UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

TITULO:

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE "LUNCH ESTUDIANTIL" PARA LAS ESCUELAS PÚBLICAS Y PRIVADAS DE LA CIUDAD DE NUEVA LOJA – PROVINCIA DE SUCUMBIOS"

Tesis previa a la obtención del Título de Ingeniero Comercial.

Autor:

Juan Patricio Campoverde Mendoza.

Directora:

Ing.Rocío Toral Tinitana

Loja-Ecuador

2013

Ing.
Rocío Toral Tinitana
DIRECTORA DE TESIS.

CERTIFICA:

Haber dirigido la investigación realizada por el señor Juan Patricio Campoverde Mendoza, en la ejecución del presente trabajo denominado **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE "LUNCH ESTUDIANTIL" PARA LAS ESCUELAS PÚBLICAS Y PRIVADAS DE LA CIUDAD DE NUEVA LOJA – PROVINCIA DE SUCUMBIOS"** de la carrera de Administración de Empresas de la Modalidad de Estudios a Distancia, el mismo que cumple con la reglamentación sobre el sistema de graduación vigente en la Universidad Nacional de Loja, autorizando su presentación.

Atentamente.

Ing.Rocío Toral Tinitana
DIRECTORA DE TESIS.

AUTORIA

Yo, Juan Patricio Campoverde Mendoza, declaro ser autora 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

Firma: _____

Cédula: 2100069661

Fecha: 16 de Julio del 2013

Autor: Juan Patricio Campoverde Mendoza.

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

Yo, **Campoverde Mendoza Juan Patricio** declaro ser autor(a) de la tesis titulada: **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE "LUNCH ESTUDIANTIL" PARA LAS ESCUELAS PUBLICAS Y PRIVADAS DE LA CIUDAD DE NUEVA LOJA – PROVINCIA DE SUCUMBIOS"**, como requisito para optar al 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 convenido 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 16 días del mes de Julio del dos mil trece, firma el autor.

Firma: ----------

Autor: Juan Patricio Campoverde Mendoza

Cédula: 2100069661

Dirección: Ba. Juan Montalvo, calles Pto. Rico Y Cuba, Nueva Loja-Sucumbíos

Correo Electrónico: patcm21000@hotmail.com

Teléfono: 062-362-530 Celular: 0994604686

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Ing. Rocío Toral Tinitana, Mg.

Tribunal de Grado: Ing. Lolyta Hualpa Lima, Mg.

Ing. Carlos Rodríguez Armijos, Mg.

Ing. Edison Espinosa Bailón, Mg.

AGRADECIMIENTO

Mi reconocimiento de gratitud a la Universidad Nacional de Loja, los Catedráticos de la Carrera de Administración de Empresas, quienes con sus conocimientos y experiencia, contribuyeron con nuestra formación.

Quiero dejar constancia de mi agradecimiento al Sra. Ing. Rocío Toral Tinitana , quien como Directora de Tesis ha apoyado el desarrollo y culminación del presente trabajo de investigación.

El autor.

DEDICATORIA

Este trabajo de tesis de grado está dedicado Dios, por darme la vida a través de mis queridos PADRES, quien con mucho cariño, amor y ejemplo ha hecho de mí una persona con valores para poder desenvolverme como: HIJO, HERMANO, AMIGO Y PROFESIONAL.

A mis ESPOSA, que ha estado a mi lado dándome cariño, confianza y apoyo incondicional para seguir adelante para cumplir otra etapa de mi vida.

A mi HIJA, que es el motivo y la razón que me ha llevado a seguir superándome día a día, para alcanzar mis más apreciados ideales de superación, quiero también dejar huellas de enseñanza que cuando se quiere alcanzar algo en la vida, no hay tiempo ni obstáculo que lo impida para poder LOGRAR.

Juan Patricio Campoverde Mendoza.

a. TITULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE “LUNCH ESTUDIANTIL” PARA LAS ESCUELAS PÚBLICAS Y PRIVADAS DE LA CIUDAD DE NUEVA LOJA – PROVINCIA DE SUCUMBIOS”

b. RESUMEN.

ESPAÑOL.

Para la elaboración del siguiente proyecto a ejecutarse pretende la Implatación de una Empresa Productora de “Lunch Estudiantil” y su Comercialización en las Escuelas Públicas y Privadas de la Ciudad de Nueva Loja, como una alternativa para que los alumnos de las diferentes escuelas en donde se va a comercilizar el lunch estudiantil, tengan un producto de calidad nutritiva excelente y que contribuya a la formacion de una correcta salud para el alumno y un gran aporte a los padres de familia que envian a las esucelas a sus hijos para se de instruyan sanamente.

Para iniciar con el estudio del presente proyecto, se ha trazado un objetivo general denominado: Proyecto de Factibilidad para la Implatación de una Empresa Productora de “Lunch Estudiantil” y su Comercialización en las Escuelas Públicas y Privadas de la Ciudad de Nueva Loja en la Provincia de sucumbios, del cual se plantearon objetivos específicos que sirvieron como guía para el estudio.

Para cumplir con este objetivo principal se utilizaron métodos, técnicas y procedimientos que permitieron investigar, desarrollar y comprobar la veracidad del proyecto. Los métodos utilizados fueron: **Inductivo:** Que se lo utilizó para en base a las particularidades encontradas en el desarrollo del proyecto de factibilidad, generalizar conclusiones y recomendaciones; **Deductivo**, que permitió en base a los conceptos teóricos relacionados con la realización de un proyecto de factibilidad, aplicarlos en el desarrollo de los estudios de mercado, técnico, organizativo, económico y financiero; Se aplicaron las siguientes técnicas: **Observación:** Permitió

conocer cómo se lleva a cabo en la actualidad el proceso de producción y comercialización del Lunch Estudiantil. **La Encuesta:** Aplicada a una muestra representativa de un número de niños que están matriculados en las escuelas públicas y privadas de la ciudad de nueva Loja, la población es un total de 10.414 para determinar las necesidades y preferencias del mercado objetivo en relación a la elaboración y comercialización del Lunch Estudiantil, información vital para el establecimiento de la demanda, oferta y demanda insatisfecha del producto a elaborar. El total de encuestas fueron 370, total de la población de estudio que fueron 10.414 alumnos matriculados en las escuelas de la Ciudad de Nueva Loja. Para el estudio y análisis de la Oferta, no se encuesto a los comerciales distribuidores de este tipo de productos.

