



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION.

ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS.

**PROYECTO: CREACION DE LA PLANTA INDUSTRIAL DE
FABRICACION DE BLOQUES "DURABLOCK"**

**TRABAJO DE GRADUACION PREVIO A LA
OBTENCION DEL TITULO DE INGENIERO COMERCIAL.**

AUTOR: BEATRIZ DE LA PAZ RUEDA BRAVO.

DIRECTOR: ECO. LENIN ZUÑIGA.

CUENCA- ECUADOR.

2007.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo; a mis padres, ya que les debo la vida y unas cuantas cosas más.

A mis hermanas por estar ahí ayudando y a veces reclamando; pero que con sus reclamos me han demostrado que ser responsable brinda muchas alegrías.

A mi hija, por ser la luz que ilumina mis días por muy nublados que estos sean, a mi esposo por ser como es y por dejarme ser como soy, ya que con esto he logrado uno de mis anhelos que es haber culminado mi carrera.

A mis amigos incondicionales por estar siempre ahí y por ser uno de los mejores recuerdos de mi vida; y desde luego a Dios, que es el responsable de que todo se haya cumplido hasta hoy.....

AGRADECIMIENTO

“Mi agradecimiento y gratitud:

A la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad del Azuay al Señor Decano, Subdecano y a todos los maestros que han sabido compartir sus experiencias profesionales y de vida, conmigo y con mis compañeros.

A mi director de monografía el Eco. Lenin Zúñiga C., por su acertada dirección y orientación que supo proporcionarme para la culminación exitosa del presente trabajo.

A mis padres, a mi esposo, a mi hija, por su sacrificio y apoyo incondicional e invaluable a lo largo de mi carrera, a mis amigos y compañeros de aula muchas gracias ”.

INDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria	I
Agradecimiento	II
Índice de contenidos	III
Índice de Anexos	V
Resumen	1
Abstract	3
Introducción	4

CAPITULO 1

Plan de Negocio	5
Antecedentes y Justificación del Proyecto	5
Descripción del Negocio	6
La empresa	6
Ubicación de la empresa	7
Materias Primas	7
El Mercado	7
Mano de Obra	7
Vías de Comunicación	7
Costos Terminales y de Aduccion	8
Micro localización	8
Estudio de Impacto Ambiental	9
Sector Económico al que pertenece el Proyecto	11

CAPITULO 2

Investigación de Mercado	13
Objetivo General	13
Objetivos Específicos	13
Estudio de Mercado	13
Propuesta	14
Grupos de Consumidores	14

Métodos para recolección de Datos	14
Esquema de Encuesta	15
Planificación de la Encuesta	16
Recolección y Análisis de Datos	16
Expectativas	16
Motivos del Consumidor	19

CAPITULO 3

Análisis de la competencia	22
Precios del Producto	24
Ventajas de la Implementación de la Planta	25
Macro Proceso Productivo	25
El Personal	30
Planificación Estratégica de Ventas	32

CAPITULO 4

Diagnostico y Propuesta Financiera	34
Análisis Financiero	38
Análisis FODA	39
Conclusiones y Recomendaciones	42
Bibliografía	44

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Cuadro de Inversiones	45
Anexo 2:Capital de Trabajo	46
Anexo 3: Estado de Resultados Proyectado	47
Anexo 4: Flujo de Efectivo	48
Anexo 5: Flujo de Efectivo incrementado en un 12%	49
Anexo 6: Flujo de Efectivo disminucion en un 12%	50

RESUMEN:

El presente proyecto para la creación de una fábrica de producción y venta de bloques se efectuó tomando en cuenta una de las principales necesidades que tiene el ser humano, la vivienda.

Pese a que en los últimos años el País no ha tenido un crecimiento económico sostenido, la rama de la construcción si lo ha hecho, los emigrantes constituyen un gran empuje monetario lo que ha sido fundamental para la construcción ya que el destino principal de ese dinero es la inversión en bienes y la construcción de viviendas.

En este trabajo, se hace una descripción del plan de negocio de la empresa, su razón social, ubicación, y actividad, en general un estudio de lo que será la fábrica y sus metas a cumplir en un futuro.

El Estudio de Mercado, contiene los objetivos del proyecto, describe al consumidor, sus gustos y preferencias, las expectativas del mismo, los motivos que harían que el consumidor incline su preferencia hacia el producto, además una breve reseña sobre la segmentación actual del mercado.

Este proyecto busca aprovechar la oportunidad que tiene el mercado para elaborar y comercializar bloque de hormigón y de pómez en todas sus dimensiones, sabiendo que una planta industrializada de bloques puede producirlo en grandes volúmenes diarios y con una calidad inmejorable.

Además, se realiza una planificación estratégica de ventas en el que constan puntos como: publicidad, promociones, diversificación, en general elementos que influyen en la realización exitosa del proyecto.

Es importante destacar que en el momento actual el bloque se ha convertido en una opción más económica para el constructor pues a pesar de que su costo es mayor al del ladrillo, el volumen que cubre es superior.

Se analiza también las inversiones en las que se deberán incurrir para la puesta en marcha del proyecto y su financiamiento.

En conclusión; el presente estudio se ha realizado para saber si el proyecto es factible financieramente al cumplir con los objetivos de rentabilidad establecidos por los inversionistas.

ABSTRACT

The purpose to create this following Project a factory to produce and sell concrete and pumice bench was founded in the principal human being's necessity "housing".

Although our country didn't have a continue economical grow, the branch of construction had it, emigrant people have been the principal economical source for the branch of construction because they destine their money to acquire real estates an of course to build houses.

This is a general research that will be a factory and we introduce in this project a description of the company business plain, its name, its location and activity.

Market research involves the aims of this project, describes the consumer, his or her likes and preferences also why he or she has preference for the product and finally a summary about the actual segmentations.

This project tries to take advantage of the market to produce and sell concrete and pumice bench with different sizes because we know an industrial factory can produce a big quantity of it with the best quality.

Also we have a sale strategic planning with publicity, offers and variety.

It's important to recognize that the concrete and pumice bench is an economic option for the builders although it is expensive than a brick but is volumen is bigger.

We also analyze the investment to run the project and it's financing.

Finally this project had been realized to give us indicators that allow us to know if it's possible to set up this factory.

Los criterios y opiniones vertidos en este documento son únicamente responsabilidad de la autora.

BEATRIZ DE LA PAZ RUEDA BRAVO.

INTRODUCCION:

La empresa DURABLOCK, es una industria dedicada a la fabricación de bloques de pómez y de hormigón de todas las dimensiones que busca convertirse en la primera alternativa para la fabricación de casas y edificios para de esta manera satisfacer una de las necesidades principales de los seres humanos, el bloque que se busca producir debe ser un material que cumpla con las descripciones requeridas por los constructores.

Durablock, se constituirá con capitales nacionales, y por el momento capitales locales, lo que facilitará la toma de decisiones; al estar la compañía dentro de la rama industrial se debe buscar la ubicación en una zona adecuada y conveniente para el desarrollo de sus actividades de producción y comercialización.

Se trata de una compañía de responsabilidad limitada para poder controlar el ingreso de nuevos socios y de esta manera precautelar la integridad y el futuro de la misma.

Con todos estos antecedentes los socios de DURABLOCK pretenden edificar una empresa seria, con metas reales y con visión futurista proyectada a ser líder en el mercado local, y porque no, del mercado nacional.

DURABLOCK contará con personal calificado y no calificado para ocupar los diferentes cargos de la empresa, además se necesitara los servicios de personal externo a la empresa como son Asesores, Consultores, Técnicos, etc.

CAPITULO I

CAPITULO I.

1.PLAN DE NEGOCIO.

1.1 ANTECEDENTES Y JUSTIFICACION DEL PROYECTO:

La idea de realizar un proyecto para la producción y venta de bloques premezclados se ha efectuado tomando en cuenta una de las principales necesidades que tiene el ser humano, la vivienda.

A pesar de que en los últimos años el país no ha tenido un crecimiento económico sostenido, la rama de la construcción si lo ha hecho.

El empuje monetario proveniente de los emigrantes ha sido fundamental para que el constructor no desmaye en su labor, sino más bien se desarrolle. Se sabe por fuentes estatales que desde la década de los noventa, la remesa de los braceros es el segundo rubro de ingresos en la balanza comercial del país, y que su destino principal es la inversión en bienes inmuebles, lo que fomenta la construcción de viviendas.

Por testimonio de arquitectos e ingenieros sabemos que una alternativa para la fabricación de casas y edificios es el bloque, material que cumple con las especificaciones requeridas por los constructores; además sabemos que por tiempo de colocación y costo unitario (rendimientos) el bloque es más económico.



De una observación directa en el perímetro urbano de la ciudad de Cuenca podemos darnos cuenta que las fabricas de bloques en su mayoría son domesticas, de producción diaria limitada, lo que ocasiona inconvenientes a los constructores que requieren grandes cantidades de bloques, y por lo general este no cumple con las normas ecuatorianas de calidad

Este grupo de inversionistas quiere aprovechar esta oportunidad que tiene el mercado para elaborar y comercializar bloque de hormigón y de pómez en todas sus dimensiones, sabiendo que una planta industrializada de bloques puede producirlo en grandes volúmenes diarios y con una calidad inmejorable.

