UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TITULO:

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TORTAS PERSONALIZADAS EN LA CIUDAD DE LOJA"

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE INGENIERO COMERCIAL.

AUTOR:

MARIO ENRIQUE GORDILLO OCHOA

DIRECTOR DE TESIS:

ING. COM. PATRICIO GÓMEZ CABRERA MG. SC.

LOJA – ECUADOR

2014

CERTIFICACIÓN

Ing. Com. Patricio Gómez C. Mg. Sc.
DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS DEL AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación sobre el tema **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TORTAS PERZONALIZADAS EN LA CIUDAD DE LOJA"** realizado por el señor Mario Enrique Gordillo Ochoa, previo a la obtención del Titulo del Ingeniero Comercial, fue dirigido y revisado en todas sus partes; por lo tanto autoriza su presentación.

Loja, Marzo de 2014

Atentamente,

Ing. Com. Patricio Gómez Cabrera Mg. Sc.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Mario Enrique Gordillo Ochoa; declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

Autor: Mario Enrique Gordillo Ochoa

Firma: _____

Cédula: 110382655-6

Fecha: Loja, Marzo de 2014

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Mario Enrique Gordillo Ochoa, declaro ser autor de la tesis titulada **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TORTAS PERSONALIZADAS EN LA CIUDAD DE LOJA"**, como requisito para optar el grado de Ingeniero Comercial; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 31 días del mes de marzo de dos mil catorce, firma el autor.

Firma: .....

Autor: Mario Enrique Gordillo Ochoa

Cédula: 110382655-6

Dirección: Urb. Isaac Ordóñez, calles Marcabelí y Arenillas

Correo Electrónico: mariokig1508@hotmail.com

Teléfono: 2572331 **Celular:** 0982808961

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director de Tesis: Ing. Patricio Gómez Mg. Sc.

Tribunal de Grado: Ing. Ney Gallardo Mg. Sc.

Ing. César Neira Mg. Sc.

Ing. Juan Pablo Sampértegui Mg. Sc.

DEDICATORIA

Primero a mi Dios por darme salud, a mis padres por su incondicional apoyo y comprensión y como no a mi mujer e hijos que han sido mi pilar fundamental para seguir adelante y poder culminar con éxito la carrera de Administración de Empresas.

Muchas gracias a todas las personas, amigos, compañeros que de una u otra forma ayudaron para llegar a una feliz terminación.

Mario Gordillo O.

AGRADECIMIENTO

A las autoridades de la Universidad Nacional de Loja, del Área Jurídica Social y Administrativa y a la Carrera de Administración de Empresas; y en forma muy especial a los respectivos docentes, que a través de su orientación en el proceso de enseñanza y aprendizaje, permitieron nuestra profesionalización.

Al señor Ing. Patricio Gómez Cabrera, por su generosa colaboración, expresada en la Dirección del presente trabajo investigativo. De igual forma a todas las personas que de una u otra manera contribuyeron con el desarrollo y culminación de la presente Tesis. Ya que es una satisfacción muy grande haber llegado a la culminación de una de las etapas más de nuestras vidas después de que hemos cursado durante un tiempo muy importante en las aulas universitarias dándonos la oportunidad de descubrir nuevos conocimientos que de una u otra forma nos ayudaron a enriquecer nuestro ser.

En fin mi gratitud a todos quienes apoyaron con su información para el proyecto de investigación; y, además condescendieron en la realización de la presente Tesis de Grado de Ingeniero Comercial.

EL AUTOR

a. TÍTULO

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA, PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TORTAS PERSONALIZADAS EN LA CIUDAD DE LOJA

b. RESUMEN

La presente investigación de Tesis de Grado de Ingeniería Comercial, tiene como objetivo realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de tortas personalizadas en la ciudad de Loja; por lo tanto, se trata de una investigación aplicada para establecer la viabilidad del proyecto de inversión.

Para realizar la investigación fue necesario utilizar el método deductivo-inductivo ya que se parte de una segmentación de mercado geográfica y demográfica para concretarla en una muestra poblacional, y luego mediante la segmentación psicográfica particularizar los gustos y preferencias que influyen en la población en estudio.

El estudio de mercado de la empresa de tortas personalizadas se destina hacia la población de la ciudad de Loja, ya que se presentan varios eventos, fiestas familiares o de amigos y les es imposible realizar este producto. Se estima que el tamaño del mercado objetivo inicial, es de aproximadamente 7938.

El objetivo de la Empresa “Tortas Personalizadas Michelle CIA. LTDA.” es convertirse para el 2017 en una de las pioneras en tortas personalizadas en la ciudad de Loja.

Para esto, es necesario cumplir con las metas y objetivos establecidos de órdenes promedio al día, ventas mensuales, flujos disponibles mensuales y crecimiento de los mismos según la planificación propuesta en el proyecto de inversión.

El proyecto está previsto para atender 1560 tortas personalizadas anuales, considerando que se trabajaran ocho horas diarias que están planteadas de 8H00 a 12H00 y de 14H00 a 18H00 que son las horas normales de trabajo.

Se requiere una inversión de 87879,47, los mismos que se dividirán en: Activos Fijos $79975,37, en Activos Diferidos $ 2421,85 y el Capital de Trabajo $ 5482,25, esta inversión se requiere para el inicio de las operaciones.

La TIR de la inversión es del 22,51%, el VAN es de $407718,81 a cinco años de proyección con valor continuo, la Recuperación del Capital es de 2 años, 10 meses y 24 días; y, se tiene una B/C de 1,24, con lo que se demuestra la viabilidad del proyecto de inversión planteado.

Se concluye que en nuestra ciudad a pesar de haber una gran cantidad de demandantes, y muchos establecimientos de pastelerías no existe una empresa que ofrezca un servicio de pasteles personalizados, es por ello que la empresa debe estar ubicada en un lugar estratégico en donde exista facilidad

de acceso y sobre todo en donde las vías de comunicación estén en excelente estado.

Con los resultados obtenidos en esta investigación se recomienda implementar la empresa, para de esta manera llegar a nuestros consumidores con un producto de alta calidad.

SUMARY

This Thesis research Commercial Engineering aims to conduct a feasibility study for the implementation of a producer and marketer of custom cakes in the city of Loja, therefore , it is an applied research to establish the viability of the investment project.

To conduct the research was necessary to use inductive and deductive method is part of geographical market segmentation and demographic to concretize in a population sample, and then using psychographic segmentation particularize the tastes and preferences that influence the study population.

The market research company custom cake is intended for the population of the city of Loja , and presented several events , family parties or friends and unable to make this product. It is estimated that the initial target market size is approximately 7938.

The objective of the Company "Michelle SA Custom Cakes" for 2017 is to become one of the pioneers in custom cakes in the city of Loja.

For this it is necessary to meet the goals and objectives of orders daily average, monthly sales, monthly disposable flows and growth of the same according to the schedule proposed in the investment project.

The project is scheduled to attend 1560 annual custom cakes, given that you work eight hours a day they are raised from 8H00 to 12H00 and 14H00 to 18H00 which are the normal working hours.

It requires an investment of 87879,47; the same will be divided into: Fixed Assets $ 79,975.37 in deferred assets $ 2421.85 and $ 5482.25 Working Capital, the investment required for the start of operations.

The TIR of the investment is 22.51%, the VAN is $ 407718,81 to five years of continuous value projection, Capital Recovery is 2 years, 10 months and 24 days , and you have a B / C of 1.24, which demonstrates the feasibility of the proposed investment project .

We conclude that in our city despite having a large number of applicants, and many local bakeries there is a company that offers custom cakes service, which is why the business must be located in a strategic place where there is ease access and especially where the roads are in excellent condition.

With the results obtained in this investigation is recommended to implement the company, and in this way reach our consumers with high quality product.

c. INTRODUCCIÓN

La producción de tortas personalizadas es un nuevo concepto que buscará romper con los paradigmas del mercado y satisfacer las necesidades de los consumidores, ya que es un producto que no existe en nuestra ciudad.

La idea del proyecto surge al saber que en nuestra ciudad no existe una empresa que ofrezca estos servicios, es así que nace la opción de que ésta tenga su razón social como “TORTAS PERSONALIZADAS MICHELLE”.

Así mismo, permitirá demostrar la necesidad de crear una empresa que reúna las características que el consumidor actual esta demandando y el mercado no ha sabido ofrecer; es decir que bajo la premisa de ofrecer un servicio que adopte tipos singulares de atención al cliente se pondrá todo el empeño para llegar al éxito deseado, así mismo se pretende contribuir de manera directa con el desarrollo de nuestra ciudad comprometiéndonos de forma seria y responsable con el progreso de la misma.

Este proyecto está orientado a satisfacer necesidades que de una u otra forma involucran a toda la sociedad lojana, hablamos concretamente de salir de las tortas comunes y normales que hay en nuestra ciudad, es así que este proyecto se enfoca en un sistema que cubre una necesidad pero no atenta contra la competencia ni mucho menos con la integridad moral.

Este proyecto está estructurado con los estudios necesarios que implican su factibilidad, los mismos que señalamos a continuación: Estudio de Mercado, el cual con el apoyo de métodos, técnicas y procedimientos, permitió determinar la Demanda, Oferta y Demanda Insatisfecha, estos procedimientos se los da a conocer como los más importantes para determinar de forma veraz las necesidades de los consumidores.

Seguidamente interviene el Estudio Técnico en el que se establece el tamaño y la localización de la empresa así mismo se ha planteado los requerimientos de equipos, espacio físico e instalaciones, ajustadas al proceso comercial.

A continuación el Estudio Organizacional, Legal y administrativo, en el que se determina que la razón social de la empresa se denomina como Compañía de Responsabilidad Limitada, su estructura administrativa estará organizada en relación a los niveles jerárquicos y la descripción de funciones con lo que se facilita el cumplimiento de los objetivos de la empresa para hacer posible el desenvolvimiento de la misma.

Para culminar con los estudios respectivos y con la finalidad de establecer la factibilidad del proyecto se presenta el Estudio Financiero el cual contribuyó para obtener resultados efectivos y saber si es factible invertir en dicho proyecto, así tenemos que esta evaluación es positiva, considerando que es viable incursionar es este proyecto, en él se determina los respectivos

indicadores como el VAN, TIR, de estos resultados positivos obtenidos mediante estos indicadores financieros se demuestra que el proyecto es rentable, así mismo, el indicador RBC, la Recuperación de Capital, un Análisis de Sensibilidad con el incremento en los costos y una disminución en los ingresos, en consecuencia se afirma que el proyecto es factible.

Después de analizado el respectivo proyecto se da a conocer las debidas conclusiones y recomendaciones que se aconsejan tomar en cuenta como directriz para gestionar e incursionar en el mencionado proyecto.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

LA PASTELERÍA

Origen de la Pastelería[1]

Si aceptamos la idea de que una simple mezcla de harina, leche y miel, puesta a secar en una piedra calentada por el sol, podría apreciarse entonces como un manjar fuera de lo común, se puede considerar que el oficio de PASTELERO data de unos 5000 años antes de Cristo, ya en aquélla época se variaba las composiciones de las fórmulas lo que encantaba a los residentes de los primeros Palacios Reales, los mismos que degustaban con placer cada una de las delicias preparadas.

En Grecia se encontró el primer pastel que tomo el nombre de OBELIAS que significaba OFRENDA, tanto que en Francia a principios del siglo XI costaba demasiado juntar y organizar a los Pasteleros y Panaderos, pero cuando se les concedió algunos de ellos el privilegio de fabricar las OBLEAS (OSTIAS) bajo ciertas exigencias y control de la iglesia, comienza la organización, hasta convertirse en verdaderas escuelas de perfeccionamiento.

Pronto los pasteleros se amparan en la iglesia, fabricando OBLEAS para ser entregado a los Monjes a cambio les solicitaban tener presente sus oraciones a favor de ellos, de esta forma comprendemos que la pastelería vivía Un poco al

[1] http://levapan.ejecom.com/site.php?content=185-la-pasteleria-su-origen

ritmo de las fiestas religiosas y se festejaban siempre con pasteles, en nuestros días la pastelería cada vez forma parte importante del consumo diario, pero sigue estando íntimamente asociado a la idea de alegría, fiesta y placer.

La Pastelería o también conocida como Repostería ya contaba con su propia historia en el año 1566, bajo el reinado de CARLOS IX, aquí nace la corporación de pasteleros, que reglamenta el aprendizaje y el acceso a la maestría, el mismo que se examinaba a través de la confección de obras de verdaderos maestros.

En el siglo XVII llega el descubrimiento de la Levadura, lo que viene a enriquecer el campo de la bollaría con una aparición de brioches y muchas especialidades afines, debemos recalcar que el descubrimiento de la levadura biológica es lo que contribuye con mayor fuerza a especializar al sector panadero por un lado y al pastelero por otro, aunque en aquellos tiempos existía muchas cosas en común en el trabajo de masas de pan y pasteles.

Ya en el siglo XVIII en Francia se inicia el desarrollo de las masas de hojaldre, más adelante se hojaldra y se fermenta y a finales de siglo se desarrollo con mucha fuerza una buena línea de bollería.

A principios del siglo XIX, los pasteleros ya tienen un gran repertorio de especialidades, en esta época un famoso cocinero – pastelero Antonin

Careme, publica su obra titulada EL PASTELERO REAL, considerada como la innovación más moderna. En el transcurso de este siglo la profesión precisa sus recetas, sus procesos, sus técnicas para de esa manera mejorar su tecnología, seleccionar sus utensilios y calificar sus materias primas, muchos establecimientos famosos de la actualidad fueron creados en esa época.

Historia de la pastelería[2]

¿Qué es la pastelería? : "Oficio y arte de hacer toda clase de pasteles y dulces".

La etimología de la palabra pastel, que generará a su vez la de pastelería, proviene de una arcaica palabra francesa watel que significa "alimento", aunque algunos especialistas coinciden que esta otra proviene del latín tardío pasta que a su vez deriva del griego pasté que era como se les llamaba en la antigüedad clásica a la "mezcla de harina y salsa".

La pastelería no comprende sólo el arte del pastelero, sino también los productos de su industria. Se divide la pastelería en ligeras y sólidas, sirviéndose la primera al fin de las comidas o en entremés como dulce, comprendiendo un sinnúmero de variedades (galletas, bizcochos, brioches, pastas) y dándose la segunda como parte de la comida y componiéndose a veces de carnes. La pastelería seca constituye una industria aparte y que desde hace medio siglo es de consumo universal. El arte de la pastelería se remonta a una gran antigüedad y hallamos señal del mismo en los banquetes griegos como en el ***Symposion*** y en algunos

[2]http://www.ceeap.es/historia_de_la_pasteleria.htm

pasajes de Plutarco, Ctesión y Jenofonte. En Roma y por la famosa ***Cena de Trimalcion*****,** de Petronio, sabemos que existían muchas variedades de pastelería. Debe mencionarse **el *Artologanus***, de origen griego, cuya pasta contenía vino, leche, aceite y pimienta, la ***Scribita***o pastel de queso, la ***Placenta*** o torta de harina de avena, queso y miel.

La pastelería a lo largo de la Historia

Remontándonos a épocas prehistóricas, se sabe que los hombres primitivos ya consumían alimentos azucarados extraídos de la savia del arce o del abedul, de la miel silvestre, las frutas y las semillas, productos que en el neolítico ya se mezclaban en papillas de cereales sobre piedras calientes, permitiendo de esta manera las elaboraciones de los primeros "pasteles".

Las poesías populares de la Edad Media, de La Salle, Juan de Meung, Chaucer y Arcipreste de Hita mencionan el arte de la pastelería."

En un principio se pensó que la caña de azúcar procedía de la India, pero probablemente su procedencia es de Nueva Guinea, dónde hace 8.000 años ya se utilizaba como planta de adorno en los jardines. También se cortaba y masticaba por su sabor agradable. Desde allí se extendió su cultivo y consumo por numerosas islas del sur del Pacífico, llegando hasta la India, dónde diez siglos antes del comienzo de la era cristiana empezó a cultivarse, obteniéndose

a partir de ella una miel de caña que sustituyó a la miel de abeja en la elaboración de dulces.

Los griegos y romanos conocían el azúcar cristalizado y lo empleaban mucho, tanto en la cocina como en la elaboración de bebidas. Pero fue en Persia, unos quinientos años a.C, cuando se pusieron en práctica métodos para la obtención del azúcar en estado sólido.

Los árabes extendieron su cultivo por toda la ribera del mediterráneo, y en el siglo X después de Jesucristo, existían refinerías en Egipto.

En los países árabes se hicieron muy populares los dulces de azúcar con frutos secos, y al azúcar como tal, la consideraban una golosina exquisita y que a la vez tenía propiedades curativas

Por otro lado, la introducción del cacao en Europa incrementó el consumo de azúcar por la excelente combinación resultante, extendiéndose rápidamente por las cortes europeas.

Aunque la producción de dulces y pasteles se venía haciendo en los países europeos a nivel familiar desde muy antiguo (con el comienzo de la Edad Media), se asegura que el origen de las tiendas de pastelería y confitería actuales, con su obrador en la trastienda, surgieron a partir de las farmacias.

Efectivamente, cuando las recetas se preparaban en la rebotica, se les añadía azúcar o miel para cubrir su gusto poco agradable.

Es también importante indicar que el origen de muchos dulces y pasteles surgió de la necesidad de encontrar métodos para la conservación de alimentos. Así, por ejemplo, se observó que si se calentaba la leche con azúcar, dándole vueltas y dejándola que se concentrase, se obtenía un producto (la leche condensada) de agradable y dulce sabor, y que se podía conservar sin problemas durante largos períodos de tiempo. Igual se puede decir de las mermeladas hechas a partir de frutas y azúcar sometidas a cocción.

En otros casos, surgieron los dulces ante la necesidad de aprovechar determinados productos que existían en abundancia. Así por ejemplo, el turrón surgió como consecuencia de la gran cantidad existente de almendras y miel en determinadas regiones.

El primer libro de Gastronomía fue escrito por Archestratus en el siglo IV a.c., del que se conocen solo fragmentos. Más tarde otros libros escritos por Apicius y Atheneus, fueron la autoridad en materia de gastronomía por muchos años.

Siglo XVI: La pastelería ya contaba con su propia historia cuando, en 1566, bajo Carlos IX, aparece la Corporación de Pasteleros, que regula la reglamentación y "aprendizaje" y el acceso a la "maestría", caracterizado por un examen y la confección de una obra maestra. Aparecen también los helados, los petisús, los pithiviers, etc.

Siglo XVII Se descubre el empleo de la levadura biológica que especializa las profesiones de panadero, por una parte y de pastelero por otra; habiendo puntos comunes en el trabajo de las masas "panes" y "pasteles".

Siglo XVIII Se desarrolla en Francia las pastas hojaldradas, la bollería y se consideraba que la pastelería ya tenía lo esencial de sus "bases".

Siglo XIX, Es la época en que **Antonin Careme**, el famoso cocinero – pastelero, publica su obra *El Pastelero Real,* considerada como la primera de la pastelería moderna. En este siglo, la profesión precisa sus recetas, sus modos de fabricación, progresa su tecnología, mejora sus utensilios, selecciona y especializa sus materias primas. Se crean los más famosos establecimientos que funcionan hasta hoy.

Siglo XX. Dominio del frío (y del calor) como factor de evolución, que abre nuevas perspectivas, mejora la calidad y la productividad.

La enseñanza que podemos sacar de la historia de la pastelería es que está sometida al signo de la evolución.

Corresponde a los jóvenes y a las escuelas dedicadas a la enseñanza de la pastelería hacer progresar esta profesión, respetando el capital de experiencia y tradiciones legado por las generaciones que, al cabo de los siglos, han labrado este inestimable corpus de conocimientos. Inspirándose en él con ingenio, sabrán sacar el mejor partido de los nuevos recursos ofrecidos por los descubrimientos de la ciencia y la tecnología.

Proyecto de Factibilidad

Estudio de Mercado[3]

A continuación, veamos algunas propuestas de reconocidos expertos:

- Para Kotler, Bloom y Hayes, el estudio de mercado "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización".

[3] http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html

- Randall, define el estudio de mercado de la siguiente manera: "La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing".
- Según Malhotra, los **estudios de mercado** "describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor".

En este punto, y teniendo en cuenta las anteriores definiciones, se plantea la siguiente definición de estudio de mercado:

"Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica"

Tipos de Estudios de Mercado:

Los estudios de mercado pueden ser cualitativos o cuantitativos:

- **Estudios cualitativos:** Se suelen usar al principio del proyecto, cuando se sabe muy poco sobre el tema. Se utilizan entrevistas individuales y detalladas o debates con grupos pequeños para analizar los puntos de vista y la actitud de la gente de forma un tanto desestructurada, permitiendo que los encuestados hablen por sí mismos con sus propias

palabras. Los datos resultantes de los métodos cualitativos pueden ser muy ricos y fascinantes, y deben servir como hipótesis para iniciar nuevas investigaciones.

Son de naturaleza exploratoria y no se puede proyectar a una población más amplia (los grupos objetivos).

- **Estudios cuantitativos:** Intentan medir, numerar. Gran parte de los estudios son de este tipo: cuánta gente compra esta marca, con qué frecuencia, dónde, etcétera. Incluso los estudios sobre la actitud y la motivación alcanzan una fase cuantitativa cuando se investiga cuánta gente asume cierta actitud.
- Se basan generalmente en una muestra al azar y se puede proyectar a una población más amplia (las encuestas).

El Proceso del Estudio de Mercado:

Según Kotler, Bloom y Hayes, un proyecto eficaz de estudio de mercado tiene cuatro etapas básicas:

- Establecimiento de los objetivos del estudio y definición del problema que se intenta abordar: El primer paso en el estudio es establecer sus objetivos y definir el problema que se intenta abordar.
- Realización de investigación exploratoria: Antes de llevar a cabo un estudio formal, los investigadores a menudo analizan los datos secundarios, observan las conductas y entrevistan informalmente a los grupos para comprender mejor la situación actual.

- Búsqueda de información primaria: Se suele realizar de las siguientes maneras:
  - Investigación basada en la observación
  - Entrevistas cualitativas
  - Entrevista grupal
  - Investigación basada en encuestas
  - Investigación experimental
- Análisis de los datos y presentación del informe: La etapa final en el proceso de estudio de mercado es desarrollar una información y conclusión significativas para presentar al responsable de las decisiones que solicitó el estudio

ESTUDIO TÉCNICO[4]

El estudio técnico se basa en un análisis de la función de producción, que indica cómo combinar los insumos y recursos utilizados por el proyecto para que se cumpla el objetivo previsto de manera efectiva y eficiente. El estudio técnico es realizado habitualmente por especialistas en el campo objetivo del proyecto (ingenieros, educadores, técnicos, etc.) y propone identificar alternativas técnicas que permitirían lograr los objetivos del proyecto y, además, cumplir con las normas técnicas (ambientales, agrónomas, sectoriales, de seguridad, etc.). Además propone diseños de proyectos de

[4] http://evaluaciondeproyectosapuntes.blogspot.com/2009/05/el-estudio-tecnico-el-estudio.html

"tecnologías apropiadas", compatibles con la disponibilidad de recursos e insumos en el área donde se realiza el proyecto.

El estudio técnico definirá las especificaciones técnicas de los insumos necesarios para ejecutar el proyecto: el tipo y la cantidad de materias primas e insumos materiales; el nivel de calificación de la mano de obra; la maquinaria y los equipos requeridos; la programación de inversiones iniciales y de reposición y los calendarios de mantenimiento. Esta información jugará dos papeles en el ciclo del proyecto: primero, dentro de la misma etapa de preparación, proveerá la información indispensable para realizar las evaluaciones financiera, económica y social así posteriormente constituirá las bases de la normativa técnica para la ejecución del proyecto.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO[5]

Un Estudio Administrativo proporciona las herramientas necesarias para administrar adecuadamente una empresa, cuando esta última se encuentra ya en funcionamiento y si aún no se inician las actividades de la misma, marca el rumbo a seguir en la administración de la nueva empresa. Estas herramientas son los llamados manuales administrativos, entre los que se pueden mencionar, sin desestimar a otros, los más importantes como:

- Manual de organización
- Manual de funciones

[5] http://www.actiweb.es/estudiosymas/manuales_administrativos.html

- Manual de Procedimientos
- Manual de administración ambiental

Las empresas que se encuentran en funcionamiento, deben iniciar un estudio administrativo con un diagnóstico administrativo, el cual dará como resultado la identificación de las necesidades en las distintas áreas que componen la empresa, es por ello que se debe contar con otros manuales como: de seguridad e higiene industrial, de mantenimiento, y otros.

Las empresas que inician operaciones deben iniciar su estudio administrativo con la definición de su misión, visión, metas, objetivos, es decir con la definición de una administración estratégica.

Entre las ventajas que una organización obtiene al realizar un estudio administrativo se pueden mencionar:

- Definir instrucciones generales a seguir para una correcta administración.
- Todos los miembros de la organización trabajan para alcanzar los mismos objetivos, metas y siguiendo una sola planificación estratégica.
- Si la empresa desea obtener una certificación ISO, se facilitará realizar el orden de la información con que la empresa cuenta.

Ahora definamos el contenido general de cada uno de los manuales que se en listaron con anterioridad.

Administración Estratégica: Es un proceso de evaluación sistemática de la naturaleza de un negocio, definiendo los objetivos a largo plazo, identificando metas y objetivos cuantitativos, desarrollando estrategias para alcanzar dichos objetivos y localizando recursos para llevar a cabo dichas estrategias. El punto de partida lógico es identificar la misión, los objetivos y las estrategias de la organización, porque la situación y la condición presentes de una empresa pueden excluir ciertas estrategias e, incluso, pueden dictar un curso concreto de acción. Es una poderosa herramienta de diagnóstico, análisis, reflexión y toma de decisiones colectivas, en torno al que hacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro las organizaciones e instituciones, para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr el máximo de eficiencia y calidad de sus prestaciones. (Fred R. David, Conceptos de Administración Estratégica).

