



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADEMICA DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO
DE INGENIERÍA COMERCIAL, MENCIÓN FINANZAS

TITULO DEL PROYECTO

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA
DEDICADA A LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE LADRILLOS EN EL
CANTON EL TRIUNFO”

AUTORES:

LUIS ANTONIO GUERRERO PONCE
JOSE LUIS QUIGUIRI SAMANIEGO

TUTOR:

AB. ELICZA ZIADET BERMUDEZ

MILAGRO– JULIO – 2012
ECUADOR

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO

Que he analizado el Proyecto de Grado con el Título “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE LADRILLOS EN EL CANTON EL TRIUNFO”

Presentando por los Sres. Luis Antonio Guerrero Ponce y José Luis Quiguiri Samaniego, para optar por el Título de Ingeniería Comercial con mención en Finanzas y que acepto tutorías los estudiantes, durante la etapa de desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Milagro, a los 31 días del mes de Julio del 2012

Tutor:

AB. ELICZA ZIADET BERMUDEZ

DECLARACIÓN DE LA AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN

Los egresados Luis Antonio Guerrero Ponce y José Luis Quiguiri Samaniego, mediante la presente manifestamos ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 31 días del mes de Julio del 2012

Luis Antonio Guerrero Ponce
C.I. 0925388092

José Luis Quiguiri Samaniego
C.I. 0924016066

CERTIFICACION DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de INGENIERIA COMERCIAL, MENCIÓN EN FINANZAS otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios y a mis padres. A Dios porque me dio la vida y la sabiduría necesaria, a mi padre porque ha estado conmigo siempre cuidando cada paso que doy; a mi madre por la fortaleza para continuar, quien a lo largo de mi vida ha velado por mi bienestar y educación siendo mi principal apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. A mi familia por ser pilar fundamental durante toda mi carrera. También dedico este proyecto a mi Esposa y a mis hijas que están conmigo en cada momento de mi vida, compañera inseparable de cada jornada. Ellas representan gran esfuerzo y empeño en momentos de decline y cansancio. A ellos este proyecto, que sin ellos, no hubiese podido ser.

Luis Antonio Guerrero Ponce

Dedico el presente proyecto a Dios; por haberme dado el privilegio de la vida y el don de la sabiduría para poder desenvolverme como buen estudiante compañero, hijo, esposo. A mis padres que me enseñaron sus valores y principios éticos en mi formación personal demostrando su apoyo constante, pero sobre todo dedico este trabajo a mi esposa e hijo que son el pilar fundamental en mi vida y la razón de contender cada día quienes me alientan y me dan la fuerza y el valor para alcanzar las metas trazadas en mi vida.

José Luis Quiquiri Samaniego

AGRADECIMIENTO

Los resultados de este proyecto, están dedicados a todas aquellas personas que, de alguna forma, son parte de su culminación. Nuestro sincero agradecimiento está dirigido hacia la Universidad Estatal de Milagro por brindarnos los conocimientos necesarios, información relevante, muy oportuna y cercana a la realidad de nuestras necesidades para emprender una nueva vida profesional. Pero, principalmente nuestro agradecimiento está dirigido hacia nuestra directora de tesis y amiga, Ab. Elicza Ziadet Bermúdez, quien con su ayuda desinteresada fue guía y ayuda constante, sin el cual no hubiésemos podido salir adelante.

Luis Antonio Guerrero Ponce
José Luis Quiquiri Samaniego

CESION DE DERECHOS DE AUTOR

MSC. JAIME OROZCO

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE LADRILLOS EN EL CANTON EL TRIUNFO”** y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 31 de Julio del 2012

Luis Antonio Guerrero Ponce
C.I. 0925388092

José Luis Quiguiri Samaniego
C.I. 092401606

INDICE GENERAL

CONTENIDO

Págs.

Portada.....	i
Certificación de aceptación del tutor.....	ii
Declaración de autoría de la investigación.....	iii
Calificación del tribunal examinador.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Cesión de derechos del autor.....	vii
Índice General.....	viii - xi
Resumen.....	xii
Abstract.....	xiii
Introducción.....	xiv

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

1.1.1 Problematización.....	1-2
1.1.2 Delimitación del problema.....	2
1.1.3 Formulación del problema.....	2
1.1.4 Sistematización del problema.....	2
1.1.5 Determinación del tema.....	3

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General.....	3
1.2.2 Objetivos específicos.....	3

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la investigación.....	3-4
--	-----

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes históricos.....	5-6
2.1.2 Antecedentes referenciales.....	7-8
2.1.3 Fundamentación.....	8-19

2.2 MARCO CONCEPTUAL.....20-22

2.3 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General.....	22
2.4.2 Hipótesis Particular.....	22
2.4.3 Declaración de las variables.....	22-23
2.4.4 Operacionalización de las variables.....	24

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....26

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1 Características de la población.....	27
3.2.2 Delimitación de la población.....	27
3.2.3 Tipo de muestra.....	27
3.2.4 Tamaño de la muestra.....	27-28
3.2.5 Proceso de selección.....	28

3.2 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.....28-29

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	30-37
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO EVOLUCIÓN TENDENCIAS PERSPECTIVAS...37	
4.3 VERIFICACIÓN DE LAS HIPÓTESIS.....	38-39

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA.....	40
5.2 FUNDAMENTACIÓN.....	40-41
5.3 JUSTIFICACIÓN.....	41
5.4 OBJETIVOS	
5.4.1 Objetivo general de la propuesta.....	41
5.4.2 Objetivos específicos de la propuesta.....	42
5.5	
UBICACIÓN.....	42
5.6	
FACTIBILIDAD.....	43
5.7. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	43-48
5.7.1 Actividades.....	48
5.7.2 Recursos, análisis financieros.....	48-62
5.7.3 Impacto.....	62
5.7.4 Cronograma.....	63
Conclusiones.....	64
Recomendaciones.....	64
MATERIAL DE REFERENCIA	
Linografías y Bibliografías.....	65-68
ANEXOS.....	69-75

RESUMEN

La existencia de una sola productora y comercializadora de ladrillos ha sido la gran problemática que se ha mantenido latente en los habitantes del Cantón El Triunfo durante muchos años.

Muchos de los habitantes se han visto obligados a viajar hacia otras ciudades cercanas a nuestro Cantón para proveerse de este material de construcción, En el Cantón El Triunfo existe una sola micro empresa dedicada a la fabricación y venta del Ladrillo lo cual genera desconformidad a los habitantes debido a que esto ocasiona retrasos en la hora de construir.

Por ello hemos realizado los estudios pertinentes de viabilidad correspondientes, esto lo realizamos con la única finalidad de encontrar una solución mas óptima para contrarrestar este problema al que se enfrenta gran parte de la población del Cantón y así establecer la factibilidad del proyecto propuesto, conocer cuales serian los beneficios y avances que se obtendrían en la creación de una micro empresa de producción y comercialización de ladrillos en el Cantón El Triunfo.

De esta manera se pretende lograr un impacto socio-económico que ayude a mejorar la problemática escases de ladrillo por la que se ve afectado el Cantón y a su vez contribuir a una mejor toma de decisiones al momento de adquirir este material de construcción.

ABSTRACT

The existence of a single producer and marketer of bricks has been the great problem which has remained latent in the people of Canton El Triunfo for many years.

Many residents have been forced to travel to other cities near our County to provide themselves with this building material, In the Canton El Triunfo there is only one micro company dedicated to the manufacture and sale of the brick which creates nonconformity to the people because this causes delays in building.

We have therefore conducted feasibility studies for relevant, this is done with the sole purpose of finding a more optimal solution to counter this problem facing much of the population of Canton and establish the feasibility of the proposed project, know what would be the benefits and advances that would result in the creation of a microenterprise production and sale of bricks in the village of El Triunfo.

This approach is intended to achieve socio-economic impact to help improve the problematic shortage of brick laying Canton affected and in turn contribute to better decision making when purchasing this building material.

INTRODUCCIÓN

En el Capítulo I se realiza el planteamiento del problema donde se demuestra la necesidad de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de ladrillos en el Cantón El Triunfo, también se establece el origen del problema en mención, asimismo los objetivos que plantean el fin del estudio, de una manera general y específica los cuales sustentan la investigación.

En el Capítulo II se redacta el marco teórico, el cual puntualiza con definiciones básicas y a su vez con terminología científica del tema.

En el Capítulo III se puede observar la metodología de la investigación, la modalidad y el tipo de ésta, se establece la población y muestra de la comunidad Triúnfense a la que esta dirigida esta propuesta y se determina los métodos, técnicas e instrumentos que se van a utilizar en el estudio.

En el Capítulo IV se analizan e interpretan los datos obtenidos de los diferentes instrumentos que se emplean para la investigación.

El informe general lo encontramos en el Capítulo V en el mismo se puede observar la filosofía corporativa que se ha diseñado, además el análisis del proyecto, sin olvidar la parte financiera del proyecto como son todos los ingresos y egresos, presupuestos y proyecciones que nos ayudaran a tener un mejor panorama de la situación y saber si será factible llevar a cabo dicho proyecto.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización.

En el Cantón el Triunfo, la producción de ladrillos es de gran importancia, es una de las bases más importantes para el desarrollo físico del Cantón.

Desde hace 14 años el Cantón cuenta con una microempresa dedicada a la producción y comercialización de ladrillos, lo cual, con el pasar del tiempo ha desarrollado una deficiencia en el momento de cubrir las necesidades del mercado, en cuanto a la calidad del producto.

Por otro lado el precio del producto no es fijo, debido a la escases, provocado por una alta demanda del mismo, lo que ocasiona que éste varíe y no se mantenga, consecuencia de esto, la inestabilidad de precios, además, la impuntualidad en el momento de entregar el producto, debido a que no cuenta con los vehículos suficientes para realizar este servicio, ocasionando inconformidad a los clientes y esto genera que las construcciones se retrasen o se detengan lo cual impide el desarrollo continuo del Cantón.

A la falta de este producto los clientes se ven obligados a viajar hasta otros cantones para adquirir estos materiales de construcción, por lo que esto genera molestias para los clientes y retraso en las construcciones, además de incidir en la economía del Cantón.

Debido a la facilidad que actualmente el gobierno nacional esta brindando por medio del IESS con los créditos quirografarios y de la banca privada con los créditos de consumo, la población cuenta con recursos financieros para invertir en construcciones, el cual demanda más materiales de construcción

Muchas veces también otros medios para poder construir son con las remesas de dinero que envían familiares que se encuentran fuera del país quienes se fueron en busca de una mejora para sus seres queridos.

Además por medio de la preparación profesional de la personas, estos optan por mejorar su calidad de vida por lo que muchos de ellos buscan la manera de ampliar y mejorar sus viviendas.

1.1.2 Delimitación del problema

El presente proyecto se lo va a realizar en el País Ecuador, Provincia del Guayas, Cantón el Triunfo, Sector Rcto. La Delicia.

La información bibliográfica y lincografica a utilizarse tendrá una antigüedad de no más de 3 años respecto a principios de administración.

La población aproximada es de 37032 habitantes mediante datos obtenidos por parte del Jefe del Departamento de Obras Públicas del Municipio del Cantón El Triunfo quien se basa en la información que arroja el último censo de población y vivienda que ellos utilizaron para solicitar el presupuesto anual del Estado correspondiente al año 2012.

1.1.3 Formulación del problema

¿De qué manera incide la baja producción de ladrillo en el desarrollo socioeconómico del Cantón El Triunfo?

1.1.4 Sistematización del problema.

¿De qué manera afecta en el desarrollo socio-económico del Cantón El Triunfo el que exista una sola microempresa dedicada a la producción y comercialización de ladrillos?

¿De qué manera influye la calidad del ladrillo, en la satisfacción de las necesidades del comprador?

¿Cómo incide la escasez del ladrillo, en el incremento de precio del producto.

Determinación del tema

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de ladrillos en el Cantón El Triunfo.

OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Determinar cómo incide la baja producción de ladrillos, en el desarrollo socio económico del Cantón El Triunfo, a través de la investigación de mercado con la finalidad de buscar alternativas que contribuyan al progreso en el Cantón.

1.2.2 Objetivos Específicos

Establecer como afecta al desarrollo socio-económico del Cantón El Triunfo, el que exista una sola microempresa dedicada a la producción y comercialización de ladrillos.

Determinar cómo influye la calidad del ladrillo, en la satisfacción de las necesidades del comprador.

Indagar cómo incide la escasez del ladrillo, en el incremento de precio del producto.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la investigación

La cantidad y la calidad del material disponible en la “Ladrillera San Eduardo” la convierten en una respuesta a las necesidades existentes en la construcción de vivienda de interés social, económica y política. Poniendo en practica los conocimientos tecnológicos y sistematizados de los procesos de elaboración del ladrillo, contribuyendo con esto al mejoramiento de la calidad del material y

satisfacer plenamente las necesidades del cliente en cuanto a tiempo y producto. Por circunstancias de orden publico y desplazamiento se hace necesario la construcción de vivienda asequible a la población desplazada y vulnerable dando respuesta a su necesidad.

El ministerio del medio ambiente ha identificado que las ladrilleras deben modernizarse contribuyendo así con la conservación del medio ambiente y con el mejoramiento de la calidad de vida de los Triúnfense.

Debido a la problemática de la escasez de ladrillo del Cantón El Triunfo se ve afectado en su de desarrollo físico ya que cuenta con una sola empresa dedicada a la producción y comercialización de ladrillos, la misma que por su falta de estudio de mercado cuenta con una baja producción lo que ha causado una problemática en el Cantón, por que no satisface con la demanda requerida por los consumidores.

De acuerdo con los objetivos de la investigación; se pretende analizar la situación actual de la productora de ladrillos existente para tomarla como ejemplo en ciertos aspectos importantes que pueden influir al desarrollo de nuestro proyecto.