Es importante destacar que en el momento actual el bloque se ha convertido en una opción más económica para el constructor pues a pesar de que su costo es mayor al del ladrillo, el volumen que cubre es superior.

1.2 DESCRIPCION DEL NEGOCIO:

1.2.1 LA EMPRESA

A continuación se dan los principales datos de la empresa:

Nombre de la Empresa:	DURABLOCK Cía. Ltda.
Ubicación:	Parque Industrial Av. Octavio Chacón S/N
Actividad:	Producción y comercialización de Bloques

La empresa DURABLOCKS se constituirá con capitales nacionales, y por el momento capitales locales, lo que facilitará la toma de decisiones.

Al estar la compañía dentro de la rama de la industrial se debe buscar la ubicación más adecuada y conveniente para el desarrollo de sus actividades de producción y comercialización. Se busca ubicar la empresa en un lote cercano a una fábrica de tubos de hormigón premezclado que tiene muchos años en la Ciudad y bastante prestigio, para de esta manera aprovechar su clientela y promocionar nuestros productos de manera indirecta.

A pesar de que el daño al medio ambiente se reduce por estar en un sector industrial se a realizará un estudio de impacto ambiental para reducir al máximo la contaminación que se pueda ocasionar.

Una de las primeras gestiones administrativas será tramitar la membresía de DURABLOCK a la Cámara de la Pequeña Industria y de esta manera aprovechar los beneficios que esta Institución brinda a sus afiliados.

Dentro de la plana administrativa se incluirá a una parte de los socios, pero se dará plena libertad al gerente que sea designado para dirigir el destino de la Empresa.

La Compañía será de responsabilidad limitada para poder controlar el ingreso de nuevos socios y de esta manera precautelar la integridad y el futuro de la misma.

Con todos estos antecedentes los socios de DURABLOCK pretenden constituir una empresa formal, con metas reales y con visión futurista proyectada a ser líder en el mercado local.

UBICACIÓN DE LA EMPRESA:

La ubicación de este proyecto es la Ciudad de Cuenca; para realizar una correcta evaluación de la localización se tomo en cuenta los siguientes aspectos:

A) Las materias primas.- en donde se encuentra la materia más barata y más cercana.

B) El mercado.- en donde se pueda vender con facilidad la mínima producción diaria.

C) La mano de obra.- en donde se encuentre la mano de obra capacitada y disponible.

D) Las vías de comunicación.- en la ciudad que tenga mayor accesibilidad para su ingreso y salida.

Una de las ideas para macro localizar un proyecto es minimizar los costos totales de transporte y de aducción del producto.

1.3.1 Costos terminales y de aducción.

Al estar ubicados en un sector industrial de fácil acceso y ubicación, se cuenta con una gran ventaja en el momento de determinar el costo de transporte. Adicionalmente se debe tomar en cuenta que si bien el proyecto no contempla un sistema de transporte propio; existen empresas que brindan este servicio dentro del área de influencia de la planta.

1.3.2 La micro localización

Luego de haber estudiado varios sectores y terrenos en la ciudad de Cuenca, se decidió ubicar el proyecto en el Parque Industrial de Cuenca. Este sector industrial brinda muchas facilidades para la implementación de la planta y ofrece los servicios básicos necesarios para una producción normal.

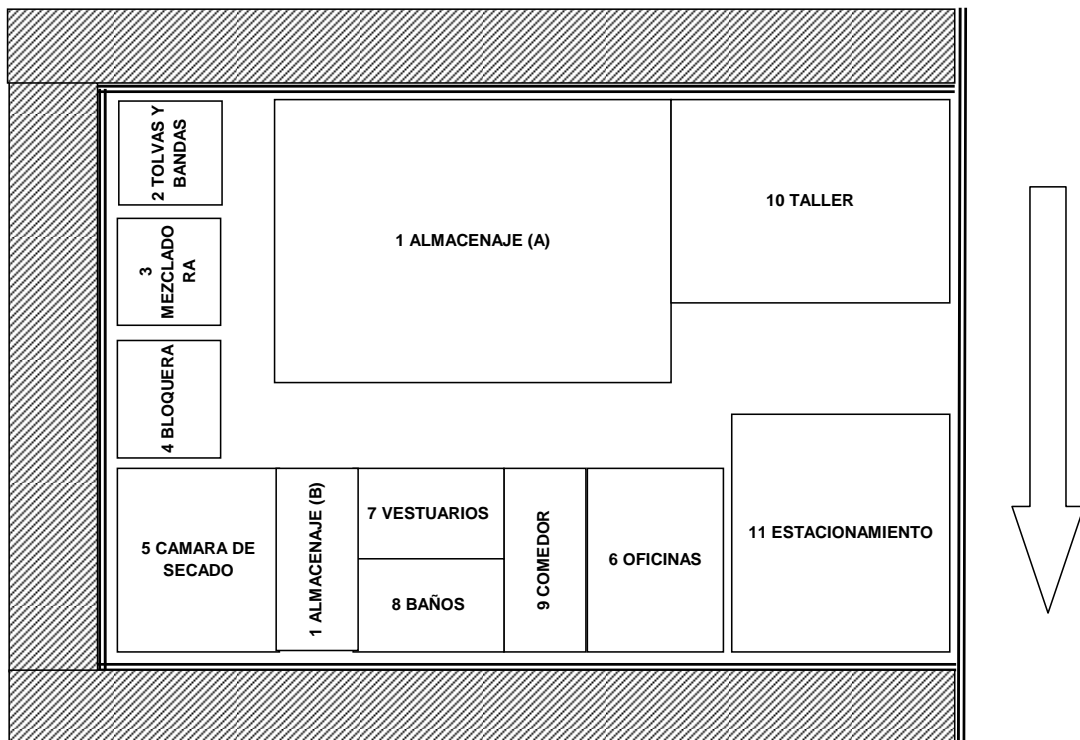
Después de un estudio clasificatorio de las parroquias predominantes en población y vivienda, se escogió las cinco primeras y se determinó que Cuenca es la importante, en el Cuadro # 1 se expresa la población por parroquia y la relación con la vivienda que poseen.

CUADRO #1

PARROQUIA	POBLACION	VIVIENDA
CUENCA (URBANO)	277.374	67.364
VALLE	18.692	4.264
RICAUARTE	14.006	3.251
SININCAY	12.650	2.918
BAÑOS	12.271	2.753
TARQUI	8.902	1.908
TURI	6.692	1.484
SAYAUSÍ	6.643	1.520
QUINGEO	5.646	1.353
PACCHA	5.311	1.190
MOLLETURO	5.221	1.187
SAN JOAQUÍN	5.126	1.166
CUMBE	5.010	1.123
SANTA ANA	4.739	1.123
VICTORIA DEL PORTETE	4.617	1.033
NULTI	4.589	1.056
LLACAO	4.501	1.024
CHIQUINTAD	4.073	1.071

1.3.3 Estudio de impacto ambiental

La maquinaria se ubicará en el sitio más lejano a la calle con el objeto de no perturbar a la gente que pasa o labora cerca de la Empresa con los ruidos producidos en la planta de fabricación.



En un espacio de 3 mts. por 2 mts. se construirá una laguna de tratamiento de aguas contaminadas por los materiales utilizados. Esta laguna tiene por objetivo separar los finos del agua para que a su vez esta se pueda manejar de una manera sana, los finos pueden ser reutilizados y el agua en viada hacia el río o por el alcantarillado normal.

El cemento es manejado mediante un silo y conducciones directas lo que impide su desperdicio y contaminación, además tiene un sistema de filtros en la parte superior para evitar que el cemento escape al ambiente.



El área de recepción de materia prima será humedecida una vez al día para evitar que se levante el polvo y contamine al ambiente. Cabe indicar que los materiales pétreos no contaminan de manera directa ya que vienen previamente lavados, es decir sin tierra que luego se convertirá en polvo.

El tratamiento que se va a dar a los desperdicios de la mecánica como son aceites y repuestos es el que indica la municipalidad, se reciclará y enviará mediante los canales de recolección de estos materiales.

Con todas las medidas anteriormente indicadas y aquellas que se implementarán de acuerdo a las necesidades que se vayan creando en la operación misma de la empresa, se pretende reducir al máximo el impacto ambiental que pueda tener la empresa y obtener el permiso de funcionamiento municipal.

Sector Económico al que pertenece el Proyecto:

La empresa será de tipo industrial y se constituirá como una compañía limitada, formando así parte de la Cámara de Industria para lo que necesitaremos los siguientes requisitos:

Copia de la Escritura de constitución de la empresa.

Llenar el formulario.

Cancelar un monto de 50\$ como cuota de afiliación y las cuotas mensuales de acuerdo al capital.

Además se tendrá que realizar los trámites de afiliación a la cámara de Comercio de Cuenca con los siguientes requisitos:

Copia de la escritura de constitución de la empresa.

Copia de la cédula del gerente o representante legal.

Dirección y parroquia donde funciona el establecimiento.

Número de teléfono.