Manual de organización: El manual de organización proporciona una visión general de la empresa sin entrar en detalles, permite visualizar la estructura organizacional, determinar objetivos, políticas, funciones, procedimientos principales, una descripción general de puestos y el directorio que lo compone.

Manual de Funciones: Describe en forma detallada todo lo relacionado a cada puesto de trabajo, el manual de funciones viene a ser el complemento del manual de procedimientos están íntimamente relacionados.

Manual de Procedimientos: Es un manual de carácter específico, ya que describe en forma detallada y concisa todos y cada uno de los procedimientos administrativos que se realizan dentro de una empresa, el detalle de los mismos incluye la ilustración de los procedimientos por medio de un flujograma y su descripción narrativa.

Manual de administración ambiental: comprende básicamente los elementos de cualquier sistema de administración, pero enfocados a mejorar el desempeño ambiental de una organización. Describe de forma general la definición e implementación de la Política Ambiental en la empresa.

ESTUDIO FINANCIERO[6]

Es el proceso en el desarrollo de un plan de negocio donde el emprendedor determina si el proyecto es rentable, es decir que el dinero invertido le va a entregar un rendimiento esperado.

Antes de poner en marcha un negocio es importante conocer la rentabilidad del mismo, esto se identifica en el estudio económico, que resume la información procesada en los estudios anteriores y determina cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto.

Es así como el estudio de mercado nos entrega los ingresos, es decir el pronóstico de ventas.

[6] http://admluisfernando.blogspot.com/2009/07/iv-estudio-financiero.html

El estudio técnico, administrativo, leal y ambiental proporcionan los egresos en forma de inversiones, costos y gastos. Los ingresos versus egresos sirven como base para los estados financieros cuyo conjunto dará el flujo neto de caja, este es el objetivo del estudio económico el cual permitirá conocer cuan rentable es su oportunidad de negocio.

Para comprender cómo se desarrolla el estudio económico es necesario entender lo siguientes conceptos:

INGRESOS Y EGRESOS: se denomina ingreso a toda entrada de dinero por venas o por cualquier otro concepto, mientras que lo egresos son lo desembolsos o salidas de dinero que están representados en las inversiones, los costos y los gastos necesarios para desarrollar las actividades comerciales de la empresa.

ELEMENTOS QUE CONFORMAN LOS EGRESOS DE UNA EMPRESA:

INVERSION: la mayor parte de las inversiones se hacen antes de iniciar el negocio, sin embargo algunas las puede de realizar en el periodo de funcionamiento u operación.

Las inversiones se clasifican en:

Fijas: son aquellas que se realizan en bienes tangibles, estos bienes no son para comercializarse porque se constituyen en la razón de ser de la empresa y

se adquieren para utilizarse durante su vida útil. Ejemplos: terrenos, maquinaria y equipos, vehículos, herramientas, muebles.

Diferidas: son aquellas que se realizan sobre la compra de servicios o derechos legales que son obligatorios para la puesta en marcha de la empresa. Ejemplos: cámara de comercio, investigación de mercados, gastos de montaje, tramitación de créditos, instalación y puesta en marcha.

Capital de trabajo: es una inversión inicial con la que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa, es decir par trabajar. Ejemplos: el dinero disponible en caja o bancos, el bango de los inventarios necesarios en materia prima, materiales, productos en proceso y productos terminados, el tamaño de la cartera o cuantas por cobrar y otros activos corrientes.

GASTOS: Es el dinero que el empresario dispone para pagar lo que se requiere indirectamente en la fabricación y comercialización de los productos. Los gastos no se recuperan, Ejemplo:

Mano de obra indirecta: supervisores, aseadores, celadores.

Gastos por servicios: luz, agua, gas, comunicaciones.

Gastos por mantenimiento, seguros e impuestos.

COSTOS: es el dinero que el empresario dispone para pagar lo que se requiere directamente en la fabricación del producto, el cual se recupera cuando el producto se vende.

Costos fijos: CF, son aquellos costos que permanecen constantes para cualquier nivel de producción. Su magnitud no depende del volumen total de la producción, ni del nivel de utilización de un determinado proceso o servicio. Ente estos se incluyen: depreciación dela maquinaria, valor de arrendamiento de la tierra, bodegas, o instalaciones, intereses sobre las inversiones en equipos, seguros, intereses, servicios, entre otros.

Costos variables: CV, son aquellos que se modifican no necesariamente en forma proporcional en el volumen de producción o con el nivel de utilización del proceso o servicio, si la producción no se realiza, estos costos se eliminaran. Ejemplo: semillas, abonos, sales mineralizadas, materia prima, mano de obra, insumos, alquiler de maquinaria, entre otros.

Rentabilidad: La rentabilidad hace referencia al beneficio, lucro, utilidad o ganancia que se ha obtenido de un recuso o dinero invertido. La rentabilidad se considera también como la remuneración recibida por el dinero invertido. En el mundo de las finanzas se conoce también como los dividendos percibidos de un capital invertido en un negocio o empresa. La rentabilidad puede se representa en forma relativa (en porcentaje).

Todo inversionista que preste dinero, compre acciones, títulos valores, o decida crear su propio negocio, lo hace con la expectativa de incrementar su capital, lo cual sólo es posible lograr mediante el rendimiento o rentabilidad producida por su valor invertido.

La rentabilidad de cualquier inversión debe ser suficiente de mantener el valor de la inversión y de incrementarla. Dependiendo del objetivo del inversionista, la rentabilidad generada por una inversión puede dejarse para mantener o incrementar la inversión, o puede ser retirada para invertirla en otro campo.

Para determinar la rentabilidad es necesario conocer el valor invertido y el ingreso neto, donde el ingreso neto es igual a los ingresos totales (ventas) menos costos totales; el resultado se multiplica por 100 para dar la respuesta en porcentaje.

Punto de Equilibrio

¿Cuántas unidades se tendrán que vender para poder cubrir los costos y gastos totales? ¿Cuál es el valor en ventas que una empresa debe alcanzar para cubrir sus costos y gastos operativos?

Todo gerente necesita saber por anticipado, si un nuevo producto o una nueva empresa, va a producir utilidad o no y en qué nivel de actividad comienza esa utilidad. Para Determinarlo e puede utilizar el análisis de punto de equilibrio.

Para poder comprender mucho mejor el concepto de PUNTO DE EQUILIBRIO, se deben identificar los diferentes costos en el proceso productivo. Se entiende por costos operativos de naturaleza fija aquellos que no varían con el nivel de producción y que son recuperables dentro de la operación. El siguiente ejemplo podrá servir para una mejor comprensión de estos términos:

Una empresa incurre en costos de arrendamiento de bodegas y en depreciación de maquinaria. Si la empresa produce a un porcentaje menor al de su capacidad instalada tendrá que asumir una carga operativa fija por concepto de arrendamiento y depreciación tal y como si trabajara al 100% de su capacidad.

Los costos variables al igual que los costos fijos, también están incorporados en el producto final. Sin embargo, estos costos variables como por ejemplo, la mano de obra, la materia prima y los costos indirectos de fabricación, si dependen del volumen de producción. Por su parte los gastos variables como las comisiones de ventas dependen exclusivamente de la comercialización y venta. Si hay ventas se pagarán comisiones, de lo contrario no existirá esta partida en la estructura de gastos.

El análisis del punto de equilibrio estudia entonces la relación que existe entre costos y gastos fijos, costos y gastos variables, volumen de ventas y utilidades operacionales.

Se entiende por punto de equilibrio aquel nivel de producción y ventas que una empresa o negocio alcanza para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos. En otras palabras, a este nivel de producción y ventas la utilidad operacional es cero, o sea, que los ingresos son iguales a la sumatoria de los costos y gastos operacionales. También el punto de equilibrio se considera como una herramienta útil para determinar el apalancamiento operativo que puede tener una empresa en un momento determinado.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES

Los recursos materiales utilizados para el trabajo de investigación son los siguientes:

Suministros de Oficina

- Hojas de papel bond
- Cartuchos de tinta para impresora
- Carpetas
- Lápiz
- Borrador
- Esferos
- Cuaderno

Equipos de Oficina

- Notebook
- Impresora
- Calculadora
- Grapadora
- Perforadora
- Cámara
- Grabadora

MÉTODOS

Los métodos que se van a emplear para realizar el presente proyecto son los siguientes: método **Histórico** que **s**e lo aplica para conocer los antecedentes de lo que se va a investigar, para de esta manera crear soluciones reales que contribuyan a solucionarlo, método **Inductivo** que permite determinar los problemas por los que atraviesan las empresas al lanzar nuevos productos al mercado, para de esta manera determinar las causas y efectos que los producen, enfocándonos a las empresas de productos similares al presente, método **Deductivo** que sirve para deducir las condiciones, que afectan a las empresas para de esta manera tener en cuenta cuáles son los problemas existentes y de esta manera poder plantear los objetivos.

TÉCNICAS

Las técnicas que se utilizarán para obtener la información pertinente para el Proyecto de factibilidad son los siguientes: **Revisión Bibliográfica** que se la utilizará con la finalidad de obtener información útil como conceptos, datos estadísticos, etc. que sirvan de guía para desarrollar el proyecto de factibilidad, La **Entrevista** se la utilizo para conocer técnicas y procedimientos sobre elaboración de Tortas en la ciudad de Loja, Las **Encuestas** se las aplicó de acuerdo a la cantidad determinada o sea la población que será encuestada en la ciudad de Loja, la misma que permitió conocer las preferencias de los consumidores.

PROCEDIMIENTO

Con los datos obtenidos en la encuesta aplicada se realizó una análisis estadístico mismo que permitió interpretar adecuadamente todos los datos recopilados que luego fueron útiles para realizar el estudio de mercado el cual ayudará a puntualizar los gustos y preferencias de los consumidores en la ciudad de Loja.

Para proyectar la población se tomó como base la información publicada por el INEC con el último censo poblacional del año 2010 en la Ciudad de Loja, que es de 180.617 habitantes con una taza de crecimiento poblacional del 2,65%. Aplicando la formula de la proyección de la población se obtuvo los siguientes resultados:

PROYECCIÓN DE LA POBLACION:

$$\boldsymbol{Pf = Po\ (1 + r)^n}$$

$$Pf\ 2013 = \mathrm{Po}\ 2010\ (1 + \mathrm{r})^n$$

$$Pf\ 2013 = 180617\ (1 + 0{,}0265)^3$$

$$Pf\ 2013 = 195.360$$

En donde:
Pf= Población final
Po= Población inicial
1= constante
r= Taza de crecimiento poblacional
n= Numero de años

Por lo tanto la población al año 2013 en la ciudad de Loja es de 195.360, que dividido para el promedio familiar en la región tenemos que es de 4 miembros, el mismo que da un total de 48.840 familias.

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN CON TCP 2,65%

CUADRO Nro. 1

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN			
AÑO	**POBLACIÓN FAMILIAS**	**PROYECCIÓN 2,65%**	**POBLACIÓN ACTUAL**
2013	48840	1294	50134
2014	50134	1329	51463
2015	51463	1364	52827
2016	52827	1400	54226
2017	54226	1437	55663
2018	55663	1475	57139

FUENTE: INEC
ELABORACIÓN: El Autor

Para determinar la muestra se tomó en consideración el número de familias del año 2013 que representan un total de 48840.

DATOS:

Z= 95 = 1,96
∑= 5= 0,05
P= 0,6
Q= 0,4
N= 48840

FÓRMULA:

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{\sum^2 (N-1) Z^2 PQ}$$

$$n = \frac{(1{,}96)^2 (48840)(0{,}6)(0{,}4)}{(0{,}05)^2\ (48840-1) + (1{,}96)^2 (0{,}6)(0{,}4)}$$

$$n = \frac{(3{,}84)(48840)(0{,}24)}{0{,}0025\ (48839) + (3{,}84)(0{,}24)}$$

$$n = \frac{(3{,}84)11721.60}{122.0975 + 0.9216}$$

$$n = \frac{45010{,}944}{123.0191}$$

$$n = \frac{45011}{123{,}01}$$

$$n = 366\ //$$

De acuerdo a la fórmula realizada anteriormente se puede observar que el número de encuestas que se tienen que realizar a las familias en la ciudad de Loja es de 366.

Población y Muestra

Cuadro Nro. 2

Parroquias de la ciudad de Loja	Población 2010	Población 2013	Número de encuestas	Porcentaje
El Valle	32511	35165	66	18%
El Sagrario	25286	27350	51	14%
Sucre	63216	68376	128	35%
San Sebastián	59604	64469	121	33%
TOTAL	**180.617**	**195.360**	**366**	**100%**

ELABORACIÓN: El Autor

f. RESULTADOS

ENCUESTA A LOS DEMANDANTES

A continuación se presenta la Encuesta aplicada en la ciudad de Loja.

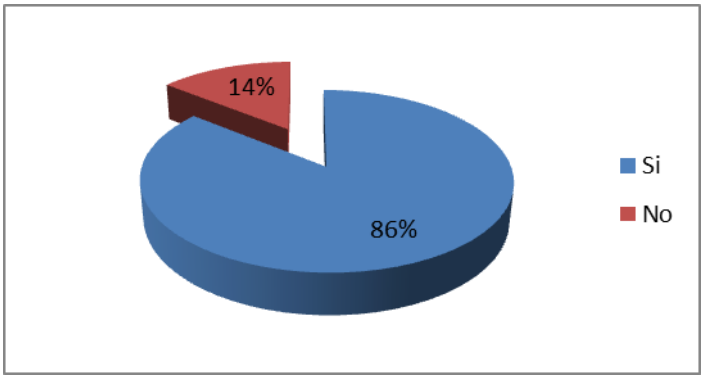
1. **¿En su alimentación consume Tortas (Pasteles)?**

CUADRO Nro. 3

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	314	86%
No	52	14%
TOTAL	**366**	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nro. 1



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Como podemos observar en el cuadro de arriba el 86% de las personas encuestadas afirmaron que consumen tortas en su alimentación acostumbrada, mientras que el 14% no consumen tortas.

Con estos datos nos podemos dar cuenta que en nuestra ciudad los pasteles tienen gran acogida ya que estos se consumen en ocasiones especiales.

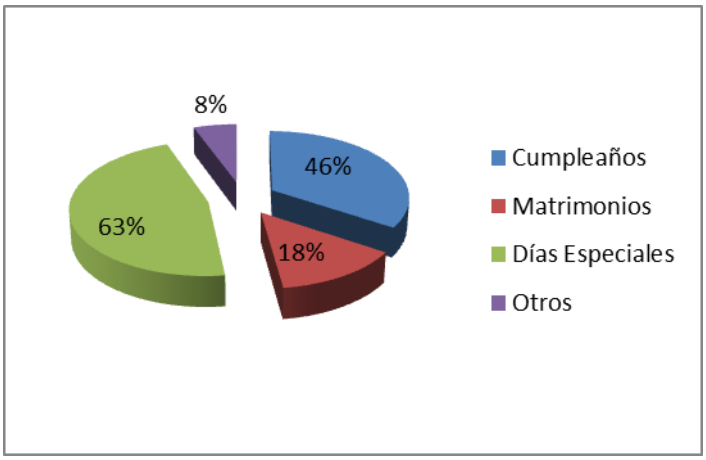
2. **¿En qué motivos consume Ud. las tortas (pasteles)?**

CUADRO Nro. 4

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cumpleaños	146	46%
Matrimonios	58	18%
Días Especiales	198	63%
Otros	24	8%

Fuente: Encuestas
Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nro. 2



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Si observamos el cuadro de arriba nos podemos dar cuenta que un 63% consume tortas en días especiales, el 46% indican que consumen tortas en Cumpleaños, el 18% no dicen que consumen tortas en matrimonios y el 8% nos dicen que las consumen en otras ocasiones.

De acuerdo a los datos obtenidos podemos decir que las tortas se las consume por tradición y que cualquiera sea el motivo estas son las preferidas de la mayor parte de las personas.

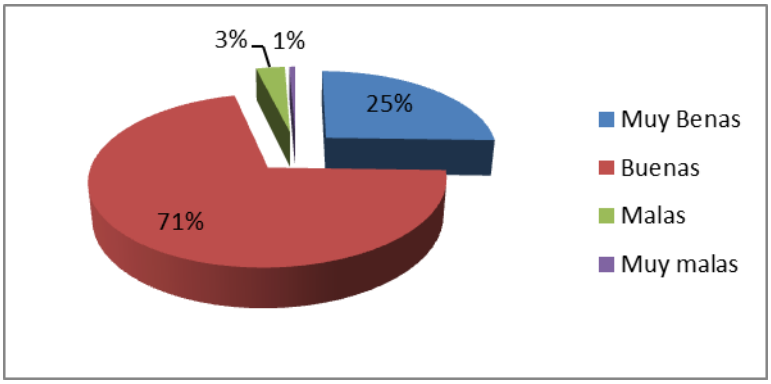
3. **¿Cuál es su apreciación de las tortas que se hacen en nuestra ciudad?**

CUADRO Nro. 5

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Buenas	80	25%
Buenas	222	71%
Malas	10	3%
Muy malas	2	1%
TOTAL	**314**	**100%**

Fuente: Encuestas
Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nro. 3



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Con respecto a la apreciación de las Tortas que se hacen en nuestra ciudad el 71% de las personas encuestadas opinan que las Tortas son buenas, el 25% nos dice que las Tortas son muy buenas, el 3% opina que las Tortas son Malas y el 1% opina que las tortas son muy malas.

De acuerdo a estos datos nos podemos dar cuenta que las tortas que se hacen en nuestra ciudad no cubren todas las expectativas del cliente ya que de acuerdo a la encuesta califican a las tortas que se hacen en nuestra ciudad como Buenas.

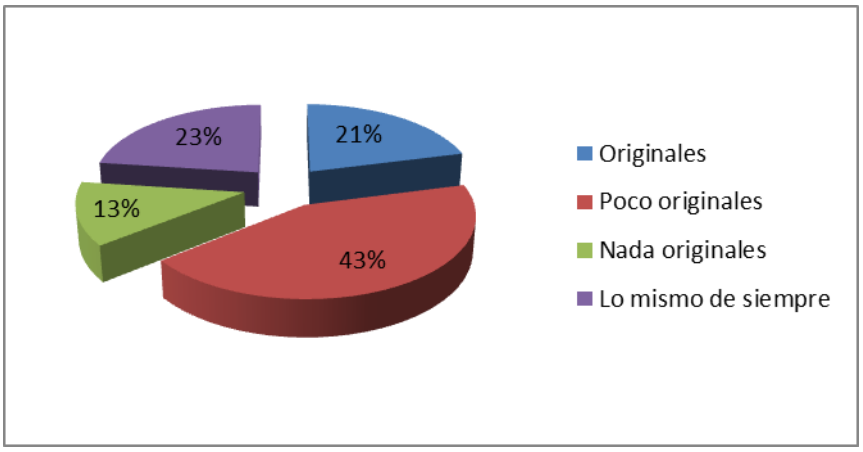
4. La presentación que se les da a las Tortas en nuestra ciudad son:

CUADRO Nro. 6

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Originales	66	21%
Poco originales	136	43%
Nada originales	40	13%
Lo mismo de siempre	72	23%
TOTAL	**314**	**100%**

Fuente: Encuestas
Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nro. 4



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a la presentación que se les da a las Tortas en nuestra ciudad el 43% respondieron que son poco originales, el 23% que son lo mismo de siempre, el 21% son originales y el 13% no son nada originales.

Podemos observar que a la mayor parte de los consumidores no les agrada la presentación que tienen las tortas que se hacen en nuestra ciudad señalándolas como poco originales.

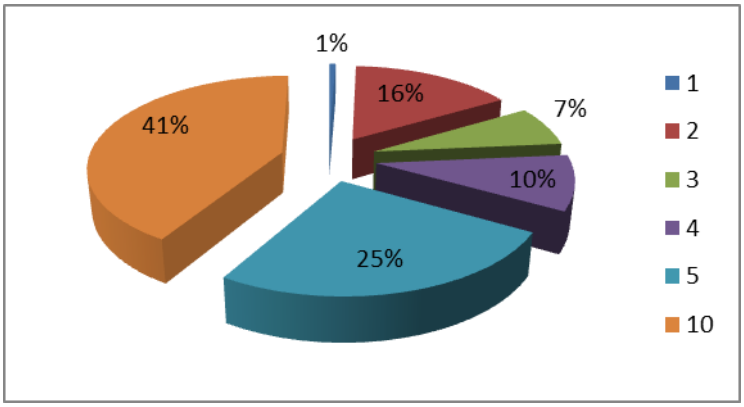
5. ¿Qué cantidad de Tortas suele consumir al año?

CUADRO Nro. 7

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 2	2	1%
2 a 3	50	16%
3 a 4	22	7%
4 a 5	30	10%
5 a 10	80	25%
10 a más	130	41%
TOTAL	**314**	**100%**

Fuente: Encuestas
Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nro. 5



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Con respecto a la cantidad de Tortas que suelen consumir al año el 41% consumen 10 tortas a más en el año, el 25% respondieron que consumen 5 a 10 tortas, el 16% consumen de 2 a 3 tortas, el 10% consumen de 4 a 5 tortas, el 7% consume de 3 a 4 tortas y el 1% consume de 1 a 2 tortas.

Se puede decir que en nuestra ciudad existe un consumo elevado de tortas, lo cual resulta beneficioso ya que la empresa podría llegar a tener una muy buena acogida.

RESUMEN DE CONSUMO PROMEDIO ANUAL DE TORTAS POR FAMILIA

CUADRO Nro. 8

DENOMINACIÓN	FRECUENCIA	TOTAL
1	2	2
2	50	100
3	22	66
4	30	120
5	80	400
10	130	1300
TOTAL		**1988**

FUENTE: Cuadro Nro. 5

ELABORACIÓN: El Autor

Consumo Promedio Anual por familia

$$\textbf{Consumo Promedio Anual por Familia} = \frac{\sum consumo\ anual}{Nro.de\ Encuestados\ que\ consumen\ Tortas}$$

$$\textbf{Consumo Promedio Anual por Familia} = \frac{1988}{314}$$

$$\textbf{Consumo Promedio Anual por Familia} = 6$$

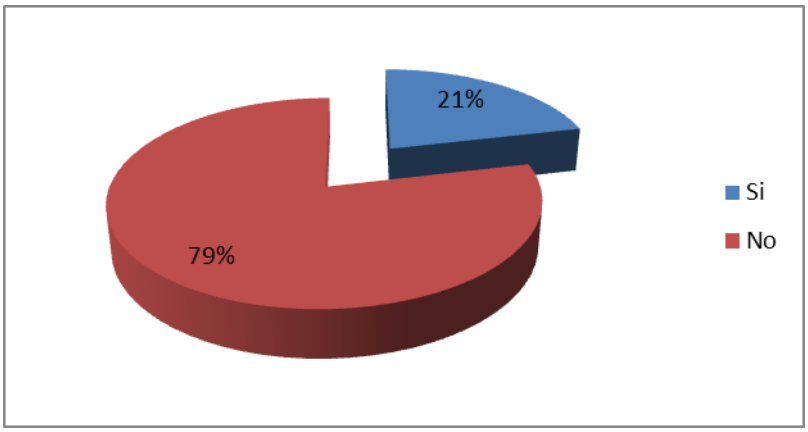
6. ¿Ha consumido Ud. Alguna vez Tortas Personalizadas?

CUADRO Nro. 9

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	67	21%
No	247	79%
TOTAL	**314**	**100%**

Fuente: Encuestas
Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nro. 6



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo al consumo de Tortas Personalizadas el 79% de las personas encuetadas respondieron que no han consumido tortas personalizadas, y el 21% indica que si han consumido alguna vez tortas personalizadas.

Como podemos observar en nuestra ciudad existe un enorme desconocimiento de lo que son las Tortas Personalizadas, lo cual representa una ventaja ya que no se tendría competencia en la ciudad.

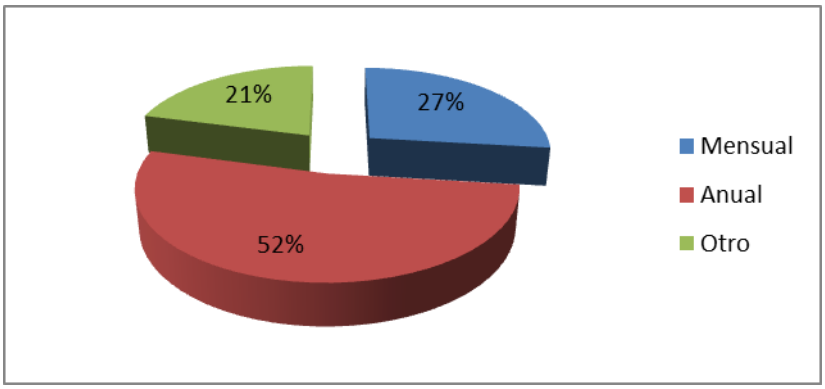
7. **¿Si su respuesta fue si, con qué frecuencia consume usted las tortas personalizadas?**

CUADRO Nro. 10

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mensual	18	27%
Anual	35	52%
Otro	14	21%
TOTAL	**67**	**100%**

Fuente: Encuestas
Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nro. 7



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Con respeto a la frecuencia con la que consumen las tortas personalizadas, el 52% respondieron que lo consumen anualmente, el 27% lo hacen mensual y el 21% respondieron en otras ocasiones.

Con estos datos nos podemos dar cuenta que las personas que consumen tortas personalizadas lo hacen anualmente ya que argumentaron que cuando viajan a otras ciudades encuentran este producto.