Los resultados encontrados en la investigación nos permitirán darnos cuenta de las necesidades por las que está pasando la población del Cantón El Triunfo en cuanto a disminución de la oferta de dichos materiales de construcción.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEORICO

2.1.1 Antecedentes históricos

Los ladrillos más antiguos de los que se conocen fueron localizados durante las exploraciones que se efectuaron durante 1955 en el centro ceremonial de La Venta, Tabasco. Este particular hallazgo permite atribuir a sus constructores el descubrimiento y asegurarles una antigüedad que va del año 1 500 a.C. al 200 d.C.

Los ladrillos son utilizados como elemento para la construcción desde hace unos 11.000 años. Los primeros en utilizarlos fueron quizá los mesopotámicos y los palestinos, ya que en las áreas donde levantaron sus ciudades apenas existía la madera y la piedra. Los sumerios y babilonios secaban sus ladrillos al sol; sin embargo, para reforzar sus muros y murallas, en las partes externas, los recubrían con ladrillos cocidos, por ser estos más resistentes. En ocasiones también los cubrían con esmaltes para conseguir efectos decorativos. Las dimensiones de los ladrillos fueron cambiando en el tiempo y según la zona en la que se utilizaron.

Desde hace mas de 70 años venimos manteniendo una tradición que ha sido heredada de padres a hijos y con el pasar del tiempo el negocio ha ido mejorando, Es el “Ladrillo hecho con moldes a mano”, comenzó por nuestro abuelo quien tuvo su fábrica en la ciudad de Riobamba, luego paso por nuestro padre quien gracias a su optimismo y ganas de superarse ofertó este material en la ciudad de Milagro y Guayaquil y ahora lo continuamos nosotros que desde hace 14 años estamos

ofreciendo nuestro producto en el Cantón el Triunfo intentando mejorar siempre la calidad pero conservando la esencia del verdadero “Ladrillo artesano”

En estos tiempos que vivimos en los que la prisa y la imitación de todo lo autentico es un hecho, nosotros queremos ofrecer un material tan autentico del que nadie tenga que dudar si es o no artesano.

Foto 1. Ladrillo de igual dimensión



Debido a la elaboración manual de nuestros ladrillos se puede hacer cualquier tipo de formato, es decir en cualquier dimensión que desee el cliente.

En la fabricación de nuestros materiales no se utilizan ninguna especie de sustancias químicas, ni para su cosido ni para darles color. La única sustancia que se utiliza para el amasado es el aserrín.

Los ladrillos se hacen individualmente con moldes, lo que hace que todos los ladrillos sean exactamente de la misma medida.

Foto 2. Ladrillo de igual molde



http://fabri.net/index.php?page=shop.browse&category_id=5&option=com_virtuemart&Itemid=9

<http://es.wikipedia.org/wiki/Ladrillo>

<http://es.scribd.com/doc/104185200/Ladrillos-y-Teja>

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Ladrillera el Colorado, fundada el 16 de abril del 2008.

Este negocio nació en la Ciudad de Milagro en la ciudadela Las Piñas hace 4 años llamándose en ese entonces "Ladrillera", contando con las herramientas específicas y un terreno de su propiedad necesario para la elaboración del ladrillo.

Luego sus propietarios decidieron llamarla "Ladrillera el Colorado" de la cual han obtenido los ingresos necesarios hasta el momento, para seguir llevando a cabo el negocio de los ladrillos.

La preparación de la materia prima para la elaboración de ladrillos es similar a la de las demás ladrilleras existentes a su alrededor en la cual se mezclan las materias primas: tierra, arena y aserrín por medio de picos azadones y palas, previo cernido, para evitar piedras pequeñas y grumos los cuales llegan a lastimar a las personas que están trabajando y en especial es indeseable porque se producen pequeñas fisuras en los ladrillos.

A la mezcla de tierras se le agrega agua de dos a tres ocasiones, y debido a las cantidades de estos materiales se utiliza palas y picos, que ayudan a dejar una masa homogénea, evitando la formación de grumos que pudieran generar porosidad o agrietamiento al ser cocidos los ladrillos y por consecuencia tener baja producción debido a la mala calidad de este producto.

Luego de que el fango está listo, los operarios lo trasladan en carretillas a las canchas de tierra para ser moldeados. Por medio de sus manos llenan los moldes o rejillas que les darán forma según los diferentes tipos y tamaños de ladrillos.

Se debe esperar hasta que los ladrillos se puedan manipular y es ahí cuando se los colocan en el suelo expuesto al sol para su posterior secado.

Una vez que los ladrillos están completamente secos, se procede al armado del horno. El horno se comienza a levantar en terrenos llanos y firmes con los propios ladrillos hasta llegar a una altura de aproximadamente 3mts.

<http://las3l.com.ar/artesanal.htm>

<http://www.monografias.com/trabajos79/proyecto-presupuesto-ladrillera-colorado/proyecto-presupuesto-ladrillera-colorado.shtml>

Lo primero que se arma son túneles en los cuales se coloca leña que es el combustible primario que va a dar las calorías necesarias.

Luego se alimentan los túneles con leña, por último se tapan los túneles, que el proceso continua por si solo. Este proceso dura hasta que el fuego alcanza la parte superior del horno y es ahí cuando se terminan de cocinar los ladrillos.

VISIÓN

Nuestra visión es afianzarnos como empresa líder en el sector ladrillero, produciendo ladrillos de alta calidad y dar el mejor servicio a nuestros clientes y siempre pensando en la seguridad de todos los hogares Milagreños.

MISIÓN

Hacer de nuestra pequeña empresa una excelencia en la producción de ladrillos, aportando al sector de la construcción el producto más confiable y de mejores características técnicas del mercado

<http://www.monografias.com/trabajos79/proyecto-presupuesto-ladrillera-colorado/proyecto-presupuesto-ladrillera-colorado.shtml>

2.1.3 Fundamentación Teórica

Canales de distribución

Canal de distribución es el circuito a través del cual los fabricantes (productores) ponen a disposición de los consumidores (usuarios finales) los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo.

El punto de partida del canal de distribución es el productor. El punto final o de destino es el consumidor. El conjunto de personas u organizaciones que están entre productor y usuario final son los intermediarios.

<http://es.scribd.com/doc/88300238/Canal-de-distribucion>

En este sentido, un canal de distribución está constituido por una serie de empresas y/o personas que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a las manos del comprador o usuario y que se denominan genéricamente intermediarios.

Los intermediarios son los que realizan las funciones de distribución, son empresas de distribución situadas entre el productor y el usuario final; en la mayoría de los casos son organizaciones independientes del fabricante.

Capacitación del Personal

El factor humano es el principal recurso de una empresa y su influencia es decisiva en el desarrollo, progreso y éxito de la misma. El hombre es y continuará siendo el activo más valioso de una organización. Por lo cual es muy importante promover la adaptación o aclimataje de los recién contratados a la cultura de la organización y la capacitación necesaria para realizar su trabajo de acuerdo con los objetivos de la organización.

La capacitación es una herramienta fundamental para la Administración de Recursos Humanos, es un proceso planificado, sistemático y organizado que busca modificar, mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes del personal nuevo o actual, como consecuencia de su natural proceso de cambio, crecimiento y adaptación a nuevas circunstancias internas y externas.

La capacitación mejora los niveles de desempeño y es considerada como un factor de competitividad en el mercado actual. A continuación se presentan algunos conceptos sobre Capacitación de personal:

La capacitación consiste en proporcionar a los empleados, nuevos o actuales, las habilidades necesarias para desempeñar su trabajo. Proceso de enseñanza de las aptitudes básicas que los nuevos empleados necesitan para realizar su trabajo." Actitudes del personal en conductas produciendo un cambio positivo en el desempeño de sus tareas. El objeto es perfeccionar al trabajador en su puesto de trabajo."

http://www.wikilearning.com/apuntes/capacitacion_y_desarrollo_del_personal/19921

<http://www.monografias.com/trabajos16/capacitacion-personal/capacitacion-personal.shtml>

Comportamiento del personal

Los empleados tienden a preferir puestos que les brinden oportunidades de aplicar sus habilidades y capacidades y ofrezcan una variedad de tareas, libertad y retroalimentación sobre qué tan bien lo están haciendo, características que hacen que el trabajo posea estímulos intelectuales. Los puestos que tienen pocos retos provocan fastidio, pero demasiados retos causan frustración y sentimientos de fracaso. En condiciones moderadas, los empleados experimentarán placer y satisfacción.

Los colaboradores quieren sistemas de pago y políticas de ascenso que les parezcan justos, claros y congruentes con sus expectativas. Cuando el salario les parece equitativo, fundado en las exigencias del puesto, las habilidades del individuo y el nivel de los sueldos del lugar, es muy probable que el resultado sea la satisfacción. Del mismo modo, quienes creen que las decisiones sobre los ascensos se hacen en forma honesta e imparcial tienden a sentirse satisfechos con su trabajo.

Los empleados se preocupan por el ambiente laboral tanto por lo que respecta a su bienestar personal como por lo que concierne a las facilidades para realizar un buen trabajo. Prefieren los entornos seguros, cómodos, limpios y con el mínimo de distracciones.

Por último, la gente obtiene del trabajo algo más que sólo dinero o logros tangibles: para la mayoría, también sacia las necesidades de trato personal; por ende, no es de sorprender que tener compañeros que brinden amistad y respaldo también aumente la satisfacción laboral.

La comunicación favorece la motivación al aclarar a los empleados qué es lo que hay que hacer, qué tan bien lo están haciendo y qué puede hacerse para mejorar el desempeño inadecuado.

La imposición de metas concretas, la retroalimentación sobre su progreso y el reforzamiento de la conducta deseada estimulan la motivación y requieren de la comunicación. Para muchos colaboradores, su grupo de trabajo es la principal fuente de trato social. La comunicación que se da en el grupo es un mecanismo fundamental para que muestren sus frustraciones y sus sentimientos de satisfacción; por lo tanto, brinda una vía para la expresión de emociones y el cumplimiento de las necesidades sociales.

El Clima Laboral

El "clima laboral" es el medio ambiente humano y físico en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. Influye en la satisfacción y por lo tanto en la productividad. Está relacionado con el "saber hacer" del directivo, con los comportamientos de las personas, con su manera de trabajar y de relacionarse, con su interacción con la empresa, con las máquinas que se utilizan y con la propia actividad de cada uno. Es la alta dirección, con su cultura y con sus sistemas de gestión, la que proporciona o no el terreno adecuado para un buen clima laboral, y forma parte de las políticas de personal y de recursos humanos la mejora de ese ambiente con el uso de técnicas precisas.

Mientras que un "buen clima" se orienta hacia los objetivos generales, un "mal clima" destruye el ambiente de trabajo ocasionando situaciones de conflicto y de bajo rendimiento. Para medir el "clima laboral" lo normal es utilizar "escalas de evaluación".

<http://www.elmundo.es/sudinero/noticias/noti12.html>

Estrategia de Mercado

Para afrontar las innumerables complejidades que encierran los diferentes tipos de mercado, los mercadólogos necesitan planificar e implementar una o más estrategias de mercado con la finalidad de lograr los objetivos que la empresa o unidad de negocios se ha propuesto alcanzar en su mercado meta.

El propósito de las estrategias de mercado es el de brindar a la empresa u organización una guía útil acerca de cómo afrontar los retos que encierran los diferentes tipos de mercado; por ello, son parte de la planeación estratégica a nivel de negocios.

Ahora, durante la etapa de planeación, específicamente durante la selección y elaboración de las estrategias de mercado, es preciso realizar un análisis cuidadoso de las características de la empresa u organización, su mezcla de mercadotecnia, el mercado meta en el que realizará la oferta y las características de los competidores con la finalidad de elegir la o las estrategias más adecuadas. En otras palabras, es indispensable realizar un estudio del entorno (tanto externo como interno) de la

empresa u organización antes de tomar una decisión acerca de las estrategias de mercado que se van a implementar.

Luego, durante la etapa de implementación de las estrategias de mercado que han sido planificadas por los mercadólogos, es imprescindible realizar un monitoreo constante de los objetivos que se van logrando, para de esa manera, tomar decisiones acerca de si se mantiene una determinada estrategia o se cambia por otra acorde a la situación actual. Por ejemplo: En el caso de que una empresa (que ocupa el segundo lugar en participación del mercado) se proponga ser el líder, necesitará implementar una estrategia de reto de mercado mediante un ataque frontal para lograr su objetivo. Si al cabo de un tiempo lo consigue, necesitará cambiar esa estrategia de mercado (inicial) por una estrategia de liderazgo competitiva, para afianzar su posición y alejarse de sus seguidores.

Ricardo Romero, en su libro "Marketing", menciona las siguientes estrategias de mercado:

1. Segmentación del mercado: Es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en grupos más pequeños, de modo que los miembros de cada uno sean semejantes en los factores que repercuten en la demanda. A criterio de Romero, un elemento decisivo para el éxito de una empresa es la capacidad de segmentar adecuadamente su mercado
2. Extensión del mercado: Es el conjunto de acciones que se utilizarán en distintos momentos de la existencia de un producto para sostener sus ventas y ganancias, en lugar que sufra el declive normal
3. Marcas múltiples: Consiste en la oferta de distintas marcas en una determinada categoría de productos

<http://www.promonegocios.net/mercado/estrategias-mercado.html>

Fuente de trabajo

La tarea regulada por el Derecho del trabajo no es cualquier tarea que puedan realizar las personas, sino una parte concreta del trabajo que debe tener las siguientes características:

- **Voluntariedad:**

El trabajador debe ser libre durante el desarrollo de toda la relación laboral.

- **Por cuenta ajena:**

Se trabaja para otra persona a la cual se cede el fruto del trabajo cobrando a cambio un salario.

- **Dependencia:**

El empresario es el que ordena cuándo, dónde y cómo ha de realizarse el trabajo. La subordinación no ha de ser absoluta, puesto que entonces el trabajo no sería libre.

- **Retribución:**

Toda actividad laboral ha de ser remunerada.

El trabajo por cuenta propia, denominado también autoempleo, en el que es el propio trabajador el que dirige y organiza su actividad, y que puede adoptar dos formas básicas:

A) El autoempleo individual o trabajo autónomo, que se regula habitualmente por el Derecho civil, bajo la forma de "contrato de locación de servicios" (profesiones liberales, oficios autónomos, etc.).