El análisis realizado en el desarrollo de cada una de las fases del proyecto de factibilidad permitió llegar a las siguientes conclusiones: 1. El Estudio de Mercado determina que la empresa es factible ponerla en marcha de acuerdo a los datos obtenidos se obtuvo una demanda insatisfecha de 416.600 luchs al año. La capacidad instalada y utilizada cubrirá el 70% de la demanda insatisfecha. La inversión alcanza un monto de 41.594,24 de los cuales el 65% será de capital interno y el 35 % de capital externo. La evaluación financiera indica que la empresa recuperará el capital en 3 años, 2 meses y 18 días; que por cada dólar invertido la empresa gana 0.27 centavos.

En base a los resultados encontrados, se recomienda poner en marcha el proyecto ya que dará una importante rentabilidad para sus inversionistas y genera desarrollo

productivo para sus inversionistas y desarrollo socioeconómico para la Ciudad de Nueva de Loja.

ABSTRACT

To prepare the project following the implantation Chart run seeks a Producer Company "Student Lunch" and its marketing in public and private schools of the city of Nueva Loja, as an alternative for students from different schools where will comercilizar the student lunch, have an excellent nutritional quality product and contributes to the formation of a proper health for the student and a great contribution to parents who send their children to the schools do for yourself to instruct healthily.

To begin with the study of this project has set an overall target called: Draft Feasibility for Putting in a Producer Company "Student Lunch" and Marketing in Public and Private Schools in the City of Nueva Loja in the Province Sucumbios, which raised specific objectives that served as a guide for the study.

To meet this primary objective methods were used, techniques and procedures whereby research, develop and test the veracity of the project. The methods used were: Inductive: What was it used for on the basis of the characteristics found in the project development feasibility, generalizing conclusions and recommendations; Deductive, which allowed based on the theoretical concepts related to the conduct of a feasibility project apply them in the development of market research, technical, organizational, economic and financial, the following techniques were applied: Comments: allowed to know how to carry out today the process of production and marketing of Student Lunch. Survey: Applied to a representative sample of a number of children enrolled in public and private schools of the city of New Loja is a total population of 10,414 to determine the needs and preferences of the target market in

relation to the development Student Lunch and marketing, information vital to the establishment of the demand, supply and unmet demand in developing product. The surveys were 370 total, total study population were 10,414 students enrolled in schools in the city of Nueva Loja. For the study and analysis of the Offer, no commercials polled distributors of such products.

The analysis in the development of each of the phases of the project feasibility allowed to reach the following conclusions: 1. The Market Research Company determines that it is feasible to implement it according to the data was obtained luchs unmet 416 600 a year. The used capacity and cover 70% of the unmet demand. The investment amount reaches 41594.24 of which 65% is domestic capital and 35% of foreign capital. The financial assessment indicates that the company will recover the capital three years, two months and 18 days, that for every dollar the company earns 0.27 cents.

Based on the findings, it is recommended to implement the project as it will give significant returns for its investors and generates productive development for investors and economic development for the City of Nueva Loja.

c. INTRODUCCION.

Con frecuencia se da poca importancia al refrigerio o lunch escolar y se dedica poco tiempo a su planeación y preparación, lo que a la larga puede acarrear problemas que van desde la disminución en el rendimiento escolar hasta caries dental y obesidad. El refrigerio escolar o lunch escolar es una comida ligera que deben tomar los niños durante su estancia en la escuela. Este tiempo de comida es tan importante como los otros dentro de la alimentación de los niños porque cubre alrededor del 15% de sus requerimientos de nutrimentos.

Además, aunque no sustituye al desayuno, el refrigerio es importante para que los niños en edad preescolar y escolar tengan un buen rendimiento en la escuela y es también una oportunidad más para fomentar el desarrollo de hábitos alimentarios saludables para toda la vida.

Un refrigerio inadecuado puede perpetuar malos hábitos y generar a la larga caries dental, sobrepeso y obesidad infantil y elevación de los triglicéridos y el colesterol.

Debido a esta carencia empresarial, muchas de las necesidades que tienen los ecuatorianos no han sido satisfechas especialmente en el área de las empresas productoras y comercializadoras de lunch estudiantil y existen pocas empresas que están legalizadas y reconocidas para realizar este tipo de productos.

Ante esta situación es indispensable crear un proyecto de factibilidad destinado a la implementación de una Empresa Productora de “Lunch Estudiantil” y su Comercialización en las Escuelas Públicas y Privadas de la Ciudad de Nueva Loja en

la Provincia de sucumbios, el mismo que tendrá la finalidad de que las familias adquieran un producto bueno, varato y nutritivo.

La guía del presente estudio son los objetivos específicos que se presentan a continuación:

- Realización del estudio de Mercado para determinar la Oferta y la Demanda.
- Elaborar el Estudio Técnico para la macro y micro localización, como también los diferentes procedimientos y el proceso de producción de la microempresa.
- Determinar el estudio Organizacional, para conocer la estructura de la microempresa.
- Realización del estudio Legal, con el objetivo de determinar las normas las normas y leyes que rigen el estudio.
- Determinar el Estudio financiero para obtener los indicadores que permitan establecer la factibilidad del proyecto.

El estudio de mercado que hace una análisis de la demanda del cual de determino la demanda efectiva inicial, luego la oferta para poder determinar la demanda insatisfecha que existe del producto, lo cual determino establecer la estrategia de mercado para poder estructurar el estudio técnico (tamaño y localización e ingeniería del proyecto), que se lo cuantifica en inversiones, gastos operacionales y los posibles ingresos que generara el proyecto.

Seguidamente el estudio organizacional que se implementará se rige a una organización jurídica que será de marco legal sobre el cual se desarrollaran todas las actividades.

Para concluir el estudio financiero permitió establecer el Valor Actual Neto; un periodo de recuperación de capital; una Relación Beneficio Costo; una Tasa Interna de Retorno y el Análisis de Sensibilidad que resiste un incremento en los costos y un decremento en los ingresos.

En base a los estudios realizados se determina la factibilidad del presente proyecto con lo cual se cumple el objetivo propuesto. Obteniendo finalmente las conclusiones y recomendaciones correspondientes a fin de que permita que el inversionista tome las decisiones más convenientes.

d. REVISION DE LITERATURA.