8. **¿Ud. conoce si en nuestra ciudad existe una empresa productora y comercializadora de tortas personalizadas?**

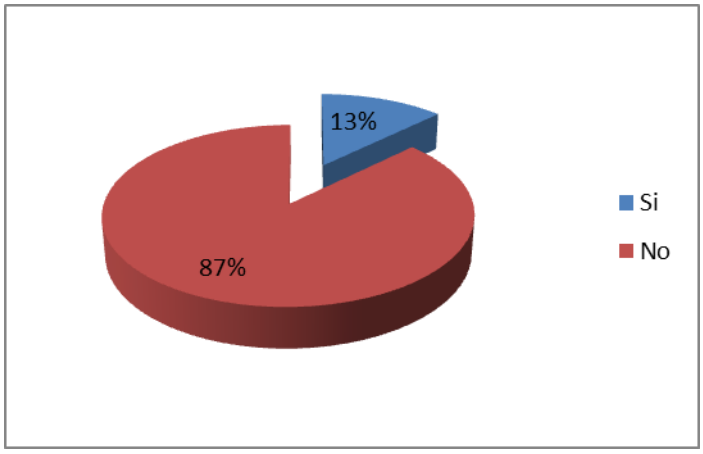
CUADRO Nro. 11

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	9	13%
No	58	87%
TOTAL	**67**	**100%**

Fuente: Encuestas

Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nro. 8



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Como observamos en el cuadro y gráfico de arriba los encuestados contestaron que el 87% no conocen una empresa de tortas personalizadas, y el 13% que si existen.

Como podemos observar en nuestra ciudad no existen empresas que hagan tortas personalizadas, y las que dijeron que SI confunden el producto.

9. **¿Cuáles de los siguientes medios de comunicación sintoniza más y en qué horarios?**

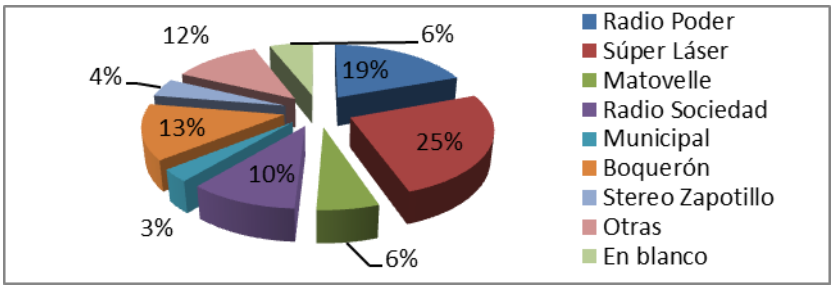
RADIOS

CUADRO Nro. 12

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio Poder	13	19%
Súper Láser	17	25%
Matovelle	4	6%
Radio Sociedad	7	10%
Municipal	2	3%
Boquerón	9	13%
Stereo Zapotillo	3	4%
Otras	8	12%
En blanco	4	6%
TOTAL	**67**	**100%**

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICO Nro. 9



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Con respecto a las radios que más se sintonizan en nuestra ciudad el 25% nos dicen que escuchan la radio Súper Láser, el 19% sintoniza Radio Poder, el 13% sintoniza la radio Boquerón, el 10% sintoniza la Radio Sociedad, el 6% sintoniza Radio Matovelle, el 4% sintoniza radio Stereo Zapotillo, el 3% sintoniza la Radio Municipal, el 12% nos dicen que otras radios como La Bruja, la Hechicera, etc., y el 6% deja la pregunta en blanco.

Con estos datos podemos establecer campañas publicitarias para dar a conocer el producto en la emisora que mas prefieren las personas encuestadas que en este caso es la Radio Súper Láser.

HORARIO DE RADIO

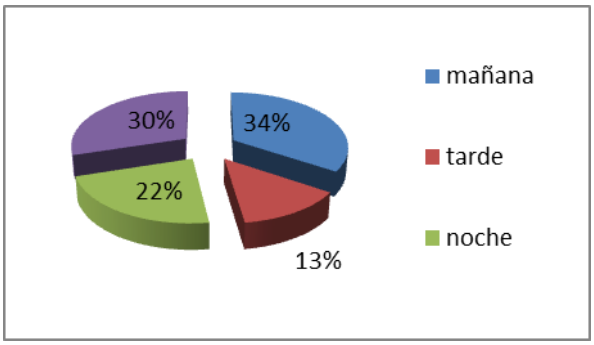
CUADRO Nro. 13

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
mañana	32	34%
tarde	13	13%
noche	21	22%
Horario no definido	28	30%
TOTAL	94	100%

FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICO Nro. 10



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo al horario que mas sintonizan las emisoras radiales, se puede observar que el 34% prefiere el horario de la mañana, el 30% no tiene un horario definido, el 22% prefiere el horario de la noche y el 13% prefiere el horario de la tarde.

Con los datos obtenidos se puede realizar una campaña publicitaria en la emisora que más preferencia tiene y de acuerdo al horario que más la sintonizan que en este caso es en la mañana, ya que así se puede dar a conocer a las Tortas Personalizadas en nuestra ciudad.

TELEVISIÓN:

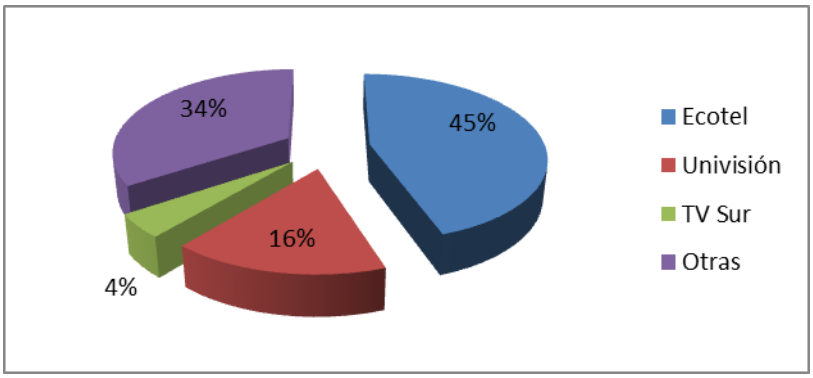
CUADRO Nro. 14

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ecotel	30	45%
Univisión	11	16%
TV Sur	3	4%
Otras	23	34%
TOTAL	**67**	**100%**

FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICO Nro. 11



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Con respecto a los canales de televisión que más sintonizan el 45% selecciona Ecotel, el 16% selecciona Univisión, el 4% selecciona TV Sur y un 34% nos dice que eligen otros canales como RTS, Gama TV, Tele amazonas, etc.

Estos datos son muy útiles al momento de lanzar el producto y que se puede realizar propagandas en los canales que más acogida tienen en nuestra ciudad, para que el producto llegue de manera más directa a los consumidores.

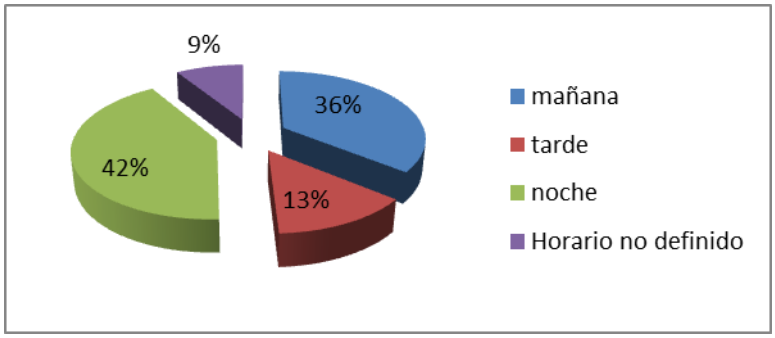
HORARIO DE TELEVISIÓN

CUADRO Nro. 15

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
mañana	24	36%
tarde	9	13%
noche	28	42%
Horario no definido	6	9%
TOTAL	67	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICO Nro. 12



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a la encuesta aplicada se puede determinar que el 42% prefiere el horario de la Noche, el 36% prefiere el horario de la mañana, el 13% prefiere el horario de la tarde y el 9% indica que no tiene un horario definido.

Con la ayuda de estos datos podemos llegar de manera más directa a los consumidores ya que se pueden hacer spots publicitarios para que se conozca el producto con todas sus características.

PRENSA ESCRITA:

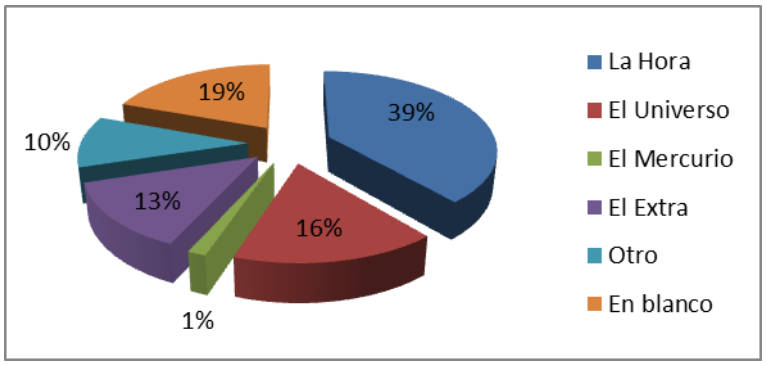
CUADRO Nro. 16

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
La Hora	26	39%
El Universo	11	16%
El Mercurio	1	1%
El Extra	9	13%
Otro	7	10%
En blanco	13	19%
TOTAL	**67**	**100%**

FUENTE: Encuestas

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICO Nro. 13



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Con respecto a los Diarios que más se leen en la ciudad el 39% prefiere el diario La Hora, el 16% prefiere el diario El Universo, el 13% nos dice que el Diario el Extra, el 1% indica que el Diario El Mercurio, el 10% nos dice que prefieren otros diarios como Centinela, la Crónica, entre otros, y el 19% no contesta la pregunta.

Estos datos son muy útiles para dar a conocer el producto, ya que se puede poner publicidad con fotografías que demuestren como es el producto final en el diario que más prefieren los consumidores.

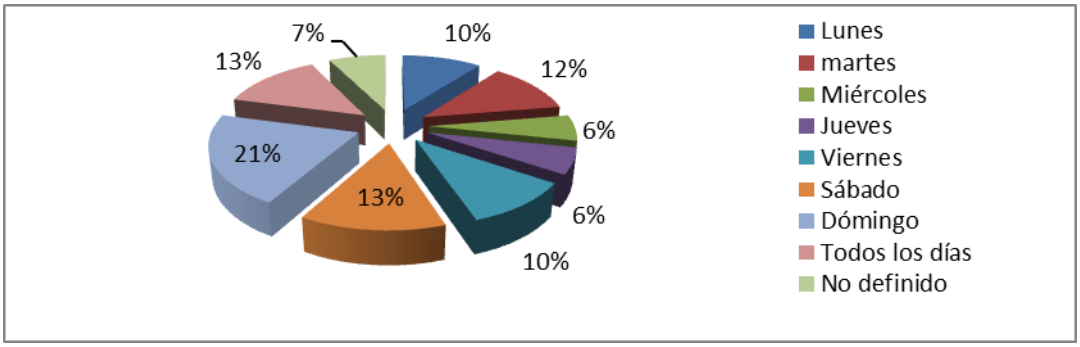
DÍAS QUE LEEN LA PRENSA

CUADRO Nro. 17

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Lunes	7	10%
martes	8	12%
Miércoles	4	6%
Jueves	4	6%
Viernes	7	10%
Sábado	9	13%
Domingo	14	21%
Todos los días	9	13%
No definido	5	7%
TOTAL	67	100%

FUENTE: Encuesta
ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICO Nro. 14



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a los días que las personas más leen el periódico se puede observar que el 21% prefiere los domingos, el 13% adquiere el periódico todos los días, el 13% lo adquiere el día sábado, el 10% prefiere los días lunes, el 7% indica que no tienen un día definido para adquirirlo, el 10% prefiere los días viernes y en igual porcentaje con un 6% lo adquiere los días miércoles y jueves.

Con estos datos obtenidos se puede realizar publicidad que permita a los consumidores conocer el producto, mediante propaganda en el Diario que más

prefieren que es el Diario La Hora y los días Domingos que de acuerdo a la encuesta es el día que mas adquieren el periódico.

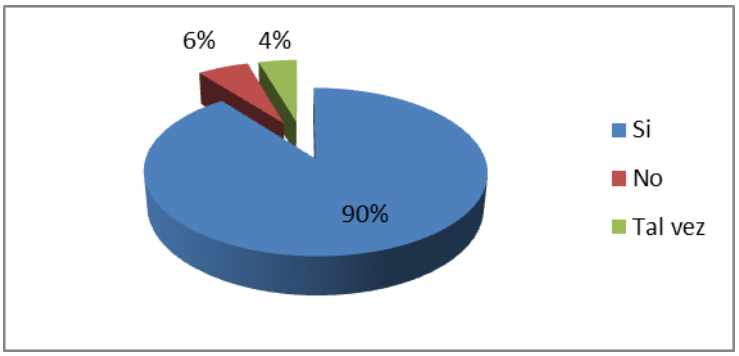
10. ¿En caso de que se implementara una Empresa productora y comercializadora de Tortas personalizadas estaría dispuesto a adquirir el producto?

CUADRO Nro. 18

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	60	90%
No	4	6%
Tal vez	3	4%
TOTAL	**67**	**100%**

Fuente: Encuestas
Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nro. 15



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo al cuadro de arriba nos podemos dar cuenta que el 90% de las personas encuestadas si estarían dispuestos a adquirir las Tortas personalizadas en caso de que la empresa se implementara, el 6% indica que No estarían dispuestos a adquirir el producto y el 4% nos dice que tal vez adquiririan el producto.

Estos datos nos dan la pausa para decir que en nuestra ciudad hace falta una empresa que ayude a satisfacer las necesidades de los consumidores, salir de la rutina y presentar productos nuevos de alta calidad.

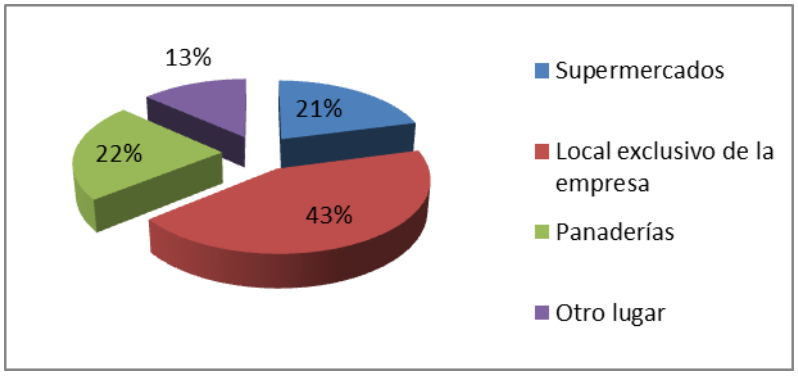
11. ¿Si la empresa se implementara en donde preferiría adquirir el producto?

CUADRO Nro. 19

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Supermercados	14	21%
Local exclusivo de la empresa	29	43%
Panaderías	15	22%
Otro lugar	9	13%
TOTAL	**67**	**100%**

Fuente: Encuestas
Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nro. 16



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a los datos obtenidos podemos observar que el 43% prefiere adquirir el producto en un Local exclusivo de la empresa, el 22% preferiría adquirir el producto en Panaderías, el 21% prefiere adquirir el producto en Supermercados y el 13% nos dice que preferiría adquirir las Tortas personalizadas en otro lugar.

De acuerdo a los datos obtenidos se cree conveniente buscar un local exclusivo de la empresa para de esta manera brindar a los consumidores una atención personalizada y llegar directamente a ellos sin intermediarios.

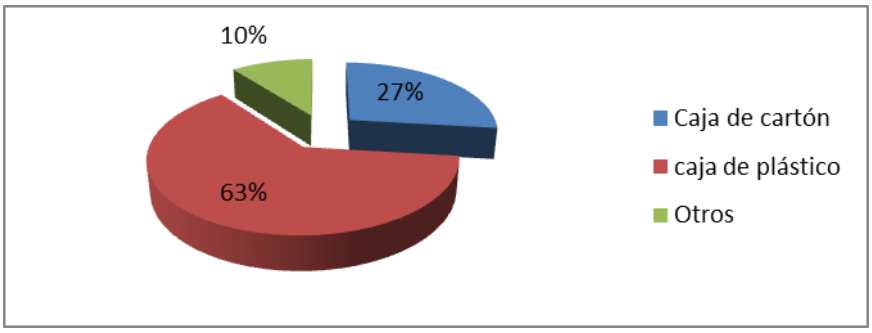
12. ¿En qué tipo de empaque desearía que se le entregue el producto?

CUADRO Nro. 20

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Caja de cartón	18	27%
caja de plástico	42	63%
Otros	7	10%
TOTAL	**67**	**100%**

Fuente: Encuestas
Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nro. 17



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Con respecto al tipo de empaque el 63% nos dice que prefieren que las Tortas estén en una caja de plástico porque se ve mucho mejor, el 27% nos dice que prefieren en caja de cartón y el 10% nos dice que prefieren en otro tipo de empaque.

Con este tipo de datos nos podemos dar cuenta de las preferencias que tienen los consumidores en cuanto a la presentación y de esta manera tomarlas en cuenta al momento de vender el producto para que este tenga más aceptación en la ciudad.

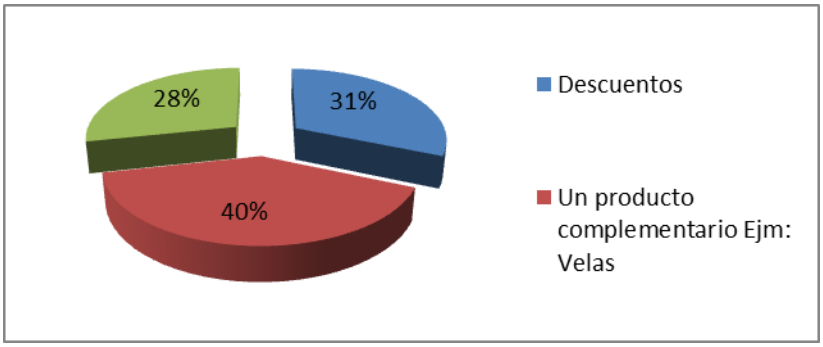
13. ¿Qué tipo de promoción le gustaría obtener al momento de adquirir una Torta Personalizada?

CUADRO Nro. 21

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descuentos	21	31%
Un producto complementario Ejm: Velas	27	40%
Una Torta más pequeña	19	28%
TOTAL	**67**	**100%**

Fuente: Encuestas
Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nro. 18



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Con respecto a las promociones el 40% nos dice que desearían recibir un producto complementario, el 31% nos indica que desearían obtener descuentos y el 28% prefieren recibir una torta más pequeña.

Con los datos obtenidos podemos atraer a más consumidores, realizando buenas estrategias de marketing, entre ellas brindar promociones que resulten atractivas para los consumidores y que permitan a la empresa crecer en grandes proporciones.

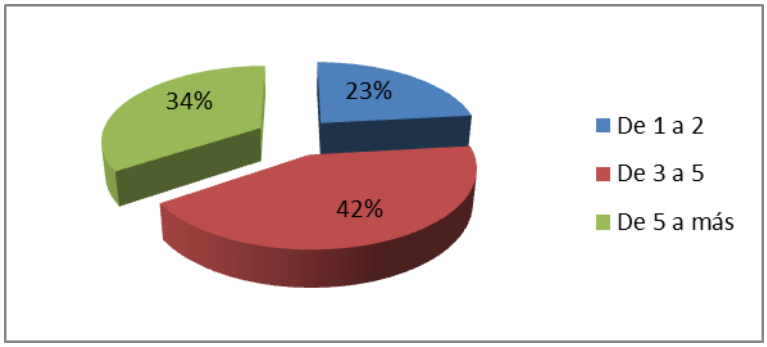
14. ¿Qué cantidad de Tortas Personalizadas estaría dispuesto a consumir en caso de que la empresa se implementara?

CUADRO Nro. 22

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 2	16	24%
De 3 a 5	28	42%
De 5 a más	23	34%
TOTAL	**67**	**100%**

Fuente: Encuestas
Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nro. 19



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Con respecto a la cantidad que estarían dispuestos a consumir el 42% de los encuestados nos dicen que consumirían de 3 a 5 tortas al año, el 34% nos indica que consumirían más de 5 tortas y el 24% indican que consumirían de 1 a 2 tortas.

Con estos datos se tiene una pauta para realizar un adecuado plan de producción y evitar así perdidas de toda índole.

ENCUESTA A LOS OFERENTES

Con la ayuda de los datos que existen en la Cámara de Comercio de Loja se realizó una entrevista a 17 locales que se dedican a vender este tipo de producto, para determinar la cantidad de Tortas que se venden al año.

Los resultados de esta entrevista se los puede observar en el siguiente cuadro:

CUADRO Nro. 23

COMPETENCIA	CANTIDAD VENDIDA A LA SEMANA	PORCENTAJE
Panadería 1	40	5%
Panadería 2	50	6%
Panadería 3	70	8%
Panadería 4	60	7%
Panadería 5	40	5%
Panadería 6	50	6%
Panadería 7	70	8%
Panadería 8	60	7%
Panadería 9	25	3%
Panadería 10	40	5%
Panadería 11	65	8%
Panadería 12	40	5%
Panadería 13	65	8%
Panadería 14	55	6%
Panadería 15	40	5%
Panadería 16	40	5%
Panadería 17	50	6%
TOTAL	**860**	**100%**

FUENTE: Entrevista
ELABORACIÓN: El Autor

Con los datos obtenidos de la entrevista realizada a estas Panaderías se podrá determinar el promedio de Tortas Personalizadas en la ciudad de Loja mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

$$Promedio\ de\ Tortas\ vendidas\ semana = \frac{\textbf{Total de unidades vendidas a la semana}}{Nro.\ de\ Panaderías\ entrevistadas}$$

$$Promedio\ de\ Tortas\ vendidas\ a\ las\ Semana = \frac{860}{17}$$

$$Promedio\ de\ Tortas\ vendidas\ a\ la\ semana = \mathbf{51}\ unidades$$

Una vez aplicada la fórmula correspondiente se logró determinar que la oferta de Tortas en nuestra ciudad es de 51 unidades a la semana. En el siguiente cuadro se puede observar el cuadro de resumen de la Oferta de tortas en la ciudad de Loja.

Cuadro Nro. 24

RESUMEN DE OFERTA DE TORTAS	
VENTA SEMANAL	**VENTA ANUAL**
860	44720

FUENTE: Cuadro Nro. 23
ELABORACIÓN: El Autor

Proyección de la Oferta de Tortas

Cuadro Nro. 25

PROYECCIÓN DE OFERTA DE TORTAS			
AÑOS	**COSTO**	**INCREMENTO 5,41%**	**TOTAL**
1	44720	2419	47139
2	47139	2550	49690
3	49690	2688	52378
4	52378	2834	55211
5	55211	2987	58198

FUENTE: Cuadro Nro. 24

ELABORACIÓN: El Autor

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

Un estudio de mercado sirve para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo. Adicionalmente el estudio de mercado indica si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente, este también especificará qué tipo de clientes son los interesados en los bienes que se ofrece, lo cual sirve para orientar la producción del negocio.

Análisis de la Demanda

La demanda es la cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir para satisfacer sus necesidades.

Para determinar la demanda de Tortas personalizadas en la ciudad de Loja fue necesario en primer lugar conocer la Demanda Total, Demanda Potencial y Demanda Efectiva, luego se las proyecta para cinco años y de esta manera se va a conocer la demanda que va tener nuestro producto.

Proyección de las familias de la ciudad de Loja

CUADRO Nro. 26

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN			
AÑO	**POBLACIÓN FAMILIAS**	**PROYECCIÓN 2,65%**	**POBLACIÓN ACTUAL**
2013	48840	1294	50134
2014	50134	1329	51463
2015	51463	1364	52827
2016	52827	1400	54226
2017	54226	1437	55663
2018	55663	1475	57139

FUENTE: INEC
ELABORACIÓN: El Autor

Determinación de la demanda total

La demanda Total se la calcula en base a la pregunta Nro. 1 de las encuestas aplicadas en la ciudad de Loja en la cual se pregunta: ¿En su alimentación consume tortas (pasteles)? , para ello se toma el porcentaje de la opción SI que en este caso corresponde a 86% y se lo multiplica por el número de familias proyectado para el año 2013, estos datos se pueden observar en el siguiente cuadro:

CUADRO Nro. 27

DEMANDANTES TOTALES

Nro.	AÑO	POBLACIÓN ACTUALIZADA	DEMANDANTES TOTALES
0	2013	48840	42002

FUENTE: Cuadro Nro. 3 y Nro. 26
ELABORACIÓN: El Autor

Determinación de la Demanda Potencial

La Demanda Potencial se calcula en base a la pregunta Nro. 6 de las encuestas aplicadas en la ciudad de Loja, en la cual se pregunta: ¿Ha consumido Ud. alguna vez Tortas Personalizadas?, tomando el porcentaje de la Opción SI que corresponde al 21% y se lo multiplica por la Demanda Total, los datos obtenidos se presentan en el siguiente cuadro:

CUADRO Nro. 28

Nro.	AÑO	POBLACIÓN ACTUALIZADA	DEMANDANTES POTENCIALES
0	2013	42002	8820

FUENTE: Cuadro Nro. 7 y Nro. 27

ELABORACIÓN: El Autor

Determinación de la Demanda Efectiva

Para determinar la Demanda Efectiva se toma en cuenta la pregunta Nro. 10 de las encuestas aplicadas en la ciudad de Loja en la cual se pregunta: ¿En caso de que se implementara una empresa Productora y Comercializadora de Tortas Personalizadas estaría dispuesto a adquirir el producto?, de esta pregunta se toma el porcentaje de la opción SI que en este caso es de 90% y lo vamos a multiplicar por la Demanda Potencial, los resultados se pueden observar en el siguiente cuadro:

CUADRO Nro. 29

Nro.	AÑO	POBLACIÓN ACTUALIZADA	DEMANDANTES EFECTIVOS
0	2013	8820	7938

FUENTE: Cuadro Nro. 18 y Nro. 28
ELABORACIÓN: El Autor

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA TOTAL, REAL Y EFECTIVA DE LOS CONSUMIDORES DE TORTAS PERSONALIZADAS EN LA CIUDAD DE LOJA.