Número de fax. (si lo tuviera)

Correo electrónico o e-mail. (si lo tuviera)

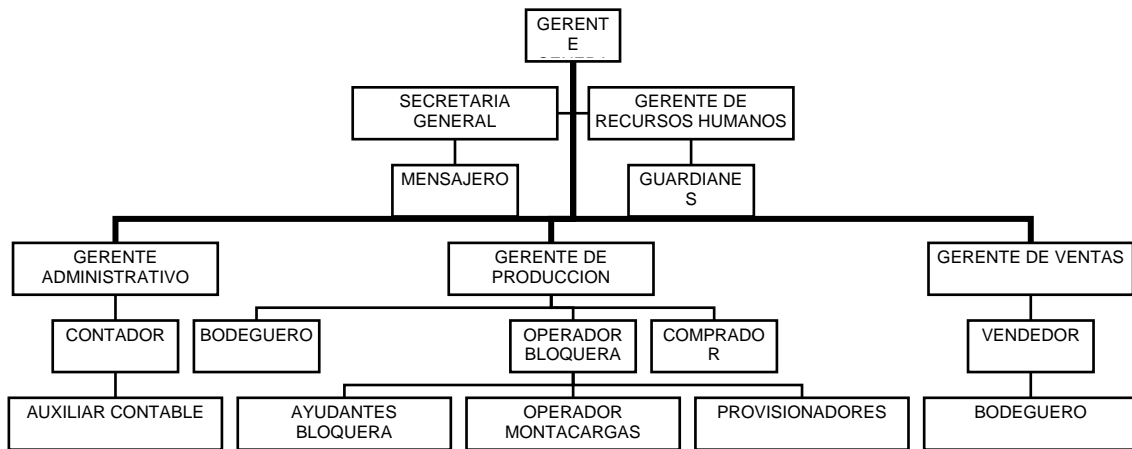
Valor a pagarse, según el capital declarado en las escrituras.

Otro aspecto importante es la adquisición de las maquinarias que se deberá realizar a través de un intermediario debido a que estas se importarán.

Como primer paso esta el ponerse en contacto con un agente de aduanas el mismo que deberá realizar una inspección en origen o lo que es lo mismo el lugar donde se adquiere la maquinaria para verificar sus características tales como: tipo de maquinaria, condiciones en las que se encuentra, monto de facturación versus maquinaria, etc.

Este se encargará de emitir un certificado previo a la importación para que el Banco Central de el visto bueno y abra la partida arancelaria.

ORGANIGRAMA



La empresa será financiada en un 44% mediante aportaciones de dinero en efectivo por parte de los socios, un 32% en especies y tan solo un 24% del financiamiento será viabilizado mediante los proveedores y el Sistema Financiero Nacional.

CAPITULO II

CAPITULO II

2.1 INVESTIGACION DE MERCADO

2.1.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la demanda total de bloques en la ciudad de Cuenca y establecer su Demanda Insatisfecha (D.I.).

2.1.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

Determinar el nivel de precios de las distintas variedades de bloques en la ciudad de Cuenca

Determinar la percepción de calidad que tienen los clientes a cerca del bloque

Determinar el nivel de preferencia hacia uno u otro producto

Determinar los sectores de mayor crecimiento en la ciudad de Cuenca, para poder ubicar estratégicamente la empresa.

Determinar las empresas líderes en el mercado local.

2.2 ESTUDIO DE MERCADO

Este mercado tiene un consumo local proyectado de 1.359.185 bloques al año, teniendo como regla que el tamaño que mas se comercializa, el de 15x20x40, luego y muy de cerca 10x20x40 y seguido el 20x20x40.

Hipotéticamente se supone que el mercado de bloques esta sub-explotado y que relativamente se puede establecer una nueva empresa, que sería la líder en el mercado, sin embargo, y con el objeto de lanzar este producto, y después de ver los resultados del diagnóstico de mercado, se sugiere que se realice un estudio con base en información primaria (encuestas, observación), esto con el propósito de conocer la real disposición de consumo y compra del consumidor final, es decir, responder a preguntas básicas como la aceptación y percepción

que tiene el cliente de los bloques con respecto a su precio, calidad, servicio, y entrega del producto.

Sobre todo con la determinación de la demanda insatisfecha, podremos proyectar nuestras ventas potenciales e introducción al mercado.

2.3 PROPUESTA.

Existe en el mercado nacional fábricas de bloques desde aquellas que producen 3.000 unidades al día, este tipo de bloquera es la que más se acerca a la necesidad del proyecto.

Tomando en cuenta lo analizado para este mercado, se sugiere que la producción sea la proyección tomada de 554.400 unidades de bloques anuales, con una utilización de la capacidad instalada del 70%.

En cuanto al canal de distribución se tiene que trabajar en el desarrollo de un producto de alta calidad y con una presentación de primera línea, capaz de convencer con un precio promocional relativamente igual al de la competencia, con la ventaja de la calidad del producto.

Es importante indicar que se tiene que disminuir el riesgo comercial con un plan de servicio de entrega al sitio de la obra.

Para conseguir este propósito es necesario contar con unidades de transporte, y un plan logístico de distribución y entrega.

De acuerdo con las estimaciones de la demanda, y en base a lo que la planta produciría el primer año, estimamos captar el 20% de la demanda.

2.4 Grupos de Consumidores:

Para determinar el grupo de consumidores se realizara una encuesta siguiendo el esquema que a continuación se presenta.

2.4.1 METODO PARA LA RECOLECCION DE DATOS

El método que utilizamos para la recolección de datos es la encuesta. Se ha estructurado una encuesta que abarque preguntas que lleven a determinar los grupos de consumidores para el producto:

ESQUEMA DE LA ENCUESTA:

ENCUESTA:	<h1>Introducción</h1>
1.- Para sus construcciones qué utiliza ?	
a) <input type="checkbox"/> Solo boque b) <input type="checkbox"/> (+)Blq (-)Ladr c) <input type="checkbox"/> (=)Blq. Ladr. d) <input type="checkbox"/> (+)Lad (-)Blq e) <input type="checkbox"/> Solo ladrillo	
2.- Por qué lo utiliza?	
a) <input type="checkbox"/> Calidad b) <input type="checkbox"/> Precio c) <input type="checkbox"/> Resistencia d) <input type="checkbox"/> Tiempo de colocación	

DATOS GENERALES:	<h1>Datos de clasificación</h1>
Sexo	Edad
<input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> 20-25 <input type="checkbox"/> 26-35 <input type="checkbox"/> 36-45 <input type="checkbox"/> Más de 45
Título	
<input type="checkbox"/> Ingeniero Civil <input type="checkbox"/> Arquitecto <input type="checkbox"/> Maestro de obra <input type="checkbox"/> Otro	
Nombre del informante	Dirección de la obra
<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>
	Teléfono
	<input style="width: 100%;" type="text"/>

3.- Con que frecuencia compra usted los bloques?	<h1>Producto</h1>
a) <input type="checkbox"/> Mensualmente b) <input type="checkbox"/> Cada 6 meses b) <input type="checkbox"/> Cada año b) <input type="checkbox"/> Ocasionalmente	
4.- Qué tipo de bloque(s) que compra?	
1) <input type="checkbox"/> H. 10 X 20 X 40 2) <input type="checkbox"/> H. 15 X 20 X 40 3) <input type="checkbox"/> H. 20 X 20 X 40	
4) <input type="checkbox"/> P. 10 X 20 X 40 5) <input type="checkbox"/> P. 15 X 20 X 40 6) <input type="checkbox"/> P. 20 X 20 X 40	
5.- Cantidad que utiliza?	
1) a) <input type="checkbox"/> De 100 a 500 b) <input type="checkbox"/> De 501 a 1.000 c) <input type="checkbox"/> De 1.001 a 1.500 d) <input type="checkbox"/> Más de 1.500	
2) a) <input type="checkbox"/> De 100 a 500 b) <input type="checkbox"/> De 501 a 1.000 c) <input type="checkbox"/> De 1.001 a 1.500 d) <input type="checkbox"/> Más de 1.500	
3) a) <input type="checkbox"/> De 100 a 500 b) <input type="checkbox"/> De 501 a 1.000 c) <input type="checkbox"/> De 1.001 a 1.500 d) <input type="checkbox"/> Más de 1.500	
4) a) <input type="checkbox"/> De 100 a 500 b) <input type="checkbox"/> De 501 a 1.000 c) <input type="checkbox"/> De 1.001 a 1.500 d) <input type="checkbox"/> Más de 1.500	
5) a) <input type="checkbox"/> De 100 a 500 b) <input type="checkbox"/> De 501 a 1.000 c) <input type="checkbox"/> De 1.001 a 1.500 d) <input type="checkbox"/> Más de 1.500	
6) a) <input type="checkbox"/> De 100 a 500 b) <input type="checkbox"/> De 501 a 1.000 c) <input type="checkbox"/> De 1.001 a 1.500 d) <input type="checkbox"/> Más de 1.500	

8.- Cuando necesita el bloque , para comprarlo:	<h1>Plaza</h1>
a) <input type="checkbox"/> Lo cotiza primero	
b) <input type="checkbox"/> Se acerca a la bloquera y compra lo que haya	
c) <input type="checkbox"/> Visita varios locales antes de comprar	
9.- Frecuentemente en donde compra (dirección)?	
.....	
9.1.- Nombre de la empresa	
.....	
10.- Cuando le entregaron el pedido de bloque, la entrega estuvo:	
a) <input type="checkbox"/> Antes b) <input type="checkbox"/> Muy tiempo c) <input type="checkbox"/> A tiempo d) <input type="checkbox"/> Retrazados e) <input type="checkbox"/> A destiempo	

2.4.2 PLANIFICACION DE LA ENCUESTA

Una vez realizado el modelo de encuesta se planificara como realizar la investigación, para lo cual se sigue los siguientes pasos:

- Seleccionar el área a encuestar
- Asignar las áreas para cada encuestador
- Asignar el horario de la encuesta
- Determinar el tiempo de la encuesta
- Determinar el plazo de la encuesta

2.4.3 RECOLECCION Y ANALISIS DE LOS DATOS

Una vez planificada la encuesta, el siguiente paso es la toma física de los datos de acuerdo a las áreas designadas.