B) El autoempleo colectivo, en el que el trabajador se desempeña en una organización de la que él forma parte como miembro pleno en la toma de decisiones (cooperativa de producción o trabajo, sociedad laboral, etc.).

El trabajo "informal" en relación de dependencia, también llamado trabajo "no registrado", trabajo "en negro", o trabajo "sin contrato". Se caracteriza por constituir la relación laboral sin cumplir las formalidades legales. Conformar relaciones laborales en las que habitualmente el trabajo se encuentra totalmente desprotegido frente al empleador, en una posición de máxima debilidad y mínima (o nula) capacidad de negociación, que lo ubican cerca de la esclavitud. "mercerizadas" muchas veces en condiciones de informalidad, sin protección laboral.

Una de las interpretaciones comúnmente aceptadas sobre la existencia de actividades informales se refiere al desarrollo de éstas al margen del sistema regulatorio vigente. Es decir, se trata de labores que se desarrollan sin cumplir con los requisitos establecidos en las regulaciones, sean estas leyes o procedimientos. Asimismo, y en una visión más positiva, la exclusión se asocia con su falta de acceso a las políticas de fomento y, en particular, al crédito, la capacitación y los mercados. Esta aproximación al sector informal enfatiza su ilegalidad como característica primordial y tiende a visualizarlo como un conjunto de actividades encubiertas o sumergidas de la economía.

http://es.wikipedia.org/wiki/Derecho_laboral

<http://www.arqhys.com/general/el-empleo-informal.html>

La Calidad

La Calidad es herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie.

La palabra calidad tiene múltiples significados. Es un conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas.

La calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades. Por tanto, debe definirse en el contexto que se esté considerando, por ejemplo, la calidad del servicio postal, del servicio dental, del producto, de vida, etc.

<http://es.scribd.com/doc/81208414/La-calidad-es-herramienta-basica-para-una-propiedad-inherente-de-cualquier-cosa-que-permite-que-esta-sea-comparada-con-cualquier-otra-de-su-misma-espe>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Calidad>

Materia prima

Se define como materia prima todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto. La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final.

Un producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la confección del producto final.

La materia prima es utilizada principalmente en las empresas industriales que son las que fabrican un producto. Las empresas comerciales manejan mercancías, son las encargadas de comercializar los productos que las empresas industriales fabrican.

La materia prima debe ser perfectamente identificable y medible, para poder determinar tanto el costo final de producto como su composición.

En el manejo de los Inventarios, que bien pueden ser inventarios de materias primas, inventarios de productos en proceso e inventarios de productos terminados, se debe tener especial cuidado en aspectos como por ejemplo su almacenamiento, su transporte, su proceso mismo de adquisición, etc.

La materia prima y su efecto en la administración de los costos de producción.

El producto final es el resultado de aplicarle una serie de procesos a unas materias primas, por lo que en el valor o costo final del producto está incluido el costo individual de cada materia prima y el valor del proceso o procesos aplicados.

La materia prima es quizás uno de los elementos más importantes a tener en cuenta para el manejo del costo final de un producto. El valor del producto final, está compuesto en buena parte por el valor de las materias primas incorporadas. Igualmente, la calidad del producto depende en gran parte de la calidad misma de las materias primas.

<http://www.gerencie.com/materia-prima.html>

<http://www.monografias.com/trabajos82/conceptos-basicos-costos-produccion/conceptos-basicos-costos-produccion.shtml>

Mercado Competitivo

Un mercado competitivo es aquel en el que hay muchos compradores y muchos vendedores, por lo que cada uno ejerce una influencia insignificante en el precio de mercado. Cada vendedor controla en un grado limitado el precio, ya que otros ofrecen productos similares. Tiene pocas razones para cobrar un precio inferior al vigente, y si cobra más, los compradores acudirán a otros. Asimismo, ningún comprador puede influir en su precio, ya que cada uno sólo compra una pequeña cantidad.

Un mercado competitivo requiere que:

1. Haya muchos productores y consumidores, al haber muchos vendedores pequeños en relación con el mercado, ninguno podría ejercer una influencia apreciable sobre los precios, en este caso se dice que las empresas son «precio aceptantes». La existencia de un elevado número de oferentes y demandantes implica que la decisión individual de cada una de estas partes ejercerá escasa influencia sobre el mercado global.
2. Las empresas vendan un producto homogéneo en el mercado, por lo que al comprador le sería indiferente un vendedor u otro. La homogeneidad del producto supone que no existen diferencias entre el producto que vende un oferente y el que venden los demás.
3. Las empresas y los consumidores tengan información completa y gratuita. La transparencia del mercado requiere que todos los participantes tengan pleno conocimiento de las condiciones generales en que opera el mercado. Los compradores aceptan los precios como exógenos y toman sus decisiones comparando precios, porque todos los consumidores dispondrían de la misma información sobre los precios y las cantidades ofertadas de los bienes.
4. No haya barreras de entrada o salida al mercado, como tampoco problemas de reventa. Esta libertad de entrada y salida de empresas permite que todas las empresas participantes puedan entrar y salir del mercado de forma inmediata en cuanto lo deseen

Monopolización

Es una situación de privilegio legal o fallo de mercado, en el cual existe un productor (monopolista) oferente que posee un gran poder de mercado y es el único en una industria dada que posee un producto, bien, recurso o servicio determinado y diferenciado.

Para que exista un monopolio, es necesario que en dicho mercado no existan productos sustitutos, es decir, no existe ningún otro bien que pueda remplazar el producto determinado y, por lo tanto, es la única alternativa que tiene el consumidor para comprar. Suele definirse también como «mercado en el que sólo hay un vendedor», pero dicha definición se correspondería más con el concepto de monopolio puro.

El monopolista controla la cantidad de producción y el precio; sin embargo, no puede cobrar lo que quiera si pretende maximizar los beneficios. Para ello, el monopolista debe averiguar sus costes y las características de la demanda del mercado (elasticidad, preferencias del consumidor, etc.). A partir de esta información, el productor decide cuál es la cantidad que va a producir y vender, así como su precio.

Desde un punto de vista económico, el coste marginal del monopolista, incremento del coste por unidad fabricada representa la oferta total del mercado y el ingreso medio del monopolista, el precio por unidad vendida no es más que la curva de demanda del mercado. Para elegir el nivel de producción maximizado del beneficio, el monopolista ha de conocer sus curvas de ingreso marginal (variación que experimenta el ingreso cuando la oferta varía en una unidad) y de coste medio.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Monopolio>

<http://www.slideshare.net/Danicitafer/qu-es-el-monopolio>

Nivel de Producción

La capacidad productiva se refiere al potencial máximo de producción de una empresa cuando utiliza las técnicas de producción más avanzadas y utiliza al máximo su espacio físico y equipo.

El concepto nivel de producción se refiere a la magnitud de la producción cuando ésta ha sido reducida a menos de su (máxima) "capacidad productiva".

Dentro de los límites de la capacidad productiva, una empresa puede variar el nivel de producción para ajustarse a las condiciones del mercado, podrá limitar su producción, utilizando menos espacio físico, reduciendo el tiempo de operaciones, el número de unidades de trabajo, etc. con la finalidad de ajustarse a las condiciones del mercado.

Presupuesto

Se le llama presupuesto al cálculo anticipado de los ingresos y gastos de una actividad económica (personal, familiar, un negocio, una empresa, una oficina) durante un período, por lo general en forma anual. Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización.

El presupuesto es el instrumento de desarrollo anual de las empresas o instituciones cuyos planes y programas se formulan por término de un año.

Elaborar un presupuesto permite a las empresas, los gobiernos, las organizaciones privadas o las familias establecer prioridades y evaluar la consecución de sus objetivos. Para alcanzar estos fines, puede ser necesario incurrir en déficit (que los gastos superen a los ingresos) o, por el contrario, puede ser posible ahorrar, en cuyo caso el presupuesto presentará un superávit (los ingresos superan a los gastos).

En el ámbito del comercio, presupuesto es también un documento o informe que detalla el coste que tendrá un servicio en caso de realizarse. El que realiza el presupuesto se debe atener a él, y no puede cambiarlo si el cliente acepta el servicio.

El presupuesto se puede cobrar o no, en caso de no ser aceptado. El presupuesto puede considerarse una parte del clásico ciclo administrativo que consiste en planear, actuar y controlar (o, más específicamente, como una parte, de un sistema total de administración).

Proveedor

Persona física o jurídica que suministra productos o servicios (subcontratista) que deben satisfacer unas especificaciones de calidad y requisitos fijados.

Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta.

Es proveedor el empresario que suministra o distribuye productos en el mercado, cualquiera que sea el título o contrato en virtud del cual realice dicha distribución.

Estas existencias adquiridas están dirigidas directamente a la actividad o negocio principal de la empresa que compra esos elementos. Por ejemplo, una empresa de carpintería necesita un proveedor de madera para poder desarrollar su actividad principal que es la creación de sillas de madera.

Rentabilidad

La rentabilidad es el rendimiento, ganancia que produce una empresa. Se llama gestión rentable de una empresa la que no sólo evita las pérdidas, sino que, además, permite obtener una ganancia, un excedente por encima del conjunto de gastos de la empresa. La rentabilidad caracteriza la eficiencia económica del trabajo que la empresa realiza.

Sin embargo, la obtención de ganancias no es un fin en sí para la producción socialista, sino que constituye una condición importantísima para poder ampliar la producción social y para poder satisfacer de manera más completa las necesidades de toda la sociedad. Bajo el capitalismo, el criterio supremo para determinar la conveniencia de que se establezcan tales o cuales empresas estriba en su rentabilidad.

Si una empresa no produce ganancias, el capitalista no invertirá capitales en ella. En la sociedad socialista, el Estado, al resolver el problema concerniente a la existencia y desarrollo de una empresa, tiene en cuenta ante todo los intereses de la economía nacional, es decir, enfoca el problema de la rentabilidad desde el punto de vista de toda la economía nacional. Al mismo tiempo, la rentabilidad de las empresas y ramas de la industria tiene una importancia enorme para el desarrollo de la

producción socialista. Se tiene en cuenta tanto al planificar las obras a realizar como al planificar la producción.

Es de gran importancia planificar con acierto la magnitud de la ganancia y la cuota de rentabilidad o relación entre la suma del ingreso neto de la empresa y la suma del costo total de la producción realizada.

http://es.mimi.hu/economia/eficiencia_economica.html

<http://www.eumed.net/cursecon/dic/bzm/r/rentabilidad.htm>

Tipos de ladrillo

Según su forma, los ladrillos se clasifican en:

- **Ladrillo perforado:**

Que son todos aquellos que tienen perforaciones en la tabla que ocupen más del 10% de la superficie de la misma. Muy popular para la ejecución de fachadas de ladrillo visto.

- **Ladrillo macizo:**

Aquellos con menos de un 10% de perforaciones en la tabla. Algunos modelos presentan rebajes en dichas tablas y en las testas para ejecución de muros sin llagas.

- **Ladrillo tejar o manual:**

Simulan los antiguos ladrillos de fabricación artesanal, con apariencia tosca y caras rugosas. Tienen buenas propiedades ornamentales.

Usos del ladrillo

Los ladrillos son utilizados en construcción de viviendas, en cerramientos, fachadas y particiones. Se utiliza principalmente para construir muros o tabiques. Aunque se pueden colocar a hueso, lo habitual es que se reciban con mortero. La disposición de los ladrillos en el muro se conoce como aparejo, existiendo gran variedad de ellos.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Ladrillo>

2.2 MARCO CONCEPTUAL

Adaptación:

La adaptación al medio en un ambiente nuevo es un proceso lento, largo y que requiere un cambio en estructuras del cuerpo.

Almacenamiento:

Significa guardar productos en una bodega con el fin de conservarlos en su estado normal.

Autonomía:

La autonomía expresa la capacidad para darse normas a uno mismo sin influencia de presiones externas o internas.

Capacidad productiva:

Es el máximo nivel de actividad que puede alcanzarse con una estructura productiva dada.

Comercializar:

Hacer que un producto se venda al público dándole las condiciones adecuadas y organizando campañas publicitarias

Congruente:

Que tiene una relación lógica y coherente con una cosa.

Declive:

Cuesta, pendiente o inclinación del terreno o de una superficie.

Déficit:

Situación de la economía en la que los gastos superan a los ingresos.

Demanda:

Cantidad de mercancías o servicios que los consumidores piden y están dispuestos a comprar.

Formalidad:

Condición necesaria o requisito establecido para que se haga o se cumpla una cosa.

Incurrir:

Caer en una acción merecedora de castigo o corrección

Intermediarios:

Que media entre dos o más personas. El que trata entre el productor y el consumidor de los productos.

Liquidez:

Lo que esto significa es que no cuentan con los recursos monetarios necesarios. La falta de liquidez es generalmente una consecuencia de administrar bien el recurso financiero.

Oferta:

Conjunto de bienes, mercancías o servicios que compiten en el mercado con un precio dado y en un momento determinado.

Percepción: La percepción es un proceso nervioso superior que permite al organismo, a través de los sentidos, recibir, elaborar e interpretar la información proveniente de su entorno.

Presupuesto: Cantidad de dinero que se calcula necesaria o que se destina para hacer frente a unos gastos determinados.

Prever: Conocer o suponer por medio de señales una cosa que va a ocurrir.

Productor: Persona que mediante su trabajo elabora un producto o realiza un servicio.

Remuneraciones:

La remuneración o también conocido como salarios es fundamental para las personas ya que es un ingreso económico obtenido por su trabajo o esfuerzo.

Retribución:

Recompensa o pago de una cosa.

Retroalimentación:

Significa "*ida y vuelta*", proceso de compartir observaciones, preocupaciones y sugerencias, con la intención de recabar información, a nivel individual o colectivo, para intentar mejorar el funcionamiento de una organización.