Cuadro Nro. 30

Nro.	AÑOS	POBLACIÓN	CRECIMIENTO 2,65%	POBLACIÓN ACTUALIZADA	DEMANDA TOTAL 86%	DEMANDA POTENCIAL 21%	DEMANDA EFECTIVA 90%
0	2013	47579	1261	48840	42002	8820	7938
1	2014	48840	1294	50134	43115	9054	8149
2	2015	50134	1329	51463	44258	9294	8365
3	2016	51463	1364	52826	45431	9540	8586
4	2017	52826	1400	54226	46635	9793	8814
5	2018	54226	1437	55663	47870	10053	9047

FUENTE: Cuadros Nro. 26, 27, 28, 29
ELABORACIÓN: El Autor

CONSUMO PROMEDIO DE TORTAS PERSONALIZADAS POR FAMILIA

Para determinar el consumo de Tortas Personalizadas por familia en la ciudad de Loja se va dividir el consumo promedio anual para la cantidad de personas que consumen Tortas, de esta manera se determinó que el consumo promedio es de 6 unidades al año.

Con los datos obtenidos se va a calcular la Demanda Efectiva de Tortas (Pasteles), esto se puede observar en el siguiente cuadro:

CUADRO Nro. 31

AÑOS	FAMILIAS DEMANDANTES 90%	CONSUMO PROMEDIO POR FAMILIA	DEMANDA EFECTIVA DE TORTAS
	7733	6	46398
0	7938	6	47628
1	8149	6	48894
2	8365	6	50190
3	8586	6	51516
4	8814	6	52884
5	9047	6	54282

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: El Autor

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para determinar la oferta de Tortas Personalizadas en la ciudad de Loja se toma en cuenta las encuestas realizadas a 17 dueños de panaderías de nuestra ciudad, logrando obtener las ventas anuales (oferta) que corresponden a 44720 unidades, y mediante una regla de tres simple con los datos de la oferta del año 0 que corresponde a 46398 unidades al año se puede observar que la oferta de este producto es del 96%, esto se puede observar en el siguiente cuadro:

CUADRO Nro. 32

AÑO	DEMANDA EN UNIDADES	OFERTA 96%
0	46398	44720
1	47628	45905
2	48894	47122
3	50190	48370
4	51516	49652
5	52884	50968

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: El Autor

BALANCE DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

El balance entre la demanda y la oferta se determina calculando la Demanda insatisfecha, para ello vamos a tomar en cuenta la demanda Futura en unidades (cuadro Nro.30) y le vamos a restar la oferta 96% (Cuadro Nro.24), logrando determinar que la demanda insatisfecha para el primer año es de 1678 tortas (pasteles), estos datos se pueden observar en el siguiente cuadro:

CUADRO Nro. 33

AÑO	DEMANDA EN UNIDADES	OFERTA 96%	DEMANDA INSATISFECHA 4%
0	46398	44720	1678
1	47628	45905	1723
2	48894	47122	1772
3	50190	48370	1820
4	51516	49652	1864
5	52884	50968	1916

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: El Autor

Como se puede observar en el cuadro anterior la Demanda Insatisfecha que existe en nuestra ciudad es del 4%, lo cual significa que se puede aprovechar esto para brindar a los consumidores productos nuevos y de buena calidad que logren acaparar la totalidad del mercado de nuestra ciudad satisfaciendo todas sus necesidades en cuanto a este producto.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Nombre Jurídico de la Empresa

TORTAS PERSONALIZADAS MICHELLE

Razón Social:

Tortas Personalizadas

Logotipo:

Gráfico Nro. 20

PRODUCTO PRINCIPAL:

El producto principal del proyecto son las tortas personalizadas.

EXPLICACIÓN DEL PRODUCTO

Las tortas personalizadas es un nuevo concepto de pastelería artística artesanal, con el único propósito de crear las mejores tortas personalizadas de

acuerdo al gusto del cliente y para todo evento en especial, estas tortas no contienen ningún tipo de conservantes y/o aditivo es 100% natural.

CARACTERISTICAS:

Las tortas personalizadas son productos 100% naturales y no contienen ningún tipo de conservantes ni colorantes que perjudique la salud de los consumidores.

PRODUCTOS DE LA COMPETENCIA:

El producto principal de la competencia son las tortas tradicionales o comunes.

ESTRATEGIA COMERCIAL:

Para que este producto tenga excelente acogida en el mercado debemos asegurarnos de brindar al cliente un producto de excelente calidad, a un precio accesible al público, brindando promociones que nos permitan acaparar la mayor parte del mercado local y así nuestros consumidores lo adquieran de una manera eficaz y con un buen servicio para el cliente.

PRESENTACION DEL PRODUCTO:

La presentación del producto será en caja de plástico, que serán en presentaciones grandes, medianas y pequeñas de acuerdo al tamaño de la torta.

EMPAQUE DEL PRODUCTO:

En la caja de nuestro producto se llevara especificado el logotipo de la empresa con su dirección y números de teléfonos correspondiente.

La propuesta de empaque se puede ver a continuación.

Gráfico Nro. 21

PLAZA:

Comprende las actividades de la empresa que ponen el producto a disposición de los consumidores meta.

La venta de las Tortas Personalizadas se la realizara en local propio de la empresa de nuestra ciudad, para que de esta manera llegue directamente al consumidor.

CANAL DE COMERCIALIZACIÓN:

Las tortas Personalizadas serán comercializadas en el local propio de la empresa y a través de un intermediario para de esta manera llegar al consumidor final.

GRÁFICO Nro. 22

PRECIO:
Para determinar el precio que tendrá el producto en primer lugar se va analizar los costos tanto directos como indirectos que impliquen en la producción de las tortas personalizadas, así mismo se tomará en cuenta los precios de la competencia.

PUBLICIDAD

Son las actividades de comunicación al publico, y su finalidad es difundir mensajes a través de los medios de comunicación que mas se sintonizan en nuestra ciudad, con la intención de persuadir a los públicos a que consuman el producto que se está ofreciendo que son las tortas personalizadas, apoyando al marketing y promoción de ventas que se realizara en nuestra empresa.

Publicidad en Radio: La publicidad por este medio se realizará en la emisora Súper Láser en el horario de las mañanas.

Publicidad en Medios de Televisión: La publicidad por este medio se realizará en Ecotel TV en el horario de las noches.

Publicidad en Prensa Escrita: La publicidad por este medio se realizará en el Diario La Hora los domingos.

ESTUDIO TÉCNICO

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO[7]

Con el tamaño del proyecto nos estamos refiriendo a la capacidad de producción instalada que se tendrá, ya sea diaria, semanal, por mes o por año. Depende del equipo que se posea, así será nuestra capacidad de producción.

Capacidad Instalada

La capacidad instalada hace referencia al volumen de producción que puede obtenerse en un período determinado en una cierta rama de actividad. Se relaciona estrechamente con las inversiones realizadas: la capacidad instalada depende del conjunto de bienes de capital que la industria posee, determinando por lo tanto un límite a la oferta que existe en un momento dado.

Como se puede observar en el cuadro de abajo la Empresa productora de Tortas personalizadas necesita la siguiente maquinaria para iniciar sus labores:

CUADRO Nro. 34

MAQUINARIA			
DENOMINACIÓN	**CANTIDAD**	**CAPACIDAD**	**CAPACIDAD TOTAL POR DÍA**
Horno a gas de 4 bandejas	1	12 moldes en 45 min. A 180°C	384 tortas
Batidora	1	6 litros en 20 min.	432 litros
Licuadora	1	4 litros en 5 min.	1152 litros
Microondas	1	2 fuentes	576 fuentes

FUENTE: Internet
ELABORACIÓN: El Autor

[7] http://www.aulafacil.com/proyectos/curso/Lecc-6.htm

La capacidad Instalada para la empresa de Tortas Personalizadas MICHELLE se calculará en base a la Demanda Insatisfecha del producto cuyo valor es del 4%.

Capacidad Utilizada

Para determinar la Capacidad Utilizada se va a tomar en cuenta la demanda de tortas siendo este valor de 66288 unidades al año y la producción anual de tortas personalizadas que corresponde a 3120, este último valor se convierte en la Capacidad Instalada, de este valor se va empezar en el primer año con el 50% hasta llegar al año 5 con el 90%, esto se puede observar en el cuadro Nro. 32 que corresponde al Programa de Producción.

Programa de Producción[8]

En el siguiente cuadro podemos observar el programa de producción para los cinco años de vida útil de la empresa "TORTAS PERSONALIZADAS MICHELLE".

CUADRO Nro. 35

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE	CAPACIDAD UTILIZADA
1	3120	50%	1560
2	3120	60%	1872
3	3120	70%	2184
4	3120	80%	2496
5	3120	90%	2808

FUENTE: Cuadro Nro. 30

ELABORACIÓN: El Autor

[8] http://www.monografias.com/trabajos24/control-produccion/control-produccion.shtml#program

Como podemos observar en el cuadro de arriba se va iniciar la actividades de la empresa con un 50% de la capacidad Instalada, para de esta manera tratar de cubrir la demanda insatisfecha que existe en el mercado.

Cálculo de la Mano de Obra Directa

Es la mano de obra que se va a utilizar en el área de Producción de la empresa.

Para determinar la mano de obra que se necesita para el presente proyecto se utilizará los tiempos establecidos en los Diagramas de procesos (Cuadros Nro. 38 y Nro. 39) y se utilizará la siguiente fórmula:

$$\boldsymbol{Mano\ de\ Obra\ Requerida} = \frac{Tiempo\ empleado\ para\ Elaborar\ 100\ Tortas}{Horas\ laborables\ anualmente}$$

$$\boldsymbol{Mano\ de\ Obra\ Requerida} = \frac{4055\ min}{2536}$$

$$\boldsymbol{Mano\ de\ Obra\ Requerida} = 2$$

Como se puede observar en el cuadro de arriba la mano de obra que se necesita para producir 100 Tortas es de 2 personas.

Descripción de la Materia Prima

La materia prima que se requiere para poder elaborar las Tortas Personalizadas en la ciudad de Loja se la puede encontrar en cualquier momento del año, ya que son materias primas que abundan en el mercado.

En el siguiente cuadro se puede observar la Materia Prima que se necesita para poder elaborar las Tortas:

CUADRO Nro.36

MATERIA PRIMA	
Harina	Leche entera
Polvo de hornear	Agua
Azúcar	Glicerina
Huevos	Glucosa
Extracto de Vainilla	Gelatina sin sabor
Mantequilla	Esencia
Leche condensada	Azúcar impalpable

FUENTE: Libros de pastelería
ELABORACIÓN: El Autor

Localización de la Empresa Productora y Comercializadora de Tortas Personalizadas en la ciudad de Loja "Tortas Michelle".

La localización geográfica de la empresa es una decisión de tipo estratégico, vital para la viabilidad de la misma. Dicha decisión dependerá de ciertos factores que pueden favorecer o perjudicar la actividad económica presente y futura de la empresa en una determinada localidad, municipio, zona o región.

La elección del local para instalar el negocio es una decisión básica. Piense si puede plantear impedimentos para la ampliación de la empresa y examine detenidamente su superficie, su distribución en planta, su coste y forma de

adquisición (alquiler, compra, leasing), la reglamentación que puede afectarle, etc.[9]

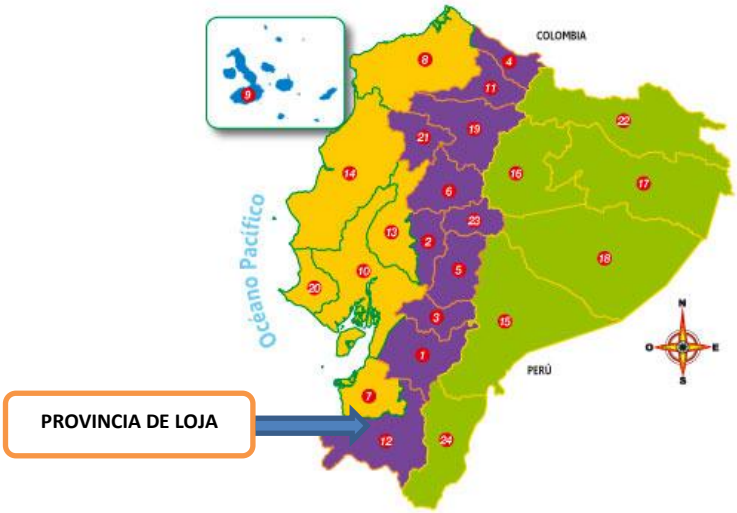
Para elegir la mejor ubicación vamos a tomar en cuenta dos aspectos muy importantes que permitan tomar la mejor decisión sobre la ubicación de la empresa, estas son la Macro localización y la Micro localización.

Macro localización de la Empresa "Tortas Personalizadas Michelle"

Es importante dar a conocer de forma objetiva la Ubicación de la planta donde se va a Producir las Tortas Personalizadas Michelle, con el propósito de que los consumidores conozcan la ubicación de la empresa, la misma que estará ubicada en la Provincia de Loja, Cantón Loja.

GRÁFICO Nro.: 23

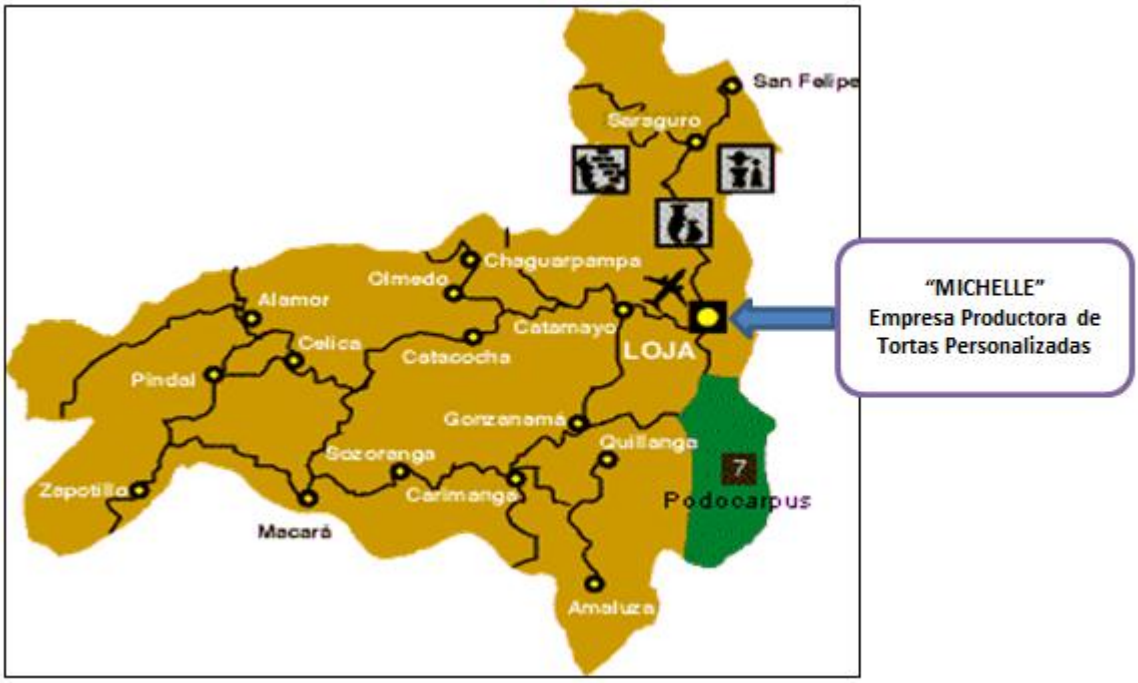
MAPA DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR



[9] http://www.camarafp.org/portal/index.php/estudiantes/ubicacion-de-la-empresa.html

GRÁFICO Nro. 24

MAPA DE LA PROVINCIA DE LOJA



Ciudad de Loja[10]

El cantón Loja cuya capital es la ciudad de Loja, cuenta con una extensión de 2.968 Km^2. y una población de 180617 habitantes.

La altitud del cantón es de 2100 msnm y 2135 msnm de altitud en la provincia, lo cual combinado con otras características geográficas le brindan un clima templado con una temperatura que oscila entre 16º y 21º C.

La ciudad de Loja limita al Norte con el Cantón Saraguro, al Sur y al Este con la Provincia de Zamora Chinchipe y al Oeste con la Provincia de El Oro, y cantones de Catamayo, Gonzanamá y Quilanga.

[10] http://www.lojaturistico.com/?q=node/34

MICROLOCALIZACION

Para seleccionar la mejor ubicación realizamos una matriz de ubicación la misma que nos permite elegir cuál es el lugar más adecuado para poder ejecutar nuestro proyecto en base a 9 parámetros para de esta manera asignar una puntuación de 1 a 10, y el que obtenga más puntos será la mejor opción para la Ubicación de la Empresa.

Descripción de Parámetros:

Local: Si cuenta con un local propio o se va arrendar.

Sector: Si el sector donde va funcionar la empresa está bien ubicado para que de esa manera puedan llegar sin ningún inconveniente los proveedores.

Materia prima: Si la materia prima que se requiere se la puede conseguir fácilmente.

Mano de obra: Si existe mano de obra calificada para producir las Tortas Personalizadas.

Vía de acceso: Si las principales vías de acceso no presentan ningún inconveniente para llegar a la empresa productora de Tortas Personalizadas.

Aspectos ambientales: Si la Producción de Tortas Personalizadas no contamina de alguna manera al sector en donde se va a establecer la Planta.

Agua: Si el local cuenta con este líquido que es vital para la producción de Tortas Personalizadas.

Luz: Si el local cuenta con este servicio ya que la maquinaria es automatizada y requiere de el para poder funcionar.

Teléfono: Si el lugar cuenta con este servicio que ayuda a la comunicación con los principales proveedores y consumidores.

El desarrollo de esta Matriz se puede observar a continuación:

Matriz de Micro Ubicación de la Empresa Productora y Comercializadora de Tortas Personalizadas "Michelle"
CUADRO Nro.37

UBICACIÓN	LOCAL	SECTOR	MAT. PRIMA	MANO DE OBRA	VIA DE ACCESO	ASPECTOS AMBIENTALES	AGUA	LUZ	TELÉFONO	TOTAL
Calle Rocafuerte y Juan José Peña	9	10	10	10	10	9	10	10	10	**88**
Urb. Isaac Ordoñez	8	8	9	10	8	9	10	10	10	**82**

ELABORACIÓN: El Autor

Dirección Seleccionada: Como podemos observar en el presente cuadro la opción que se ha elegido para realizar la producción de Tortas Personalizadas es en las Calles Rocafuerte entre Juan José Peña y Pasaje Sinchona ya que esta dirección fue la que cumplió todos los requisitos antes mencionados lo cual se puede evidenciar en el mayor puntaje que este obtuvo.

CROQUIS DE UBICACIÓN DE LA EMPRESA

GRÁFICO Nro. 25

FUENTE: Google Earth

DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA PLANTA PROCESADORA DE TORTAS PERSONALIZADAS "MICHELLE"

GRÁFICO Nro. 26

PLANO DE LA EMPRESA

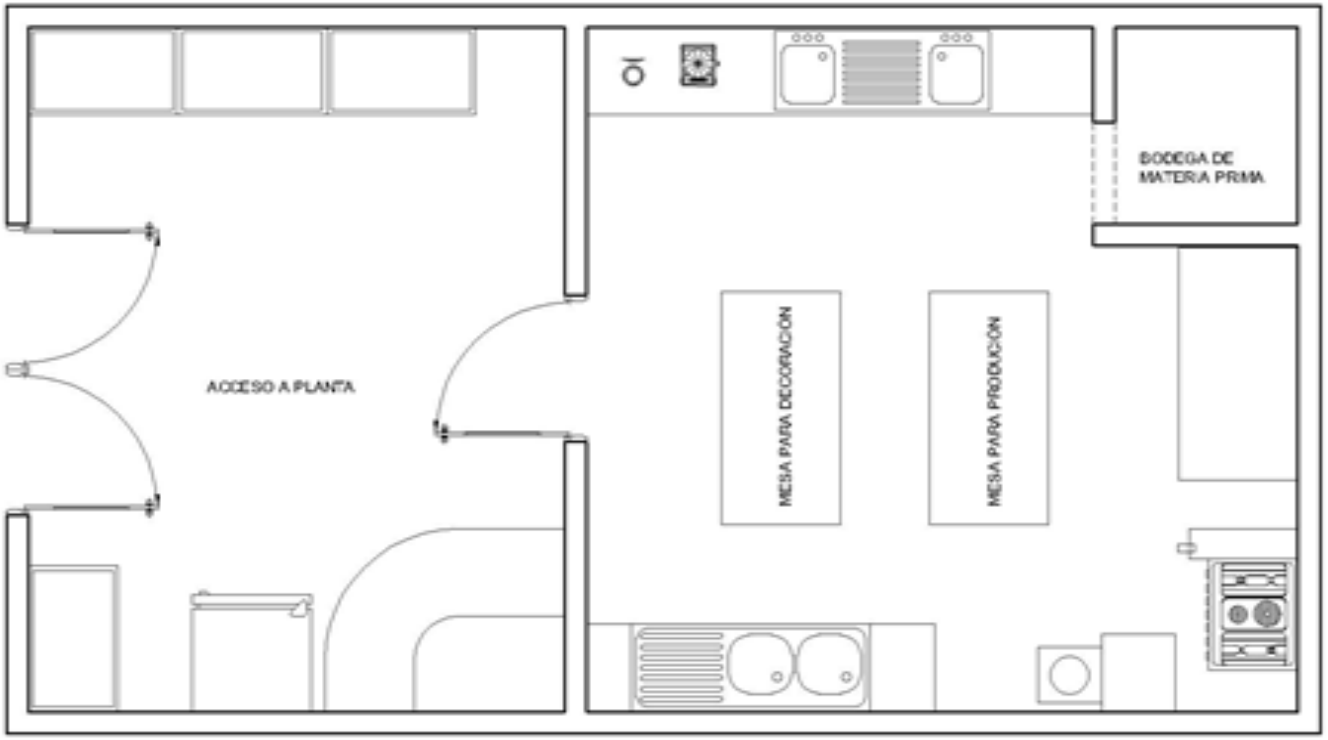


GRÁFICO Nro. 27

DISEÑO DEL ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE

FUENTE: http://www.soloarquitectura.com/foros/showthread.php?82053-Infograf%EDa-para-proyecto-de-pasteler%EDa-en-estaci%F3n-de-servicio

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Se determino los recursos físicos que la empresa requiere para desarrollar sus operaciones de la manera más adecuada.

Maquinaria requerida para la producción de tortas personalizadas

HORNO A GAS

GRÁFICO Nro. 28

BATIDORA INDUSTRIAL

GRÁFICO Nro. 29

LICUADORA INDUSTRIAL

GRÁFICO Nro. 30

MICROONDAS

GRÁFICO Nro. 31

CUADRO Nro. 38
DIAGRAMA DE RECORRIDO PARA LA ELABORACIÓN DE TORTAS PERSONALIZADAS

DESCRIPCIÓN							TIEMPO
Recepción de Mat. Prima							50 min.
Pesado de Mat. Prima							20 min.
Batido							100 min
Depósito en moldes							200 min
Horneado							375 min
Enfriamiento							120 min
Desmoldado							200 min.
Rellenado							400 min.
Cubierto con betún grasoso							300 min.
Cubierta con Fondant							300 min.
Decorado							1000 min.
Empacado							300 min.
Etiquetado							200 min.
TOTAL							**3565 min.**

LEYENDA

Operación | Inspección | Demora | Operación e Inspección | Transporte | Almacenamiento

CUADRO Nro. 39
DIAGRAMA DE RECORRIDO PARA LA ELABORACIÓN DEL FONDANT

DESCRIPCIÓN							TIEMPO
Recepción de insumos							50 min.
Pesado de Mat. Prim							30 min.
Mezcla de agua con gelatina							20 min.
Disolución de glucosa y glicerina a fuego lento							20 min.
Adición de azúcar pulverizada poco a poco							40 min.
Amasado							100 min.
Adición de la esencia y colorantes							15 min.
Obtención de la Masa final							60 min.
Untar manteca en la masa							15 min.
Envolver la masa con plástico							40 min.
Estirado de masa							100 min.
TOTAL							490 min.