Una vez recolectada toda la información, se la clasificará para luego poder tabularla.

Una vez tabulada la información se obtienen los primeros informes preliminares, y los informes definitivos.

Al final lo que queda es analizar los resultados.

2.5 EXPECTATIVAS

Cuando se estructuro la encuesta se analizo muy detenidamente las preguntas y el objetivo que tenían cada una de ellas con el fin de poder diagnosticar con

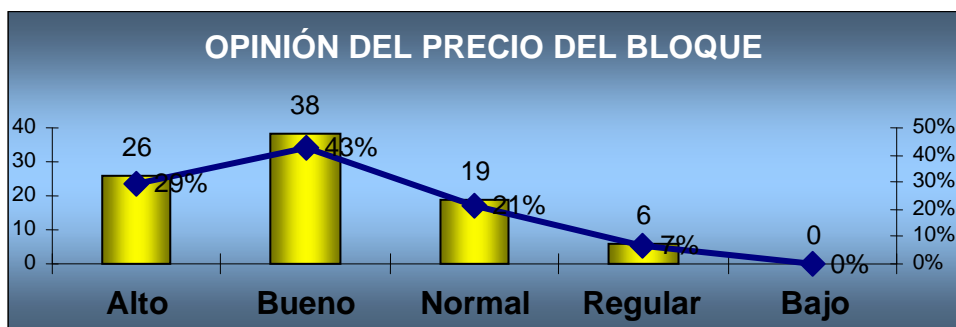
exactitud las falencias de cada una de las fábricas de bloques existentes en las zonas a cubrir con los productos. Este análisis inicial permitió determinar una Demanda Insatisfecha de bloques en la ciudad de Cuenca sumamente confiable, y a su vez visualizar las estrategias macro para captarlo.

Para profundizar en el diagnóstico de mercado se trabajó en el análisis que permitiera con un mínimo margen de error, saber si el producto tendrá aceptación en el mercado, aprovechando las debilidades de los competidores potenciales, y así poder introducirlos en el mercado local.

Para sustentar la razón del proyecto se ha basado en los resultados de las encuestas, que en sus principales datos nos indican que:

En el cuadro # 2, se observa que el mercado local tiene muchos clientes, pero la mayoría no están satisfechos con la atención de su actual proveedor, en este caso se ha tomado la variable precio, para saber la opinión del consumidor del producto.

CUADRO #2
OPINION DEL PRECIO DEL BLOQUE

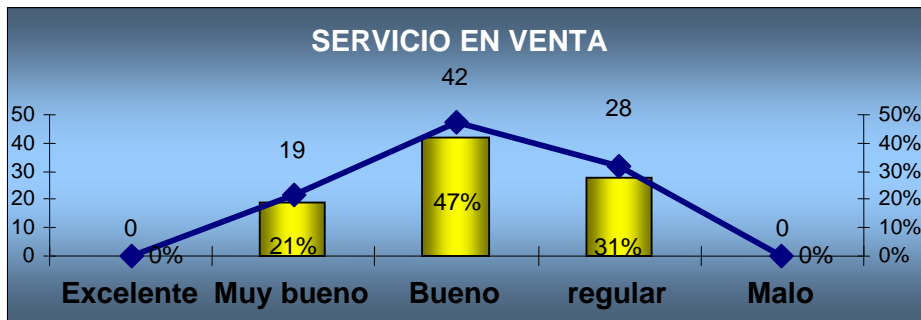


Fuente: Encuesta
Realizado Por: Autora

La mayoría de los clientes piensan que el precio que pagan por los bloques es el justo, lo que da un punto de partida en el nivel de precios a competir.

CUADRO # 3

SERVICIO EN VENTA.



Fuente: Encuesta

Realizado Por: Autora

El cuadro # 3 muestra la calidad en el servicio en ventas que recibe el consumidor del producto.

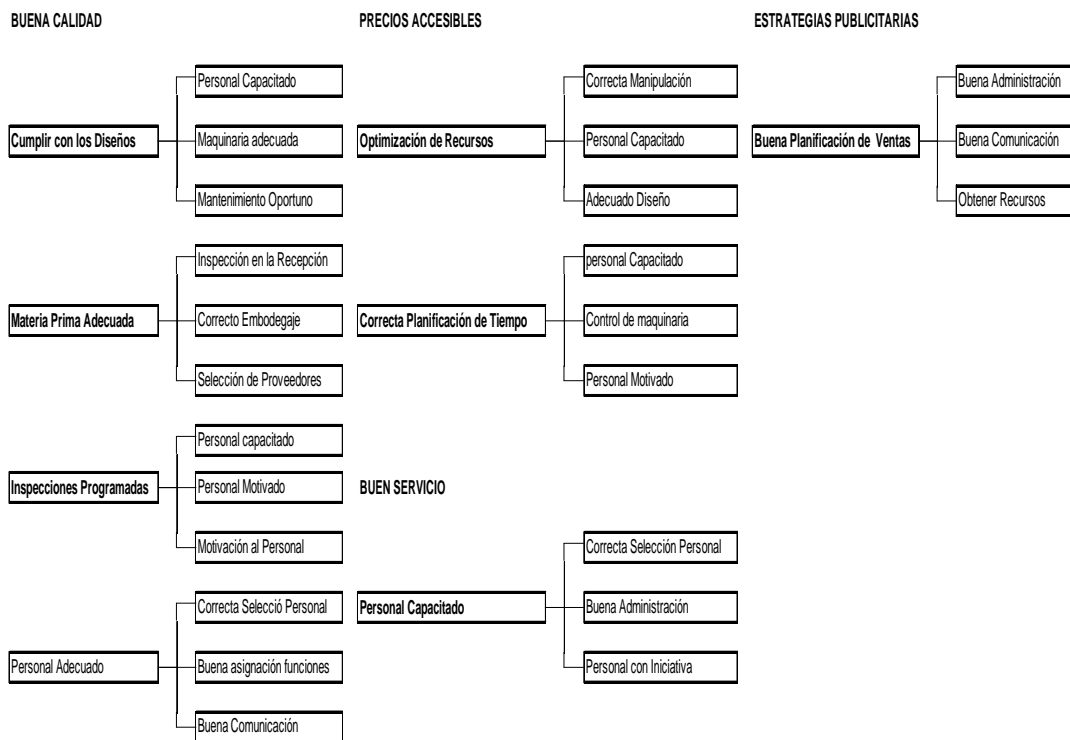
La cobertura de las fábricas existentes es mediana, no están en capacidad de prestar el servicio de transporte para que el producto llegue a tiempo. La producción en la mayoría es limitada lo que también retrasa las entregas de bloques.

La idea de sectorizar el consumo de bloques es para ubicar estratégicamente la planta de bloques y así garantizar la cobertura del producto y del proyecto.

No existe una empresa líder en el mercado local,

2.6 MOTIVOS DEL CONSUMIDOR.

Para analizar este punto se ha trazado un árbol de objetivos en el cual se procede a plantear objetivos que se pretende alcanzar, es decir que se debe hacer para que el “PRODUCTO SEA ACEPTADO EN EL MERCADO



Se analizará los siguientes objetivos:

- Calidad
- Precios Accesibles
- Buen Servicio
- Estrategia Publicitaria

2.6.1 BUENA CALIDAD

a. Cumplir con el diseño

Para cumplir con el diseño del producto se debe capacitar al personal para que conozca sobre el proceso de producción; contar con la maquinaria adecuada para la fabricación y obtener un producto de calidad; dar el mantenimiento oportuno a la maquinaria para que no exista ningún problema durante la producción.

b. Materia Prima Adecuada

Se debe inspeccionar la materia prima que este en buen estado el momento de su recepción, para que no exista ningún problema al momento de empezar con la producción; la materia prima deberá ser embodegada en el lugar que esta destinado para que no se de ninguna anomalía por ejemplo la arena en el sitio de la grava; se deberá seleccionar a los proveedores investigando si la materia prima es de buena calidad, por el precio y la forma de pagó.

c. Inspecciones Programadas

Inspeccionar si el personal cumple con la capacitación que se les brindo para que conozcan del proceso de producción y obtener un producto de calidad y sea aceptado en el mercado; motivar al personal con un buen trato, una buena remuneración y un ambiente de trabajo agradable para que cumplan con los objetivos que nos hemos propuesto.

d. Personal Adecuado

Seleccionar al personal adecuado para las distintas ramas laborales que se necesita para la empresa, capacitar a los empleados que estarán a cargo del proceso de producción; delegar correctamente al personal para las funciones a las cuales fueron contratados para que su desempeño; una buena

comunicación entre los jefes y empleados, que se de una apertura adecuada para el dialogo y opiniones, para que exista un buen ambiente de trabajo.