2.3 HIPOTESIS Y VARIABLES**2.3.1 Hipótesis general**

La producción de ladrillos, incide en el desarrollo socioeconómico del Cantón El Triunfo.

2.3.2 Hipótesis particular

- ❖ La existencia de una sola productora de ladrillos afecta a la población del Cantón El Triunfo.
- ❖ La escasez del ladrillo incide en el incremento del precio del producto.
- ❖ La calidad del ladrillo influye en la satisfacción de las necesidades del comprador.

2.3.3 Declaración de variables**Hipótesis general**

Variable Independiente	Escasa producción
Variable Dependiente	Desarrollo socio-económico

Hipótesis particular 1

Variable Independiente	productora de ladrillos
Variable Dependiente	Población del Cantón

Hipótesis particular 2

Variable Independiente Escases del ladrillo

Variable Dependiente Incremento del precio

Hipótesis particular 3

Variable Independiente Calidad del ladrillo

Variable Dependiente Satisfacción del Consumidores

2.3.4 Operacionalizacion de las variables.

VARIABLE	CONCEPTO	INDICADOR
Variable independiente Escasa producción	Que hay poca o menos producción de lo que se estimaba que haya en una empresa.	Estándares de eficiencia y efectividad
Variable dependiente Desarrollo Socio-económico	Desarrollo de riqueza económica de regiones para el bienestar de sus habitantes.	Aumento de infraestructura Nivel de ingresos
Variable Independiente Una sola productora	Existe una sola empresa dedicada a cierta actividad en el entorno.	Listado de la cámara de comercio Permisos municipales Registrador de la propiedad

<p>Variable Dependiente Población del Cantón</p>	<p>Lugar con edificios, calles y otros espacios públicos, donde habita un conjunto de personas.</p>	<p>Datos del INEN</p>
<p>Variable Independiente Escases del ladrillo</p>	<p>Falta o poca cantidad de un material de construcción, especialmente si se considera necesario.</p>	<p>Demanda del producto.</p>
<p>Variable Dependiente Incremento del Precio</p>	<p>Es el incremento generalizado de los precios de bienes y servicios con relación a una moneda sostenidos durante un período de tiempo determinado.</p>	<p>Datos estadísticos</p>
<p>Variable Independiente Calidad de ladrillo</p>	<p>Que está hecho con el mejor material o de la mejor manera posible para satisfacer las necesidades requeridas por el consumidor.</p>	<p>Cumplimiento de estándares de calidad.</p>
<p>Variable Dependiente Satisfacción del Consumidor</p>	<p>Hace referencia a la satisfacción que tiene un cliente con respecto a un producto que ha comprado o un servicio que ha recibido, cuándo éste ha cumplido o sobrepasado sus expectativas.</p>	<p>Cumplimiento de las expectativas.</p>

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación que vamos a realizar en el proyecto es:

Documental:

Porque se desea determinar mediante la investigación y documentos existentes que es lo que aporta directa o indirectamente al trabajo que se está realizando.

Campo:

Se usará datos que serán proporcionados por el mercado, de los clientes potenciales en la compra de ladrillos, en este caso los constructores, para así medir las incidencias encontradas en la producción y comercialización o en su efecto ver las falencias en la producción de ladrillos.

Histórico:

Como hay empresas alternas en otras ciudades podremos analizar la evolución en la producción de los ladrillos, a través de los años de la misma y así sacar nuestras propias conclusiones de lo que el entorno ofrece y que es lo que se debe cambiar.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1 Características de la población

La población según datos obtenidos por parte del Jefe del Departamento de Obras Públicas del Municipio del Cantón El Triunfo, basada en la información que arroja el último censo de población y vivienda, está conformada por 37032 habitantes, sin embargo cabe recalcar que la demanda creciente en estos últimos años ha evolucionado la era de la inmobiliarias, gracias a la apertura de los préstamos hipotecarios a través de la creación del BIESS (Banco del IESS).

3.2.2 Delimitación de la población

La población a encuestar será basada en el número de habitantes del Triunfo porque la microempresa será dedicada a la producción de ladrillos que abastecerá a toda la población del Cantón y en su efecto a los sectores aledaños.

3.2.3 Tipo de muestra

El tipo de muestra que vamos a utilizar es la no probabilísticas ya que el Cantón El Triunfo consta con 37032 habitantes aproximadamente, en donde el rango de personas a encuestar será cuya edad oscile entre 25 años - 50 años o más, teniendo a esta edad una capacidad para decidir en temas referentes a la construcción.

En este rango de concentra una población de 15680 personas, y tomando este dato en la fórmula para determinar cuantas personas se van a encuestar, se obtiene una muestra de 390.

3.2.4 Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra la obtenemos mediante la fórmula finita:

n= Tamaño de la muestra.

N= Tamaño de la población.

E= Error, se considera 5%; E= 0.005

$$n = \frac{N}{(E)^2 (N-1)+1}$$

$$n = \frac{15680}{(0.05)^2 (15680-1)+1}$$

$$n = \frac{15680}{40.19}$$

n = 390 personas encuestadas

El tamaño de la muestra es de 390 personas, a las que encuestaremos.

3.3 LOS MÉTODOS Y TÉCNICAS

Al realizar el proyecto se obtendrá métodos y técnicas como:

Descriptiva:

Por que en esta investigación se analizará los hechos más relevantes y todo lo que ocurra en su entorno y así relacionar todas las variables a estudiar.

Correlacional o explicativa:

Se explicará y se correlacionará las variables de manera individual en conjunto con las hipótesis planteadas para poder conocer las razones de los acontecimientos en torno al objeto de estudio.

Transeccional:

Porque se analizará las variables en un solo tiempo específico.

3.4 EL TRATAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACION

La técnica a usar en la investigación del proyecto serán:

- La encuestas.
- La observación.
- Cuestionarios.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis de la situación actual.

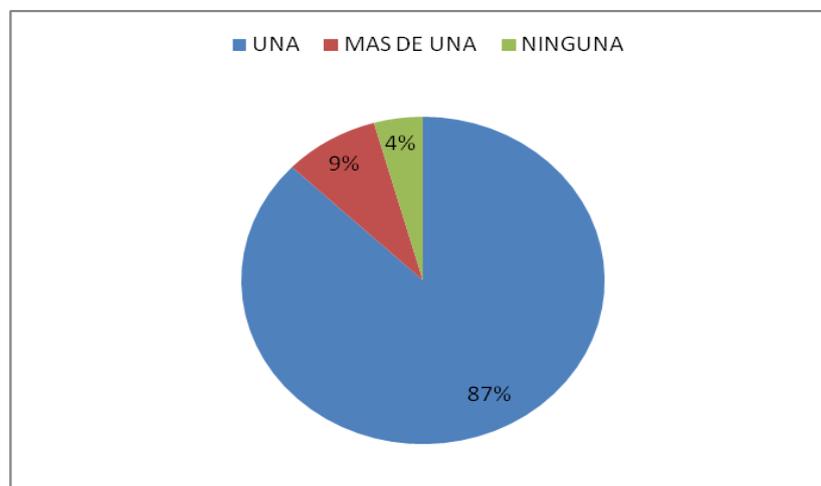
1.- ¿Cuántas productoras de ladrillo conoce usted que existen en el Cantón?

Tabla No. 1 Productoras de ladrillo que existen en el Cantón

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
UNA	340	87%
MAS DE UNA	33	8%
NINGUNA	17	4%
TOTAL	390	100%

Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

Gráfico No. 1 Productoras de ladrillo que existe en el Cantón



Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

Análisis.- De las personas encuestadas el 87% respondió que existe una sola productora en el Cantón, el 8% respondieron que existe más de una, y el 4% respondió que no existe ninguna productora de ladrillo en el cantón.

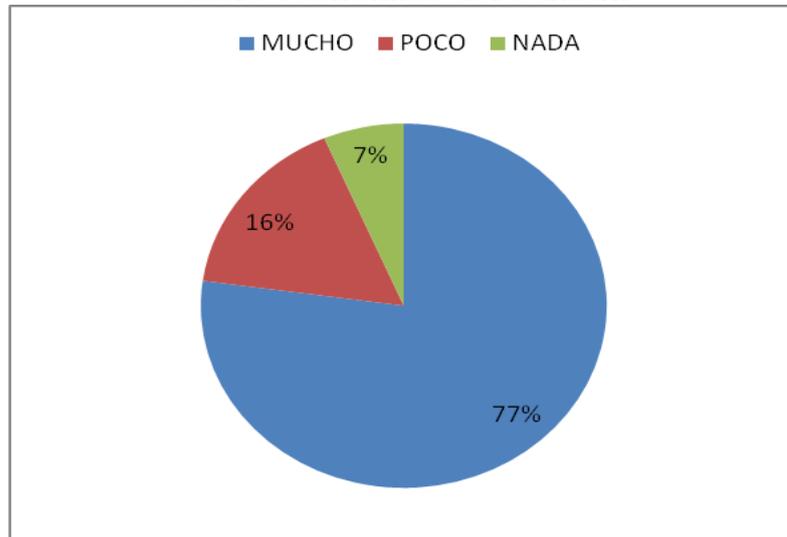
2.- ¿Considera usted que la existencia de productoras de ladrillo incide en el desarrollo socio-económico del Cantón?

Tabla No. 2 La existencia de productoras de ladrillo incide en el desarrollo socio-económico del Cantón

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
MUCHO	301	77%
POCO	64	16%
NADA	25	6%
TOTAL	390	100%

Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

Gráfico No. 2 La existencia de productoras de ladrillo incide en el desarrollo socio-económico del Cantón.



Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

Análisis.- De las personas encuestadas el 77% respondió que afecta mucho en el desarrollo socio-económico del cantón, el 16% considera que tiene poca incidencia, y el 7% respondió que no afecta en nada.

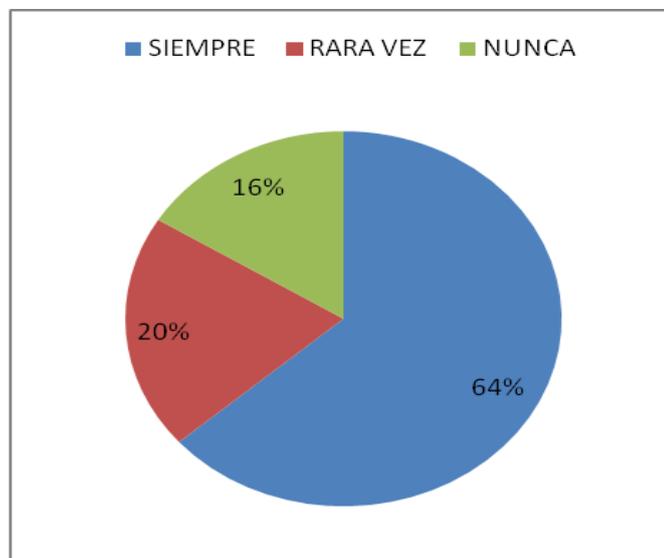
3.- ¿Con qué frecuencia usted realiza la compra de ladrillos?

Tabla No. 3 Frecuencia que realiza la compra de ladrillos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SIEMPRE	248	64%
RARA VEZ	79	20%
NUNCA	63	16%
TOTAL	390	100%

Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

Gráfico No. 3 Frecuencia que realiza la compra de ladrillos



Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

Análisis.- De las personas encuestadas el 64% respondió que siempre compra ladrillos en el Cantón, el 20% ha comprado rara vez, y el 16% nunca ha comprado, lo que indica que se tendrá buena aceptación en el mercado.

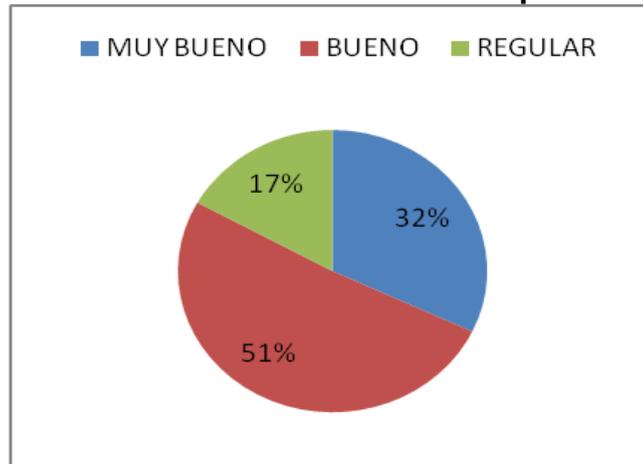
4.- ¿Cómo cataloga la calidad de este producto?

Tabla No. 4 La calidad de este producto

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
MUY BUENO	125	32%
BUENO	199	51%
REGULAR	66	17%
TOTAL	390	100%

Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

Gráfico No. 4 La calidad de este producto



Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

Análisis.- De las personas encuestadas el 51% respondió que la calidad del ladrillo que se distribuye en el Cantón es muy bueno, el 32% que es bueno y el 17% respondieron que es regular, lo que indica que el proyecto debe ser enfocado en producir ladrillos de buena calidad y así tener la aceptación del mercado.

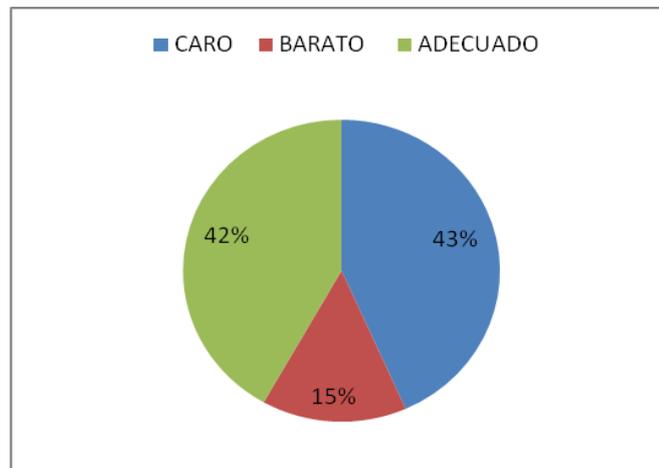
5.- ¿Qué le parece el precio de comercialización del ladrillo en el cantón?