FUENTE: http://foro.univision.com/t5/Club-de-Reposteras/COMO-HACER-FONDANT-PASO-A-PASO-FOTOS-LISTO/td-p/287144999#axzz20PjbVbIP
ELABORACIÓN: El Autor

FLUJOGRAMA DE PROCESO DE TORTAS PERSONALIZADAS
GRÁFICO Nro. 32

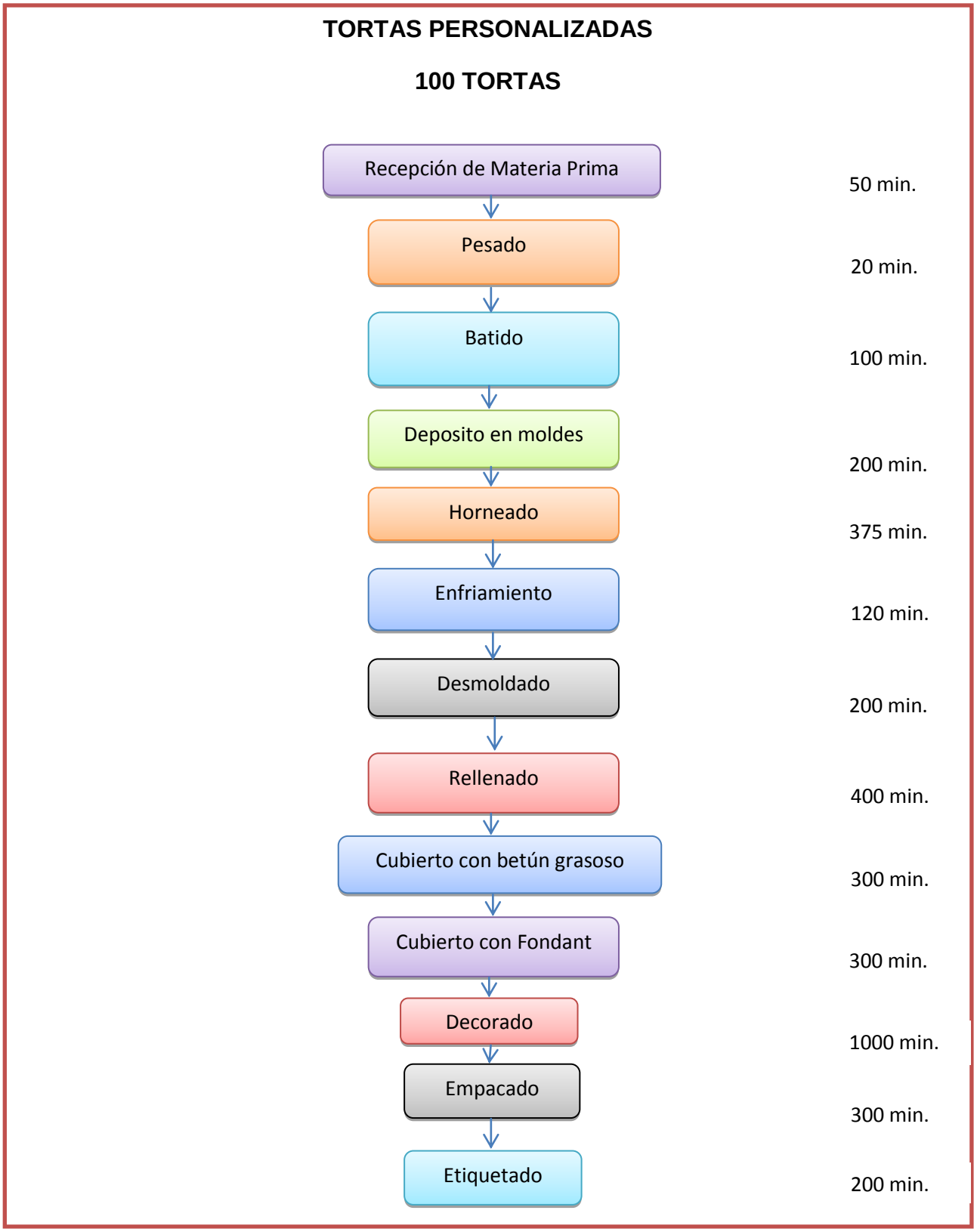
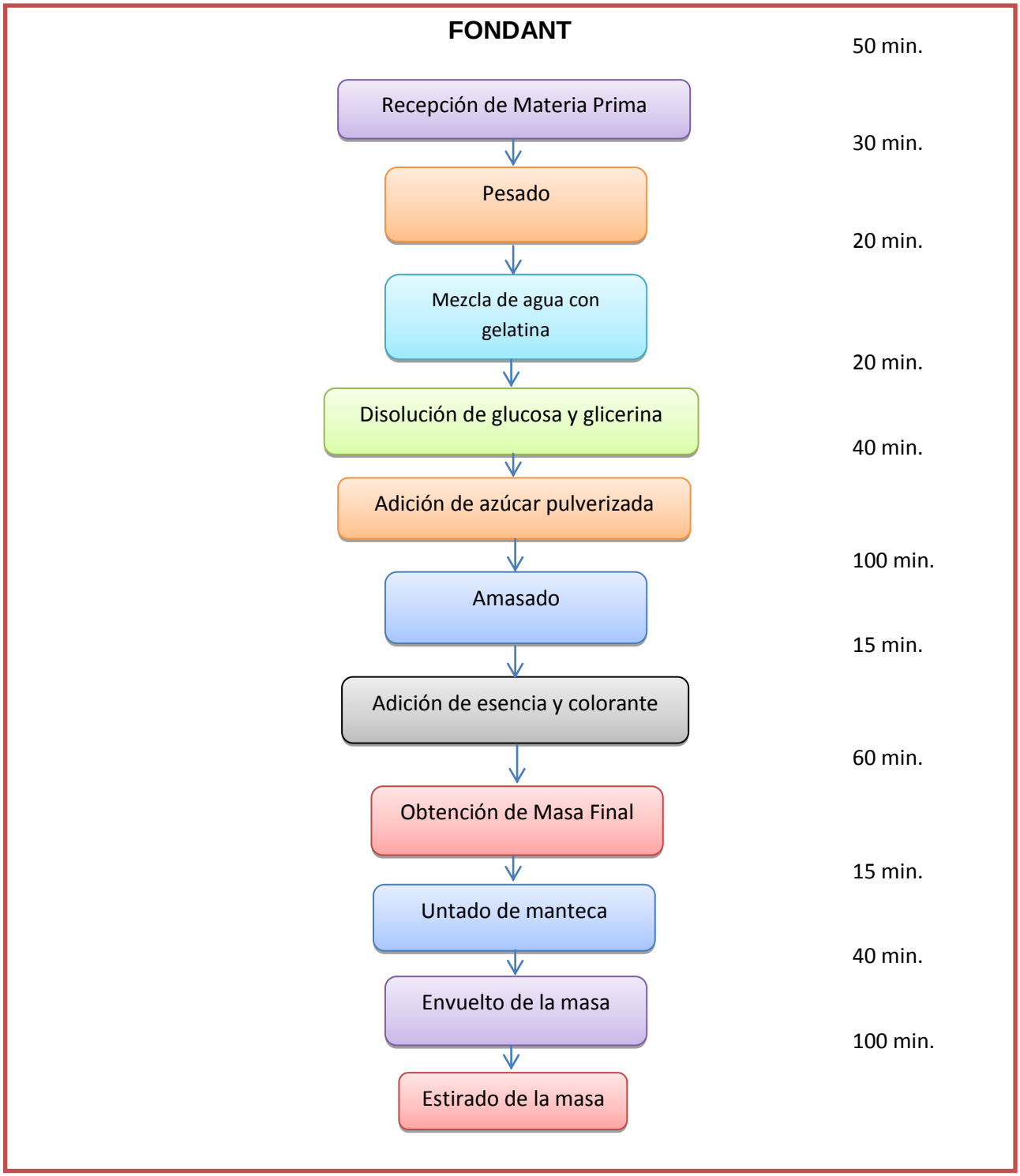


Gráfico Nro.33



ESTUDIO ADMINISTRATIVO

ASPECTOS LEGALES DE LA EMPRESA

Para la Implementación de la Empresa Productora y Comercializadora de Tortas Personalizadas se cree conveniente que la empresa sea de Responsabilidad Limitada.

- Nombre, documento de identidad, domicilio y dirección del empresario.- Mario Enrique Gordillo Ochoa, C.I. 1103826556, domicilio Urb. Isaac Ordoñez calles Arenillas y Marcabelí.
- Denominación o razón social de la empresa, seguida de la expresión "Responsabilidad Limitada", o de su sigla CIA. LTDA. .-TORTAS MICHELLE. CIA. LTDA.
- El domicilio.- La Empresa va a estar ubicada en las Calles Vicente Rocafuerte entre Juan José Peña y Pasaje Sinchona.
- El término de duración, si éste no fuere indefinido.- Se determino que la Empresa Tortas Michelle tenga una duración de 5 años.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la empresa podrá realizar cualquier acto lícito de comercio.- La actividad principal de la Empresa será específicamente de producción y comercialización.
- El monto del capital haciendo una descripción pormenorizada de los bienes aportados, con estimación de su valor.- Los socios de la empresa

proveerán del capital necesario para las operaciones de la empresa y en caso de requerir más capital lo harán mediante un crédito.

- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores.- A falta de estipulaciones se entenderá que los administradores podrán adelantar todos los actos comprendidos dentro de las actividades previstas.

NIVELES JERÁRQUICOS DE LA EMPRESA "TORTAS PERSONALIZADAS MICHELLE"

Los Niveles Jerárquicos de la Empresa "TORTAS MICHELLE" son los siguientes:

Nivel Directivo:

Conformado por la Junta General de Socios, son los que toman las decisiones más importantes en una empresa.

Nivel Ejecutivo:

En este nivel se encuentra el Gerente General de la Empresa y su función consistirá en ejercer autoridad para garantizar el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

Nivel Auxiliar:

Este nivel lo conforma la Secretaria y su función será brindar apoyo a los demás niveles de la empresa.

Nivel Operativo:

Este nivel estará conformado por producción, ventas y finanzas, y su función principal consiste en ejecutar las actividades básicas de la empresa.

MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA "TORTAS MICHELLE"

MANUAL DE FUNCIONES DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS

CUADRO Nro. 40

	EMPRESA PRODUCTORA DE TORTAS MICHELLE	**FECHA:**	10-07-2012
		DIRECCIÓN:	Calle Rocafuerte entre J. J. Peña y Pasaje Sinchona
		TELÉFONO:	2572331

MANUAL DE FUNCIONES	
Nombre del Puesto	JUNTA GENERAL DE SOCIOS
Serie Nro.	001
Jefe Inmediato:	Ninguno
Número de Responsables:	7 Personas
NATURALEZA DEL PUESTO	
Tomar decisiones, dirigir y controlar las actividades que desarrolla la empresa.	
CARACTERÍSTICAS DEL CARGO	
Se encargan de tomar las decisiones más importantes que influirán en el desarrollo de la empresa.	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
➕ Designar consejeros principales y suplentes del Consejo de Administración ➕ Conocer y aprobar el balance general. ➕ Determinar la forma de reparto de los beneficiarios sociales. ➕ Determinar la amortización de acciones, siempre y cuando se cuente con utilidades líquidas disponibles para el pago de dividendos. ➕ Toma de decisiones en cuanto a prórroga del contrato social, de la disolución anticipada, del amento o disminución de capital suscrito o autorizado, y de cualquier reforma de los estatutos sociales.	
REQUISITOS MÍNIMOS	
Conocimiento:	➢ Planear, controlar, dirigir, organizar, analizar, calcular, deducir.
Experiencia:	No especificada
Aptitudes:	Responsabilidad, Honradez.

FUENTE: http://www.nitzanonline.com/pdf/StockholdersCouncil%20.pdf
ELABORACIÓN: El Autor

MANUAL DE FUNCIONES DEL GERENTE GENERAL

CUADRO Nro. 41

	EMPRESA PRODUCTORA DE TORTAS MICHELLE	**FECHA:**	10-07-2012
		DIRECCIÓN:	Calle Rocafuerte entre J. J. Peña y Pasaje Sinchona
		TELÉFONO:	2572331
MANUAL DE FUNCIONES			
Nombre del Puesto	GERENTE GENERAL	**Edad:**	25 en adelante
Serie Nro.	002	**Sexo:**	Indistinto
Jefe Inmediato:		**Nivel de Educación**	Superior: Administración de Empresas o afines.
Número de Responsables:	6 Personas		
NATURALEZA DEL PUESTO			
Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa a fin de lograr los objetivos, tanto de la Empresa como personales.			
CARACTERÍSTICAS DEL CARGO			
El papel fundamental del Administrador Financiero, consiste en lograr un equilibrio administrativo, económico y organizativo en la ejecución de las tareas de la empresa, así mismo minimizar riesgos que afecten al crecimiento y desarrollo de la empresa.			
FUNCIONES ESPECÍFICAS			
➕ Representar a la Empresa y Administrar su patrimonio. ➕ Delegar funciones en asuntos específicos. ➕ Velar porque se lleven correctamente la contabilidad y los libros de la empresa. ➕ Cumplir y hacer cumplir los Estatutos y los Reglamentos de la Empresa. ➕ Definir los niveles de los cargos conforme a la estructura organizacional y la planta de personal. ➕ Fijar los objetivos globales.			
REQUISITOS MÍNIMOS			
Conocimiento:	➢ Planear, controlar, dirigir, organizar, analizar, calcular, deducir. ➢ Las habilidades mentales que debe poseer la persona para este cargo son la numérica, de lenguaje, conocimientos básicos de las actividades de los subordinados y psicológicas como la empatía.		
Experiencia:	Mínimo dos años en cargos similares.		
Aptitudes:	Capacidad de liderazgo, Relaciones Humanas, creatividad y responsabilidad.		

FUENTE: Internet
ELABORACIÓN: El Autor

MANUAL DE FUNCIONES DE LA SECRETARIA

CUADRO Nro. 42

	EMPRESA PRODUCTORA DE TORTAS "MICHELLE"	**FECHA:**	08-07-2012
		DIRECCIÓN:	Calle Rocafuerte entre J.J.Peña y Pasaje Sinchona
		TELÉFONO:	072572331
MANUAL DE FUNCIONES			
Nombre del Puesto	Secretaria	**Edad:**	23 en adelante
Serie Nro.	003	**Sexo:**	Indistinto
Jefe Inmediato:	GERENTE	**Nivel de Educación**	Tecnología o Licenciatura en Secretariado Bilingüe o afines.
Número de Responsables:	ninguno		
NATURALEZA DEL PUESTO			
La responsabilidad básica es atender y dar información personal al público en general que requiere al Gerente.			
CARACTERÍSTICAS DEL CARGO			
Maneja la correspondencia, informes, recibir, distribuir, despachar, archivar documentos y correspondencia.			
FUNCIONES ESPECÍFICAS			
* Efectuar las comunicaciones telefónicas solicitadas por el Gerente. * Brindar atención al cliente * Se encarga de realizar los pagos necesarios que requiera la empresa.			
REQUISITOS MÍNIMOS			
Conocimiento:	Contabilidad, Computación, Atención al cliente y buenas relaciones interpersonales.		
Experiencia:	1 año en cargos similares		
Aptitudes:	Ser responsable, dinámica, ágil y honrada.		

ELABORACIÓN: El Autor

MANUAL DE FUNCIONES DE CAJERO/A CONTADOR/A

CUADRO Nro. 43

	EMPRESA PRODUCTORA DE TORTAS "MICHELLE"	**FECHA:**	08-07-2012
		DIRECCIÓN:	Calle Rocafuerte entre J.J.Peña y Pasaje Sinchona
		TELÉFONO:	072572331
MANUAL DE FUNCIONES			
Nombre del Puesto	Cajero - Contador	**Edad:**	23 en adelante
Serie Nro.	004	**Sexo:**	Indistinto
Jefe Inmediato:	GERENTE	**Nivel de Educación**	Tecnológico en Contabilidad, Cursos de cajero o afines.
Número de Responsables:	ninguno		
NATURALEZA DEL PUESTO			
Llevar la contabilidad de la Empresa y atender a los clientes en la Caja.			
CARACTERÍSTICAS DEL CARGO			
Llevar los libros contables de manera tal que se pueda evidenciar la actividad económica de la empresa que posteriormente ayuden en la toma de decisiones.			
FUNCIONES ESPECÍFICAS			
- Cumplir con las actividades señaladas por el gerente - Brindar una atención personalizada que contribuya al crecimiento de la empresa. - Informar mensualmente al Gerente por escrito de la actividad económica de la empresa.			
REQUISITOS MÍNIMOS			
Conocimiento:	Computación básica, servicio al cliente, buenas relaciones interpersonales.		
Experiencia:	Mínimo un año en cargos similares		
Aptitudes:	Ser ágil, cautelosa, responsable, honrada y amigable.		

ELABORACIÓN: El Autor

MANUAL DE FUNCIONES DEL ABOGADO/A

CUADRO Nro. 44

	EMPRESA PRODUCTORA DE TORTAS "MICHELLE"	**FECHA:**	08-07-2012
		DIRECCIÓN:	Calle Rocafuerte entre J.J.Peña y Pasaje Sinchona
		TELÉFONO:	072572331
MANUAL DE FUNCIONES			
Nombre del Puesto	Abogado	**Edad:**	25 en adelante
Serie Nro.	005	**Sexo:**	Indistinto
Jefe Inmediato:	GERENTE	**Nivel de Educación**	Superior en Derecho
Número de Responsables:	ninguno		
NATURALEZA DEL PUESTO			
Esta para orientar las decisiones de la empresa, como en caso de las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes.			
CARACTERÍSTICAS DEL CARGO			
Lograr que todos los aspectos legales de la empresa se cumplan a cabalidad y por el bien de la misma.			
FUNCIONES ESPECÍFICAS			
• Asesorar a la Gerencia, en la formulación de alternativas de alineamiento de políticas y estrategias. • Brindar una atención personalizada que contribuya al crecimiento de la empresa. • Absolver consultas que le sean formuladas por la Gerencia, sobre aspectos relacionados con el desarrollo de la empresa.			
REQUISITOS MÍNIMOS			
Conocimiento:	Computación, constitución de empresas.		
Experiencia:	Mínimo un año en cargos similares		
Aptitudes:	Ser ágil, responsable, honrado y amigable.		

ELABORACIÓN: El Autor

MANUAL DE FUNCIONES DEL PANADERO MAYOR

CUADRO Nro. 45

	EMPRESA PRODUCTORA DE TORTAS "MICHELLE"	**FECHA:**	08-07-2012
		DIRECCIÓN:	Calle Rocafuerte entre J.J. Peña y Pasaje Sinchona
		TELÉFONO:	072572331
MANUAL DE FUNCIONES			
Nombre del Puesto	PANADERO MAYOR	**Edad:**	23 en adelante
Serie Nro.	006	**Sexo:**	Indistinto
Jefe Inmediato:	Gerente General	**Nivel de Educación**	Bachiller
Número de Responsables:	2		
NATURALEZA DEL PUESTO			
El objetivo del panadero mayor es cumplir con todos los pedidos de pasteles que se les asigne, llevar en orden las tarjetas de existencias de materia prima, supervisar el trabajo de los operarios.			
CARACTERÍSTICAS DEL CARGO			
❖ Cumplir con las funciones específicas. ❖ Asignar funciones a los operarios.			
FUNCIONES ESPECÍFICAS			
➕ Elaborar las Tortas personalizadas. ➕ Llevar hojas de control de la producción. ➕ Llevar un control de la materia prima ➕ Informar al Gerente sobre algún desperfecto en la maquinaria.			
REQUISITOS MÍNIMOS			
Conocimiento:	➢ En la rama de pastelería.		
Experiencia:	Mínimo un año		
Aptitudes:	Responsabilidad, Honradez, buenas relaciones interpersonales.		

ELABORACIÓN: El Autor

MANUAL DE FUNCIONES DE LOS OPERARIOS

CUADRO Nro. 46

	EMPRESA PRODUCTORA DE TORTAS "MICHELLE"	**FECHA:**	08-07-2012
		DIRECCIÓN:	Calle Rocafuerte entre J.J.Peña y Pasaje Sinchona
		TELÉFONO:	072572331
MANUAL DE FUNCIONES			
Nombre del Puesto	OPERARIOS	**Edad:**	18- 30
Serie Nro.	007	**Sexo:**	Indistinto
Jefe Inmediato:	Gerente General	**Nivel de Educación**	Bachiller
Número de Responsables:	Ninguno		
NATURALEZA DEL PUESTO			
El objetivo de los operarios es cumplir a cabalidad con los procesos establecidos por la empresa y mediante normas de aseo muy estrictas, para de esta manera brindar a los consumidores productos de excelente calidad y excelente presentación.			
CARACTERÍSTICAS DEL CARGO			
❖ Cumplir con los procesos específicos. ❖ Mantener limpia el área de trabajo.			
FUNCIONES ESPECÍFICAS			
➕ Elaborar las Tortas personalizadas. ➕ Mantener los equipos bien limpios. ➕ Desinfectar los equipos antes de trabajar y después de utilizarlos. ➕			
REQUISITOS MÍNIMOS			
Conocimiento:	➢ En la rama de pastelería.		
Experiencia:	Mínimo un año en trabajos similares.		
Aptitudes:	Responsabilidad, Honradez, buenas relaciones interpersonales.		

ELABORACIÓN: El Autor

MANUAL DE FUNCIONES DEL VENDEDOR

CUADRO Nro. 47

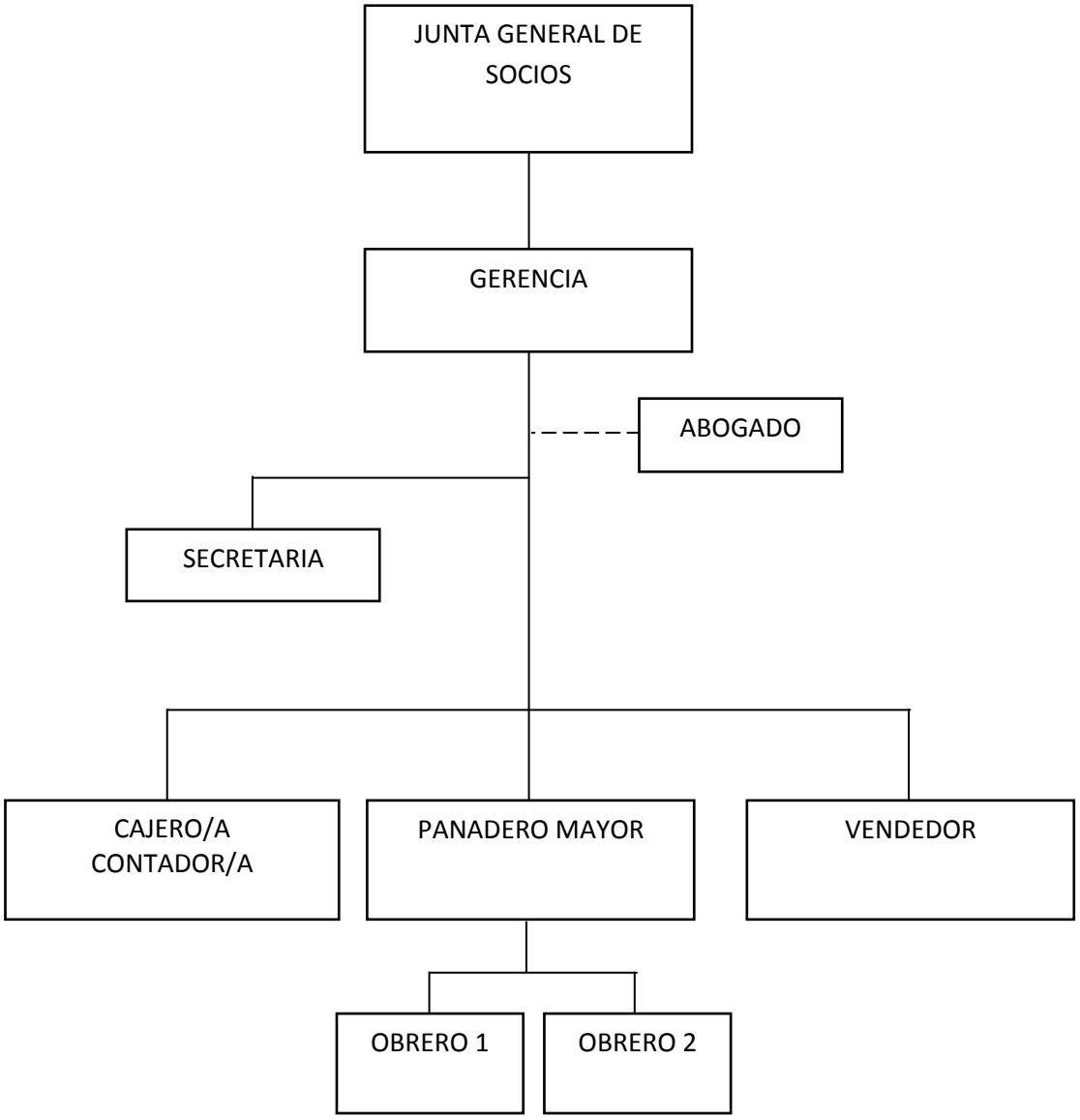
	EMPRESA PRODUCTORA DE TORTAS "MICHELLE"	**FECHA:**	08-07-2012
		DIRECCIÓN:	Calle Rocafuerte entre J.J.Peña y Pasaje Sinchona
		TELÉFONO:	072572331
MANUAL DE FUNCIONES			
Nombre del Puesto	Vendedor	**Edad:**	18 en adelante
Serie Nro.	007	**Sexo:**	Hombre
Jefe Inmediato:	Gerente General	**Nivel de Educación**	Bachiller
Número de Responsables:	Ninguno		
NATURALEZA DEL PUESTO			
El objetivo del vendedor, es generar ventas u obtener pedidos en el campo o terreno para la empresa que representa.			
CARACTERÍSTICAS DEL CARGO			
❖ Cumplir con los procesos específicos. ❖ Abrir cartera de clientes			
FUNCIONES ESPECÍFICAS			
✚ Tomar pedidos. ✚ Atender clientes ✚ Identificar posibles clientes ✚ Proporcionar información clara y efectiva ✚ Cerrar las ventas			
REQUISITOS MÍNIMOS			
Conocimiento:	➢ En ventas y servicio al cliente.		
Experiencia:	Dos años en ventas		
Aptitudes:	Responsabilidad, Honradez y buenas relaciones interpersonales.		