2.6.2 PRECIOS ACCESIBLES

a. Optimización de recursos

Una correcta manipulación de la materia prima, puesto que esta deberá ser medida correctamente y de buena calidad para la obtención de un buen producto; contar con el personal adecuado y con el conocimiento necesario en la manipulación de la maquinaria y del proceso de producción; que el diseño del producto sea el adecuado para que no exista ningún problema durante el proceso.

b. Correcta Planificación del Tiempo

Capacitar al personal para que planifique el tiempo durante cada proceso para que no se de problema alguno y retrase la producción; controlar la maquinaria que se encuentre en buen estado y que el tiempo automatizado con el que cuenta no tenga problemas; motivar al personal con incentivos.

2.6.3 BUEN SERVICIO

a. Personal Capacitado

Seleccionar el personal idóneo para las diferentes áreas de trabajo y así tengan un buen desempeño, en el caso de obreros a través de una capacitación continua fabriquen un producto de altísima calidad, en el caso del personal administrativo la actualización de los conocimientos permitan dar un manejo adecuado a la empresa, en el caso del personal de ventas que tengan experiencia en el trato al cliente.

2.6.4 ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS

a. Buena Planificación de Ventas

Contar con un personal adecuado en la administración del departamento de ventas, capacitar al personal con cursos de relaciones humanas y marketing para mejorar la atención al cliente, personal que cuente con iniciativa propia y proporcione nuevas ideas publicitarias y estrategias de mercado.

CAPITULO III

CAPITULO III

3.1 ANALISIS DE LA COMPETENCIA

A continuación se resume algunos de los resultados que se obtuvieron luego de realizada la encuesta en el cual se muestra los problemas o causas por las cuales la competencia no puede cumplir con las expectativas del cliente

3.1.2 QUE EL PRODUCTO SEA DE BAJA CALIDAD

Esto se puede dar si el producto **no cumple con los diseños** por contratación de personal nuevo o personal no capacitado, ya que si el personal no recibe las correctas y suficientes indicaciones sobre las especificaciones del diseño no va a poder cumplir con el mismo; si la maquinaria esta defectuosa y no cumple con el proceso de producción; si la maquinaria no recibe el mantenimiento adecuado para evitar desperdicios de materiales o acumulación de residuos.

Si la materia prima es defectuosa porque no se ha realizado la debida inspección de los materiales en el momento de la recepción por ejemplo: que el cemento no esté con grumos, que la arena no tenga piedras ni tierra, etc.; también por mal embodegaje, también por una mala selección del proveedor cuando no se ha investigado bien la calidad del material que este comercializa.

Si **no se realizan las inspecciones necesarias** si el personal no esta capacitado adecuadamente no puede tener el conocimiento necesario para inspeccionar un producto. Si el personal no tiene interés o se confía y no realiza inspecciones. Si el personal no tiene un buen ambiente de trabajo y está descontento, no realizará su trabajo como debe hacerlo.

Si el personal no es el adecuado porque no hubo una correcta selección del personal, es decir, no se comprobó conocimientos o experiencias; si se le asignaron mal las funciones y no se le ubicó en el puesto adecuado; si existe

una mala comunicación tal vez por falta de apertura de algunas de las personas con quienes trabaja.

3.1.3 QUE LOS PRECIOS SEAN ALTOS

Si existen **desperdicios de materiales**, esto se puede dar por personal no capacitado por ejemplo al pesar mal los mismos. Al existir una falla en el diseño el bloque sería desechado si no resiste al control de calidad sumándose todos estos al precio final.

Si existen **tiempos fuera de estándar** obviamente esto se va a ver reflejado en el precio del producto lo que puede darse por personal nuevo o no capacitado y se demora mucho en el proceso por problemas en la maquinaria ya que esta retrasaría en gran manera la producción; si el desinterés en el trabajo por parte del personal es alto no se cumplirán los estándares ni las calidades requeridas.

3.1.4 QUE EL SERVICIO SEA MALO

Si personal es mal capacitado, mal seleccionado y no tiene buenas relaciones humanas o experiencia en el trato a las personas; si la Administración no toma medidas sobre cambios en la atención al cliente; si el personal no tiene interés e iniciativa por aprender y dar soluciones a los problemas de los clientes.

3.1.5 QUE EXISTA FALTA DE PUBLICIDAD

Por **falta de planificación de Ventas** que sin duda será por fallas en la Administración al no delegar las funciones como organización de campañas publicitarias. Por falta de comunicación ya que tal vez el Administrador supone "El Departamento de Ventas se encargará", por falta de recursos económicos o de presupuesto destinado a la publicidad ya que se piensa "No es indispensable"

3.2 PRECIOS DEL PRODUCTO

Ya que este es un proyecto que pretende ser implantado de manera inmediata y cuya difusión será pública no se presentan los precios unitarios que manejan las fábricas de la competencia.

En el cuadro # 4 se resume la forma en que la competencia analiza sus precios y de que manera llegan a dar a conocer sus precios al consumidor.

CUADRO # 4
PRECIOS COMPETENCIA

DESCRIPCION EMPRESA	ANALISIS DE PRECIO	ESTRATEGIA PRECIO
Atlas	Evaluación individual de precios	Entregar volantes en los puntos de venta y construcciones
Disensa	Evaluación individual de precios	Entregar volantes en los puntos de venta y construcciones
Fca. Amazonas	Evaluación individual de precios	Entregar volantes en los puntos de venta y construcciones
Fca. B. Bravo	Evaluación individual de precios	Entregar volantes en los puntos de venta y construcciones
Fca. Orellana	Evaluación individual de precios	Entregar volantes en los puntos de venta y construcciones
Hormipisos	Evaluación individual de precios	Entregar volantes en los puntos de venta y construcciones
M.S. Jacinto	Evaluación individual de precios	Entregar volantes en los puntos de venta y construcciones
Monterrey	Evaluación individual de precios	Entregar volantes en los puntos de venta y construcciones
Pref. Hércules	Evaluación individual de precios	Entregar volantes en los puntos de venta y construcciones
Requelme	Evaluación individual de precios	Entregar volantes en los puntos de venta y construcciones
R. Ochoa	Base de datos de clientes y precios	Enviar cotizaciones individuales
Ricaurte	Base de datos de clientes y precios	Enviar cotizaciones individuales
Sr. Puma	Base de datos de clientes y precios	Enviar cotizaciones individuales
V. Sumba	Evaluación individual de precios	Entregar volantes en los puntos de venta y construcciones
Tiger	Evaluación individual de precios	Entregar volantes en los puntos de venta y construcciones

*Fuente: Fabricas Competencia
Realizado Por: Autora*

3.3 VEN TAJAS DE LA IMPLEMENTACION DE LA PLANTA INDUSTRIAL

A continuación un resumen del proceso productivo de la planta industrial DURABLOCK, proceso que dará gran ventaja ante las plantas de la competencia.

Con el propósito de optimizar los costos de producción y de tener una planta eficientemente administrada con el número justo de colaboradores, para todas y cada una de las tareas, se ha diseñado un macro – proceso.

3.3.1 Macro – Proceso de Producción Integrado.

A continuación se detalla el proceso de producción con un estimado de tiempos por procesos:

- a- Se realizará una orden de producción la cual será entregada al gerente de producción para que verifique si existe en stock la materia prima suficiente para la producción de dicha orden, de no existir cualquier elemento necesario para una normal producción, el será el encargado de realizar una orden de compra por el faltante de la materia que estuviese escasa.
- b- Cinco minutos antes de las ocho de la mañana se planificara la producción del día.
- c- El inicio de labores empieza al sacar los bloques de las cámaras de secado hacia la bodega de almacenamiento, a su vez y paralelamente los proveedores deberán abastecer las tolvas de materia prima.

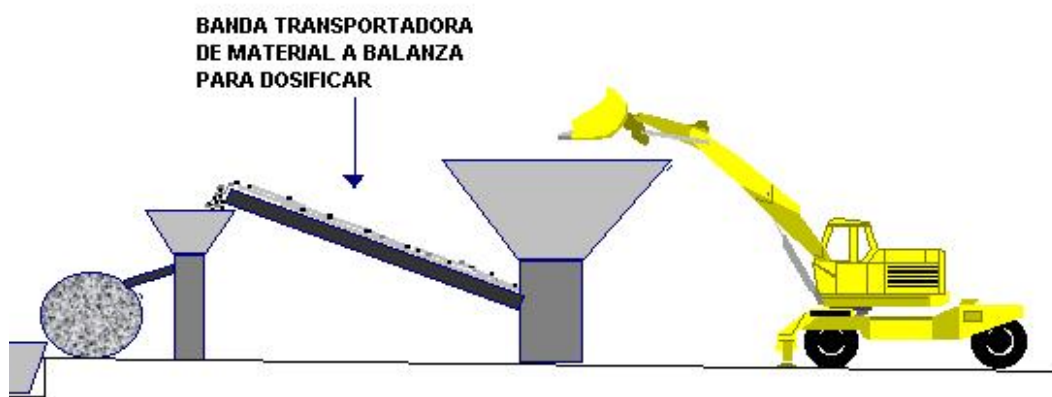
Tiempo una hora, es decir hasta las 9h00.