Tabla No. 5 Precio de comercialización del ladrillo en el cantón.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
CARO	169	43%
BARATO	58	15%
ADECUADO	163	42%
TOTAL	390	100%

Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

Gráfico No. 5 Precio de comercialización del ladrillo en el cantón



Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

Análisis.- Los resultados están divididos siendo que el 43% de los encuestados respondió que el precio del ladrillo es caro y el 42% respondió que es adecuado, sin embargo el 15% respondió que es barato, es decir que están dispuestos a cancelar un precio un poco más del que está establecido en el mercado.

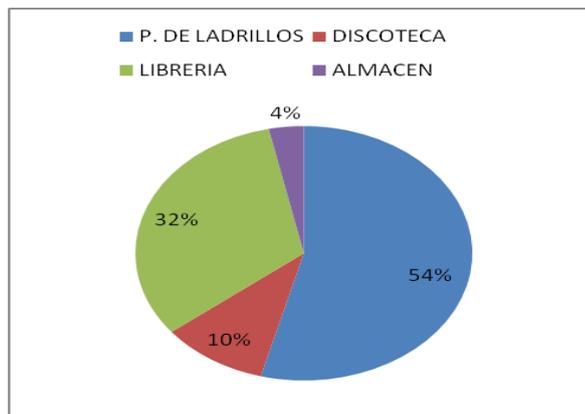
6.- ¿Cuál de los siguientes negocios le gustaría a usted que se creara en el Cantón?

Tabla No. 6 Tipo de negocios necesarios en el Cantón

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
P. DE LADRILLOS	211	54%
DISCOTECA	40	10%
LIBRERÍA	126	32%
ALMACEN DE ELECTRODESTICOS	13	3%
TOTAL	390	100%

Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

Gráfico No. 6 Tipo de negocios necesarios en el Cantón



Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

Análisis.- Como podemos apreciar de las personas encuestadas el 54% respondió que el negocio más requerido es una productora de ladrillos, ante la necesidad latente en este momento en el cantón, el 32% respondió que es necesaria una librería, el 10% quisiera que exista un medio de diversión como es una discoteca y el 3% respondió que quisiera que exista un almacén de electrodomésticos, lo que nos demuestra que las personas están prestas a que el medio circulante aumente sabiendo que al existir inyección de capital esto aumentará su poder adquisitivo.

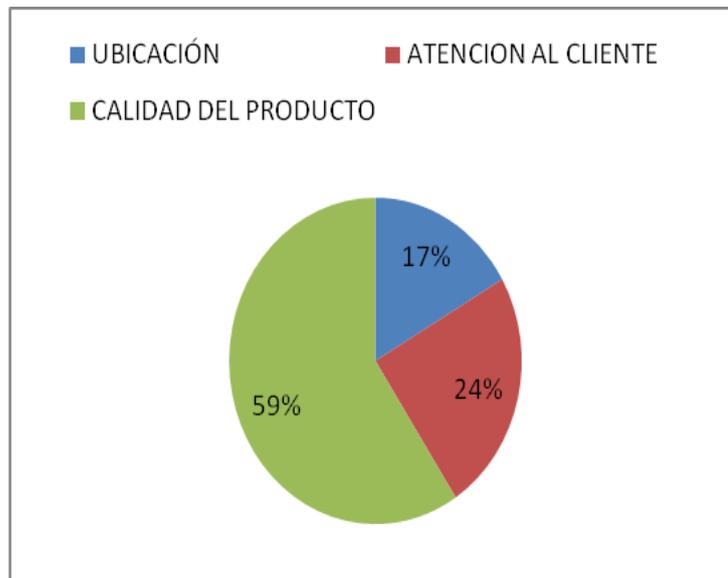
7.- ¿Cuál de las siguientes aspectos considera usted que contribuirán al buen funcionamiento de la productora de ladrillos?

Tabla No. 7 Aspectos que contribuirán al buen funcionamiento de la productora de ladrillos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
UBICACIÓN	65	17%
ATENCION AL CLIENTE	94	24%
CALIDAD DEL PRODUCTO	231	59%
TOTAL	390	100%

Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

Gráfico No. 7 Aspectos que contribuirán al buen funcionamiento de la productora de ladrillos



Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

Análisis.- De las personas encuestadas el 59% respondió que lo más importante es la calidad del producto, sabiendo que los productos que han usado han sido de baja calidad, el 24% respondió que es muy importante una buena atención al cliente, lo cual va de la mano con la calidad del producto, el 17% respondió que se debe tomar en cuenta la ubicación del lugar en donde quedará la productora de ladrillos.

4.2. ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIAS Y PERSPECTIVAS.

Los datos resultantes de las encuestas han sido procesados a través de Excel y de ahí se partió al análisis de los resultados, los mismos que presentan la facilidad de comprobar lo establecido en las hipótesis.

4.3. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.

Hipótesis	Verificación
La producción de ladrillos, incide en el desarrollo socioeconómico del Cantón El Triunfo.	Como podemos ver los datos que arrojan la encuesta realizada en la pregunta No. 1 y 2 dan a notar que la poca producción del ladrillo impide que el Cantón pueda desarrollarse normalmente, afectando el mercado y el círculo que este debe tener de manera natural.
La existencia de una sola productora de ladrillos afecta a la población del Cantón El Triunfo.	La existencia de una sola productora de ladrillos afecta mucho al desarrollo socio-económico del Cantón, esto queda evidenciado en las respuestas de la pregunta No. 2 de los encuestados.
La escasez del ladrillo incide en el incremento del precio del producto.	En la pregunta No 5 la opinión de las personas encuestadas da a notar que el precio establecido por la productora no es el adecuado considerando la opinión mitad por mitad que es caro y otro porcentaje que el precio es el adecuado, siendo estos de 43% que indica que el precio es caro y el 42% nos informa que el precio es el adecuad

<p>La calidad del ladrillo influye en la satisfacción de las necesidades del comprador.</p>	<p>En la encuesta realizada en la pregunta No. 4, queda demostrado a través de los resultados que la calidad de material que esta productora ofrece a sus clientes es la adecuada porque cumple las expectativas esperadas, considerando que el producto es bueno y muy bueno.</p>
---	--

Autor: Luis Guerrero y José Luis Quigüiri

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1. TEMA

Creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de ladrillos en el Cantón El Triunfo.

5.2. FUNDAMENTACIÓN

Los ladrillos son utilizados en la construcción de viviendas, construcción de cerramientos, arreglo de fachadas y particiones. Se utiliza principalmente para construir muros o tabiques.

La disposición de los ladrillos en el muro se conoce como aparejo, existiendo gran variedad de ellos.

Existen diferentes formatos de ladrillos, por lo general son de un tamaño que permite ser manejado con una sola mano.

En particular, el formato métrico del ladrillo, son 24 x 11,5 x 5,25 cm

Según su forma, los ladrillos se clasifican en:

Ladrillo perforado, que son todos aquellos que tienen perforaciones en la tabla que ocupen más del 10% de la superficie de la misma. Muy popular para la ejecución de fachadas de ladrillo visto.

Ladrillo macizo, aquellos con menos de un 10% de perforaciones en la tabla.

Ladrillo tejar o manual, simulan los antiguos ladrillos de fabricación artesanal, con apariencia tosca y caras rugosas.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Ladrillo>

5.3. JUSTIFICACIÓN

Con este proyecto se propone crear un negocio dedicado a la producción y comercialización de ladrillos en el Cantón El Triunfo, con el objetivo de atender la demanda potencial del sector.

Este proyecto ayudara al crecimiento económico de su población por medio de empleo a la gente del sector debido a que muchos han trabajado en este tipo de negocio y cuentan con experiencia en esta actividad.

A través de la presente propuesta se pretende satisfacer las necesidad, respecto a la comercialización de ladrillos que tienen los consumidores, y buscar nuevos canales de distribución, para contrarrestar la baja de la producción.

5.4. OBJETIVOS

5.4.1. Objetivo General de la propuesta

Crear una micro-empresa dedicada a la producción y comercialización de ladrillos en el Cantón El Triunfo, basada en la investigación de mercado realizada y contribuir al desarrollo socio-económico del Cantón.

5.4.2. Objetivos Específicos en el mercado de la propuesta

- Realizar investigaciones sobre la calidad del producto para producir un material de construcción acorde con las exigencias del consumidor.
- Analizar las estrategias de la competencia directa para tomarlas como ejemplo y mediante estudios de mercado mejorarlas.
- Contratar personal responsable y creativo para cumplir con los requerimientos y exigencias de nuestros futuros clientes.

- Conocer cuáles son los niveles de ingreso promedio que tienen las personas del sector al que vamos a ofertar nuestro producto.

5.5 UBICACIÓN

País: Ecuador

Región: Costa

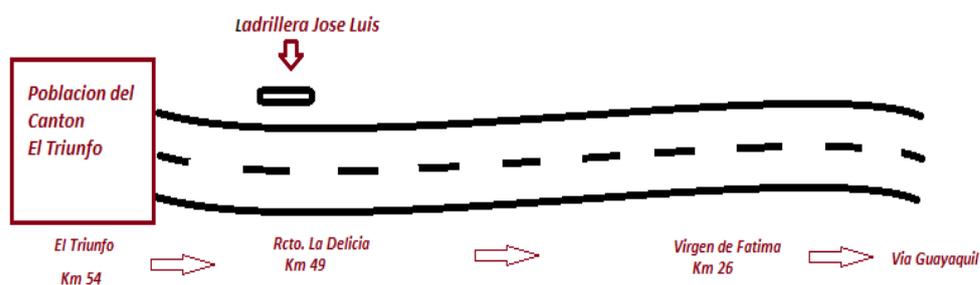
Provincia: Guayas

Cantón: El Triunfo

Sector: Rcto. La Delicia

Nombre del negocio: Ladrillera José Luis

Croquis:



5.6 FACTIBILIDAD

Se debe seguir una serie de requisitos para poder establecer el proyecto a cabo, entre los cuales detallamos

Permiso de Funcionamiento Municipales

Para poder obtener la tasa de habilitación de los locales comerciales, industriales de servicios otorgados por el Municipio, se deben tramitar los siguientes requisitos:

- Copia de cedula de identidad.

- Copia de papeleta de votación.
- Copia de RUC.
- Permiso de Cuerpo de Bomberos.
- Tasa única de trámite de habilitación.
- Solicitud para habilitación de locales comerciales.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Se harán estrategias para que la microempresa llegue a tener posicionamiento en el mercado al que en primera instancia estamos enfocados que es el Cantón El Triunfo, para luego abrir fronteras a nivel nacional.

Visión

Formar una microempresa con un alto índice de calidad, y prestigio por su excelente atención al cliente abasteciendo las necesidades de los consumidores.

Misión

Ser una microempresa dedicada al buen desempeño de la producción de ladrillos e inculcar los valores atendiendo en primera instancia al cliente interno para que se vea reflejado en la atención de los clientes externos.

Valores Corporativos

- Integridad.
- Respeto.
- Innovación.
- Trabajo en equipo.
- Buena atención al cliente.
- Responsabilidad.
- Dedicación.
- Honestidad.
- Compromiso.

Análisis FODA

Fortalezas

- Excelente atención al cliente
- Ubicación estratégica.
- Precio económico y equitativo
- Personal capacitado.

Oportunidad

- Cambios socioculturales.
- Créditos otorgados por CFN a empresas existentes en el Cantón.
- Bajo costo de mano de obra.
- Incremento de créditos por parte del municipio a los habitantes del sector en la compra de solares.

Debilidad

- No contar con local propio
- Variación de precios en la compra de materia prima.
- Los productos que se comercializan no son de primer necesidad
- Ser empresa nueva en el mercado

Amenaza

- La inestabilidad económica
- Competencia
- Cambios climáticos.
- Implementación de sistemas de protección del medio ambiente.

Variables del Marketing



PRODUCTO

Elaborar ladrillos macizos, de calidad de varias dimensiones, las cuales se clasifican en diferentes nombres:

Ladrillo tipo burrito el mismo que sus dimensiones son de 8 1/2 cm de grosor, 16 cm de altura y 26 cm de largo.

Ladrillo tipo bloque el mismo que sus dimensiones son de 7 cm de grosor, 26 cm de altura y 36 cm de largo.

Se pretende implementar estrategias cumpliendo con los requerimientos de mercado (dimensiones y normativas), con estándares de calidad establecido en la ladrillera, y en las cantidades necesarias para abastecer a todos los clientes.

Proceso de elaboración

Preparación del barro.



Moldeada



Proceso de secado al sol.



Armar horno previo a la cocción o quemado.



Cocción o quemado.

Ladrillos listos para la venta.



PRECIOS

Fijar el precio del material a \$ 0.20 ctvs. el ladrillo tipo bloque y a \$0.18 ctvs. el ladrillo tipo burrito con la finalidad de que esté acorde con las tendencias del sector de la construcción, con las empresas competidoras y con las características del producto. Así mismo, teniendo en cuenta las necesidades específicas de cada cliente.