ELABORACIÓN: El Autor

ORGANIGRAMAS

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

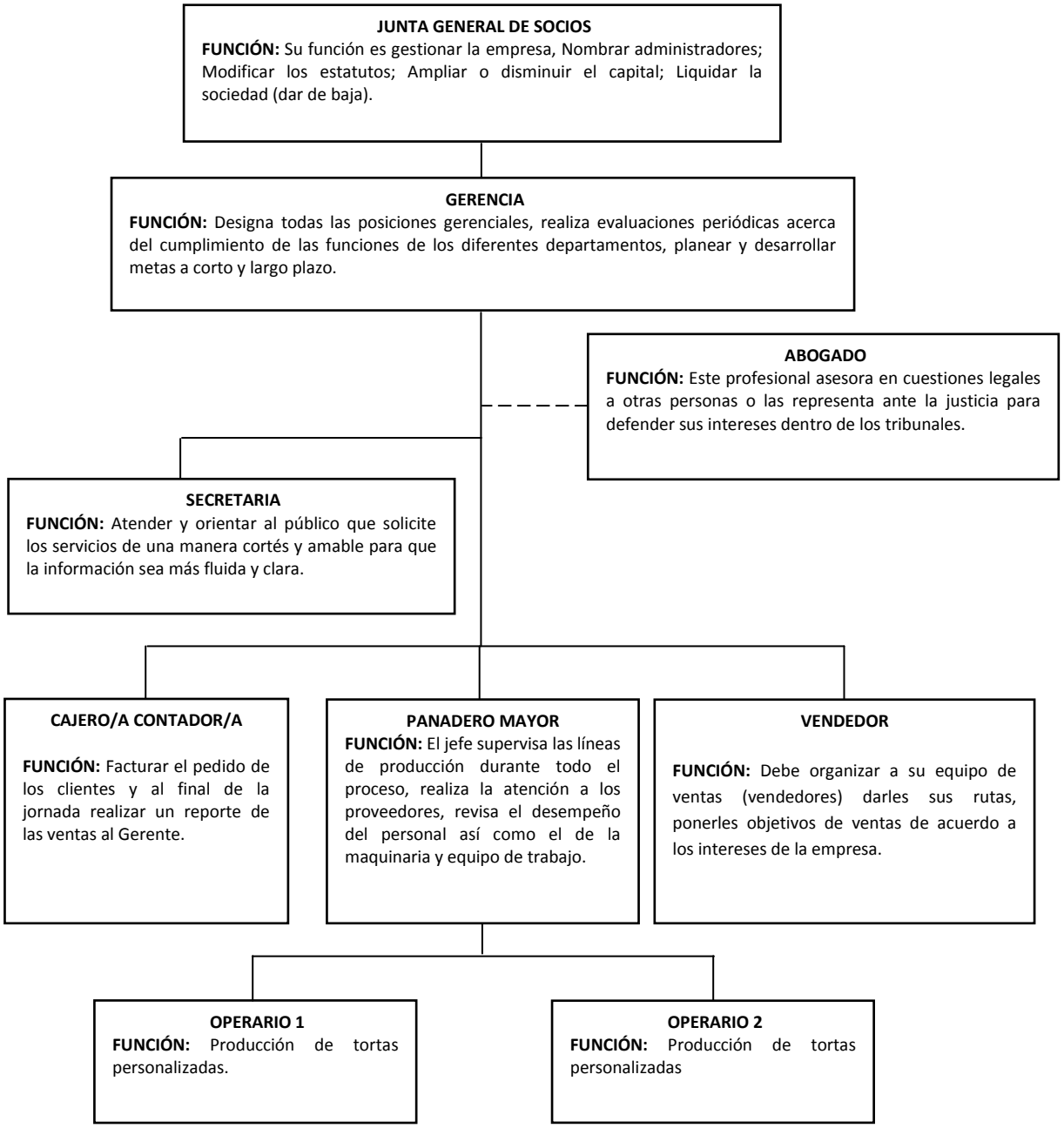
GRAFICO Nro. 34



ELABORACIÓN: El Autor

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

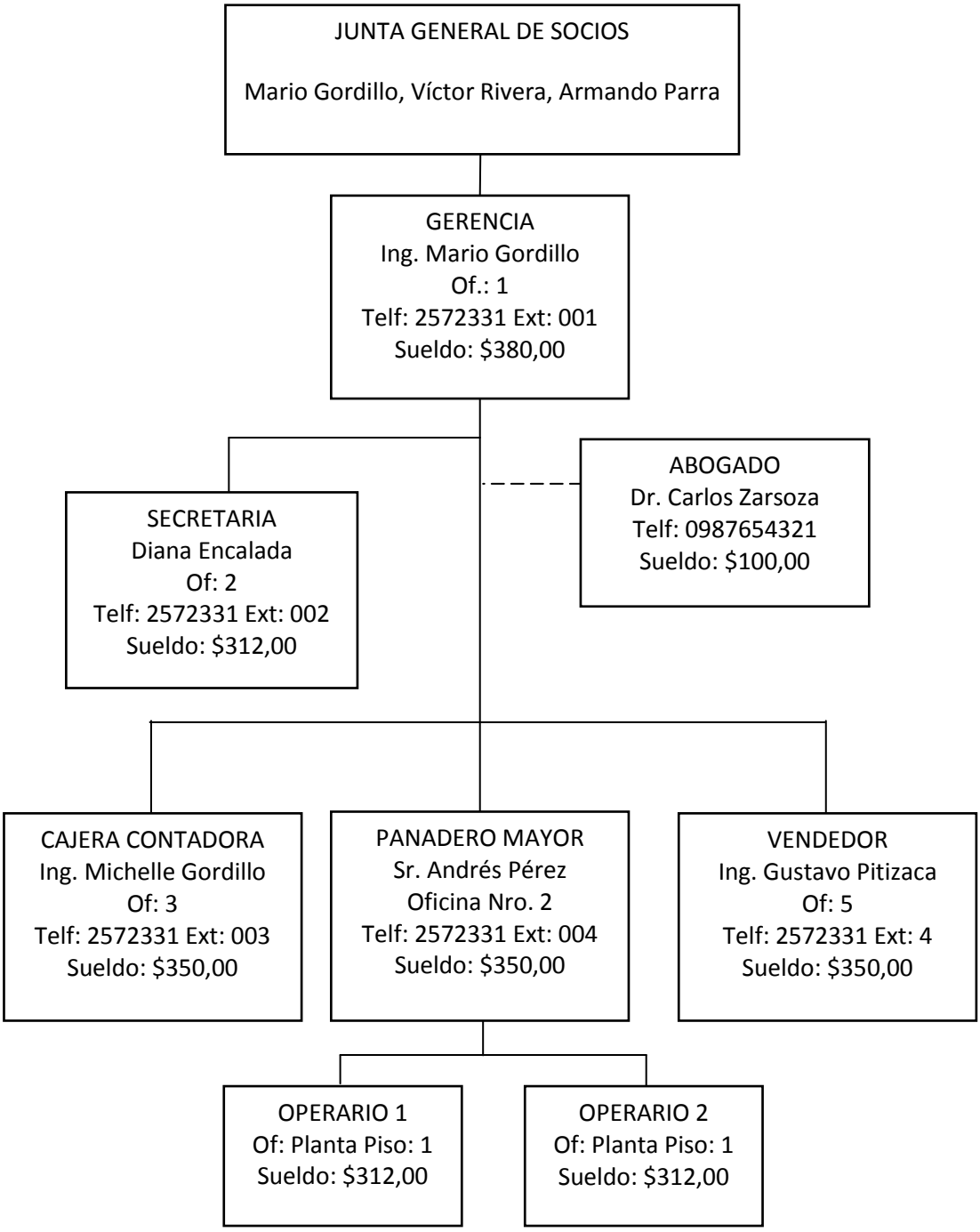
GRAFICO Nro. 35



ELABORACIÓN: El Autor

ORGANIGRAMA POSICIONAL

GRÁFICO Nro. 36



ELABORACIÓN: El Autor

ESTUDIO FINANCIERO

ACTIVOS FIJOS
MAQUINARIA

CUADRO Nro. 48

MAQUINARIA			
ESPECIFICACIONES	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
Horno de 4 latas	1	450,00	450,00
Batidora industrial	1	250,00	250,00
Licuadora Industrial	1	200,00	200,00
Microondas	1	300,00	300,00
TOTAL			**1200,00**

FUENTE: Ochoa Hnos.
ELABORACIÓN: El Autor

$$Porcentaje\ de\ depreciación = 10\%$$

$$Años\ de\ vida\ útil = 10$$

VALOR RESIDUAL:

$$VR = \text{Costo} * \%\ \text{Depreciación}$$

$$VR = 1200{,}00 * 10\%$$

$$VR = 120$$

DEPRECIACIÓN ANUAL

$$D.A. = \frac{Costo\ Total - Valor\ Residual}{Años\ de\ Vida\ Útil}$$

$$D.A. = \frac{1200{,}00 - 120}{10}$$

$$D.A. = \frac{1080{,}00}{10}$$

$$D.A. = 108$$

DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA

CUADRO Nro. 49

CUADRO DE DEPRECIACIÓN				
AÑOS	**COSTO REAL**	**VALOR RESIDUAL**	**DEPRECIACIÓN**	**VAC**
0	1200,00	120	108	1080,00
1	1080,00		108	972,00
2	972,00		108	864,00
3	864,00		108	756,00
4	756,00		108	648,00
5	648,00		108	540,00
			VALOR DE RESCATE	660,00

FUENTE: Cuadro Nro. 48

ELABORACIÓN: El Autor

EQUIPO DE PRODUCCIÓN

CUADRO Nro. 50

EQUIPO DE PRODUCCIÓN			
ESPECIFICACIONES	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
Moldes	24	5,00	120,00
Bandejas	5	2,00	10,00
Cuchillos	4	3,00	12,00
Mangas de repostería	5	15,00	75,00
Bowl	6	2,50	15
Cucharas de medición	3	1,80	5,4
Ollas	3	3,00	9
Espátula	2	1,50	3
Tamiz	2	0,80	1,6
Rodillo	3	1,00	3
Estecas	3	2,80	8,4
Cortadores	5	3,50	17,5
Cilindro de gas	2	68,00	136
TOTAL			**415,90**

FUENTE: Zerimar, Lojagas
ELABORACIÓN: El Autor

PROYECCIÓN DEL EQUIPO DE PRODUCCIÓN

CUADRO Nro. 51

PROYECCÓN DE EQUIPO DE PRODUCCIÓN			
AÑOS	**COSTO**	**INCREMENTO 5,41%**	**TOTAL**
1	415,90	22,50	438,40
2	438,40	23,72	462,12
3	462,12	25,00	487,12
4	487,12	26,35	513,47
5	513,47	27,78	541,25

FUENTE: Cuadro Nro. 50
ELABORACIÓN: El Autor

EQUIPO DE OFICINA, MUEBLES Y ENSERES DE ADMINISTRACIÓN

CUADRO Nro. 52

EQUIPO DE OFICINA, MUEBLES Y ENSERES DE ADMINISTRACIÓN			
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
Silla giratoria	2	50,00	100
Escritorio	2	160,00	320
Archivador	2	80,00	160
Sillas de oficina	2	30,00	60
Caja registradora	1	250,00	250,00
Teléfono	2	25,00	50,00
TOTAL			**940,00**

FUENTE: Mueblería Román
ELABORACIÓN: El Autor

$Porcentaje\ de\ depreciación = 10\%$

$Años\ de\ vida\ útil = 10$

VALOR RESIDUAL:

$VR = \text{Costo} * \%\ \text{Depreciación}$

$VR = 940{,}00 * 10\%$

$VR = 94$

DEPRECIACIÓN ANUAL

$$D.A. = \frac{Costo\ Total - Valor\ Residual}{Años\ de\ Vida\ Útil}$$

$$D.A. = \frac{940{,}00 - 94}{10}$$

$$D.A. = \frac{846{,}00}{10}$$

$$D.A. = 84{,}6$$

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA, MUEBLES Y ENSERES DE ADMINISTRACIÓN

CUADRO Nro. 53

CUADRO DE DEPRECIACIÓN				
AÑOS	**COSTO REAL**	**VALOR RESIDUAL**	**DEPRECIACIÓN**	**VAC**
0	940,00	94	84,6	846,00
1	846,00		84,6	761,40
2	761,40		84,6	676,80
3	676,80		84,6	592,20
4	592,20		84,6	507,60
5	507,60		84,6	423,00
			VALOR DE RESCATE	517,00

FUENTE: Cuadro Nro. 52

ELABORACIÓN: El Autor

MUEBLES Y ENSERES DE PRODUCCIÓN

CUADRO Nro. 54

MUEBLES Y ENSERES DE PRODUCCIÓN			
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
Mesas de acero inoxidable	2	80,00	160
Mesas de madera	1	60,00	60
Vitrinas	6	180,00	1080
TOTAL			**1300**

FUENTE: Ochoa Hnos., Mueblería Román

ELABORACIÓN: El Autor

$$Porcentaje\ de\ depreciación = 10\%$$

$$Años\ de\ vida\ útil = 10$$

VALOR RESIDUAL:

$$VR = \text{Costo} * \%\ \text{Depreciación}$$

$$VR = 1300{,}00 * 10\%$$

$$VR = 130$$

DEPRECIACIÓN ANUAL

$$D.A. = \frac{Costo\ Total - Valor\ Residual}{Años\ de\ Vida\ Útil}$$

$$D.A. = \frac{1300{,}00 - 130}{10}$$

$$D.A. = \frac{1170{,}00}{10}$$

$$D.A. = 117$$

DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES DE PRODUCCIÓN

CUADRO Nro. 55

CUADRO DE DEPRECIACIÓN				
AÑO	**VALOR ACTIVO**	**VALOR RESIDUAL**	**DEPREC.**	**VALOR DEPREC**
0	1300,00	130	-	
1	1170,00	130	117,00	1170,00
2	1040,00	130	104,00	1040,00
3	910,00	130	91,00	910,00
4	780,00	130	78,00	780,00
5	650,00	130	65,00	650,00
6	520,00	130	52,00	520,00
7	390,00	130	39,00	390,00
8	260,00	130	26,00	260,00
9	130,00	130	13,00	130,00
10	0,00		0,00	0,00

FUENTE: Cuadro Nro. 54

ELABORACIÓN: El Autor

VEHÍCULO

CUADRO Nro. 56

VEHÍCULO			
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
Vehículo	1	10000,00	10000,00
TOTAL	**1**	**10000,00**	**10000,00**

FUENTE: Patio de carros COVEHMAL
ELABORACIÓN: El Autor

$$Porcentaje\ de\ depreciación = 20\%$$

$$Años\ de\ vida\ útil = 5$$

VALOR RESIDUAL:

$$VR = \text{Costo} * \%\ \text{Depreciación}$$

$$VR = 10000{,}00 * 20\%$$

$$VR = 2000$$

DEPRECIACIÓN ANUAL

$$D.A. = \frac{Costo\ Total - Valor\ Residual}{Años\ de\ Vida\ Útil}$$

$$D.A. = \frac{10000{,}00 - 2000}{5}$$

$$D.A. = \frac{8000{,}00}{5}$$

$$D.A. = 1600$$

DEPRECIACIÓN DE VEHÍCULO

CUADRO Nro. 57

CUADRO DE DEPRECIACIÓN				
AÑO	**VALOR ACTIVO**	**VALOR RESIDUAL**	**DEPREC.**	**VALOR DEPREC**
0	10000,00	2000	-	
1	8000,00	2000	1600,00	8000,00
2	6000,00	2000	1200,00	6000,00
3	4000,00	2000	800,00	4000,00
4	2000,00	2000	400,00	2000,00
5	0,00	2000	0,00	0,00

FUENTE: Cuadro Nro. 56

ELABORACIÓN: El Autor

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CUADRO Nro. 58

EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
Computadora	2	600,00	1200,00
TOTAL	**2**	**600,00**	**1200,00**

FUENTE: Master PC

ELABORACIÓN: El Autor

$$Porcentaje\ de\ depreciación = 33{,}33\%$$

$$Años\ de\ vida\ útil = 3$$

VALOR RESIDUAL:

$$VR = \text{Costo} * \%\ \text{Depreciación}$$

$$VR = 1200{,}00 * 33{,}33\%$$

$$VR = 399{,}96$$

DEPRECIACIÓN ANUAL

$$D.A. = \frac{Costo\ Total - Valor\ Residual}{Años\ de\ Vida\ Útil}$$

$$D.A. = \frac{1200{,}00 - 399{,}96}{5}$$

$$D.A. = \frac{800{,}04}{3}$$

$$D.A. = 266{,}68$$

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CUADRO Nro. 59

CUADRO DE DEPRECIACIÓN				
AÑOS	**COSTO REAL**	**VALOR RESIDUAL**	**DEPRECIACIÓN**	**VAC**
0	1200,00	399,96	266,68	800,04
1	800,04		266,68	533,36
2	533,36		266,68	266,68
3	266,68		266,68	0,00
			VALOR DE RESCATE	**399,96**

FUENTE: Cuadro Nro. 58
ELABORACIÓN: El Autor

CONSTRUCCIÓN

CUADRO Nro. 60

CONSTRUCCIÓN			
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD EN METROS**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
Construcción	77	518,41	39918
TOTAL	**77**	**518**	**39918**

FUENTE: Inmobiliaria S.C.

ELABORACIÓN: El Autor

$$Porcentaje\ de\ depreciación = 5\%$$

$$Años\ de\ vida\ útil = 20$$

VALOR RESIDUAL:

$$VR = \text{Costo} * \%\ \text{Depreciación}$$

$$VR = 39918 * 5\%$$

$$VR = 1995{,}87$$

DEPRECIACIÓN ANUAL

$$D.A. = \frac{Costo\ Total - Valor\ Residual}{Años\ de\ Vida\ Útil}$$

$$D.A. = \frac{39917{,}57 - 1995{,}87}{20}$$

$$D.A. = \frac{37921{,}69}{20}$$

$$D.A. = 1896{,}08$$

DEPRECIACIÓN DE CONSTRUCCIÓN

CUADRO Nro. 61

CUADRO DE DEPRECIACIÓN				
AÑOS	**COSTO REAL**	**VALOR RESIDUAL**	**DEPRECIACIÓN**	**VAC**
0	39917,57	1995,88	1896,08	37921,69
1	37921,69		1896,08	36025,61
2	36025,61		1896,08	34129,52
3	34129,52		1896,08	32233,44
4	32233,44		1896,08	30337,35
5	30337,35		1896,08	28441,27
			VALOR DE RESCATE	30437,15

FUENTE: Cuadro Nro. 60

ELABORACIÓN: El Autor

TERRENO

CUADRO Nro. 62

TERRENO			
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD EN METROS**	**PRECIO POR METRO 2**	**PRECIO TOTAL**
Terreno m2	77	324,70	25001,90
TOTAL			**25001,90**

Fuente: DOMINARQ

ELABORACIÓN: El Autor

PROYECCIÓN DEL TERRENO

CUADRO Nro. 63

PROYECCION DEL TERRENO			
AÑOS	**COSTO**	**INCREMENTO 2,22%**	**TOTAL**
1	25001,90	1352,60	26354,50
2	26354,50	1425,78	27780,28
3	27780,28	1502,91	29283,19
4	29283,19	1584,22	30867,42
5	30867,42	1669,93	32537,34

FUENTE: Cuadro Nro. 62

ELABORACIÓN: El Autor

RESUMEN DE DEPRECIACIONES

CUADRO Nro. 64

SUMA DE DEPRECIACIONES	**CANTIDAD**
Maquinaria	108,00
Equipo de oficina, muebles y enseres de administración	84,60
Muebles y enseres de producción	117,00
Vehículo	1600,00
Equipo de computación	266,68
Construcción	1896,08
TOTAL DEPRECIACIONES	**4072,36**

FUENTE: Cuadros Nro. 49, 53, 55, 57, 59 Y 61

ELABORACIÓN: El Autor

ACTIVOS DIFERIDOS

CUADRO Nro. 65

ESPECIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	Contratación de Abogado (Escritura Pública de Constitución de la Compañía)	300,00
	Apertura de Cuenta (Capital en un Banco)	100,00
	Publicación de la constitución de la compañía en el Diaro La Hora	80,00
	Inscripción de Escritura de constitución en el Registro Mercantil	700,00
	Inscripción de nombramientos en el Registro Mercantil	20,00
	Inscripción al RUC	0,00
	Pago al cuerpo de Bomberos	25,00
	Obtención del Registro Sanitario	200,00
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN		**1425,00**
ESTUDIO DEL PROYECTO	Proyecto para implementar una empresa Productora y Comercializadora de Snack de Fruta Deshidratada	913,85
TOTAL ESTUDIO DEL PROYECTO		**913,85**
GASTOS DEL VEHÍCULO	Matricula	43,00
	SOAT	38,00
	Rodaje	2,00
TOTAL GASTOS DE VEHICULO		**83,00**
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		**2421,85**

FUENTE: Municipio de Loja, Bioquímico Farmacéutico, Policía Nacional.
ELABORACIÓN: El Autor

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

CUADRO Nro. 66

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS		
PERIODO	**GASTO AMORTIZACIÓN Diferidos Anual**	**Saldo Activos Diferidos**
1	484,37	2421,85
2	484,37	1937,48
3	484,37	1453,11
4	484,37	968,74
5	484,37	484,37

FUENTE: Cuadro Nro. 65
ELABORACIÓN: El Autor

ACTIVO CIRCULANTE

MANO DE OBRA DIRECTA

CUADRO Nro. 67

ROL DE PAGOS MANO DE OBRA DIRECTA								
CARGO	**Sueldo**	**13o-**	**14o-**	**Vacaciones**	**Aporte Patronal IESS (11,5%)**	**Fondos de Reserva (8,33%)**	**LIQUIDO A PAGAR**	**VALOR ANUAL**
Obrero 1	312,00	26,00	24,33	13,00	35,88	25,99	437,20	5246,44
Obrero 2	312,00	26,00	24,33	13,00	35,88	25,99	437,20	5246,44
Panadero Mayor	350,00	29,17	24,33	14,58	40,25	29,16	487,49	5849,86
TOTAL							**1361,89**	**16342,73**

FUENTE: IESS, http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/fondos-de-reserva/
ELABORACIÓN: El Autor

PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA DIRECTA

CUADRO Nro. 68

PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA DIRECTA			
AÑOS	COSTO	INCREMENTO 5,41%	TOTAL
1	16342,73	884,14	17226,87
2	17226,87	931,97	18158,85
4	18158,85	982,39	19141,24
5	19141,24	1035,54	20176,78

FUENTE: Cuadro Nro. 67

ELABORACIÓN: El Autor

PERSONAL ADMINISTRATIVO

CUADRO Nro. 69

ROL DE PAGOS PERSONAL ADMINISTRATIVO								
CARGO	**Sueldo**	**13o-**	**14o-**	**Vacaciones**	**Aporte Patronal IESS (11,5%)**	**Fondos de Reserva (8,33%)**	**LIQUIDO A PAGAR**	**VALOR ANUAL**
Gerente	380,00	31,67	24,33	15,83	43,70	31,65	527,19	6326,248
Abogado	100,00	8,33	24,33	4,17	11,50	8,33	156,66	1879,96
Secretaria	312,00	26,00	24,33	13,00	35,88	25,99	437,20	5246,44
Cajera Contadora	350,00	29,17	24,33	14,58	40,25	29,16	487,49	5849,86
Vendedor	350,00	29,17	24,33	14,58	40,25	29,16	487,49	5849,86
TOTAL							**2096,03**	**25152,36**
NOTA: El abogado percibirá una pequeña alícuota debido a que sus servicios son ocasionales								

FUENTE: IESS, http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/fondos-de-reserva/
ELABORACIÓN: El Autor

PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA INDIRECTA

CUADRO Nro. 70

PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA INDIRECTA			
AÑOS	**COSTO**	**INCREMENTO 5,41%**	**TOTAL**
1	25152,36	1360,74	26513,11
2	26513,11	1434,36	27947,47
3	27947,47	1511,96	29459,42
4	29459,42	1593,75	31053,18
5	31053,18	1679,98	32733,15

FUENTE: Cuadro Nro. 69

ELABORACIÓN: El Autor

COSTO PRIMO

MATERIA PRIMA DIRECTA PARA LA PRODUCCIÓN MENSUAL
CUADRO Nro. 71

DESCRIPCION DEL PRODUCTO	PRODUCCIÓN MENSUAL EN UNIDADES
Tortas Personalizadas	130

FUENTE: Programa de Producción
ELABORACIÓN: El Autor

MATERIA PRIMA DIRECTA PARA LA PRODUCCIÓN MENSUAL
CUADRO Nro. 72

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNID.	COSTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
PARA EL BIZCOCHO					
Harina	130	lib.	0,40	52,00	624,00
Azúcar	96	lib.	0,37	35,56	426,77
Polvo de hornear	6	lib.	0,50	2,95	35,35
Huevos	1950	unid.	0,12	234,00	2808,00
Extracto de vainilla	1	lit.	9,50	6,16	73,89
Mantequilla	65	kg	3,60	234,00	2808,00
Leche condensada	130	latas	2,60	338,00	4056,00
Leche	65	lit.	0,75	48,75	585
PARA EL FONDANT					
Glicerina comestible	7	lib.	4,00	26,00	312,00
Jarabe de maíz	5	lib.	3,00	14,36	172,35
Gelatina sin sabor	2	lib.	24,00	53,03	636,37
Azúcar impalpable	390	lib.	0,90	351,00	4212,00
Colorante vegetal	1	lib.	2,75	2,75	33,00
TOTAL MPD				**447,14**	**16782,74**

FUENTE: http://allrecipes.com.mx/receta/4356/pastel-grande-para-fiesta.aspx; http://foro.univision.com/t5/Club-de-Reposteras/COMO-HACER-FONDANT-PASO-A-PASO-FOTOS-LISTO/td-p/287144999
ELABORACIÓN: El Autor

PROYECCIÓN DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA
CUADRO Nro. 73

PROYECCION DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA			
AÑOS	**COSTO**	**INCREMENTO 5,41%**	**TOTAL**
1	16782,74	907,95	17690,68
2	17690,68	957,07	18647,75
3	18647,75	1008,84	19656,59
4	19656,59	1063,42	20720,01
5	20720,01	1120,95	21840,97

FUENTE: Cuadro Nro. 72
ELABORACIÓN: El Autor

MATERIA PRIMA INDIRECTA

CUADRO Nro. 74

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Cajas para pastel	130	unid.	0,15	19,50	234,00
Plástico adherente	20	rollos	3,50	70,00	840,00
TOTAL				**89,50**	**1074,00**

FUENTE: Gráfica COSMOS
ELABORACIÓN: El Autor

PROYECCIÓN DE LA MATERIA PRIMA INDIRECTA

CUADRO Nro. 75

PROYECCION DE LA MATERIA PRIMA INDIRECTA			
AÑOS	**COSTO**	**INCREMENTO 5,41%**	**TOTAL**
1	1074,00	58,10	1132,10
2	1132,10	61,25	1193,35
3	1193,35	64,56	1257,91
4	1257,91	68,05	1325,96
5	1325,96	71,73	1397,70