**ANALISIS DE COSTOS UNITARIOS
COSTOS POR DIA DE PRODUCCION (8 H TRABAJO)**

Factor Año	240	CTOS VARIABLES		CTOS FIJOS		COSTOS TOTALES	
DETALLE	UNIDADES PRODUCCION	TOTAL COSTO DE PRODUCCION	COSTO POR UNIDAD	COSTO OPERACIÓN	COSTO POR UNIDAD	TOTAL COSTOS	COSTO UNITARIO TOTAL
BLOQUE	2100	549,79	0,26	230,12	0,11	779,91	0,37

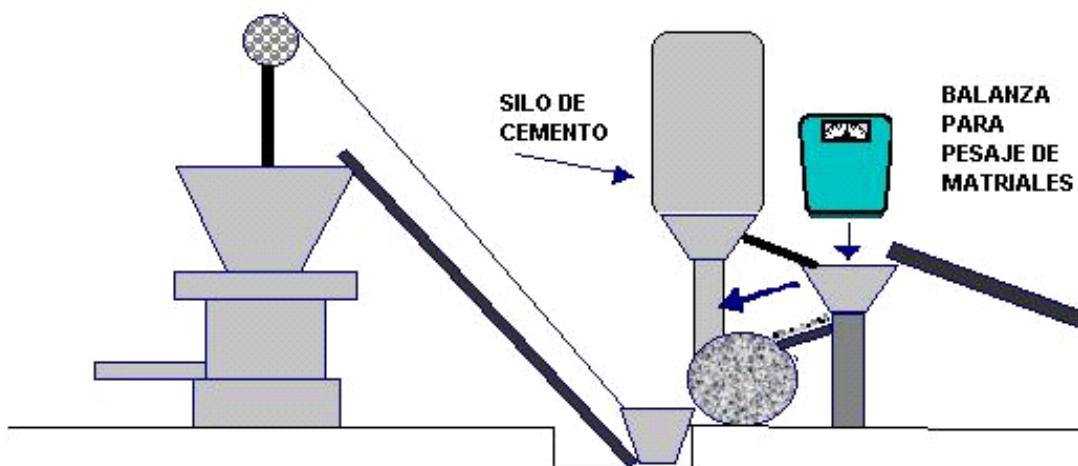
- d- Primero se deberá transportar la materia prima desde las tolvas hacia la balanza de pesaje por medio de las bandas transportadoras (arena y chispa). El cemento llega hacia la balanza por medio de un tornillo sin fin directamente desde el silo que se encuentra a un extremo de las balanzas.

Tiempo cuatro minutos.



- e- El operador de la planta deberá controlar que el material llegue a las
f- balanzas de acuerdo a los diseños especificados.

Tiempo medio minuto.

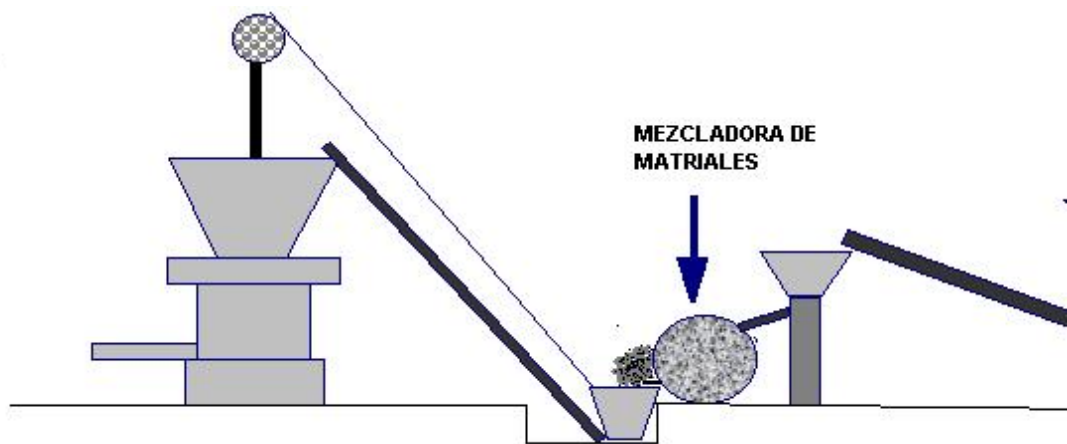


- g- Una vez pesado el material se lo transportará a la mezcladora a través de una banda transportadora.

Tiempo un minuto.

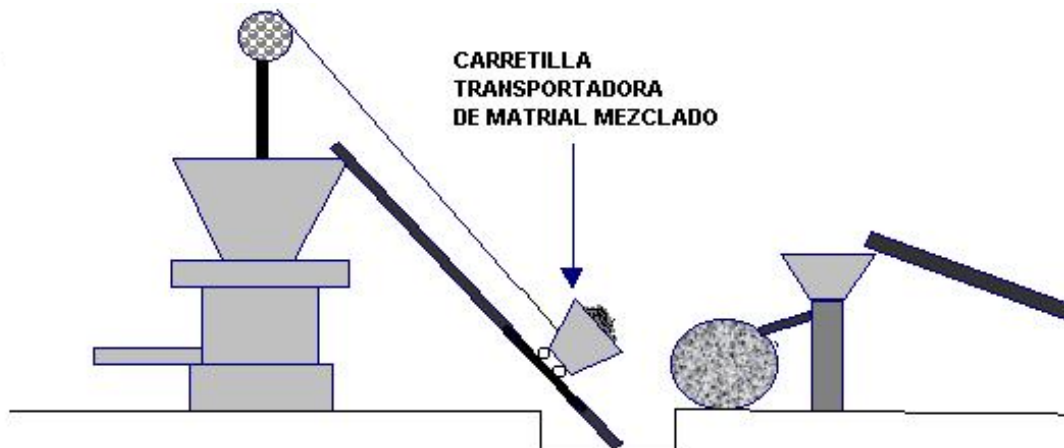
- h- A la mezcladora llega la arena, la chispa y el cemento debidamente pesado, aquí se agrega el agua y de ser necesario el chasqui y polvo de chasqui a través de parihuelas, con lo que se logrará una masa homogénea.

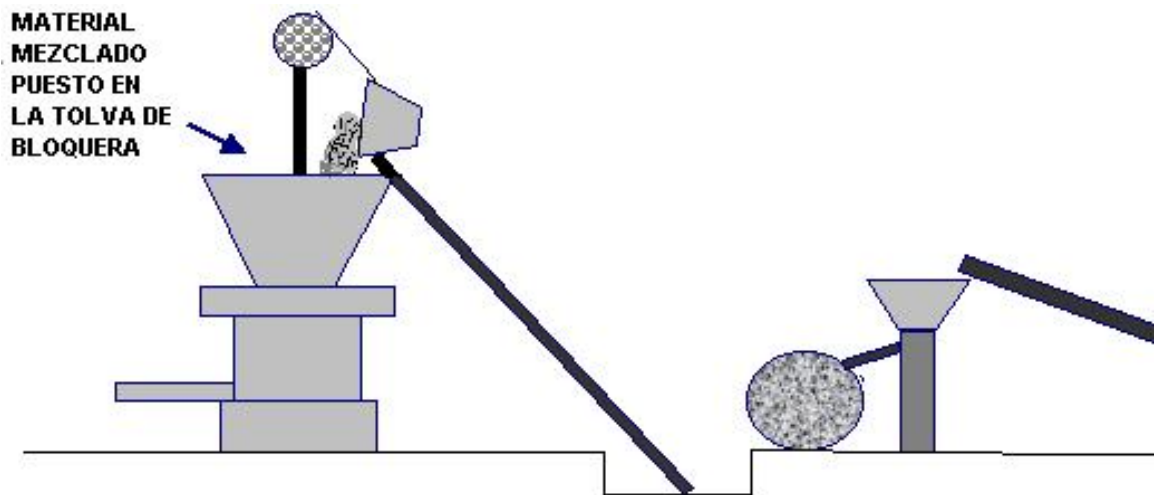
Tiempo seis minutos.



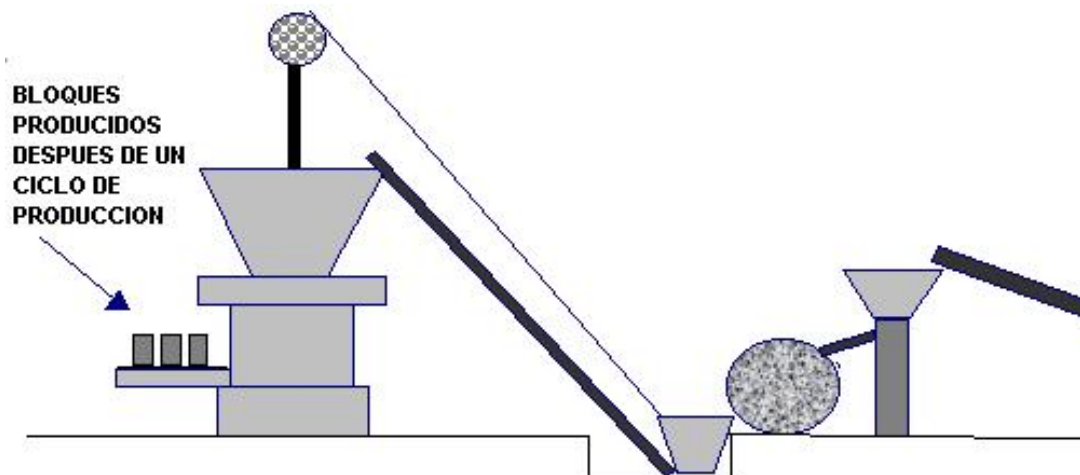
- i- Esta masa homogénea deberá ser descargada en un balde metálico y mediante un carril transportarla hacia la tolva de la máquina bloquera.