PLAZA

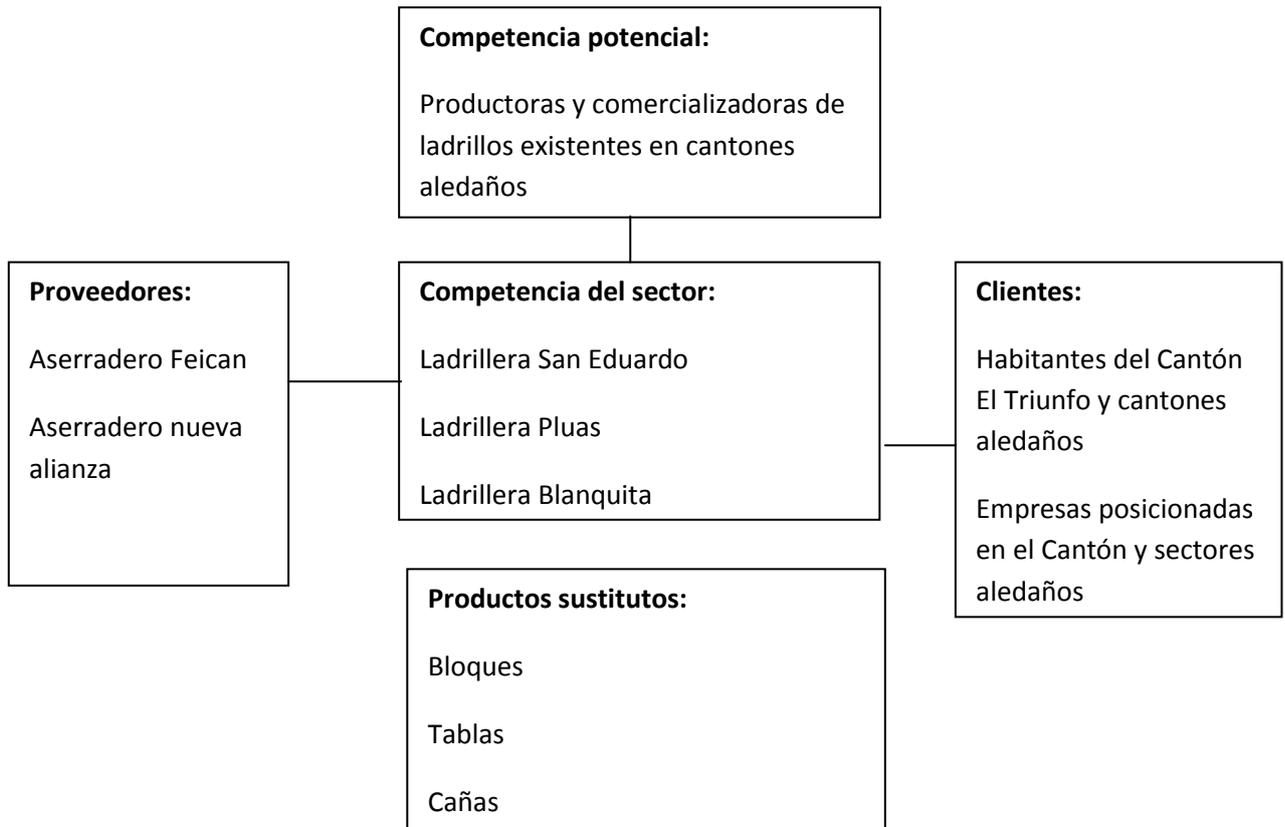
Difundir las ventajas de la venta en el punto de fábrica, destacando la fácil accesibilidad a la ladrillera por parte del mercado objetivo y la atención en la zona de despacho como un factor diferenciador que representan las características que defienden el producto. (Calidad y satisfacción)

PROMOCION

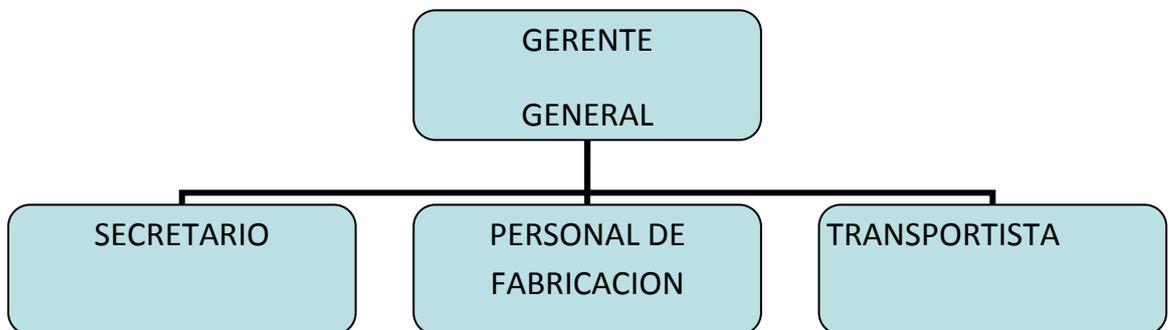
Realizar promociones del producto de acuerdo con los volúmenes y frecuencia de compras, garantizando el posicionamiento del producto en el mercado objetivo.

Designar a una persona o grupo interno de trabajo la tarea de identificar constantemente clientes estratégicos y presentar un servicio post ventas, de esta manera se podrá desarrollar el producto de acuerdo a las necesidades y requerimientos de los clientes y con precios ajustados con base teóricas.

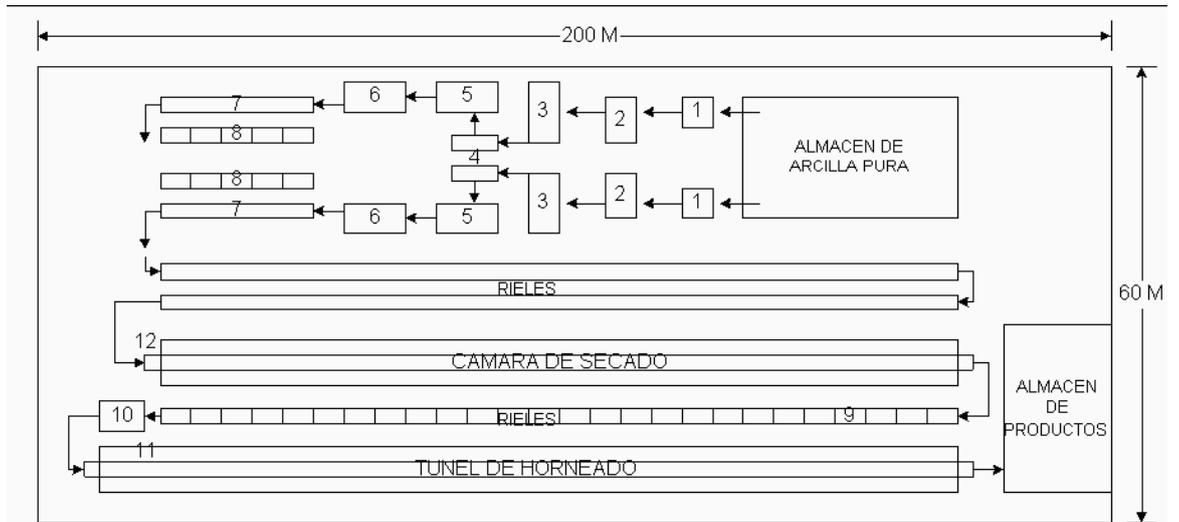
CINCO FUERZAS DE PORTER



ORGANIGRAMA



Distribución de la planta



•

5.7.2 RECURSOS, ANALISIS FINANCIERO

Inversión del proyecto

La inversión inicial de la producción de ladrillos, como son equipos de oficina, muebles de oficina, maquinarias y equipos, vehículo, y edificio, necesarios que darán lugar a la inversión inicial del proyecto la cual es USD \$ 59.107,00.

Tabla No.1 Inversión

PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE LADRILLOS			
ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C.UNITARIO	C.TOTAL
	<u>MUEBLES Y ENSERES</u>		
2	ESCRITORIOS	30,00	60,00
2	SILLA EJECUTIVA	40,00	80,00
2	SILLAS DE ESPERA	30,00	60,00
1	ARCHIVADOR	30,00	30,00
	TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES		230,00
	<u>EQUIPO DE COMPUTACION</u>		
2	COMPUTADORAS	400,00	800,00
1	TELEFONO	50,00	50,00
1	IMPRESORA	30,00	30,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACION		880,00
	<u>MAQUINARIAS Y EQUIPO</u>		
2	MOTOR ELECTRICO	250,00	500,00
3	PALAS CON MANGO	3,50	10,50
4	CARRETILLAS REFORZADAS	30,00	120,00
5	MOLDES	50,00	250,00
6	ASADONES	20,00	120,00
6	PICOS	15,00	90,00
	TOTAL DE MAQUINARIA Y EQUIPO		1.090,50
	<u>VEHICULO</u>		
1	VEHICULO SEMIUSADO	7000,00	7.000,00
	TOTAL VEHICULOS		7.000,00
	<u>EDIFICIOS</u>		
1	ALQUILER DEL TERRENO	5000,00	5.000,00
	TOTAL EDIFICIOS		5.000,00
	TOTAL DE INVERSION EN ACTIVOS FIJOS		14.200,50

Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

Depreciaciones

Es la pérdida o disminución en el valor material del activo fijo tangible, la cual se debe fundamentalmente al desgaste de la propiedad porque no se ha cubierto con las reparaciones o con los remplazos adecuados.

Tabla No. 2 Depreciación

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	230,00	10%	1,92	23,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	880,00	33%	24,20	290,40
VEHICULO	7.000,00	20%	116,67	1.400,00
EDIFICIO	5.000,00	5%	20,83	250,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	1.090,50	10%	9,09	109,05
TOTAL	14.200,50		172,70	2.072,45

Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

Costo de la producción

El costo de producir ladrillo está dividido por el costo de la materia prima, así como el costo directo y el indirecto:

Tabla No.3 Costo directo de materia prima de la producción

COSTO DIRECTO						
MATERIA	Descrip.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arcilla	m3	540	556	573	590	608
Aserrin	m3	11	11	11	12	12
COSTO DIRECTO		550,80	567,32	584,34	601,87	619,93

Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri.

Tabla No. 4 Costo indirecto de la producción

COSTOS INDIRECTOS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LENA 60 M3	35,00	36,05	37,13	38,25	39,39
AGUA	300,00	309,00	318,27	327,82	337,65
ENERGIA	240,00	247,20	254,62	262,25	270,12
TELEFONO	240,00	247,20	254,62	262,25	270,12
TOTAL SIN DEPRECIACION	815,00	839,45	864,63	890,57	917,29

Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

Tabla No. 5 Costo directo de la producción

COSTOS DIRECTOS						
MANO DE OBRA	DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	PERSONAL DE FABRICACION	6.336,00	6.526,08	6.721,86	6.923,52	7.131,22
	TOTAL	6.336,00	6.526,08	6.721,86	6.923,52	7.131,22
	APORTE PATRONAL	706,46	706,82	707,17	707,52	707,88
	DECIMO CUARTO	88,00	543,84	560,16	576,96	594,27
	DECIMO TERCERO	484,00	543,84	560,16	576,96	594,27
	FONDOS DE RESERVA	-	543,84	560,16	576,96	594,27
	TOTAL MANO DE OBRA	7.614,46	8.864,42	9.109,51	9.361,92	9.621,91

Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

Gastos

Tabla No. 6 Gastos administrativos

	GASTOS ADMINISTRATIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	GERENTE	4.800,00	4.944,00	5.092,00	5.245,00	5.402,00
1	SECRETARIO	3.360,00	3.461,00	3.585,00	3.672,00	3.782,00
1	TRANSPORTISTA	4.200,00	4.326,00	4.456,00	4.589,00	4.727,00
	TOTAL	12.360,00	12.731,00	13.133,00	13.506,00	13.911,00
	APORTE PATRONAL	1.378,00	1.419,00	1.462,00	1.506,00	1.551,00
	DECIMO CUARTO	132,00	816,00	840,00	865,00	891,00
	DECIMO TERCERO	944,00	1.061,00	1.093,00	1.126,00	1.159,00
	FONDO DE RESERVA	-	1.061,00	1.093,00	1.126,00	1.159,00
	TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	14.814,00	17.088,00	17.621,00	18.129,00	18.671,00

Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

Tabla No. 7 Gastos generales

	GASTOS DE GENERALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA	180	185	191	197	203
	LIMPIEZA Y DESINFECCION	120	124	127	131	135
	COMBUSTIBLE	360	371	382	393	405
	PUBLICIDAD	600	618	637	656	675
	SUMINISTRO DE OFICINA	120	124	127	131	135
	TOTAL GASTOS GENERALES	1.380	1.421	1.464	1.508	1.553

Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

Presupuesto de ingresos

Tabla No. 8 Ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
INGRESO POR VENTA	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LADRILLO	50.000,00	60.000,00	77.000	88.000,00	102.000,00
TOTAL DE INGRESOS	50.000,00	60.000,00	77.000	88.000,00	102.000,00

Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

Estado de resultados.

Es un documento contable complementario donde se informa detallada y ordenadamente el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida remanente y excedente) de una entidad durante un periodo determinado.

Presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa. Generalmente acompaña a la hoja del Balance General.

Tabla No. 9 Estado de resultados.

PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE LADRILLOS						
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADOS						
	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	50.000,00	60.000,00	77.000,00	88.000,00	102.000,00	377.000,00
(-) COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS	8.980,26	10.271,19	10.558,48	10.854,36	11.159,85	51.824,14
UTILIDAD BRUTA	41.019,74	49.728,81	66.441,52	77.145,64	90.840,15	325.175,86
GASTOS GENERALES	16194	18509	19085	19637	20224	93649
(-) DEPRECIACION	2.072,45	2.072,45	2.072,45	1.989,32	1.989,32	10.195,99
UTILIDAD OPERACIONAL	22.753,29	29.147,36	45.284,07	55.519,32	68.626,83	221.330,87
(-) GASTOS FINANCIEROS	1500,00	750,00	500,00	375,00	300,00	3425,00
UTILIDAD ANTES IMP	21.253,29	28.397,36	44.784,07	55.144,32	68.326,83	217.905,87
PARTICIPACION EMPLEADOS	3187,99	4259,60	6717,61	8271,65	10249,02	32685,88
UTILIDAD NETA	18.065,30	24.137,76	38.066,46	46.872,67	58.077,81	185.219,99

Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

Balance general.

Es el estado financiero que muestra la situación financiera en que se encuentra la empresa en una fecha determinada mediante la descripción de los conceptos de activo, pasivo y de capital contable, identificados y valuados. Precisamente, a la fecha a que corresponde el balance.

Los términos contable-financieros que utilizamos para referirnos a los recursos de que dispone la empresa a, las aportaciones de los acreedores y a las aportaciones de los propietarios son:

Activo: se le denomina a los recursos que dispone la empresa para realizar sus operaciones y los que tiene derecho a recibir, como el dinero de caja, bancos, mercancías, edificios, equipo de oficina, etc.

