el bien común para la organización y

para su parroquia, pues son ellos quienes toman importancia en los proyectos porque encabezaran los mismos, independientemente si trabajan con una entidad gubernamental, ya que de ellos son los recursos naturales que se explotaran, además es importante el

direccionamiento y apoyo de entidades externas como lo son las gubernamentales quienes están enfocados directamente al desarrollo sustentable de cada una de las parroquias y son quienes direccionan, ayudan a sacar adelante los proyectos mediante recursos económicos y sobretodo políticas gubernamentales en donde se prioriza el bienestar social sobre el capital.

Son los grupos sociales quienes se beneficiaran de los mismo, Keynes defendía la corrección de las desigualdades donde se prioriza la distribución de la riqueza, en este modelo resalta la correcta distribución de la renta y de la riqueza en la cual la parroquia no era participe de las mismas (citado por Orduna, 2008).

Así mismo quienes conforman las organizaciones según Serje y Camacho (2011) manifestaron que querían transformarse en empresarios sin perder su identidad cultural, la cual ya han aprovechado para posicionar sus productos en el mercado, e incluso se habla de crear un sello indígena como una denominación de origen para posicionar sus productos en los diferentes mercados especiales. Es importante que en las comunidades los proyectos



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

productivos siempre estén enfocados a sacar provecho de sus propios recursos sin perder su identidad, sus costumbres y tradiciones, además esto se utiliza con la marca que caracterizara

a cada producto que se realice, logrando que tanto compradores nacionales como extranjero conozcan el origen del producto, además conocer con qué materia prima se produce, como se produce y como se comercializa, logrando así diferenciación en sus productos con el objetivo de buscar no solo los mercados regionales sino nacionales y posiblemente extranjeros.

Para realizar los proyectos productivos se debe planificar bien la realización del proyecto

Pérez (2006) indica que un “proyecto es un avance anticipado de las acciones a realizar para

conseguir unos determinados objetivos” (p. 20). Se debe tener muy bien identificados las

necesidades que poseen la comunidad y priorizar los diferentes proyectos para su respectivo

diseño y su próxima ejecución, Pérez (2006) expresa que la elaboración de proyectos implica

sistematizar, jerarquizar y articular una serie de hechos, de objetos o de ideas para

comprenderlos e interpretarlos mejor. Baca (2001) plantea que para una buena evaluación

del proyecto se debe definir el perfil del proyecto así como la identificación de la idea lo que

llevara a los estudios de pre factibilidad dando como resultado el proyecto definitivo. Así el

proyecto que se lo vaya a realizar tendrá la estructura, los objetivos y las metas bien definidas

para que la misma pueda ser aplicada de una forma eficiente, eficaz y que cada uno los

proyectos estén enfocados con la calidad y la mejora continua de cada proyecto productivo,

una buena formulación de los mismo será beneficioso para la comunidad ya que buscara en

cada uno de ellos la sostenibilidad y sustentabilidad.

2.6 Hipótesis:

Si la parroquia de San Rafael de Sharug se empodera de sus recursos naturales entonces

podrá realizar el proyecto productivo cerámico.



2.7 Objetivo general:

Diseñar un proyecto productivo cerámico con base en el empoderamiento de los recursos naturales para la creación de productos cerámicos, los cuales permitirán el desarrollo social y económico de la parroquia.

2.8 Objetivos específicos:

- Analizar la situación actual de la parroquia de San Rafael de Sharug.
- Realizar un estudio organizativo, legal, de mercado y técnico del producto a elaborarse.
- Elaborar estudio financiero para identificar si el proyecto es sustentable y sostenible.

2.9 Metodología:

Mediante la investigación documental se indagará la situación de la parroquia de San Rafael de Sharug; se utilizará la matriz de marco lógico para identificar quienes están involucrados en el proyecto, complementando con el árbol de problemas. Para la investigación de mercado se realizará trabajo de campo realizando encuestas que definirán el comportamiento del mercado, se elaborará una investigación documental y de campo para la obtención de información técnica que nos ayude a realizar los estudios financieros necesarios para ver si el proyecto es viable.

2.10 Alcances y resultados esperados:

Diseño del plan de negocio productivo cerámico para la parroquia de San Rafael de Sharug para su implementación.



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

2.11 Supuestos y riesgos:

Para la implementación del proyecto se debe considerar:

Contar con el recurso natural extraíble

Que la comunidad esté dispuesta a laborar en la actividad cerámica

Lograr capacitar a las personas que van a desarrollar los productos

Obtener apoyo de una entidad privada y/o pública

2.12 Presupuesto:

Rubro denominación	Costo Dólares	¿Justificación – Para que?
Transporte	40	Movilización trabajos de campo
Hojas de papel bond	10	Para impresión de encuestas, borradores de tesis
Impresiones y empastado	75	Presentación de tesis
Materiales de Oficina	30	Instrumentos para la elaboración de las investigaciones que se realizaran
Internet	30	Realizar investigaciones
Teléfono	10	Llamadas a personas involucradas en la tesis
Viáticos	30	Por viajes a realizar
TOTAL	225	