FUENTE: Cuadro Nro. 74
ELABORACIÓN: El Autor

SERVICIOS BÁSICOS PARA PRODUCCIÓN

CUADRO Nro. 76

SERVICIOS BÁSICOS PARA PRODUCCIÓN				
DESCRIPCIÓN	**CONSUMO**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR MENSUAL**	**VALOR ANUAL**
Agua m3	200	0,20	40	480
Luz (Kw)	100	0,12	12,00	144
TOTAL			**52**	**624**

FUENTE: EERSA, EMAAL EP
ELABORACIÓN: El Autor

PROYECCIÓN DE LOS SERVICIOS BÁSICOS PARA PRODUCCIÓN

CUADRO Nro. 77

PROYECCIÓN DE SERVICIOS BÁSICOS PARA PRODUCCIÓN			
AÑOS	**COSTO**	**INCREMENTO 5,41%**	**TOTAL**
1	624,00	33,76	657,76
2	657,76	35,58	693,34
3	693,34	37,51	730,85
4	730,85	39,54	770,39
5	770,39	41,68	812,07

FUENTE: Cuadro Nro. 76
ELABORACIÓN: El Autor

SERVICIOS BÁSICOS PARA ADMINISTRACIÓN

CUADRO Nro. 78

SERVICIOS BÁSICOS PARA ADMINISTRACION				
DESCRIPCIÓN	**CONSUMO**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR MENSUAL**	**VALOR ANUAL**
Agua m3	100	0,20	20,00	240,00
Luz (Kw)	50	0,12	6,00	72
Teléfono (mes)	1	8,00	8,00	96,00
TOTAL			**34**	**408,00**

FUENTE: EERSA, EMAAL EP, CNT
ELABORACIÓN: El Autor

PROYECCIÓN DE SERVICIOS BÁSICOS PARA ADMINISTRACIÓN

CUADRO Nro. 79

PROYECCIÓN DE SERVICIOS BÁSICOS PARA ADMINISTRACIÓN			
AÑOS	**COSTO**	**INCREMENTO 5,41%**	**TOTAL**
1	408,00	22,07	430,07
2	430,07	23,27	453,34
3	453,34	24,53	477,87
4	477,87	25,85	503,72
5	503,72	27,25	530,97

FUENTE: Cuadro Nro. 78

ELABORACIÓN: El Autor

SUMINISTROS DE OFICINA

CUADRO Nro. 80

SUMINISTROS DE OFICINA				
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**	**COSTO ANUAL**
Papel para la caja registradora	2	20,00	40,00	480,00
Hojas de papel bond	100	0,01	1,00	12,00
Esferos	4	0,30	1,20	14,40
TOTAL	**106**	**20,31**	**42,20**	**506,40**

FUENTE: Gráficas Santiago

ELABORACIÓN: El Autor

PROYECCIÓN DE SUMINISTROS DE OFICINA

CUADRO Nro. 81

PROYECCÓN DE SUMINISTROS DE OFICINA			
AÑOS	**COSTO**	**INCREMENTO 5,41%**	**TOTAL**
1	506,40	27,40	533,80
2	533,80	28,88	562,67
3	562,67	30,44	593,12
4	593,12	32,09	625,20
5	625,20	33,82	659,03

FUENTE: Cuadro Nro. 80

ELABORACIÓN: El Autor

PUBLICIDAD

CUADRO Nro. 82

PUBLICIDAD				
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**COSTO MENSUAL**	**COSTO ANUAL**
Ecotel	2	80,60	161,20	1934,40
UV	2	70,00	140,00	1680,00
Super Láser	2	6,00	12,00	144,00
Radio Poder	2	8,00	16,00	192,00
Diario La Hora	2	20,00	40,00	480,00
TOTAL			**369,20**	**4430,40**

FUENTE: http://www.malluryconsulting.org

ELABORACIÓN: El Autor

PROYECCIÓN DE PUBLICIDAD

CUADRO Nro. 83

PROYECCIÓN DE PUBLICIDAD			
AÑOS	**COSTO**	**INCREMENTO 5,41%**	**TOTAL**
1	4430,40	239,68	4670,08
2	4670,08	252,65	4922,74
3	4922,74	266,32	5189,06
4	5189,06	280,73	5469,78
5	5469,78	295,92	5765,70

FUENTE: Cuadro Nro. 82

ELABORACIÓN: El Autor

PRESUPUESTO DE CONSUMO DE GAS

CUADRO Nro. 84

PRESUPUESTO DE CONSUMO DE GAS				
CONCEPTO	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR MENSUAL**	**VALOR ANUAL**
Consumo de gas	3	1,60	4,80	57,6
TOTAL			**4,80**	**57,6**

FUENTE: LOJAGAS

ELABORACIÓN: El Autor

PROYECCIÓN DE CONSUMO DE GAS

CUADRO Nro. 85

PROYECCIÓN DE CONSUMO DE GAS			
AÑOS	**COSTO**	**INCREMENTO 5,41%**	**TOTAL**
1	57,60	3,12	60,72
2	60,72	3,28	64,00
3	64,00	3,46	67,46
4	67,46	3,65	71,11
5	71,11	3,85	74,96

FUENTE: Cuadro Nro. 84
ELABORACIÓN: El Autor

ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA

CUADRO Nro. 86

UTILES DE ASEO Y LIMPIEZA				
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**	**TOTAL ANUAL**
Escobas	2	1,00	2,00	24,00
Trapeadores	2	3,00	6,00	72,00
Recogedores	2	0,90	1,80	21,60
Basureros	3	2,50	7,50	90,00
Detergente	2	1,50	3,00	36,00
Lava 500g	2	1,13	2,26	27,12
Papel higiénico x 6 unid.	2	1,11	2,22	26,64
Jabón líquido	2	1,90	3,80	45,60
Ajax cloro 500 ml	2	0,68	1,36	16,32
lustre x 1 unid.	6	0,08	0,48	5,76
Fundas de basura x 25 unid	2	0,62	1,24	14,88
Franelas	2	1,20	2,40	28,80
TOTAL			**34,06**	**408,72**

FUENTE: ZERIMAR
ELABORACIÓN: El Autor

PROYECCIÓN DE ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA

CUADRO Nro. 87

PROYECCIÓN DE ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA			
AÑOS	COSTO	INCREMENTO 5,41%	TOTAL
1	408,72	22,11	430,83
2	430,83	23,31	454,14
3	454,14	24,57	478,71
4	478,71	25,90	504,61
5	504,61	27,30	531,91

FUENTE: Cuadro Nro. 86
ELABORACIÓN: El Autor

RESUMEN DE ACTIVOS

CUADRO Nro. 88

RESUMEN DE INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO	
DENOMINACIÓN	**TOTAL**
ACTIVOS FIJOS	
Presupuesto de maquinaria	1200,00
Presupuesto de Equipo de Producción	415,90
Presupuesto de equipo de oficina, muebles y enseres Area Adm.	940,00
Presupuesto de muebles y enseres de producción	1300
Presupuesto de vehículo	10000,00
Presupuesto de equipo de computación	1200,00
Terreno	25001,90
Construcción	39917,57
Subtotal de Activos Fijos	**79975,37**
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	1425,00
Estudio del Proyecto	913,85
Gastos de Vehículo	83,00
Subtotal de Activos Diferidos	**2421,85**
CAPITAL DE OPERACIÓN (UN MES)	
Presupuesto de mano de obra directa	1361,89
Presupuesto de personal administrativo	2096,03
Presupuesto de materia prima directa	1398,56
Presupuesto de materia prima indirecta	89,50
Presupuesto de servicios básicos de administración	34,00
Presupuesto de servicios básicos de producción	52,00
Presupuesto de suministros de oficina	42,20
Presupuesto de publicidad	369,20
Presupuesto de consumo de gas	4,80
Útiles de limpieza y aseo	34,06
Subtotal de Capital de Operación	**5482,25**
INVERSIÓN TOTAL	**87879,47**

FUENTE: Cuadros Nro.: 48, 50,52, 54, 56, 58, 60, 62, 65, 67, 69, 72, 74, 76, 78, 80, 82, 84, 86

ELABORACIÓN: El Autor

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

CUADRO Nro. 89

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN		
FINANCIAMIENTO	**MONTO**	**PORCENTAJE**
Crédito	50000,00	57%
Capital Propio	37879,47	43%
TOTAL	**87879,47**	**100%**

FUENTE: Cuadro Nro. 87

ELABORACIÓN: El Autor

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

CUADRO Nro. 90

AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO				
AÑOS	**AMORTIZACIÓN ANUAL**	**INTERES**	**DIVIDENDO**	**SALDO FINAL**
				50000,00
1	10000,00	4480	14480	40000,00
2	10000,00	3360	13360	30000,00
3	10000,00	2240	12240	20000,00
4	10000,00	1120	11120	10000,00
5	10000,00	0	10000	0,00

FUENTE: Cuadro Nro. 89
ELABORACIÓN: El Autor

PRESUPUESTO DE OPERACIÓN
CUADRO Nro. 91

PRESUPUESTO DE OPERACIÓN									
DESCRIPCIÓN	**AÑO 1**	**inc. 5,41%**	**AÑO 2**	**inc 5,41%**	**AÑO 3**	**inc 5,41%**	**AÑO 4**	**inc 5,41%**	**AÑO 5**
COSTO PRIMO									
Materia Prima Directa	16782,74	907,95	17690,68	957,07	18647,75	1008,84	19656,59	1063,42	20720,01
Mano de Obra Directa	16342,73	884,14	17226,87	931,97	18158,85	982,39	19141,24	1035,54	20176,78
Suman	**33125,47**	**1792,09**	**34917,56**	**1889,04**	**36806,60**	**1991,24**	**38797,83**	**2098,96**	**40896,80**
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN									
Materia Prima Indirecta	1074,00	58,10	1132,10	61,25	1193,35	64,56	1257,91	68,053	1325,96
Depreciación de maquinaria	108		108,00		108,00		108,00		108,00
Equipo de Producción	415,90	22,50	438,40	23,72	462,12	25,00	487,12	26,353	513,47
Dep. de muebles y enseres de prod.	117,00		117,00		117,00		117,00		117,00
Servicios básicos	624,00	33,76	657,76	35,58	693,34	37,51	730,85	39,539	770,39
Consumo de Gas	57,60	3,12	60,72	3,28	64,00	3,46	67,46	3,650	71,113
Suman	**2396,50**		**2513,98**		**2637,81**		**2768,34**		**2905,94**
Gastos Administrativos y Ventas									
Sueldos	25152,36	1360,74	26513,11	1434,36	27947,47	1511,96	29459,42	1593,75	31053,18
Publicidad	4430,40	239,68	4670,08	252,65	4922,74	266,32	5189,06	280,73	5469,78
Servicios básicos	408,00	22,07	430,07	23,27	453,34	24,53	477,87	25,85	503,72
Suministros de oficina	506,40	27,40	533,80	28,88	562,67	30,44	593,12	32,09	625,20
Dep. de Vehículo	1600,00		1600,00		1600,00		1600,00		1600,00
Dep. Computadora	266,68		266,68		266,68		266,68		266,68
Amortización del Activo Diferido	484,37	26,20	510,57	27,62	538,20	29,12	567,31	30,69	598,00
Dep. de muebles y enseres	84,60		84,60		84,60		84,60		84,60
Depreciación de la Construcción	1896,08		1896,08		1896,08		1896,08		1896,08
Terreno	25001,90	1352,60	26354,50	1425,78	27780,28	1502,91	29283,19	1584,221	30867,415
Útiles de aseo y limpieza	408,72	22,11	430,83	23,31	454,14	24,57	478,71	25,898	504,607
Suman	**60239,52**		**63290,33**		**66506,20**		**69896,04**		**73469,27**
Gastos Financieros									
Interés	4480	242,37	4722,37	255,48	4977,85	269,30	5247,15	283,87	5531,02
Suman	**4480**		**4722,37**		**4977,85**		**5247,15**		**5531,02**
Total Costo de Operación	**100241**		**105444,24**		**110928,45**		**116709,37**		**122803,03**

FUENTE: Cuadros Nro.: 72, 67, 74, 49, 50, 55, 76, 84, 69, 82, 78, 80, 57, 59, 66, 53, 61, 86, 90
ELABORACIÓN: El Autor

COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA LOS 5 AÑOS DE VIDA ÚTIL DE LA EMPRESA

CUADRO Nro. 92

COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA LOS 5 AÑOS DE VIDA ÚTIL DE LA EMPRESA										
DESCRIPCIÓN	**AÑO 1**		**AÑO 2**		**AÑO 3**		**AÑO 4**		**AÑO 5**	
	FIJOS	**VARIABLES**	**FIJOS**	**VARIABLES**	**FIJOS**	**VARIABLES**	**FIJOS**	**VARIABLES**	**FIJOS**	**VARIABLES**
Costo Primo										
Materia Prima Directa		16782,74		17690,68		18647,75		19656,59		20720,01
Mano de Obra Directa	16342,73		17226,87		18158,85		19141,24		20176,78	
Suman	**16342,73**	**16782,74**	**17226,87**	**17690,68**	**18158,85**	**18647,75**	**19141,24**	**19656,59**	**20176,78**	**20720,01**
Costos Indirectos de Fabricación										
Materia Prima Indirecta		1074,00		1132,10		1193,35		1257,91		1325,96
Depreciación de Maquinaria	108,00		108,00		108,00		108,00		108,00	
Equipo de producción	415,90		438,40		462,12		487,12		513,47	
Dep. Muebles y Enseres de Producción	117,00		117,00		117,00		117,00		117,00	
Servicios Básicos de Producción		624,00		657,76		693,34		730,85		770,39
Consumo de Gas		57,60		60,72		64,00		67,46		71,11
Suman	**640,9**	**1755,60**	**663,40**	**1850,58**	**687,12**	**1950,69**	**712,12**	**2056,23**	**738,47**	**2167,47**
Gastos Administrativos y Ventas										
Sueldos	25152,36		26513,11		27947,47		29459,42		31053,18	
Publicidad	4430,40		4670,08		4922,74		5189,06		5469,78	
Servicios Básicos	408,00		430,07		453,34		477,87		503,72	
Suministros de Oficina	506,40		533,80		562,67		593,12		625,20	
Dep. de Vehículo	1600,00		1600,00		1600,00		1600,00		1600,00	
Dep. de Computadora	266,68		266,68		266,68		266,68		266,68	
Amortización de Activo Diferido	484,37		510,57		538,20		567,31		598,00	
Dep. Muebles y Enseres	84,60		84,60		84,60		84,60		84,60	
Depreciación de la Construcción	1896,08		1896,08		1896,08		1896,08		1896,08	
Terreno	25001,90		26354,50		27780,28		29283,19		30867,4154	
Utiles de Aseo y Limpieza		408,72		430,83		454,14		478,71		504,61
Suman	**59830,80**	**408,72**	**62859,50**	**430,83**	**66052,06**	**454,14**	**69417,33**	**478,71**	**72964,67**	**504,61**
Gastos Financieros										
Interés	4480,00		4722,37		4977,85		5247,15		5531,02	
Suman	**4480,00**		**4722,37**		**4977,85**		**5247,15**		**5531,02**	
Total Costo de Operación	**81294,43**	**18947,06**	**85472,14**	**19972,09**	**89875,87**	**21052,58**	**94517,84**	**22191,53**	**99410,94**	**23392,09**
	100241,49		**105444,2**		**110928,5**		**116709,4**		**122803,0**	

FUENTE: Cuadro Nro. 91
ELABORACIÓN: El Autor

COSTO UNITARIO

PRIMER AÑO

$$CU = \frac{Costo\ Total}{Nro.de\ Unidades\ Producidas}$$

$$CU = \frac{100241{,}49}{1560}$$

$$CU = 64{,}26$$

CUADRO Nro. 93

MARGEN DE UTILIDAD 25%		
CU	**25%**	**TOTAL**
64,26	16,06	80

ELABORACIÓN: El Autor

SEGUNDO AÑO

$$CU = \frac{Costo\ Total}{Nro.de\ Unidades\ Producidas}$$

$$CU = \frac{105444{,}24}{1872}$$

$$CU = 56{,}33$$

CUADRO Nro. 94

MARGEN DE UTILIDAD 25%		
CU	**25%**	**TOTAL**
56,33	14,08	70

ELABORACIÓN: El Autor

TERCER AÑO

$$CU = \frac{Costo\ Total}{Nro.de\ Unidades\ Producidas}$$

$$CU = \frac{110928{,}45}{2184}$$

$$CU = 50{,}79$$

CUADRO Nro. 95

MARGEN DE UTILIDAD 25%		
CU	**25%**	**TOTAL**
50,79	12,70	63

ELABORACIÓN: El Autor

CUARTO AÑO

$$CU = \frac{Costo\ Total}{Nro.de\ Unidades\ Producidas}$$

$$CU = \frac{116709{,}37}{2496}$$

$$CU = 46{,}76$$

CUADRO Nro. 96

MARGEN DE UTILIDAD 25%		
CU	**25%**	**TOTAL**
46,76	11,69	58

ELABORACIÓN: El Autor

QUINTO AÑO

$$CU = \frac{Costo\ Total}{Nro.de\ Unidades\ Producidas}$$

$$CU = \frac{122803{,}03}{2808}$$

$$CU = 43{,}73$$

CUADRO Nro. 97

MARGEN DE UTILIDAD 25%		
CU	**25%**	**TOTAL**
43,73	10,93	55

ELABORACIÓN: El Autor

INGRESO POR VENTAS

CUADRO Nro. 98

INGRESO POR VENTAS			
PERIODO	VENTAS EN UNIDADES	P V P	TOTAL INGRESOS
1	1560	80,32	125301,86
2	1872	70,41	131805,29
3	2184	63,49	138660,57
4	2496	58,45	145886,71
5	2808	54,67	153503,79

FUENTE: Cuadro Nro. 93, 94, 95, 96, 97
ELABORACIÓN: El Autor

ESTADO DE PÉRDIDAS O GANANCIAS

CUADRO Nro. 99

ESTADO DE PERDIDAS O GANANCIAS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO 5
Ingresos por Ventas	125301,86	131805,29	138660,57	145886,71	153503,79
(-) Costo de Producción	35521,97	37431,53	39444,41	41566,18	43802,74
(=) Utilidad Bruta en Ventas	89779,89	94373,76	99216,16	104320,53	109701,05
(-) Costo de Operación	64719,52	68012,70	71484,05	75143,19	79000,29
(=)Utilidad en operaciones	25060,37	26361,06	27732,11	29177,34	30700,76
(-)15% Reparto Utilidades	3759,06	3954,16	4159,82	4376,60	4605,11
(=)Utilidad antes de impuesto	21301,32	22406,90	23572,30	24800,74	26095,64
(-) 25% Impuesto a la Renta	5325,33	5601,73	5893,07	6200,19	6523,91
Utilidad Líquida	15975,99	16805,18	17679,22	18600,56	19571,73

FUENTE: Cuadro Nro. 98

ELABORACIÓN: El Autor

FUENTES Y USOS DE FONDOS

FUENTES

CUADRO Nro. 100

FUENTES		
DENOMINACIÓN	**TOTAL**	**A**
APORTE SOCIOS	37879,47	**87879,47**
CRÉDITO	50000,00	

FUENTE: Cuadro Nro. 89

ELABORACIÓN: El Autor

USOS

CUADRO Nro. 101

USOS		
DENOMINACIÓN	**TOTAL**	**B**
Activos Fijos	79975,37	**87879,47**
Activos Diferidos	2421,85	
Capital Trabajo	5482,25	

FUENTE: Cuadro Nro. 88

ELABORACIÓN: El Autor

$$BALANCE = A - B$$

$$BALANCE = 87879,47 - 87879,47$$

$$BALANCE = 0,00$$

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1

PUNTO DE EQILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$\boldsymbol{PE_1 = \frac{Costos\ Fijos}{Venta\ Total - Costo\ Variable} x100}$$

$$\boldsymbol{PE_1} = \frac{81294{,}43}{125301{,}86 - 18947{,}06} x100$$

$$\boldsymbol{PE_1} = \frac{81294{,}43}{106354{,}80} x100$$

$$\boldsymbol{PE_1} = 0{,}76x100$$

$$\boldsymbol{PE_1 = 76\%}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$\boldsymbol{PE_1 = \frac{Costos\ Fijos}{1 - \frac{Costos\ Variables}{Ventas}}}$$

$$\boldsymbol{PE_1} = \frac{81294{,}43}{1 - \frac{18947{,}06}{125301{,}86}}$$

$$\boldsymbol{PE_1} = \frac{81294{,}43}{1 - 0{,}1521131}$$

$$\boldsymbol{PE_1} = \frac{81294{,}43}{0{,}8488}$$

$$\boldsymbol{PE_1 = 95776{,}99}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS UNIDADES PRODUCIDAS

$$Cvu = \frac{Costo\ Variable}{Unidades\ Producidas}$$

$$Cvu = \frac{18947}{1560}$$

$$Cvu = 12,15$$

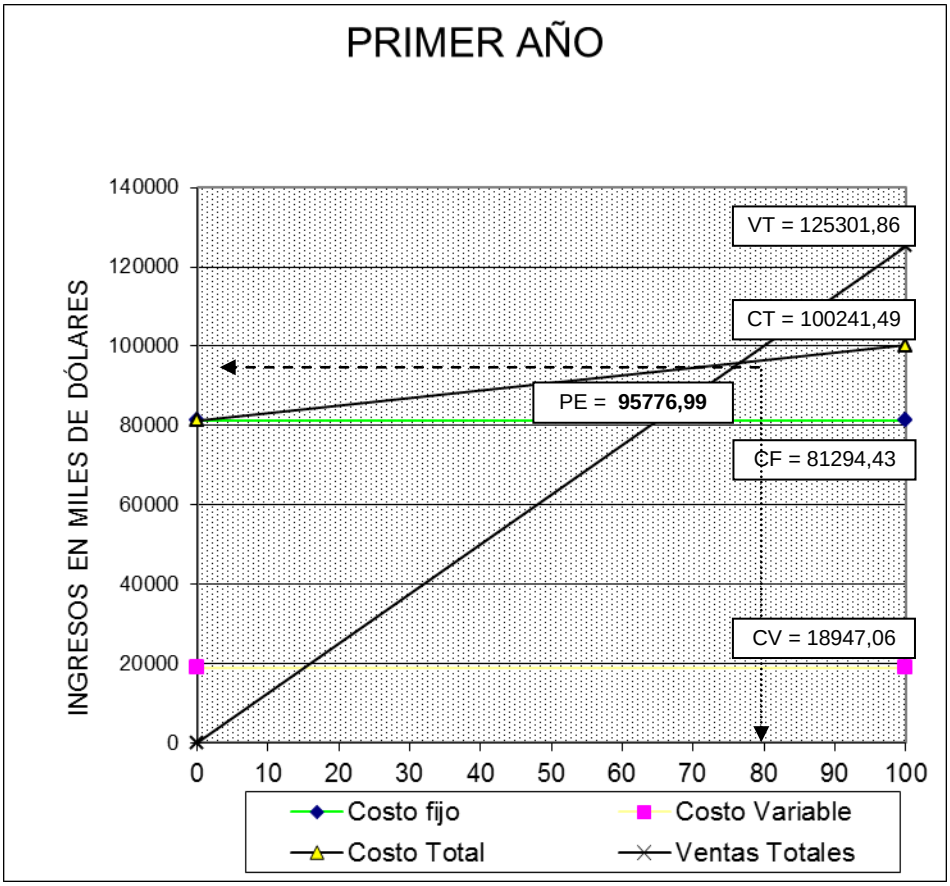
$$PE = \frac{Costos\ Fijos}{Pvu - Cvu}$$

$$PE = \frac{81294,43}{80,32 - 12,15}$$

$$PE = \frac{81294}{68,18}$$

$$PE = 1192,075$$

GRÁFICO Nro. 37



PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5

PUNTO DE EQILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$\boldsymbol{PE_1 = \frac{Costos\ Fijos}{Venta\ Total - Costo\ Variable} x100}$$

$$\boldsymbol{PE_1} = \frac{99410{,}94}{153504 - 23392} x100$$

$$\boldsymbol{PE_1} = \frac{99410{,}94}{130111{,}70} x100$$

$$\boldsymbol{PE_1} = 0{,}76x100$$

$$\boldsymbol{PE_1 = 76\%}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$\boldsymbol{PE_1 = \frac{Costos\ Fijos}{1 - \frac{Costos\ Variables}{Ventas}}}$$

$$\boldsymbol{PE_1} = \frac{99410{,}94}{1 - \frac{23392}{153504}}$$

$$\boldsymbol{PE_1} = \frac{99410{,}94}{1 - 0{,}15238771}$$

$$\boldsymbol{PE_1} = \frac{99410{,}94}{0{,}8476}$$

$$\boldsymbol{PE_1 = 117283{,}50}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS UNIDADES PRODUCIDAS

$$Cvu = \frac{Costo\ Variable}{Unidades\ Producidas}$$

$$Cvu = \frac{23392}{2808}$$

$$Cvu = 8{,}33$$

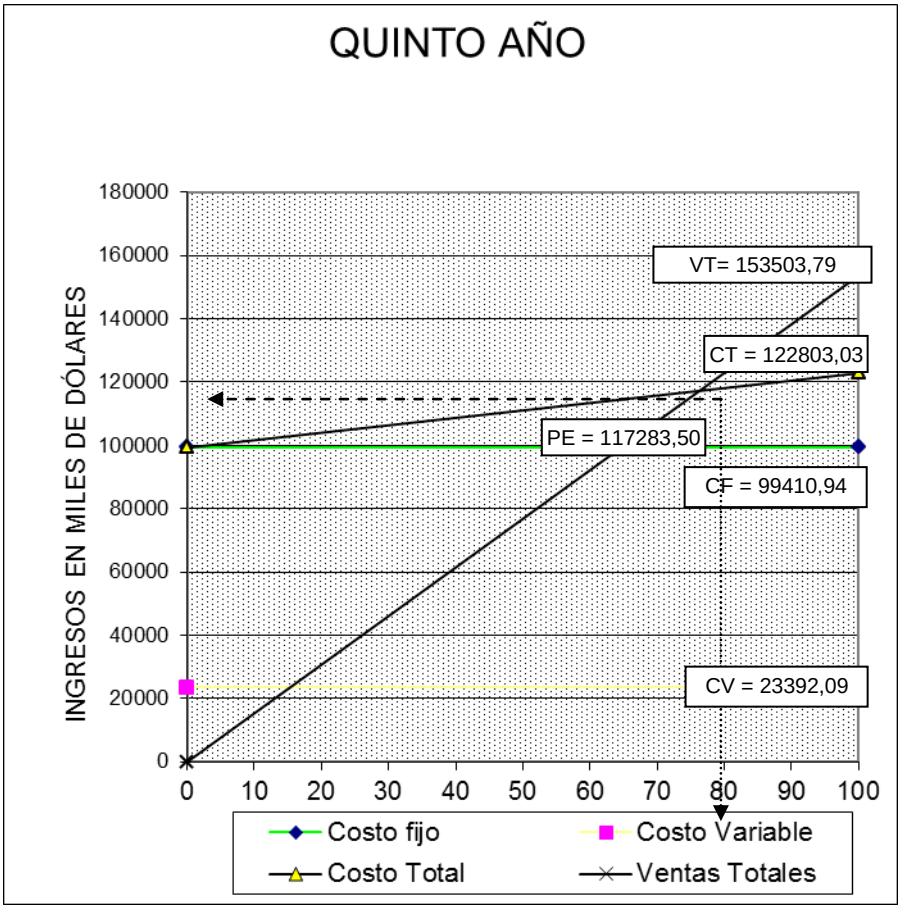
$$PE = \frac{Costos\ Fijos}{Pvu - Cvu}$$

$$PE = \frac{99410{,}94}{54{,}67 - 8{,}33}$$

$$PE = \frac{99410{,}94}{46{,}34}$$

$$PE = 2145{,}433$$

GRÁFICO Nro. 38



FLUJO DE CAJA

CUADRO Nro. 102

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	125301,86	131805,29	138660,57	145886,71	153503,79
Valor Rescate			399,96		34329,15
Total Ingresos	**125301,86**	**131805,29**	**139060,53**	**145886,71**	**187832,93**
EGRESOS					
Costos Totales de Operación	100241,49	105444,24	110928,45	116709,37	122803,03
Depreciaciones	4072,36	4072,36	4072,36	4072,36	4072,36
Amortización	10000,00	10000,00	10000,00	10000,00	10000,00
TOTAL COSTOS NETOS	86169,12	91371,87	96856,09	102637,00	108730,67
(+) 15% Utilidad	3759,06	3954,16	4159,82	4376,60	4605,11
(+) 25% Impuesto a la Renta	5325,33	5601,73	5893,07	6200,19	6523,91
Interés	4480,00	4722,37	4977,85	5247,15	5531,02
Total Egresos	**99733,51**	**105650,12**	**111886,83**	**118460,94**	**125390,71**
FLUJO DE CAJA	**25568,35**	**26155,17**	**27173,70**	**27425,77**	**62442,22**