Pasivo: son las aportaciones de los acreedores, deudas u obligaciones contraídas por nuestra empresa por compras de mercancía u otros bienes y servicios.

Capital contable: se le denomina a las aportaciones de los propietarios “socios”.

http://html.rincondelvago.com/balance-general_4.html

Tabla No. 10 Balance General.

PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE LADRILLOS						
BALANCE GENERAL						
CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAJA BANCOS	6.299,50	26.625,24	50.907,06	90.503,98	138.003,34	197.130,76
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	6.299,50	26.625,24	50.907,06	90.503,98	138.003,34	197.130,76
ACTIVOS FIJOS	14.200,50	14.200,50	14.200,50	14.200,50	14.200,50	14.200,50
DEPRECIACION ACUMULADA		2072,45	4144,9	6217,35	8289,8	10362,25
TOTAL DE ACTIVO FIJO	14.200,50	12.128,05	10.055,60	7.983,15	5.910,70	3.838,25
TOTAL DE ACTIVOS	20.500,00	38.753,29	60.962,66	98.487,13	143.914,04	200.969,01
PASIVO CORRIENTE						
PRESTAMO	15.000,00	12.000,00	9.000,00	6.000,00	3.000,00	-
PARTICIACION EMPL. POR PAGAR	-	3.187,99	4.259,60	6.717,61	8.271,85	10.249,02
TOTAL PASIVO	15.000,00	15.187,99	13.259,60	12.717,61	11.271,85	10.249,02
PATRIMONIO						
APORTE DE CAPITAL	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-	18.065,30	24.137,76	38.066,46	46.872,67	58.077,81
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	-	18.065,30	42.203,06	80.269,52	127.142,19
TOTAL PATRIMONIO	5.500,00	23.565,30	47.703,06	85.769,52	132.642,19	190.719,99
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	20.500,00	38.753,29	60.962,66	98.487,13	143.914,04	200.969,01

Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

Tabla No. 11 Flujo de caja

PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE LADRILLOS							
FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS	-	50.000,00	60.000,00	77.000,00	88.000,00	102.000,00	377.000,00
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		50.000,00	60.000,00	77.000,00	88.000,00	102.000,00	377.000,00
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSION INICIAL	20.500,00	-	-	-	-	-	20.500,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-	14.814,00	17.088,00	17.621,00	18.129,00	18.671,00	86.323,00
GASTOS GENERALES	-	1.380,00	1.421,00	1.484,00	1.508,00	1.553,00	7.346,00
GASTOS DE PRODUCCION	-	8.980,26	10.271,19	10.558,48	10.854,36	11.159,85	51.824,14
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	3187,99	4259,60	6717,61	8271,85	22437,05
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	20.500,00	25.174,26	31.968,18	33.923,08	37.208,97	39.655,70	188.430,19
FLUJO OPERATIVO	20.500,00	24.825,74	28.031,82	43.076,92	50.791,03	62.344,30	209.069,81
INGRESOS NO OPERATIVOS							
PRESTAMO BANCARIO	15.000,00	-	-	-	-	-	-
TOTAL DE INGRESO NO OPERATIVO	15.000,00	-	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS	-	-	-	-	-	-	-
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL	-	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	15000,00
PAGO DE INTERESES	-	1500,00	750,00	500,00	375,00	300,00	3.425,00
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	4.500,00	3.750,00	3.500,00	3.375,00	3.300,00	18.425,00
FLUJO NETO NO OPERATIVO	15.000,00	-4.500,00	-3.750,00	-3.500,00	-3.375,00	-3.300,00	-18.425,00
FLUJO NETO	-5.500,00	20.325,74	24.281,82	39.576,92	47.416,03	59.044,30	190.644,81
SALDO INICIAL	-	6.299,50	26.625,24	50.907,06	90.503,98	138.003,34	312.339,12
FLUJO ACUMULADO	-	26.625,24	50.907,06	90.503,98	138.003,34	197.047,64	503.087,26

Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

Análisis de rentabilidad

El flujo de caja nos permite ver las entradas y salidas de dinero, y por medio de estos flujos podemos calcular la tasa interna de retorno y a su vez el Valor actual Neto (VAN), indicadores que permiten demostrarnos cuan rentable es un proyecto.

La rentabilidad o productividad es el resultado final de gran número de políticas y decisiones. Las razones financieras examinadas hasta revelan algunos aspectos interesantes acerca de la forma en que opera la empresa; en cambio, las razones de

rentabilidad proporcional respuestas definitivas sobre la eficacia con que se está administrando.

<http://www.gerencie.com/analisis-de-rentabilidad-en-excel.html>

VAN – TIR

VAN:

TASA DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	5%

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV.INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJOS NETOS	-20.500,00	24.825,74	28.031,82	43.076,92	50.791,03	62.344,30

El Valor actual neto también conocido como valor actualizado neto (VAN), es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

En el proyecto nuestro VAN es USD \$ 188.569,81 lo que indica que al ser mayor a cero, nuestro proyecto se acepta, si fuera menor a cero ser rechaza, y no es factible su ejecución.

TIR:

La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de descuento que hace que el VAN estimado de una inversión sea igual a cero, por medio de este indicador financiero podemos ver que tan factible es invertir en la productora de ladrillos, y no en otra opción financiera.

El TIR de nuestro proyecto es 141%, lo que indica que es mayor a la tasa que en el mercado está vigente invertir, ya sea en póliza de acumulación, o simplemente en tener ahorrado el dinero en una cuenta para que genere ingresos por interés.

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		20.500,00
FINANCIADO	70%	15.000,00
APORTE PROPIO	30%	5.500,00

INDICE DE RENTABILIDAD

Tabla No. 13 Financiamiento del proyecto

Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

Tabla No. 14 Tasa

TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	10.00%	0.10
		0.10

Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

Flujo de Caja del Inversionista

Tabla No. 15 Flujo de caja del inversionista

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV.INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJOS NETOS	-20.500,00	24.825,74	28.031,82	43.076,92	50.791,03	62.344,30

Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

Tabla No. 16 TIR

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV.INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJOS NETOS	-20.500,00	24.825,74	28.031,82	43.076,92	50.791,03	62.344,30

TIR	141%
-----	------

Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

Como podemos observar el TIR es 141%.

Índices financieros

Tabla No. 16 Ratios financieros.

RATIOS FINANCIEROS	
VENTAS	50.000,00
COSTO DIRECTO	8.980,26
COSTO INDIRECTO	16.190,00
FLUJO NETO	20.325,74
PAGO DE DIVIDENDOS	3.000,00
GASTOS FINANCIEROS	1.500,00
GASTO PERSONAL	14.814,00
ACTIVOS FIJOS NETOS	12.128,05

Autor: Luis Guerrero y José Luis Quiguiri

	RATIO DE ENDEUDAMIENTO					PORCENTAJE				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total Pasivo	15.187,99	13.259,60	12.717,61	11.271,85	10.249,02					
Total Activo	38.753,29	60.962,66	98.487,13	143.914,04	200.969,01	0,39	0,22	0,13	0,08	0,05

	CAPACIDAD DE PAGO DE INTERESES					PORCENTAJE				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad antes de impuesto	21.253,29	28.397,36	44.784,07	55.144,32	68.326,83					
Gastos financieros	1.500,00	750,00	500,00	375,00	300,00	14,17	37,86	89,57	147,05	227,76

ROTACION DE ACTIVOS FIJOS						PORCENTAJE				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	50.000,00	60.000,00	77.000,00	88.000,00	102.000,00					
Activos fijos totales	12.128,05	10.055,60	7.983,15	5.910,70	3.838,25	4,12	5,97	9,65	14,89	26,57

RENTABILIDAD SOBRE LOS ACTIVOS						PORCENTAJE				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta	18.065,30	24.137,76	38.066,46	46.872,67	58.077,81					
Activos Totales	38.753,29	60.962,66	98.487,13	143.914,04	200.969,01	0,47	0,40	0,39	0,33	0,29

RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO						PORCENTAJE				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta	18.065,30	24.137,76	38.066,46	46.872,67	58.077,81					
Patrimonio	23.565,30	47.703,06	85.769,52	132.642,19	190.719,99	0,77	0,51	0,44	0,35	0,30

RENTABILIDAD SOBRE VENTAS						PORCENTAJE				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta	18.065,30	24.137,76	38.066,46	46.872,67	58.077,81					
Ventas Netas	50.000,00	60.000,00	77.000,00	88.000,00	102.000,00	0,36	0,40	0,49	0,53	0,57

Análisis de las Razones Financieras

Al hablar de las razones financieras, decimos de los ratios, índices, indicador o simplemente, una razón. Esta última se define como la relación entre dos (2) números, donde cada uno de ellos puede estar integrado por una o varias partidas de los estados financieros de una empresa.

El propósito de usar estas razones financieras es para indicarnos la posición económica en la que se encuentra la empresa en ese momento y tomar las mejores decisiones para el bienestar de la misma.

Las siguientes son las razones financieras mas usadas:

1.- Razón Circulante

La Razón Circulante se calcula dividiendo los activos circulantes entre los pasivos circulantes. Los primeros normalmente incluyen efectivo, valores negociables, cuentas y documentos por cobrar, e inventarios; mientras los segundos se forman a partir de cuentas y documentos por pagar, pagarés a corto plazo, vencimientos circulantes de deudas a corto plazo, impuestos sobre ingresos acumulados y otros gastos acumulados.

Es la razón más utilizada para medir la solvencia a corto plazo, e indica el grado en el cual los derechos de los acreedores a corto plazo se encuentran cubiertos por activos que se espera que se conviertan en efectivo en un periodo más o menos igual al del vencimiento de las obligaciones.

Razón Circulante = Activo Circulante / Pasivo Circulante

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Raz%C3%B3n-Circulante/4575837.html>

2.- Razón de endeudamiento

La Razón de Endeudamiento mide la intensidad de toda la deuda de la empresa con relación a sus fondos, mide el porcentaje de fondos totales proporcionado por los acreedores.

Razón de Endeudamiento = Activo Total / Pasivo Total

Para el primer año tenemos que es 39%, para el segundo año es 22%, para el tercer año es 13%, cuarto año es 8%, y el quinto año es 5%, lo que nos indica cuan apalancada esta la empresa con el endeudamiento, siempre el porcentaje recomendado estar por debajo del 39%.

3.- Capacidad de pago de intereses

Mide la capacidad de pago de la empresa de los intereses causado por una deuda adquirida, sea esta para la inversión inicial, mientras esta sea menor es mas

riesgoso para la empresa no poder cancelar la deuda por concepto de pago de interés.

Para el primer año tenemos que es 14.17, para el segundo año es 37.86, para el tercer año es 89.57, cuarto año es 147.05, y el quinto año es 227.76, demostrando que el riesgo se va incrementando año a año.

4.- Rotación de activos fijos

Este índice se basa en la comparación del monto de las Ventas con el total del Activo Fijo Neto. Todo Activo requiere de Pasivo que lo financie. Por tales razones el objetivo es de tratar de maximizar las Ventas o Ingresos con el mínimo de Activos.

Para el primer año tenemos que es 4.12, para el segundo año es 5.97, para el tercer año es 9.65, cuarto año es 14.89, y el quinto año es 26.57, demostrando mientras mayor sea el ratio mejor será la productividad del activo fijo.

5. Rentabilidad sobre la inversión o sobre los activos

Esta razón es ampliamente utilizada en el análisis de las entidades financieras ya que mide la rentabilidad sobre los activos totales medios o lo que es lo mismo su capacidad para generar valor

Para el primer año tenemos que es 47%, para el segundo año es 40%, para el tercer año es 39%, cuarto año es 33%, y el quinto año es 29%, demostrando que la capacidad de generar utilidades sobre la inversión realizada es alta.

6. Rendimiento sobre el Patrimonio

Este indicador señala, como su nombre lo indica, la tasa de rendimiento que obtienen los propietarios de la empresa, respecto de su inversión representada en el patrimonio registrado contablemente.

Para el primer año tenemos que es 77%, para el segundo año es 51%, para el tercer año es 44%, cuarto año es 35%, y el quinto año es 30%, demostrando el rendimiento alto que ha obtenido la empresa.

7. Rentabilidad sobre ventas

El índice de rentabilidad sobre ventas mide la rentabilidad de una empresa con respecto a las ventas que genera, por eso mientras mayor sean las ventas este ratio es mas alto.

Para el primer año tenemos que es 36%, para el segundo año es 40%, para el tercer año es 49%, cuarto año es 53%, y el quinto año es 57%, demostrando el rendimiento alto que ha obtenido la empresa.

5.7.3 Impacto

Los beneficios que se van a obtener con las propuesta planteada es crear una microempresa que aporte el desarrollo socioeconómico del cantón, genere fuentes de trabajo y a la ves lograr un negocio que sea exitoso.

5.7.4 Cronograma de Trabajo

ACTIVIDADES	DURACION (SEMANAS)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Fundamentación												
Permiso de funcionamiento municipales												
Análisis FODA												
Análisis las 5 fuerzas de PORTER												
VARIABLES del Marketing												
Inversión												
Análisis de rentabilidad												
Análisis de razón financiera												

Conclusiones y recomendaciones

CONCLUSIONES

Mediante el estudio realizado, a través de recopilación de información, encuestas y otros medios que llevaron a cabo la culminación de este proyecto. Hemos llegado a la conclusión de que el proyecto a realizarse cumple con los requisitos necesarios que el mercado exige para su implementación. Como se puede observar en el proyecto, nuestra empresa ayudará a cubrir necesidades en la venta de ladrillos puesto que nuestra empresa será la segunda en el mercado llegando a establecer un poder de mercado frente a la competencia. Nuestro proyecto está enfocado en ayudar a la población del Cantón El Triunfo, proporcionándoles un producto de calidad y a precios bajos. Además de esto nos va a generar un beneficio económico puesto que hemos visto que a través del cálculo del valor actual neto y la tasa interna de retorno, nuestro proyecto nos ofrece un alto nivel de rentabilidad y recuperación de nuestra inversión. El estudio de este proyecto nos determinó que es necesario su implementación ya que el mercado lo exige, puesto que desde hace 14 años el Cantón cuenta con una sola microempresa dedicada a la producción y comercialización de ladrillos, lo cual, con el pasar del tiempo ha desarrollado una molestia al momento de cubrir las necesidades del mercado, debido a que existe una demanda elevada, la cual hace que el producto terminado tenga un costo elevado, esto conlleva a que el desarrollo socioeconómico se vea afectado en su estructura que contribuyen con el progreso del cantón.