2.13 Financiamiento

Financiamiento propio a cargo del autor



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

2.14 Esquema tentativo

Introducción

Capítulo I Análisis actual situación San Rafael de Sharug

1.1 Situación actual San Rafael de Sharug

1.2 Análisis de la problemática de la comunidad

1.3 Matriz de marco lógico del proyecto

Capítulo II Elaboración de proyecto

2.1 Estudio organizativo y legal

2.1.1 Estructura organizacional

2.1.2 Requisitos para formar la estructura

2.1.3 Organigrama

2.1.4 Funciones y responsabilidades

2.2. Estudio de mercado

2.2.1 Definición del producto

2.2.2 Análisis de la demanda.

2.2.3 Análisis de la oferta.

2.2.4 Resultado de la investigación primaria

2.2.5 Análisis de la comercialización.

2.3. Estudio técnico

2.3.1 Descripción del proceso de productivo

2.3.2 Maquinarias y equipos

2.3.3 Capacidad instalada



2.3.4 Costos

2.3.5 Precios

Capítulo III Estudio Financiero y Evaluación

3.1 Flujo de caja proyectado

3.2 Proyecciones de ingresos y egresos

3.3 Balance General Proyectado

3.4 Estado de Resultados Proyectado

3.5 Ratios financieros

3.6 Conclusiones Financieras

Conclusiones y recomendaciones

Referencias bibliográficas

2.15 Cronograma

Objetivo Especifico	Actividad	Resultado esperado	Tiempo (semanas)
1. Analizar la situación actual de la parroquia de San Rafael de Sharug.	1.1 Recolección de datos sobre la parroquia	Situación de la parroquia San Rafael de Sharug	2 semanas
	1.2 Analizar y seleccionar datos importantes para la elaboración de la situación		
2. Elaboración del proyecto	2.1 Estructura organizacional	Estructura Organizacional	2 Semana
	2.1.1 Diseño estructura organizacional		
	2.1.2 Recopilación de requisitos para la estructura organizacional		
	2.1.3 Elaboración de organigrama con sus cargos y funciones		
	2.2 Estudio de mercado	Estudios de mercado para definición de oferta y demanda	4 semanas
	2.2.1 Cálculo de la muestra		
	2.2.2 Realizar borrador de la encuesta		
	2.2.3 Validación de la encuesta		
	2.2.4 Pilotaje de la encuesta		
	2.2.5 Sistematización de datos recogidos		
	2.2.6 Elaboración conclusiones e informe de las encuestas realizadas	Estudio técnico de la empresa	4 semanas
	2.3 Estudio Técnico		
	2.3.1 Diseñar lay out de la línea de producción		
2.3.2 Analizar máquinas y equipos a utilizar	Viabilidad del proyecto	4 semanas	
2.3.2 Recolección de información de costos de maquinaria			
2.3.3 Obtener información de capacidades de maquinaria y equipo	Viabilidad del proyecto	4 semanas	
3.1 Recolección de información de costos y precios			
3.2 Elaboración de flujos de caja proyectado			
3.3 Realizar proyecciones de ingresos y egresos			
3.4 Formulación Ratios financieros			
3.5 Informe financiero			
TOTAL			16 SEMANAS



2.16 Referencias

Azuay, G. P. (2015). Plan de desarrollo y ordenamiento territorial. Cuenca.

Baca, G. (2001). *Evaluacion de Proyectos* (Cuarta ed.). Mexico: Graw Hill.

Hernandez, j. L. (2014). Reinventando la política fiscal: ¿una nueva estrategia para la estabilización y el crecimiento económico?. *Cuadernos de economía*, 33-62.

Orduna, L. (2008). Los fallos metodológicos del modelo keynesiano. *Revista* .

Orduna, L. D. (2008). Los fallos metodologicos del Modelo Keynesiano. *Revista de Economía Mundial*, 405-421.

Pérez, G. S. (2006). *Elaboración de proyectos sociales: casos práctico*. Madrid: NARCEA S.A.

Serje, M. y. (2011). "Somos indios, somos empresarios, somos pastos": una etnografía del desarrollo empresarial indígena en Colombia. *Departamento de Antropología*.

Tuñón, E. P. (2010). Evaluacion de los programas de credito a proyectos de mujeres en Tabasco, Campeche y Quintana Roo. *La Ventana*, 81-116.

2.17 Anexos

Estructura básica de matriz lógica

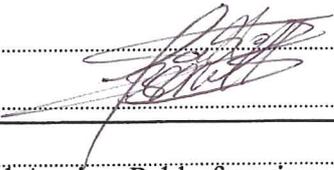
MATRIZ DE MARCO LÓGICO				
Jerarquía de objetivos	Resumen Narrativo	Indicador Variable Objetivamente (IVO)	Fuentes de verificación	Supuestos
Fin (objetivo de desarrollo)				
propósito (objetivo general) (situación final)				
Resultados (Objetivo específico)				
Acciones (Actividades principales)				

2.18 Firmas de responsabilidad



Llvisaca Palomeque Juan Fernando

2.19 Firma de responsabilidad



Bernal Aguirre Pablo francisco, Ingeniero Comercial

2.20 Fecha de entrega

4 noviembre de 2015