MARCO REFERENCIAL.

Refrigerio o lunch escolar.

Con frecuencia se da poca importancia al refrigerio o lunch escolar y se dedica poco tiempo a su planeación y preparación, lo que a la larga puede acarrear problemas que van desde la disminución en el rendimiento escolar hasta caries dental y obesidad. En este artículo proponemos algunas opciones para el refrigerio escolar que sean fáciles de preparar, saludables, agradables para los niños y que ayuden a prevenir el sobrepeso y a evitar la falta de energía.

El refrigerio escolar o lunch escolar es una comida ligera que deben tomar los niños durante su estancia en la escuela. Este tiempo de comida es tan importante como los otros dentro de la alimentación de los niños porque cubre alrededor del 15% de sus requerimientos de nutrimentos.

Además, aunque no sustituye al desayuno, el refrigerio es importante para que los niños en edad preescolar y escolar tengan un buen rendimiento en la escuela y es también una oportunidad más para fomentar el desarrollo de hábitos alimentarios saludables para toda la vida.

Un refrigerio inadecuado puede perpetuar malos hábitos y generar a la larga caries dental, sobrepeso y obesidad infantil y elevación de los triglicéridos y el colesterol.

Así que no tome a la ligera este importante tiempo de comida y dedique algo de tiempo a planear junto con sus hijos refrigerios atractivos y nutritivos.[1]

Ejemplos de menús ricos y saludables. Recomendaciones para el preparar el lunch escolar

Siga las recomendaciones de la dieta sana en 10 pasos.

Incluya alimentos de los diferentes grupos: Frutas y verduras, cereales o tubérculos y alimentos de origen animal.

Evite los más posible los alimentos industrializados. Estos suelen ser ricos en grasa, azúcar y/o sodio. Tome un poco de tiempo para preparar el refrigerio con alimentos frescos la mayor parte de los días de la semana.

Procure que el refrigerio sea variado. Existen muchas opciones diferentes que pueden agradar a los niños. Procure planear el menú para toda la semana con anticipación para ahorrar tiempo y tener todos los ingredientes necesarios a la mano.

Aproveche el refrigerio para ofrecer frutas y verduras frescas al niño.

[1] http://kronovida.com/articulos/refrigerio-o-lunch-escolar-ejemplos-de-menus-ricos/

Evite las bebidas azucaradas. El refrigerio debe incluir siempre alguna bebida para que los niños se mantengan bien hidratados, pero evite todas las bebidas con alto contenido de azúcar como los refrescos y jugos industrializados.

Evite los alimentos muy dulce so pegajosos que pueden favorecer el desarrollo de caries.

Sirve porciones pequeñas de alimentos. Recuerde que el refrigerio debe representar cuando mucho el 20% de las calorías de todo el día. Esto equivale a unas **200 calorías para los niños preescolares y unas 270 para los escolares como máximo.**

Sirva el refrigerio en una lonchera limpia y en recipientes agradables, irrompibles y fáciles de manejar.

Permita a los niños participar en la planeación de sus refrigerios y hasta en la preparación de platillos sencillos.

Aproveche la convivencia con otras personas para ofrecer al niño alimentos que en casa se le dificulte aceptar.

Incluya alguna sorpresa para el niño, sobre todo en el caso de los más pequeños, dentro de la lonchera algunas veces.

Adapte los siguientes ejemplos a las necesidades y gustos de sus hijos.

QUÉ PONER EN LA LONCHERA.

Ejemplo de menú escolar:

Cada día miles de padres se hacen esta pregunta. A diario nos devanamos los sesos intentando ser creativos para enviar comida que sea fácil para los maestros y a la vez nutritiva para nuestros hijos.

Al principio, preparar el almuerzo para nuestros hijos llevaba mucho tiempo, ya que cada día nos ponía a pensar qué enviarle, intentando compaginar lo siguiente:

Todo lo que se envía a la escuela debe tener el nombre del alumno.

La merienda para el cole.

Piensen que en la escuela, cada maestra debe ayudar a varios niños al mismo tiempo. Por tanto, cuánto más podamos ayudar mejor. Todo lo que enviamos a la escuela

debe estar debidamente identificado. Tanto sea poniendo etiquetas con el nombre del niño o simplemente escribiendo con marcador indeleble su nombre. Lo importante es que todo diga claramente quién es el dueño. De esta manera evitaremos que se pierdan las cosas.

Para que los más chiquitos puedan saber qué cosas son las suyas, si aún no saben leer ni identificar su nombre, podemos ponerles los stickers que más les gusten, o una estrellita (u otra marquita) con el mismo marcador (plumón, rotulador o drypen) que pusimos su nombre. Algún dibujito que haga posible que el identifique sus pertenencias.[2]

Mandar comida que puedan comer solitos

Ejemplo de lunch.

En casa, generalmente, disponemos de un adulto por cada uno o dos pequeños. Pero en la escuela este ratio es bien diferente, por ende, recibirán menos ayuda para comer. Por esto, cuando hablamos de los más chiquitos quienes aún necesitan ayuda para cortar la comida, es mejor enviar los productos ya cortados. En vez de un sandwich entero, córtalo en pedacitos chiquitos, como mini-sandwiches, para que los peques puedan comer cada pedacito, sin necesidad de ayuda.

[2] Mundoconfamilia.com/educacion/e_lunch_es.html

Lo mismo con las carnes, fiambres, quesos, etcétera. Como quien dice, envía todo en "bocados". Si envías una naranja o una tangerina, no la envíes con cáscara. Pónla en un taper, ya cortada y en gajos y con las semillas quitadas. No esperes que en la escuela haya alguien para hacer estas tareas. Lo más probable es que si no la pelas tú y tu hijo aún no puede hacerlo solo, la naranja vuelva intacta y si preguntas en la escuela el porqué, te digan que el niño no tenía tanta hambre. (Respuesta más fácil que ponerse a discutir con un padre sobre quién pelará la naranja).

Preparar loncheras nutritivas.

Casi todas las escuelas insisten en esto. Cada vez más se están dando casos de obesidad infantil. De pequeños, es la edad de aprender y formar las buenas costumbres que nos acompañarán de por vida. El saber comer es un regalo que podemos dar a nuestros hijos. Por eso, es vital evitar la comida "basura" o "chatarra".