FUENTE: Cuadros Nro.: 98, 59, 64, 91, 90,

ELABORACIÓN: El Autor

EVALUACIÓN FINANCIERA
VALOR ACTUAL NETO

CUADRO Nro. 103

VALOR ACTUAL NETO			
Años	**A**	**B**	**A*B**
	Flujo de Caja	**11,20%**	**Resultado**
Inversión			**87879,47**
1	25568,35	0,89928058	22993,122
2	26155,17	0,80870555	21151,833
3	27173,70	0,72725320	19762,159
4	27425,77	0,65400467	17936,582
5	62442,22	0,58813370	36724,376
Subtotal			**118568,07**
TOTAL		**Σ Reslt.Van - Inv.**	**30688,61**

FUENTE: Cuadro Nro. 102

ELABORACIÓN: El Autor

$$\boldsymbol{VAN} = \boldsymbol{\Sigma}\ \textbf{Flujo Neto actualizado} - \textbf{Inversión}$$

$$\boldsymbol{VAN} = 118568{,}07 - 87879{,}47$$

$$\boldsymbol{VAN} = 30688{,}61$$

TASA INTERNA DE RETORNO

CUADRO Nro. 104

TASA INTERNA DE RETORNO					
Años	A	B	A*B	C	A*C
	Flujo de Caja	Tasa < 23,24%	FAC	Tasa> 23,25%	FAC
1	25568,35	0,81632653	20872	0,8162599	20870,42
2	26155,17	0,666389	17429,52	0,66628022	17426,67
3	27173,70	0,54399102	14782,25	0,54385782	14778,63
4	27425,77	0,44407431	12179,08	0,44392933	12175,10
5	62442,22	0,36250964	22635,91	0,36236171	22626,67
TOTAL VAN			87898,88		87877
(-) Inversión			87879,47		87879,47
Van Esperado			**19,41**		**-1,97**

FUENTE: Cuadro Nro. 102

ELABORACIÓN: El Autor

$$TIR = Tm + [TM - Tm]\ (\frac{VAN\ (+)}{VAN(+) - VAN\ (-)}$$

$$TIR = 0{,}225 + 0{,}0001\ (\frac{19{,}4125}{19{,}4125 - \ (-1{,}97)}$$

$$TIR = 0{,}2250 + 0{,}0001\ (0{,}90791426)$$

$$TIR = 0{,}2250 + 0{,}0009079)$$

$$TIR = 22{,}51\%$$

CUADRO Nro. 105

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL 20,75% de DISMINUCIÓN DE INGRESOS

AÑOS	COSTO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL TOTAL	INGRESO DISMINUIDO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACION MENOR	VAN MENOR	FACTOR ACTUALIZACION MAYOR	VAN MAYOR
			20,75%		18,40%		18,41%	
1	100241	125302	99302	26000,14	0,844594595	21959,57	0,844523	21957,72
2	105444	131805	104456	27349,60	0,713340029	19509,56	0,713220	19506,27
3	110928	138661	109888	28772,07	0,602483133	17334,69	0,602331	17330,29
4	116709	145887	115615	30271,49	0,508853997	15403,77	0,508682	15398,57
5	122803	153504	121652	31852,04	0,429775336	13689,22	0,429594	13683,44
					SUBTOTAL	87896,81		87876,29
					TOTAL	87879,47		87879,47
						17,35		-3,18

FUENTE: Cuadros Nro. 91 y 98

ELABORACIÓN: El Autor

$$TIR = Tm + [TM - Tm]\left(\frac{VAN\ (<)}{VAN(<) - VAN\ (>)}\right)$$

$$TIR = 0{,}1840 + [0{,}1841 - 0{,}1840]\left(\frac{17{,}35}{17{,}35 - (-3{,}18)}\right)$$

$$TIR = 0{,}1840 + [\,0{,}0001\,]\left(\frac{17{,}35}{21}\right)$$

$$TIR = 0{,}184[0{,}0001](0{,}845178)$$

$$TIR = 0{,}184 + 0{,}00008$$

$$TIR = 18{,}41$$

$$\boldsymbol{TIR\ Retorno = TIR\ Proyecto - TIR\ Retorno}$$

$$TIR\ R. = 22{,}51 - 18{,}41$$

$$TIR\ R. = 4{,}10$$

$$\boldsymbol{\%\ Variación = \frac{TIR\ R.}{TIR\ P.} * 100}$$

$$\%\ Variación = \frac{4{,}10}{22{,}51} * 100$$

% Variación= 18

$$\boldsymbol{Sensibilidad = \frac{\%\ Variación}{Nueva\ TIR}}$$

$$Sensibilidad = \frac{18{,}22}{18{,}41}$$

$$Sensibilidad = \mathbf{0{,}99}$$

CUADRO Nro. 106

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DEL 25,93% EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL TOTAL	INCREMENTO DE COSTOS	FLUJO NETO	FACTOR ACTUAL	VAN MENOR	FACTOR ACTUALIZACION MAYOR	VAN MAYOR
			25,93%		18,39%		18,40%	
1	100241	125302	126234	25992,62	0,84466593	21955,08	0,844595	21953,22
2	105444	131805	132786	27341,69	0,71346054	19507,22	0,713340	19503,92
3	110928	138661	139692	28763,75	0,60263581	17334,06	0,602483	17329,67
4	116709	145887	146972	30262,74	0,50902594	15404,52	0,508854	15399,32
5	122803	153504	154646	31842,83	0,42995687	13691,04	0,429775	13685,26
					SUBTOTAL	87891,92		87871,40
					TOTAL	87879,47		87879,47
						12,46		-8,07

FUENTE: Cuadros Nro. 91 y 98

ELABORACIÓN: El Autor

$$TIR = Tm + [TM - Tm]\ \left(\frac{VAN\ (<)}{VAN(<) - VAN\ (>)}\right)$$

$$TIR = 0{,}1839 + [0{,}1840 - 0{,}01839]\ \left(\frac{12{,}46}{12{,}46\ -(-8{,}07)}\right)$$

$$TIR = 0{,}1839 + [\ 0{,}00010\ ]\ \left(\frac{12{,}46}{21}\right)$$

$$TIR = 0{,}1839[0{,}00010](0{,}606829)$$

$$TIR = 0{,}1839\ + 0{,}000060682$$

$$TIR = 18{,}40$$

$$\boldsymbol{TIR\ Retorno = TIR\ Proyecto - TIR\ Retorno}$$

$$TIR\ R. = 22{,}51 - 18{,}40$$

$$TIR\ R. = 4{,}11$$

$$\boldsymbol{\%\ Variación = \frac{TIR\ R.}{TIR\ P.} * 100}$$

$$\%\ Variación = \frac{4{,}11}{22{,}51} * 100$$

% Variación= 18,28

$$\boldsymbol{Sensibilidad = \frac{\%\ Variación}{Nueva\ TIR}}$$

$$Sensibilidad = \frac{18{,}28}{18{,}40}$$

$$Sensibilidad = \mathbf{0{,}99}$$

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

CUADRO Nro. 107

RELACIÓN BENEFICIO/COSTO						
AÑOS	**INGRESOS**	**Fac. Act. 11,20%**	**INGRESOS ACT.**	**EGRESOS**	**Fac. Act. 11,20%**	**EGRESOS ACT.**
1	125301,86	0,89928058	112681,53	99733,51	0,89928058	89688,40
2	131805,29	0,80870555	106591,67	105650,12	0,80870555	85439,84
3	138660,57	0,72725320	100841,34	111886,83	0,72725320	81370,05
4	145886,71	0,65400467	95410,59	118460,94	0,65400467	77474,01
5	153503,79	0,58813370	90280,75	125390,71	0,58813370	73746,50
TOTAL			**505805,88**			**407718,81**

FUENTE: Cuadro Nro. 98 y 102
ELABORACIÓN: El Autor

$$RBC = \frac{\Sigma\ INGRESOS\ ACTUALIZADOS}{\Sigma\ EGRESOS\ ACTUALIZADOS}$$

$$RBC = \frac{505805,88}{407718,81}$$

$$RBC = 1,24$$

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

CUADRO Nro. 108

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL		
AÑOS	**INVERSIÓN INICIAL**	**FLUJO NETO**
1	87879,47	25568,35
2		26155,17
3		27173,70
4		27425,77
5		62442,22
TOTAL:		**168765,22**

FUENTE: Cuadros 89 y 102
ELABORACIÓN: El Autor

$$PRC = \frac{\Sigma\, FLUJO\ NETO - INVERSIÓN}{\Sigma\, FLUJO\ AÑO\ QUE\ SUPERA\ LA\ INVERSIÓN}$$

$$PRC = \frac{168765{,}22 - 87879{,}47}{27425{,}77}$$

$$PRC = \frac{80885{,}75}{27425{,}77}$$

$$PRC = 2{,}9 \text{ años}$$

$$0{,}9\ x\ 12 = 10{,}80\ meses$$

$$0{,}80\ x\ 30 = 24\ dias$$

Mediante la fórmula aplicada se determina que la inversión se recuperará en 2 años, 10 meses y 24 días.

h. CONCLUSIONES

- Una vez efectuado el correspondiente Estudio de Mercado y con los datos obtenidos se determinó que en la ciudad de Loja, a pesar de haber una gran cantidad de demandantes, y muchos establecimientos de pastelerías no existe una empresa que ofrezca un servicio de pasteles personalizados.

- Al haber realizado es estudio técnico se consideró y se analizó los factores correspondientes a este estudio de ahí tenemos que la micro localización de la empresa estará ubicada en un lugar estratégico en donde exista facilidad de acceso y sobre todo donde las vías de comunicación en excelente estado, se analizó la capacidad a utilizar determinando que ésta para el primer año será de un 50% (1560) del total de la capacidad instalada que es de (3120).

- Ejecutado el estudio organizacional se tomó en consideración los requerimientos legales, administrativos y jurídicos para la constitución de la empresa, así mismo se planteó en crear la razón social de la misma, como también el objeto social, se instauraron los respectivos organigramas, manual de funciones, niveles jerárquicos y los diferentes requisitos para la total puesta en marcha de la empresa la cual tendrá

como nombre comercial “TORTAS PERSONALIZADAS MICHELLE” y se constituye como Compañía de Responsabilidad Limitada.

- Seguidamente después se estableció el estudio financiero, en donde se determinó en primer lugar la inversión que debe tener dicho proyecto, alcanzando un monto total de 87879,47 dólares, el financiamiento externo es de 50000,00 dólares; el punto de equilibrio en función de las ventas para el primer año es de 95776,99 dólares y el punto de equilibrio en función de la capacidad instalada es de 76%, de la misma forma se determinó el VAN teniendo como resultado 407718,81; la TIR ES DE 22,51%, la Relación Beneficio Costo es de 1,24; el Período de Recuperación del Capital se lo hará en 2 años, 10 meses y 24 días, así mismo el proyecto soporta, de acuerdo al análisis de sensibilidad un 25,93% de incremento en los costos y un 20,75% de disminución de los ingresos, mediante la evaluación financiera se obtuvo un resultado positivo, es decir de acuerdo a los factores analizados el proyecto es factible.

i. RECOMENDACIONES

- Para el estudio de mercado es recomendable realizar una buena promoción, brindar un adecuado servicio, a fin de lograr acaparar la mayor parte del mercado de la ciudad de Loja, así mismo la contratación de mano de obra local es muy importante ya que de esta manera se lograría contribuir a la disminución del desempleo en nuestra ciudad.

- En el Estudio Técnico se recomienda aplicar los procedimientos señalados así como acondicionar tanto la planta como el local de venta con los debidos requerimientos que se necesita para operar de forma eficiente; es decir que la infraestructura de la misma deberá estar dotada con todos los equipamientos necesarios para el buen desempeño de ésta, no obstante se debe tomar en cuenta la capacidad utilizada recomendada, de esta manera se tendrá resultados positivos que conlleven al éxito total de la organización.

- Analizado el estudio organizacional de la empresa, es recomendable efectuar correctamente el reclutamiento del personal, así como también efectuar la constitución legal de la misma, es decir que se deben tomar en cuenta todos los factores determinantes que se involucran en la creación legal y administrativa de una empresa, esto se reflejará en el buen desempeño que tenga la misma.

- De acuerdo a los resultados obtenidos en el Estudio Financiero se recomienda que el proyecto se lleve a ejecución, porque dentro de este análisis se determinó la factibilidad para el emprendimiento del mismo, cabe mencionar que la inversión que se necesita para este proyecto será recuperado en un periodo menor que el tiempo de vida útil del mismo, es decir que resulta rentable para las aspiraciones de los inversionistas, es recomendable establecer que la creación de esta empresa contribuirá para el desarrollo de nuestra ciudad.

j. BIBLIOGRAFÍA

- http://levapan.ejecom.om/site.php?content=185-la-pasteleria-su-origen
- http://www.ceeap.es/historia_de_la_pastelería.htm
- http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html
- http://evaluaciondeproyectosapuntes.blogspot.com/2009/05/el-estudio-tecnico.html
- http://www.actiweb.es/estudiosymas/manuales_administrativos.html
- http://camarafp.org/portal/index.php/estudiantes/ubicación-de-la-empresa.html
- http://www.lojaturistico.com/?q=node/34
- http://aulafacil.com/proyectos/curso/Lecc-6.htm
- http://www.eumed.net/cursecon/dic/ci1.htm
- http://es.scribd.com/doc/51316398/7/Capacidad-Utilizada-de-la-Planta
- http://www.monografias.com/trabajos24/control-producción/control-producción.shtml#program
- http://es.wikipedia.org/wiki/Mano_de_obra
- http://foro.univisón.com/t5/Club-de-Reposteras/COMO-HACER-FONDANT-PASO-A-PASO-FOTOS-LISTO/td-p/287144999#axzz20PjbVbIP
- http://www.soloarquitectura.com/foros/showthread.php?82053-Infograf%Eda-para-proyecto-de-pateler%Eda-en-estaci%F3n-de-servicio
- http://proyplanes.wordpress.com/estudio-organizacional
- http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/fondos-de-reserva/
- http://malluryconsulting.org

k. ANEXOS

ANEXO 1: RESUMEN DEL ANTEPROYECTO

a. **TEMA: "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TORTAS PERSONALIZADAS EN LA CIUDAD DE LOJA"**

b. **OBJETIVOS:**

Objetivo General

Realizar un Proyecto de Factibilidad para Implementar una empresa de producción y comercialización de Tortas Personalizadas en la ciudad de Loja.

Objetivos específicos:

- Realizar el estudio de mercado para determinar la cantidad de posibles demandantes del producto y establecer cuáles son los oferentes con los que vamos a competir para desarrollar un adecuado plan de comercialización.
- Desarrollar un Estudio Técnico para determinar la localización de la planta, su distribución y su tamaño para de esta manera realizar una adecuada utilización tanto de recursos humanos como materias primas e insumos, minimizando así las pérdidas en la empresa.
- Elaborar un Estudio Administrativo y Legal de la Empresa.
- Ejecutar un Estudio Financiero que permita determinar el valor total de la inversión y cuales van a ser la utilidades que se van a obtener al ejecutar el proyecto.

- Realizar la Evaluación Financiera con los indicadores VAN, TIR, RBC, PRC y AS, para determinar la factibilidad del proyecto.

c. METODOLOGÍA

Los métodos que se van a emplear para realizar el presente proyecto son los siguientes:

Método histórico.- Se lo aplica para conocer los antecedentes de lo que se va a investigar, para de esta manera crear soluciones reales que contribuyan a solucionarlo.

Método Inductivo.- permite determinar los problemas por los que atraviesan las empresas al lanzar nuevos productos al mercado, para de esta manera determinar las causas y efectos que los producen, enfocándonos a las empresas de productos similares al presente.

Método Deductivo.- Sirve para deducir las condiciones, que afectan a las empresas para de esta manera tener en cuenta cuáles son los problemas existentes y de esta manera poder plantear los objetivos.

TÉCNICAS

Las técnicas que se utilizarán para obtener la información pertinente para el Proyecto de factibilidad son los siguientes:

Revisión Bibliográfica

Se la utilizará con la finalidad de obtener información útil como conceptos, datos estadísticos, etc. que sirvan de guía para desarrollar el proyecto de factibilidad.

Entrevista

Se realizó entrevistas a los oferentes de tortas en la ciudad de Loja para conocer la demanda existente de este producto, para de esta manera conocer la demanda insatisfecha.

Encuesta.-

Se aplicó 366 encuestas a jóvenes y adultos de la ciudad de Loja con el propósito de conocer si el producto va a tener acogida.

Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra se va determinar de la siguiente manera: con el total de la población de la ciudad de Loja que es de 180617 (año 2010), lo vamos a dividir para cuatro que son el número de personas que conforman las familias tipo dándonos como resultado 45154 familias, una vez determinado este valor vamos a realizar la proyección de la población anual con un porcentaje del 2,65%, quedando la población de la siguiente manera:

Proyección de la población 2,65%

POBLACIÓN	PROYECCION	POBLACIÓN ACTUAL	AÑO
		45154	2010
45154	1197	46351	2011
46351	1228	47579	2012
47579	1261	48840	2013
48840	1294	50134	2014

FUENTE: INEC

ELABORACIÓN: El Autor

DATOS:

Z= 95 = 1,96
Σ= 5 = 0,05

P= 0,6
Q= 0,4
N= 48840

FÓRMULA:

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{\Sigma^2 (N-1) Z^2 PQ}$$

$$n = \frac{(1{,}96)^2 (48840)(0{,}6)(0{,}4)}{(0{,}05)^2\ (48840-1) + (1{,}96)^2 (0{,}6)(0{,}4)}$$

$$n = \frac{(3{,}84)(48840)(0{,}24)}{0{,}0025\ (48839) + (3{,}84)(0{,}24)}$$

$$\mathrm{n} = \frac{(3{,}84)11721.60}{122.0975 + 0.9216}$$

$$\mathrm{n} = \frac{45010{,}944}{123.0191}$$

$$\mathrm{n} = \frac{45011}{123{,}01}$$

$$\mathrm{n} = 366\ //$$

De acuerdo a la fórmula realizada anteriormente se puede observar que el número de encuestas que se tienen que realizar a las familias en la ciudad de Loja es de 366 encuestas.

ANEXO 2. ENCUESTA A LOS CONSUMIDORES

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Estimado Sr. /Sra.

Como estudiantes de la Universidad Nacional de Loja Pre-grado para Ingenieros Comerciales estamos realizando nuestro proyecto de Tesis denominado "Proyecto de Factibilidad para la Implementación de una Empresa Productora y Comercializadora de Tortas Personalizadas en la ciudad de Loja", por lo que le solicitamos muy comedidamente nos colabore llenando la siguiente encuesta:

1. **¿En su alimentación consume Tortas (Pasteles)?**
   SI ( ) NO ( )
2. **¿En qué motivos consume usted las Tortas (Pasteles)? (elija una opción)**

   Cumpleaños ( )
   Matrimonios ( )
   Días especiales ( )
   Otros ( )

¿Indique cuál?.....

3. **Cuál es su apreciación de las Tortas que se hacen en nuestra ciudad?**
   Muy Buenas ( )
   Buenas ( )
   Malas ( )
   Muy malas ( )

4. **La presentación que se les da a las Tortas en nuestra ciudad son:**
   Originales ( )
   Poco originales ( )
   Nada originales ( )
   Lo mismo de siempre ( )

5. **¿Qué cantidad de Tortas suele consumir al año?**
   De 1 a 2 ( )
   De 3 a 5 ( )
   De 5 a más ( )

6. **Ha consumido Ud. alguna vez Tortas personalizadas**
   SI ( ) NO ( )
   ¿Porqué?.....

7. **Si su respuesta fue SI con qué frecuencia consume usted Tortas Personalizadas**

Mensual	( )
Anual	( )
Otro	( )

8. **¿Ud. Conoce si en nuestra ciudad existe una empresa productora y comercializadora de Tortas Personalizadas?**

SI ( ) NO ( )

Indique cuál……..

9. **¿Cuáles de los siguientes medios de comunicación sintoniza más y en qué horarios?**

RADIOS

Radio Poder	( )	Horario……
Súper Láser	( )	Horario……
Matovelle	( )	Horario……
Radio Sociedad	( )	Horario……
Municipal	( )	Horario……
Boquerón	( )	Horario……
Stereo Zapotillo	( )	Horario……
Otras	( )	Horario……

Especifique……..……

TV

Ecotel	( )	Horario……
Univisión	( )	Horario……
TV Sur	( )	Horario……
Otras	( )	Horario……

Especifique……..…….

PRENSA

La Hora	( )	Día……..……
El Universo	( )	Día……..……
El Mercurio	( )	Día……..……
El Extra	( )	Día……..……
Otro	( )	Día……..……

Especifique……..

10. **¿En caso de que se implementara una Empresa productora y comercializadora de Tortas Personalizadas estaría dispuesto a adquirir el producto?**
SI ( ) NO ( )
¿Por qué?.....

11. **¿Si la empresa se implementara en dónde preferiría adquirir el producto?**
Supermercados ( )
Local exclusivo de la empresa ( )
Panaderías ( )

12. **En qué tipo de empaque desearía que se le entregue el producto?**
Caja de Cartón ( )
Caja de Plástico ( )
Otros ( )
Especifique……
……

13. **¿Qué tipo de promoción le gustaría obtener al momento de adquirir una Torta personalizada?**
Descuentos ( )
Que le den un producto complementario ( )
Ejm: velas
Que le den una torta más pequeña ( )

14. **¿Qué cantidad de Tortas Personalizadas estaría dispuesto a consumir en caso de que la empresa se implementara? (promedio anual**)
De 1 a 2 ( )
De 3 a 5 ( )
De 5 a más ( )

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3: ENTREVISTA A LOS OFERENTES

Estimado Sr. /Sra.

Como estudiantes de la Universidad Nacional de Loja Pre-grado para Ingenieros Comerciales estamos realizando nuestro proyecto de Tesis denominado “Proyecto de Factibilidad para la Implementación de una Empresa Productora y Comercializadora de Tortas Personalizadas en la ciudad de Loja”, por lo que le solicitamos muy comedidamente nos colabore con la siguiente entrevista:

1. ¿Tiene conocimiento sobre tortas personalizadas?
2. ¿Ha escuchado alguna vez sobre este producto?
3. ¿En su negocio vende Tortas Personalizadas?
4. ¿Qué cantidad de Tortas tradicionales vende semanalmente?

ÍNDICE

PORTADA I

CERTIFICACIÓN II

AUTORÍA III

CARTA DE AUTORIZACIÓN IV

DEDICATORIA V

AGRADECIMIENTO VI

a. TÍTULO 1

b. RESUMEN 2

SUMMARY 5

c. INTRODUCCIÓN 7

d. REVISIÓN DE LITERATURA 10

e. MATERIALES Y MÉTODOS 31

f. RESULTADOS 36

g. DISCUSIÓN 58

h. CONCLUSIONES..... 137

i. RECOMENDACIONES..... 139

j) BIBLIOGRAFÍA 141

k. ANEXOS..... 142

INDICE 150