Tiempo dos minutos.





- j- Una vez en la tolva de la máquina bloquera la masa se traslada hacia el molde y lo asienta en una plancha de madera. Mediante un vibrador y la compactación de la máquina salen seis bloques listos para ser embarcados hacia la cámara de secado.



Tiempo un minuto

NOTA.-

Es importante destacar que cuando la materia prima esta mezclada y dentro de la tolva de la máquina bloquera es suficiente para producir ciento veinte bloques o sacar veinte planchas de madera con seis bloques en cada ciclo de la máquina bloquera.

- k- El operador del montacargas deberá controlar que el bloque tenga las dimensiones y consistencia especificados en el diseño.

Tiempo 0.33 minutos.

- l- Los bloques son trasladados desde la bloquera hacia la cámara de curado mediante un montacargas.

Tiempo un minuto.



- m- Una vez llena la cámara de curado se encenderán los quemadores.

Tiempo de secado 8 horas.

Con este paso se da por terminado el proceso de producción.

3.4 EL PERSONAL.

Otra ventaja que tiene DURABLOCK ante la competencia es que se contará con el personal idóneo que satisfaga las necesidades tanto del consumidor como las del proyecto mismo.

3.4 .1REQUERIMIENTO DE PERSONAL

La empresa necesitará seis personas para planta: un Jefe de producción, un operador de bloquera, un operador de montacargas, dos ayudantes de planta y dos aprovisionadores.

Jefe de producción.- Debe tener una experiencia mínima de cuatro años, debe tener título de Ingeniero Industrial o Tecnólogo Industrial.

Operador de bloquera.- Debe tener experiencia mínima de cuatro años en la fabricación de bloques; debe tener el título de bachiller.

Operador de montacargas.- Debe tener una experiencia mínima de dos años en el manejo del equipo, debe tener licencia que lo autorice a manejar el montacargas, debe tener título de bachiller.

Ayudante de planta.- Debe tener experiencia mínima de un año en cargos similares, debe haber terminado mínimo la primaria.

Aprovisionador.- Debe tener experiencia mínima de un año en cargos similares, debe haber terminado mínimo la primaria.

En la administración se requiere de un Gerente General, un contador, una secretaria, dos vendedores, un bodeguero y dos guardias.

Gerente General.- Los requerimientos del gerente general serán dados en la junta de socios.

Contador.- Debe tener cuatro años de experiencia, debe ser CPA.

Secretaria.- Debe tener una experiencia mínima de dos años, debe tener título de secretaria ejecutiva.

Vendedor.- Debe tener una experiencia mínima de dos años; debe tener conocimientos o estudios de marketing, debe tener mínimo título de bachiller.

Bodeguero.- Debe tener una experiencia mínima de dos años, debe tener conocimientos o estudios de administración de empresas, debe tener mínimo título de bachiller.

Guardias.- Debe tener una experiencia mínima de dos años, debe tener mínimo título de bachiller, debe tener autorización de portar armas.

De acuerdo a las normas ecuatorianas, el personal contratado deberá tener la documentación en regla, cédula de identidad, cédula militar (excepto las mujeres), record policial.

Adicionalmente deberán presentar hoja de vida, dos fotos actualizadas y dos certificados de honorabilidad.

3.5 PLANIFICACION ESTRATEGICA DE VENTAS:

Con la finalidad de incrementar ventas, se plantearon las siguientes propuestas:

Publicidad mensual vía Internet, cuyo costo es de Setenta y dos dólares. Sus costos se detallan a continuación:

<u>DESCRIPCION</u>	<u>CANT.</u>	<u>COSTO UNITARIO</u>	<u>COSTO TOTAL</u>
Página mega	3	6,00	18,00
Diseños	3	8,00	24,00
Cto. Mantenim.	1	30,00	<u>30,00</u>
		TOTAL	72,00

Publicidad mensual a través de la prensa escrita, específicamente en el diario El Mercurio, teniendo un costo de Ciento cuarenta dólares. Su formato se detalla a continuación:

	Ofrece a sus clientes bloques elaborados con la más alta tecnología y calidad en todas las medidas en pómez y hormigón.
Dirección : Parque industrial Octavio Cachón Teléfono: 860-912	

Dimensión: 6 X 8 cmts. Incluye margen.

Publicidad mediante Radio Tomebamba , siendo su costo mensual de Setenta y cinco dólares; cuatro cuñas publicitarias durante el día por el lapso de treinta segundos cada una.

Descuentos en el volumen de ventas. Otorgar descuentos a nuestros clientes sobre los pedidos solicitados con el propósito de que ese porcentaje pueda ser compensado con el valor del IVA o con una cantidad adicional de productos.

Luego de un meticuloso análisis, dichos participantes llegamos a la conclusión de poner en práctica las propuestas dos y tres, pues son indudablemente factibles por las ventajas y costos que estas ofrecen.

CAPITULO IV

CAPITULO IV

4.1. FASE: DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA FINANCIERA

Se determinó que existe un mercado potencial por cubrir y que tecnológicamente no hay impedimentos para llevar a cabo el proyecto. La parte de análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación, así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto que es la evaluación económica.

Para la evaluación económica del Proyecto nos hemos planteado como horizonte del mismo un período de 5 años.

4.1.1 INVERSIONES

Existen varios tipos de inversiones en las que vamos a incurrir para implementar nuestro proyecto. A continuación especificamos las más importantes:

4.1.2 INVERSION FIJA

La inversión alcanza a \$ 12.764,00 como resultado de determinar el costo de los activos fijos necesarios para el funcionamiento óptimo del servicio y acordes a la capacidad y necesidades de la misma.

Los activos fijos que intervienen en la inversión se han depreciado y amortizado con los porcentajes establecidos de acuerdo a su vida útil como se muestra en el (Anexo N° 1)

4.1.2.1 INVERSIÓN VARIABLE

La inversión variable esta constituida por el Capital de Trabajo requerido para financiar las actividades corrientes de la empresa, el valor de este es de \$ **1632,52** el cual se ha obtenido mediante el método del Déficit Acumulado Máximo, el análisis se realizo de manera mensual, obteniendo una disminución del déficit a partir del primer mes. (Anexo N° 2)

4.1.3 FINANCIAMIENTO PARA LAS INVERSIONES

Para financiar el total de las inversiones requeridas (tangibles e intangibles) para la implementación del proyecto, se recurre en un 100% al aporte de los socios del proyecto.

4.2Resultados: Proyección de Balances Contables y Análisis Financiero

4.2.1PROYECCIÓN DE BALANCES CONTABLES

Es necesario aclarar que los balances proyectados que se presentan en este análisis son una proyección a nivel de pre-factibilidad, por tanto no se han considerado otros gastos como de ventas, comercialización, etc .

4.2.2 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

También se le denomina Presupuesto de Ingresos y Costos o Estado de Pérdidas y Ganancias e indica, para cada uno de los años de la vida útil del proyecto (cinco años) los distintos ingresos y gastos en que incurrirá la empresa como resultado de su gestión productiva. Nos muestra las utilidades

netas que se esperan para cada año, el valor a pagar por utilidades a los trabajadores (15%), el cálculo del impuesto a la renta (25% según la legislación), así como la Utilidad líquida del negocio. (Anexo N° 3)

4.2.3 FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADOS

Es un análisis financiero que nos ayuda a la evaluación y administración del riesgo con la finalidad de evitar futuros imprevistos que hagan que la empresa pierda dinero, se ha proyectado este análisis para los 5 años de la vida útil del proyecto.

La inversión de capital y los valores correspondientes al incremento de este se da por el incremento de la demanda en el transcurso de los años subsiguientes. (Anexo N° 4)

Generalmente los Flujos de Caja son utilizados para presupuestar las necesidades de efectivo para cada mes del año, sin embargo, es útil aplicarlo en análisis de esta naturaleza con el fin de tener una referencia práctica sobre el margen de liquidez que pueda tener un negocio.

Se encuentra una alta eficiencia en el uso de los recursos tanto de tecnología como humanos.

Los proyecciones para cinco años se anexan, tomando en cuenta un tasa de inflación. A lo largo de este periodo se registran utilidades que se van incrementando año por año, lo que demuestra la conveniencia de invertir en este proyecto.

4.3 ANALISIS FINANCIERO

Esta etapa permite analizar y administrar el riesgo de la inversión del proyecto; para la evaluación del proyecto, se tomó como base el flujo neto de efectivo proyectado en términos constantes, es decir con inflación cero, lo cuál hace

innecesario la variación sobre cualquier costo; y, las estimaciones elaboradas son anuales.

4.3.1 VALOR ACTUAL NETO

Como principal elemento de evaluación se considera el Valor Presente Neto (VAN); Para el cálculo del mismo se ha tomado como referencia la tasa de descuento del 18%.

El VAN generado por el proyecto es de \$ 37.816,07 que corresponde al beneficio extra luego de ganar la tasa mínima aceptable de rendimiento TMAR (22%) aplicado a lo largo del horizonte del proyecto. (Anexo N° 5).

4.3.1.2 TMAR (TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO)

Esta tasa es la que el inversionista exige ganar, para el cálculo de la TMAR se aplico la técnica del CAPM (modelo de valuación de los activos de capital), el mismo que considera una tasa libre de riesgo del 12% más un premio por asumir ese riesgo del 10%. Esta tasa esta afectada por parámetros como las condiciones macroeconómicas del país, de la competencia. Respecto a lo indicado se considera que el riesgo del proyecto es moderado.