Aprovechemos el lunch para enseñarles a comer frutas y vegetales y dejemos de lado las papas fritas y los nuggets.

Inventar almuerzos divertidos.

Los mini-sándwiches

Los niños comen con los ojos. Si queremos que coman, es importante que lo que vean les resulte atractivo.

Adapta el menú al gusto de tus hijos. Por ejemplo, poner zanahorias, pepino y tomate en un tupper, no parece algo exitante. Ahora, si cortamos la zanahoria formando flores, los pepinos en círculos y los tomates como corazones, es otra cosa.

Lo mismo ocurre con los cereales. Los granos de salvado son excelentes, pero es muy raro que un niño se los coma. Sin embargo, si los mezclamos con nueces y pasas, y jugamos a encontrar las pasas entre el cereal la cosa cambia. O más fácil, podemos comprar la inmensa variedad de cereales en forma de aritos de colores, estrellitas, etcétera, que nos provee el mercado (trata de evitar los que tienen grandes cantidades de azúcar).

Cuidar el tamaño de las porciones.

Flores de Zanahoria.

Tan importante como la calidad de la comida es la cantidad. Debemos enviar suficientes calorías para que los chicos puedan realizar sus funciones, pero no sobrealimentarlos.

También ten en cuenta, que los más chiquitos en general, al estar en grupo divirtiéndose, tienden a comer poco y ven la hora del almuerzo como un martirio que les impide seguir jugando. Por lo tanto, si al abrir su mochila ven un almuerzo muy grande, a sus ojos imposible de terminar, se deprimen y comen aún menos.

Para acertarle a la cantidad justa, es preferible comenzar con porciones pequeñas. Si ves que los envases te vuelven completamente vacíos agrega un poco más. También puedes hablar con la maestra, comentarle lo que estás haciendo, para que ella te avise si la cantidad es insuficiente. Esta última recomendación te la hago, porque en una época yo estuve muy contenta de que mi hija se terminaba toda su merienda. Luego me enteré que era la compañerita que se sentaba a su lado, quien en realidad se la terminaba.[3]

MARCO CONCEPTUAL.

PROYECTO DE INVERSION

QUÉ ES UN PROYECTO?

Un proyecto, es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana.

[3] http://www.mundoconfamilia.com/educacion/e_lunch_es.html

De esta forma, puede haber diferentes ideas, inversiones de monto distinto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, agricultura, vestido, deportes, etc.

El proyecto de inversión se puede describir como un plan que, si se le asigna determina control de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general.

La evaluación de un proyecto de inversión, cualquiera que éste sea, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable. Sólo así es posible asignar los escasos recursos económicos a la mejor alternativa.[4]

POR QUÉ SE INVIERTE Y POR QUÉ SON NECESARIOS LOS PROYECTOS.

Día a día y en cualquier sitio donde nos encontramos, siempre hay a la mano una serie de productos o servicios proporcionados por el hombre mismo. Desde la ropa que vestimos, los alimentos que procesados que consumimos hasta las modernas computadoras que apoyan en gran medida el trabajo del ser humanos. Todos y cada uno de estos bienes y servicios, antes de venderse comercialmente, fueron evaluados desde varios puntos de vista, siempre con el objetivo final de satisfacer una necesidad humana. Después de ello, alguien tomó la decisión para producirlo en masa, para lo cual tuvo que realizar una inversión económica.

[4] BACA, Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, Pag. 2, México 2007.

Por tanto siempre que haya una necesidad humana de un bien o un servicio habrá necesidad de invertir, pues hacerlo es la única forma de producir un bien o servicio. Es claro que las inversiones no se hacen sólo porque alguien desea producir determinado artículo o piensa que produciéndolo ganará dinero. En la actualidad, una inversión inteligente requiere una base que la justifique. Dicha base es precisamente un proyecto bien estructurado y evaluado que indique la pauta que debe seguirse. De ahí se deriva la necesidad de elaborar los proyectos.

DECISIÓN SOBRE UN PROYECTO.

Para tomar una decisión sobre un proyecto es necesario que éste sea sometido al análisis multidisciplinario de diferentes especialistas. Una decisión de este tipo no puede ser tomada por una sola persona con un enfoque limitado, o ser analizada sólo desde un punto de vista.[5]

El hecho de realizar un análisis que se considere lo más completo posible. No implica que. Al invertir, el dinero estará exento de riesgo. El futuro siempre es incierto y por esta razón el dinero siempre se arriesgará. El hecho de calcular unas ganancias futuras, a pesar de realizar un análisis profundo, no asegura necesariamente que esas utilidades se ganen, tal como se calculó. En los cálculos no están incluidos los factores fortuitos, como huelgas, incendios, derrumbes, etc. Estos factores también pueden caer en el ámbito de lo económico lo político, como es el caso de las

---

[5] HARVAR BUSINES, Crear un plan de negocios, Editado por Impact Media Comercial S.A. 1ª edicion, abril 2009.

devaluaciones monetarias drásticas, la atonía económica, los golpes de Estado u otros acontecimientos que podrían afectar gravemente la rentabilidad y la estabilidad de la empresa.

La toma de la decisión acerca de invertir en determinado proyecto siempre debe recaer no en una sola persona ni en el análisis de datos parciales, sino en grupos multidisciplinarios que cuenten con la mayor cantidad de información posible. A toda actividad encaminada a tomar una decisión de inversión sobre un proyecto se le llama evaluación de proyectos.

EVALUACIÓN.

La evaluación, aunque es la parte fundamental del estudio dado que es la base para decidir sobre el proyecto, depende en gran medida del criterio adoptado de acuerdo con el objetivo general del proyecto.

En el ámbito de la inversión privada, el objetivo principal no es obtener necesariamente el mayor rendimiento sobre la inversión. En los tiempos actuales de crisis, el objetivo principal puede ser que la empresa sobreviva, mantener el mismo segmento del mercado, diversificar la producción, aunque no se aumente el rendimiento sobre el capital, etc.

Por lo tanto, la realidad económica, política, social y cultural de la entidad donde se piense invertir, marcará los criterios que se seguirán para realizar la evaluación

adecuadas, independiente de la metodología empleada. Los criterios y la evaluación son, por tanto, la parte fundamental de toda evaluación de proyectos. [6]

Proyecto de Inversión

Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.

Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.[7]

Tipos de Proyecto.

Proyecto de inversión privado.