Por último la implementación del proyecto de ladrillos genera un beneficio social a la colectividad con la creación de fuentes de trabajo ya que en el medio en que vivimos la inestabilidad laboral es una de las situaciones de alto índice por lo que pasamos la mayoría de los ecuatorianos en general.

RECOMENDACIONES

Buscar medios que permitan disminuir el grado de contaminación por parte de esta actividad, contribuyendo a la conservación del medio ambiente.

Estar en constantes investigaciones a las necesidades de los clientes, ya sea en el tamaño del producto, en su forma o en la elaboración de un nuevo modelo del producto.

Realizar constantes capacitaciones al personal que labora en el negocio, para poder mantener la calidad del producto, logrando la fidelidad del cliente.

LINCOGRAFÍA DE INVESTIGACIÓN

MORENO, Gelen Elena. MANUAL DE PROCEDIMIENTOS.

<http://www.monografias.com/trabajos13/mapro/mapro.shtml>

NARVAES, Santiago. MONOPOLIZACION

http://es.wikipedia.org/wiki/Monopolio_2008

OLVERA, José. CAPACITACION AL PERSONAL.

http://www.wikilearning.com/apuntes/capacitacion_y_desarrollo_del_personal-

SANCHEZ, Mario. CALIDAD.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Calidad>

SANTILLANA. CLIMA LABORAL

<http://www.elmundo.es/sudinero/noticias/noti12.html>

VERA. María José. COMPORTAMIENTO DEL PERSONAL

<http://charly-wwwcharly.blogspot.com/>

ZAPATA Erika. CANAL DE DISTRIBUCION

http://es.wikipedia.org/wiki/Canal_de_distribuci%C3%B3n

ZUÑIGA Elacio. ESTRATEGIA DE MERCADO

<http://www.promonegocios.net/mercado/estrategias-mercado.html>

BIBLIOGRAFÍA

Hernández Álvarez Iván. (2003). Ejemplos de la microempresas en el Ecuador. Recuperado el 2012: <http://www.educate.org/images/stories/ModeloReCyProCo.pdf>

Kalof Bengt y Ostblom Svante. (1991). Benchmarking. *Gestión de calidad. Herramientas avanzadas de calidad.*

Normas ISO(International Standard Organization) (1987). Recuperado 2000: <http://html.rincondelvago.com/normas-iso.html>

Molero, a. J. (2005). *Recursos humanos.us.es.* Recuperado el 2011: http://conocimiento.incae.edu/es/no_publico/ilgo05/presentaciones/a.moleroplancomunicacion.pdf

Robbins Stephen (1987), *Comportamiento Organizacional Teoría y Práctica.* San Diego State University. EE.UU. México

Sablich Huamani Charles Alexander. (2007). Módulo de administración y dirección de empresas. *Tipo y diseño de investigaci*

Secretaría de economía. (2009). Flujo del proceso productivo y escalas de producción.

Unesco. (2008). www.unesco.org

Viterbo López Miguels. (2008). *Calidad- Gestión organizacional, Calidad.* Recuperado el 2008: <http://www.degerencia.com/viterbo>

www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/1845/1/3582.pdf

www.monografias.com (Monografías y Apuntes)

<http://ignacioonline.blogspot.com/2010/04/salarios-el-gremio-de-ladrilleros-logro.html>

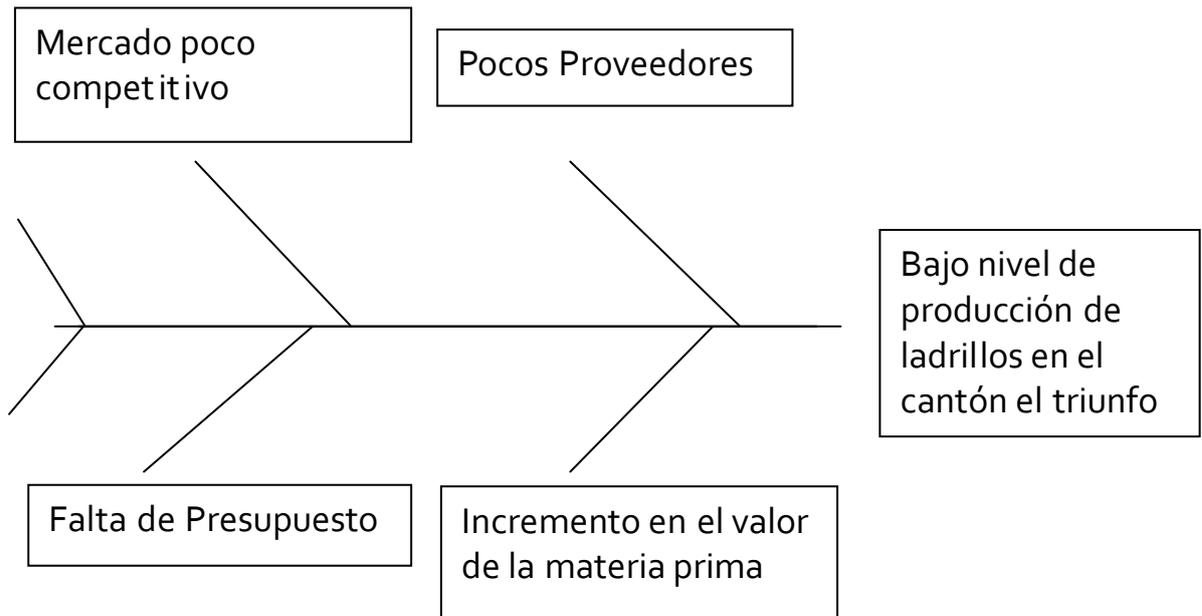
<http://www.informador.com.mx/jalisco/2012/357980/6/exige-semades-regulacion-y-soluciones-a-contaminacion-por-ladrilleras.htm>

<http://www.google.com.ec/imgres?q=ladrilleras&num=10&hl=es&biw=1525&bih=633&tbm=isch&tbnid=3eICN8B3IZbLPM:&imgrefurl=http://ladrillo.wordpress.com/tag/con-taminacion/&docid=mG4LAne1wklIUM&imgurl=http://ladrillo.files.wordpress.com/>

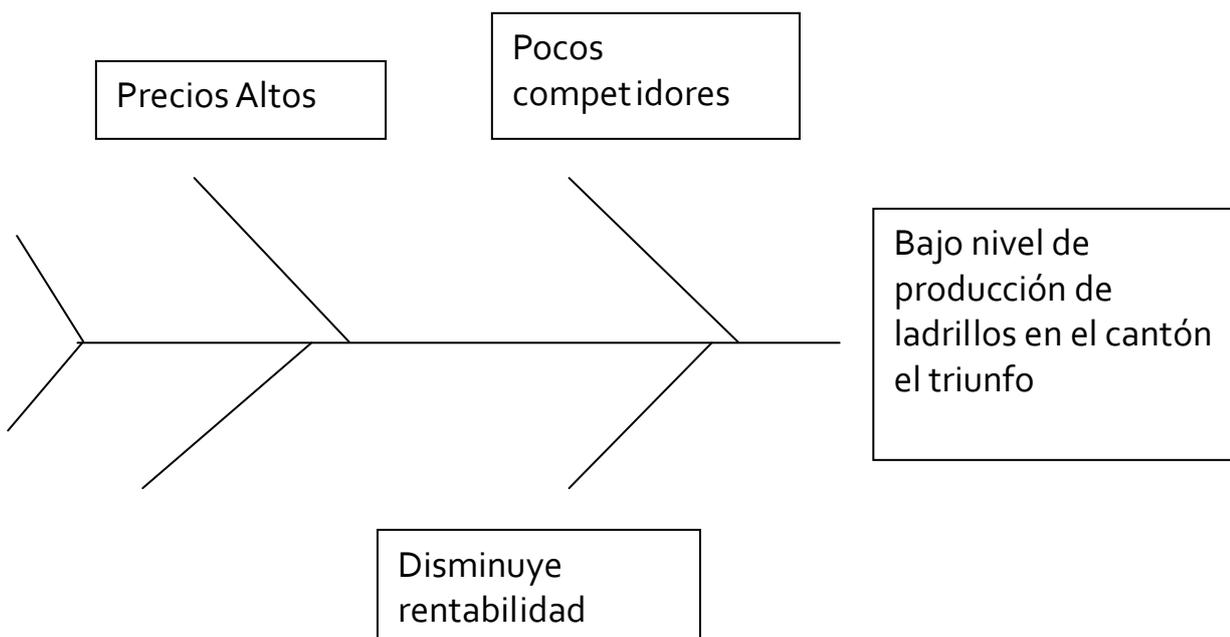
<http://www.ladrillerasyomasa.com.co/>

ANEXOS

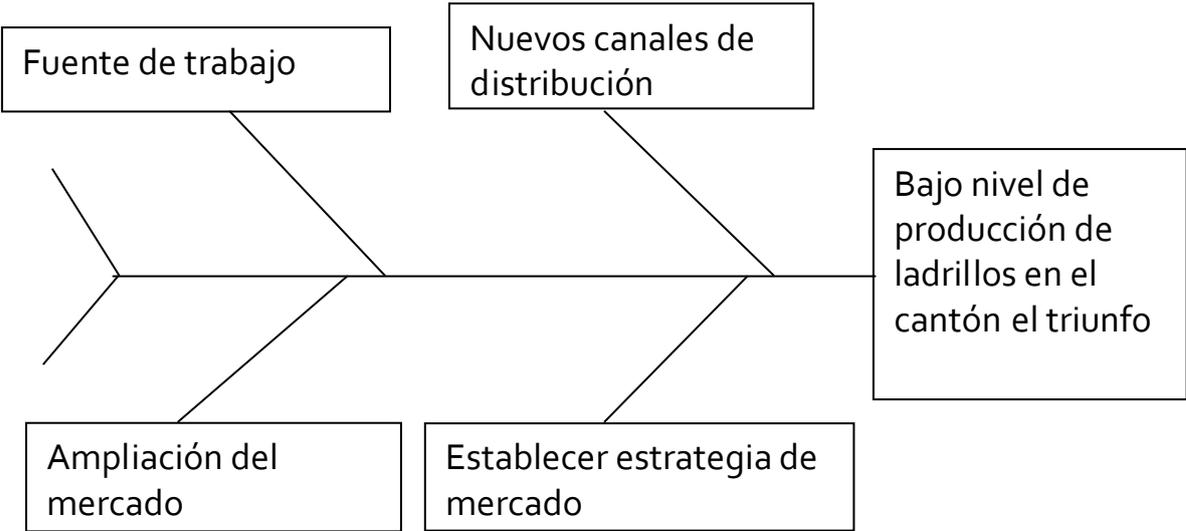
DIAGNOSTICO



PRONOSTICO



CONTROL DEL PRONÓSTICO



Ficha de Trabajo

VARIABLES	DISCIPLINA	TEMA	FUENTE
Manual de procedimientos	O Y M		http://www.monografias.com/trabajos13/mapro/mapro.shtml
Monopolización	ANALISIS DEL ENTORNO		http://es.wikipedia.org/wiki/Monopolio
Capacitación del personal	RR.HH.		http://www.wikilearning.com/apuntes/capacitacion_y_desarrollo_del_personal-
Comportamiento del personal	RR.HH		http://charly-wwwcharly.blogspot.com/
Clima laboral	O Y M		http://www.elmundo.es/sudineiro/noticias/noti12.html
Calidad	ANALISIS DEL ENTORNO		http://es.wikipedia.org/wiki/Calidad
Nivel de producción	ANALISIS DEL ENTORNO		http://www.monografias.com/trabajos/tprodcost/tprodcost.shtml

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN EL TRIUNFO.

Objetivo: Determinar cómo incide la baja producción de ladrillos, en el desarrollo socio económico del Cantón El Triunfo.

Edad

De 25 a 30

SEXO M

Instrucción Académica

30 a 35

F

Primaria

35 a 40

Secundaria

40 a 45

Superior

45 a 50

Otros

50 o mas

Instrucciones: Por favor, marque con una (x), la respuesta que usted crea conveniente.

Preguntas:

1.- ¿Conoce usted; cuantas productoras de ladrillo existen en el Cantón?

Una Más de una Ninguna

2.- ¿Considera usted que la existencia de productoras de ladrillo incide en el desarrollo socio-económico del Cantón?

Mucho Poco Nada

3.- ¿Con que frecuencia usted realiza la compra de ladrillos?

Rara vez Siempre Nunca

4.- ¿Cómo cataloga usted la calidad de este producto?

Muy bueno Bueno Regular

5.- El precio de comercialización del ladrillo ¿le parece?

Barato Caro Adecuado

6.- ¿Cuál de los siguientes negocios le gustaría que se creara en el Cantón?

Librería Discoteca
Productora de ladrillos Almacén de electrodomésticos

7.- ¿Cuál de las siguientes alternativas considera usted que contribuiría al funcionamiento de un negocio?

Ubicación

Atención al cliente

Calidad del producto

Otros

8.- De crearse un nuevo negocio en el Cantón ¿Considera usted que esto ayudaría en su desarrollo socio-económico?

Poco

Mucho

Nada

Agradecimiento: Le agradecemos de antemano por la información otorgada

FICHA DE OBSERVACIÓN

Objetivo: Evaluar a la competencia para mejorar la calidad de producción.

Variables	Bueno	Regular	Malo
Precio			✓
Tamaño		✓	
Diseño		✓	
Calidad		✓	
Responsabilidad			✓

Imágenes de casas que están en construcción