4.2 TASA INTERNA DE RETORNO

Según este indicador, se demuestra que la inversión para instalación de la empresa de comercialización y producción de bloques DURABLOCK; es económicamente rentable, considerándose que la TIR incremental de la inversión supera la TMAR siendo la TIR del proyecto 78%. (Anexo N° 5)

4.3 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Para la realización de este análisis se fundamento en dos variables, la primera con los ingresos provenientes de las ventas y la segunda con los costos variables.

A estas dos variables se les aplicó incrementos y decrementos porcentuales en sus valores, cuando existe una variación en los costos sea este un incremento o decremento, tienen una relación directa con el precio de venta ya que estos están sujetos a la inflación y a los ingresos de nuestros consumidores.

4.3.1 Escenario Optimista.

Para desarrollar este escenario se incremento un 12% en sus valores de ingresos, no se alteraran ni los costos ni los gastos.

4.3.2 Escenario Pesimista

En este escenario se planteará un decrecimiento de un 12% en sus valores de ingresos, de igual forma no se alteraran ni los costos ni los gastos.

Se ha demostrado que la inversión resulta rentable bajo las condiciones estudiadas y proyectadas, sin importar el nivel de inflación en el futuro, el proyecto seguirá siendo rentable, siempre que el nivel de ventas se mantenga constante. La rentabilidad económica se ve incrementada automáticamente si se aumenta el nivel de ventas, siempre que permanezcan constantes las otras condiciones que afectan la rentabilidad, tales como costos de operación, costos variables, etc. (Anexos 5 – 6)

4.3ANALISIS FODA

4.3.1 FORTALEZAS.

TECNOLOGIA.- La empresa cuenta con una tecnología sofisticada e innovadora, idónea para la fabricación de los productos, obteniendo así artículos elaborados con tecnología de punta.

UBICACIÓN.- La ubicación geográfica de la empresa permite que la recepción de la materia prima sea ágil y más económica, debido a que la chispa y la

arena ingresan desde Paute y el chasqui y polvo de chasqui de la Provincia del Chimborazo.

Se facilita la entrega de productos a los cantones azuayos situados al norte, así como también a la Provincia de Cañar, ya que a causa del alto índice de migración existente en la actualidad los ingresos provenientes del extranjero se destinan en un mayor porcentaje al sector de la construcción.

PRECIO DE VENTA AL PUBLICO.- La empresa ofrece precios bajos con relación a la competencia, debido a que los costos de producción y gastos de operación son menores, ocasionados por una materia prima económica por la ubicación de la planta bloquera, una mano de obra limitada por el nivel tecnológico con el que se cuenta, gastos de fabricación bajos producidos por una maquinaria nueva, gastos de administración, ventas y financieros mínimos derivados del selecto personal que labora en la compañía.

CAPACIDAD DE ENTREGA RAPIDA Y AGIL.- El grado tecnológico de la planta bloquera facilita lograr volúmenes de producción difíciles de imitar por la competencia, lo que permite contar con un stock permanente y amplio de productos, capaces de satisfacer las exigencias inmediatas del pequeño o gran constructor.

SERVICIO AL CLIENTE.- El personal brinda al cliente un trato personalizado, eficiente y oportuno, sin sujetarse a parámetros convencionales, pues el cuenta con un asesoramiento sumamente completo y veraz sobre el tipo, calidad y cantidad de bloques requeridos.

4.3.2 DEBILIDADES

UBICACIÓN.- Si bien la empresa tiene facilidad para expandir la venta de productos de centro a norte de la provincia, existe dificultad para comercializarlos en los cantones del sur, a demás el hecho de no estar junto a lugares conocidos dificulta que los clientes lleguen a las oficinas con facilidad y prontitud.

PRECIO DE VENTA AL PUBLICO.- Al tener los productos un nivel de precios bajos en relación a la competencia, este hecho produce incertidumbre en los potenciales clientes, ya que desconocen los motivos por los cuales el precio del bloque es inferior y deducen que se debe a un mal producto o el bloque no cumple con las normas de calidad establecidas.

CAPACIDAD DE ENTREGA RAPIDA Y AGIL.- Con el pasar del tiempo el estado de conservación de la maquinaria tiende a deteriorarse si el mantenimiento preventivo de la misma es esporádico, ocasionando daños de gran magnitud que impiden o limitan una normal producción, provocando que los pedidos solicitados por los clientes no sean entregados en el lapso de tiempo acordado.

SERVICIO AL CLIENTE.- Al no aplicarse los conocimientos adquiridos por el personal para la atención y asesoramiento al cliente, se corre el riesgo de que éste desista de adquirir los bloques producidos por la compañía.

4.3.3 OPORTUNIDADES

ABRIR MERCADO EN LA PROVINCIA DEL CAÑAR.- Esta provincia tiene uno de los mayores índices de crecimiento anual respecto a la construcción debido a los capitales provenientes del extranjero, aprovechando de este hecho en beneficio de proyecto, pues el objetivo esencial de los migrantes es construir una residencia.

VENDER PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS.- Al recuperar un buen porcentaje del capital invertido en la empresa, se procederá posteriormente a la venta de los principales materiales utilizados en el sector de la construcción, aperturando una ferretería que servirá como punto de distribución de nuestros productos.

ASOCIARNOS CON PROFESIONALES DE LA CONSTRUCCION.- El propósito principal en el de incrementar ventas, ganar prestigio y expandir la

comercialización de productos complementarios (cemento, pétreos, hierro, etc.).

4.3.4 AMENAZAS

ESPIONAJE.- La información que se genera en la empresa debe ser manejada con mucho cuidado, sigilosamente guardada, con el objeto de evitar el plagio de la misma, pues de ser así tendríamos probablemente una situación caótica.

GOOD WILL.- Nuestra empresa carece de experiencia y trayectoria, un factor muy importante que la competencia puede aducir, influyendo en el cliente al momento de su decisión.

CREACION DE PRODUCTOS ALTERNATIVOS.- Existe la posibilidad que al pasar del tiempo eruditos en el área de la construcción hagan uso de materiales alternativos para la fabricación de obras civiles y arquitectónicas, siendo éstos menos costosos y con una aceptación no esperada.

4.4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

El propósito de este estudio ha sido específicamente el saber, si el proyecto en toda su integralidad, entrega indicadores que permitan conocer la real pre – factibilidad de instalación de la planta.

Por lo tanto y como se ha podido conocer en detalle, se observa que la instalación de la planta de Bloques, es positivamente factible.

En cuanto a los indicadores, existen cuatro:

Los indicadores de cantidad y calidad de producción de bloques en la ciudad, nos mostraron la realidad, lo cual nos motiva a implementar un sistema de calidad que nos permita competir en el mercado.

El primero, y el más importante de todos es el de la pre-factibilidad de mercado, pues nos muestra la existencia de la demanda insatisfecha, para la producción del bloque.

El de pre-factibilidad técnico - operativo, que ha sido estimado paralela y complementariamente con el de mercado, nos ha indicado de manera altamente eficiente, que podemos producir el bloque en todas sus dimensiones con un solo proceso, lo que involucra un ahorro significativo en costos.

Por lo tanto es factible implementar la fábrica de bloques en la Ciudad de Cuenca; ya que nos permitirá aprovechar y cubrir el mercado que se ha demostrado luego de esta investigación, esta descuidado y dispuesto a brindar beneficios económicos a los inversionistas.

RECOMENDACIONES

En consideración con las conclusiones establecidas y como un aporte para la realización del presente proyecto, se deja constancia de las siguientes recomendaciones:

Tomando en cuenta que en los últimos años, el crecimiento de la rama de la construcción ha sido constante se considera que es apropiada la implementación de este proyecto, sin dejar a un lado las posibilidades de expansión buscando captar un mercado amplio para de esta manera ampliar el horizonte del proyecto.

Para la ejecución de todos los proyectos los inversionistas consideran indispensable los niveles de rentabilidad, al analizar los diferentes escenarios, se recomienda la creación de la Fábrica de bloques DURADLOCK en la zona especificada y con los supuestos dados en los diferentes escenarios ya que en ambos casos los niveles de rentabilidad son favorables.

Cabe resaltar que lo que va a impulsar el crecimiento significativo del proyecto es su expansión ya que con el paso del tiempo podrá adquirir reputación por su calidad y atención personalizada que es el aspecto primordial que lo diferenciara de las demás fábricas, por lo que se recomienda centrar publicidad resaltando este aspecto.

BIBLIOGRAFIA

LIBROS

- Backer Morton, y Martin L. Cosman “The use of the financial Ratios in credit down grade Decisions”(1980).
- Scot Besley, E.F. Brigham, Fundamentos de Administración Financiera, decimal Segunda Edicion.
- Giorgio Merli, La Calidad Total como Herramienta de Negocios (1994).
- Martín Jiménez, José Nicolás, Inversiones Estratégicas un Enfoque Multidimensional, Sexta Edicion.
- Dorfiman, R.Samuelson, P.A. y Show R.M., Programación Lineal y Análisis Económico, Madrid, (1984).

INTERNET

- www.wikipedia.org
- www.economia.gov.ec
- www.uas.mx

ANEXOS