Es realizado por un empresario particular para satisfacer sus objetivos. Los beneficios que la espera del proyecto, son los resultados del valor de la venta de los productos (bienes o servicios), que generara el proyecto.

---

[6] BACA, Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, Pag 3, México 2007.

[7] ARTUR SELDON. Diccionario de Economía. F.G. Pennance Ediciones. Villassar del Mar. Pág. 65

Proyecto de inversión pública o social.

Busca cumplir con objetivos sociales a través de metas gubernamentales o alternativas, empleadas por programas de apoyo. Los terminas evolutivos estarán referidos al termino de las metas bajo criterios de tiempo o alcances poblacionales.

Ciclo de Vida de los Proyectos.

Pre inversión.

Es la fase preliminar para la ejecución de un proyecto que permite, mediante elaboración de estudios, demostrar las bondades técnicas, económicas-financieras, institucionales y sociales de este, en caso de llevarse a cabo. En la etapa de preparación y evaluación de un proyecto, o etapa de análisis de pre inversión, se deben realizar estudios de mercado, técnicos, económicos y financieros. Conviene abordarlos sucesivamente en orden, determinado por la cantidad y la calidad de la información disponible, por la profundidad del análisis realizado, y por el grado de confianza de los estudios mencionados.

Fases en la etapa de pre inversión.

La selección de los mejores proyectos de inversión, es decir, los de mayor bondad relativa y hacia los cuales debe destinarse preferentemente los recursos disponibles constituyen un proceso por fases.

Se entiende así las siguientes:

1. Generación y análisis de la idea del proyecto.
2. Estudio del nivel de perfil.
3. Estudio de pre factibilidad.

4. Estudio de factibilidad.

De esta manera por sucesivas aproximaciones, se define el problema por resolver. En cada fase de estudios se requiere profundidad creciente, de modo de adquirir certidumbre respecto de la conveniencia del proyecto.

Otra ventaja del estudio por fases es la de permitir que al estudio mismo, se destine un mínimo de recursos. Esto es así porque, si una etapa se llega a la conclusión de que el proyecto no es viable técnica y económicamente, carece de sentido continuar con las siguientes. Por lo tanto se evitan gastos innecesarios.

Generación y análisis de la idea de proyecto.[8]

La generación de una idea de proyecto de inversión surge como consecuencia de las necesidades insatisfechas, de políticas, de un la existencia de otros proyectos en estudios o en ejecución, se requiere complementación mediante acciones en campos distintos, de políticas de acción institucional, de inventario de recursos naturales.

En el planteamiento y análisis del problema corresponde definir la necesidad que se pretende satisfacer o se trata de resolver, establecer su magnitud y establecer a quienes afectan las deficiencias detectadas (grupos, sectores, regiones o a totalidad del país). Es necesario indicar los criterios que han permitido detectar la existencia del problema, verificando la confiabilidad y pertinencia de la información utilizada. De tal análisis surgirá la especificación precisa del bien que desea o el servicio que se pretende dar.

[8] G. BOCA URBINA. Evaluación de Proyectos, Análisis Administrativo del Riesgo. Segunda Edición. Pág. 38

Asimismo en esta etapa, corresponde identificar las alternativas básicas de solución del problema, de acuerdo con los objetivos predeterminados. Respecto a la idea de proyecto definida en su primera instancia, es posible adoptar diversas decisiones, tales como abandonarla, postergar su estudio, o profundizar este.

Estudio de la pre factibilidad.

En esta fase se examinan en detalles las alternativas consideradas más convenientes, las que fueron determinadas en general en la fase anterior. Para la elaboración del informe de pre factibilidad del proyecto deben analizarse en detalle los aspectos identificados en la fase de perfil, especialmente los que inciden en la factibilidad y rentabilidad de las posibles alternativas. Entre estos aspectos sobresalen:

a. El mercado.
b. La tecnología.
c. El tamaño y la localización.
d. Las condiciones de orden institucional y legal.

Conviene plantear primero el análisis en términos puramente técnica, para después seguir con los económicos. Ambos analizas permiten calificar las alternativas u opciones de proyectos y como consecuencia de ello, elegir la que resulte más conveniente con relación a las condiciones existentes.

Estudio de factibilidad.

Esta última fase de aproximaciones sucesivas iniciadas en la pre inversión, se bordan los mismos puntos de la pre factibilidad. Además de profundizar el análisis el estudio de las variables que inciden en el proyecto, se minimiza la variación esperada de sus

costos y beneficios. Para ello es primordial la participación de especialistas, además de disponer de información confiable.

Sobre la base de las recomendaciones hechas en el informe de pre factibilidad, y que han sido incluidas en los términos e referencia para el estudio de factibilidad, se deben definir aspectos técnicos del proyecto, tales como localización, tamaño, tecnología, calendario de ejecución y fecha de puesta en marcha. El estudio de factibilidad debe orientarse hacia el examen detallado y preciso de la alternativa que se ha considerado viable en la etapa anterior. Además, debe afinar todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto, de acuerdo con sus objetivos, sean sociables o de rentabilidad.

Una vez que el proyecto ha sido caracterizado y definido deben ser optimizados. Por optimización se entiende la inclusión de todos los aspectos relacionados con la obra física, el programa de desembolsos de inversión, la organización por crear, puesta en marcha y operación del proyecto. El analizas de la organización por crear para la implementación del proyecto debe considerar el tamaño de la obra física, la capacidad empresarial y financiera del inversionista, el nivel técnico y administrativo que su operación requiere las fuentes y los plazos para el financiamiento.[9]

Con la etapa de factibilidad finaliza el proceso de aproximaciones sucesivas en la formulación y preparación de proyectos, proceso en el cual tiene importancia significativa la secuencia de afinamiento y análisis de la información. El informe de factibilidad es la culminación de la formulación de un proyecto, y constituye la base

[9] Organización Aplicada, Víctor H. Vázquez, 1985, Pág. 120

de la decisión respecto de su ejecución. Sirve a quienes promueven el proyecto, a las instituciones financieras, a los responsables de la implementación económica global, regional y sectorial.

Etapas de inversión.

Esta etapa de un proyecto se inicia con los estudios definitivos y termina con la puesta en marcha. Sus fases son:

Financiamiento: Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar a la inversión, en forma o proporción definida en el estudio de pre-inversión correspondiente. Por lo general se refiere a la obtención de préstamos.

Estudios definitivos: Denominado también estudio de ingeniería, es el conjunto de estudios detallados para la construcción, montaje y puesta en marcha. Generalmente se refiere a estudios de diseño de ingeniería que se concretan en los planos de estructuras, planos de instalaciones eléctricas, planos de instalaciones sanitarias, etc., documentos elaborados por arquitectos e ingenieros civiles, eléctricos y sanitarios, que son requeridos para otorgar la licencia de construcción. Dichos estudios se realizan después de la fase de pre-inversión, en razón de su elevado costo y a que podrían resultar inservibles en caso de que el estudio salga factible, otra es que deben ser lo más actualizados posibles al momento de ser ejecutados. La etapa de estudios definitivos, no solo incluye aspectos técnicos del proyecto sino también actividades financieras, jurídicas y administrativas.

Ejecución y montaje: Comprende al conjunto de actividades para la implementación de la nueva unidad de producción, tales como compra del terreno, la construcción física en sí, compra e instalación de maquinaria y equipos, instalaciones varias, contratación del personal, etc. Esta etapa consiste en llevar a ejecución o a la realidad el proyecto, el que hasta antes de ella, solo eran planteamientos teóricos.

Puesta en marcha: Denominada también **"Etapa De Prueba"** consiste en el conjunto de actividades necesarias para determinar las deficiencias, defectos e imperfecciones de la instalación de la instalación de la infraestructura de producción, a fin de realizar las correcciones del caso y poner "a punto" la empresa, para el inicio de su producción normal.[10]

Etapas de operación.

Es la etapa en que el proyecto entra en producción, iniciándose la corriente de ingresos generados por la venta del bien o servicio resultado de las operaciones, los que deben cubrir satisfactoriamente a los costos y gastos en que sea necesario incurrir. Esta etapa se inicia cuando la empresa entra a producir hasta el momento en que termine la vida útil del proyecto, periodo en el que se hará el análisis evaluación de los resultados obtenidos.

La determinación de la vida útil de un proyecto puede determinarse por el periodo de obsolescencia del activo fijo más importante (ejemplo: maquinarias y equipo de procesamiento). Para efecto de evaluación económica y financiera, el horizonte o vida

---

[10] JANE AUBERT-KRIER, Gestión de la Empresa, Tomo I, Estructura y organización, Editorial Ariel.1980.Barcelona-España.

útil del proyecto más utilizado es la de 10 años de operario, en casos excepcionales 15 años.

ESTUDIO DE MERCADO.

El Estudio de Mercado es una de las funciones de la mercadotecnia que se encarga de obtener y proveer datos e información para la toma de decisiones relacionadas con la práctica de la mercadotecnia, por ejemplo, dando a conocer qué necesidades o deseos existen en un determinado mercado, quiénes son o pueden ser los consumidores o clientes potenciales, cuáles son sus características (qué hacen, dónde compran, porqué, dónde están localizados, cuáles son sus ingresos, etc...), cuál es su grado de predisposición para satisfacer sus necesidades o deseos, entre otros.

La identificación, recopilación, análisis y difusión de la información de manera sistemática y objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de mercadotecnia. [11]

DEMANDA.

Muestra las distintas cantidades de un bien que un consumidor está dispuesto a adquirir, por unidad de tiempo, a los diferentes precios alternativos posibles.

CURVA DE LA DEMANDA: Es una curva que muestra las cantidades de un bien que un consumidor está dispuesto a pagar y puede hacerlo, para comprar a diferentes niveles de precios.

---

[11] MALHOTRA NARESH, Prentice Hall, Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico», Segunda Edición, Págs. 21 y 22

DETERMINANTES DE LA DEMANDA:

- ✓ **Precio del bien:** Al aumentar el precio de un bien disminuye la cantidad demandada y viceversa.
- ✓ **Precio de bienes sustitutos:** Si el precio de un bien Y, un bien sustituto del bien X, aumenta, entonces la demanda del bien X va a aumentar, y si el precio del bien Y (bien sustituto de X) disminuye, la demanda de X va a disminuir.
- ✓ **Precio de bienes complementarios:** Si el precio de un bien Y, un bien complementario al bien X, aumenta, entonces la demanda de X va a disminuir y viceversa
- ✓ **Ingreso de los consumidores:** En los **bienes normales**, al aumentar el ingreso de los consumidores la demanda por un bien va a aumentar y viceversa. Por el contrario en los **bienes inferiores**, al aumentar el ingreso del consumidor, la demanda del bien va a disminuir.
- ✓ **Gustos y preferencias:** Al aumentar las preferencias por un bien ya sea por moda, temporada, etc. la demanda del mismo va a aumentar.
- ✓ **Población:** Al aumentar la población es de esperar que la demanda por un bien aumente ya que existe mayor número de consumidores con la misma necesidad.
- ✓ **Precios futuros esperados:** Si se espera que el precio de un bien aumente a un cierto plazo, la demanda inmediata de este bien va a aumentar. Por otra parte, si se espera que el precio disminuya en el futuro la demanda va a disminuir ahora, pues la gente pospondrá su decisión de compra hasta que el precio baje.

ANALISIS DE LA DEMANDA.

La demanda se define como la cantidad que están dispuestos a comprar los consumidores de un determinado producto o servicio, considerando un precio en un determinado periodo.

A la demanda se la debe considerar desde varios puntos de vista como son:

Demanda Potencial.

La demanda potencial es la cantidad global de las familias Cuencanas que corresponden al porcentaje de la población total de la provincia, dividida en cuatro miembros por hogar, independientemente de los medios y preferencias para la adquisición del producto. Para determinar la demanda potencial se considera:[12]

1. La tasa de crecimiento poblacional
2. Población urbana
3. Cuatro miembros por familia

Demanda Real.

Se denomina demanda real a la demanda verdaderamente ejercida en los mercados. En sí, la demanda real es el número absoluto de familias que están dispuestas a adquirir el producto. O servicio para obtener la demanda real tomamos en consideración lo siguiente:

1. Demanda potencial
2. Porcentaje de las familias que no consumen

[12] BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Editorial Interamericana Editores S. A. Quinta Edición. México 2007

3. Porcentaje de familias que no apoyan al producto
4. Porcentaje de familias que no contestan.

Demanda Efectiva.

Es la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones producto de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impedirán que puedan acceder al producto aunque quisieran hacerlo.[13]

Demanda Insatisfecha.

Formada por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad.

OFERTA.

Muestra las distintas cantidades de un bien que el oferente está dispuesto a ofrecer por unidad de tiempo a los distintos precios alternativos. El objetivo de todo productor es de maximizar sus ganancias, de esta premisa se desprende una serie de conclusiones expuestas a continuación.14

CURVA DE LA OFERTA: Es una curva que muestra las cantidades de un bien que un vendedor está dispuesto a vender a diferentes niveles de precios alternativos, suponiendo que todos los demás determinantes permanecen constantes.

---

[13] BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Editorial Interamericana Editores S. A. Quinta Edición. México 2007
[14] Lic. LEANDRO, Gabriel , MBA Macroeconomía disponible en: http://www.auladeeconomia.com/micro-material2.htm

DETERMINANTES DE LA OFERTA:

El precio del bien: al aumentar el precio del bien va a aumentar la cantidad ofrecida y viceversa.

- ✓ **Precio de los recursos e insumos empleados en la producción del bien:** Al aumentar el precio de los insumos de un bien, su oferta va a disminuir y viceversa. Al hablar del precio de los recursos e insumos se refiere al precio del trabajo (salarios), precio de materias primas, precio de energía, tasas de interés, etc.
- ✓ **La tecnología de producción:** Al mejorar la tecnología en la producción, la oferta de un bien aumentará.
- ✓ **Precios futuros esperados:** Si se espera que a corto plazo el precio del bien producido aumente, la oferta aumentará, y viceversa.
- ✓ **Número de oferentes:** Al haber un mayor número de oferentes la oferta de un bien aumentará y viceversa.

EQUILIBRIO DEL MERCADO

EQUILIBRIO.

Ocurre en el precio (Pe) en donde cantidad demandada = cantidad ofrecida. En Pe todos los vendedores dispuestos a vender podrán vender y todos los compradores dispuestos a comprar podrán comprar.

Para que el mercado tiende al equilibrio si el precio P es mayor que el precio de equilibrio Pe, o sea P > Pe, entonces se da un excedente, el cual hará que el precio

tienda a la baja. Si el precio P es menor que el precio de equilibrio Pe, o sea P < Pe, entonces se da una escasez, la cual hará que el precio tienda al alza. Si el precio P es igual al precio de equilibrio Pe, o sea P = Pe, entonces el mercado permanece estable, sin cambio.[15]

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS.

El proceso de comercialización de un servicio es el análisis de las necesidades que presentan las personas consumidoras del servicio que se comercializará, prever que parte del amplio espectro de consumidores se pretenderá satisfacer, estimar cuantas personas adquirirán nuestro servicio, cuántas los pueden estar haciendo en los próximos años, para así darnos una idea de la duración y el alcance que el mismo puede tener a largo plazo, el precio que los consumidores de nuestro servicio estarán dispuestos a pagar por él, escoger el mejor tipo de promoción para dar a conocer el servicio. [16]

ESTUDIO TECNICO.

El objetivo de aquí es diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:

Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.

Donde obtener los materiales o materia prima.

---

[15] MALHOTRA NARESH, Prentice Hall, Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico», Segunda Edición, Págs. 121 y 122

[16] FLORENCIA, Economía disponible en: http://www.definicionabc.com/economia/comercializacion.php

Que máquinas y procesos usar.

Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

Tamaño.- Se considera su capacidad de producción durante un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal para su tipo.

Capacidad instalada.- Volumen de producción de bienes y/o servicios que le es posible generar a una unidad productiva de acuerdo con la infraestructura disponible.

Capacidad utilizada.- Proporción de la capacidad instalada de una empresa que utiliza. También se considera a la parte de la capacidad para producir.

Tamaño de proyecto-demanda.- Es el factor más importante porque de la demanda depende el proyecto, si hay bastante demanda la empresa tendrá mayor su capacidad instalada, y sin no hay demanda, mejor es no ejecutar el proyecto, es muy riesgoso.

Tamaño de proyecto-suministros e insumos.- Teniendo bastante demanda es lógico que la empresa requiera de bastantes suministros e insumos, por lo cual se recomienda realizar una buena planificación a través de un buen programa de producción.

Tamaño de proyecto-tecnología y equipos.- Una empresa debe estar consciente de que no puede utilizar una maquinaria demasiada cara y sofisticada en caso de no tener un mercado o demanda que pueda justificarse, debe ajustarse a lo que tiene.

Localización: La localización se efectúa mediante los mismos criterios generales utilizados para la determinación del tamaño óptimo, incluyendo el análisis lo específico de la ubicación, los costos particulares de los insumos de cada lugar y los distintos costos de aducción y distribución que resultan para cada emplazamiento.

Fuerzas locacionales.- Son ciertos factores o elementos que condicionan la distribución de las inversiones desde el punto de vista espacial. Son de tres tipos: costos de transferencia, disponibilidad de insumos y de factores y otros factores.[17]

INGENIERÍA DEL PROYECTO: Dentro de un proyecto el estudio de ingeniería puede representar desde una parte relativamente pequeña en el total, hasta la más relevante. Puede estudiar al producto, su proceso, sus insumos y las instalaciones.

Proceso de producción.- El proceso de producción es la secuencia de operaciones, movimientos, almacenamientos e inspecciones, por medio de la cual las materias primas se convierten en un producto terminado.

Estudio de producto.- Se tratará de conocer sus características y especificaciones, sus usos, los productos sustitutivos, el embalaje, la presentación, las normas de calidad, etc.

Estudio del proceso.- Se tratará de conocer ensayos preliminares, el proceso productivo, la selección del proceso, descripción del proceso, disponibilidad de tecnología, subproductos y su utilización y los residuos, desperdicios, su eliminación.

Estudio de los insumos.- Se tratará de conocer a las materias primas principales, materiales indirectos, mano de obra, suministros.

[17] MALHOTRA NARESH, Prentice Hall, Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico», Segunda Edición, Págs. 88 y 92.

Estudio de las instalaciones.- Se tratará de conocer la maquinaria y equipo, las instalaciones principales y auxiliares, la distribución de planta y edificio, la flexibilidad de la instalación, los diseños básicos y el montaje y cronogramas.

Diagrama de flujo.- Este método es similar al diagrama de bloques, se explica el proceso de una forma más detallada y con más información e indicando la simbología de la actividad realizada. Representa además gráficamente la secuencia de las diferentes etapas o procesos de fabricación, los productos de entrada o salida de cada operación.

Diagrama de proceso.- Son aquellos que localizan y eliminan deficiencias al mismo tiempo analizan todo el proceso. Entre las acciones más comunes tenemos la operación, transporte, inspección, demora, almacenamiento.

Distribución de la planta.- Aprovecha al máximo el espacio físico que se dispone, para que los servicios sean más eficaces, proporcionando la mayor comodidad a los empleados y al público, a más de garantizar la supervisión y seguridad de la planta.

Diseño de la planta.- Se refiere a la forma como estará definida la estructura física del edificio tomando en cuenta futuras ampliaciones.

Ingeniería del proyecto.

Se entiende por ingeniería de proyecto, la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto. Esta parte nos ayudará a decidir entre los diversos procesos productivos opcionales, que son básicamente los muy automatizados y los manuales. La elección de alguno de ellos dependerá en gran parte de la disponibilidad de capital.

En esta parte también se toma en cuenta el análisis y la selección de los equipos necesarios.

ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN.

MARCO LEGAL.

Las actividades que desarrolla el hombre en sociedad requieren de normas que regulen los derechos y deberes de sus miembros. Toda actividad empresarial y los proyectos que de ella se originan se encuentran incorporados a un determinado ordenamiento jurídico que regula el marco legal en el cual los agentes económicos se desenvolverán. El estudio de factibilidad de un proyecto de inversión debe darle especial importancia al análisis y conocimiento de las leyes que regirán la acción del proyecto, tanto en su etapa de origen como en su implementación y puesta en marcha. Ningún proyecto, por muy rentable que sea, podrá llevarse a cabo sino encuadra en el marco legal correspondiente. La legislación es distinta en cada país y depende de su desarrollo, tecnología, cultura, tradiciones, etc. Siempre existen en los países normas de carácter general, sin perjuicio de las legislación de tipo federal, regional, local, municipal, etc. Así, por ejemplo, varios países disponen de zonas francas o libres de impuestos y gravámenes. El analista legal deberá conocer el marco normativo general y especifico, de manera tal de poder disponer de los recursos necesarios para la correcta evaluación del proyecto. Los aspectos legales abarcan también la forma de organización que adopte la empresa. Cada país define distintos tipos de organización de las empresas y también establece normas tributarias, administrativas, contables, fiscalizadoras, etc., que afectan de una manera u otra a la empresa encargada de la

implementación del proyecto .El marco de referencia legal del proyecto deberá definirse antes de realizar la evaluación, de forma de poder determinar la viabilidad del proyecto. Asimismo, se deberá medir los desembolsos que impliquen las distintas alternativas de organización legal de la empresa. Entre las formas legales más representativas de la organización empresarial en países de economía privada o mixta, se distinguen la propiedad particular, la sociedad de personas de responsabilidad limitada, la sociedad anónima y la organización corporativa comunitaria. Se deberán analizar las ventajas de cada alternativa tener en cuenta los distintos factores legales que pueden afectar al proyecto en sus distintas etapas. Tanto en la localización, como en el estudio técnico, el financiamiento, la administración, la organización, etc., deberían considerarse los aspectos que la legislación le puede imponer al proyecto y como ellos afectan el flujo de egresos. [18]

- Acta constitutiva. Es el documento certificatorio de la conformación legal de la empresa, en él se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.
- La razón social o denominación. Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley.
- Domicilio. Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.

[18] Sin Autor, Emprendedor 2009 , INGENIERIA DE PROYECTOS pág., 23-24

- Objeto de la sociedad. Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.
- Capital social. Debe indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.
- Tiempo de duración de la sociedad. Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.
- Administradores. Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quién responda por las acciones de la misma.

RECURSOS HUMANOS.

Cada proyecto deberá tener una estructura organizativa acorde con los requerimientos propios que exija su ejecución. Diversas teorías se han desarrollado para definir el diseño organizacional del proyecto. La teoría clásica de la organización se basa en los principios de la organización propuestos por Henri Fayol:

a) El principio de la división del trabajo para lograr la especialización;
b) El principio de la unidad de dirección que postula la agrupación de actividades que tengan el mismo objetivo bajo la dirección de un solo administrador;

c) El principio de la centralización, que establece el equilibrio entre centralización y descentralización, y,

d) El de la autoridad y responsabilidad.

La teoría de la organización burocrática, de Max Weber, que señala que la organización debe adoptar ciertas estrategias de diseño para racionalizar las actividades colectivas. Entre estas se destacan:

a) La división del trabajo

b) La coordinación de las tareas

c) La delegación de autoridad

d) El manejo impersonal y formalista del funcionario.

La tendencia actual, sin embargo, es que el diseño organizacional se haga de acuerdo con la situación. Existen dos tipos de organización la formal y la informal. La organización formal de una empresa representa el orden jerárquico oficial que consta en documentos mientras la organización informal estudia las relaciones sociales entre los individuos. El estudio organizacional determina la organización formal. La estructura de la organización funcional divide las unidades de modo que cada una cuente con un conjunto diferente de deberes y responsabilidades. Hay diferentes tipos de estructuras: la organización por producto, la organización territorial, la organización orientada al cliente, la organización matricial y las estructuras múltiples que son una combinación de los distintos tipos antes mencionados. Los efectos económicos de la estructura organizativa se manifiestan tanto en las inversiones como en los costos de operación. Las primeras se determinaran por el tamaño de le infraestructura física requerida para oficinas, salas de espera, etcétera y por los

requerimientos de equipamiento. Los costos de operación, por otra parte, dependerán de los procedimientos administrativos, planta de personal y otros. El costo de la mano de obra constituye uno de los principales ítems de los costos de operación. La magnitud del mismo dependerá de la especialización del personal requerido, el grado de automatización del proceso, de la situación del mercado laboral, de las leyes laborales, del número de turnos requeridos, etc. Toda estructura se puede definir en términos de su tamaño, tecnología administrativa y complejidad de la operación. Conociendo esto se podrá estimar el dimensionamiento físico requerido para la operación, las necesidades de equipamiento de las oficinas, las características del recurso humano que desempeñara las funciones y los requerimientos de materiales, entre otras cosas. La cuantificación de estos elementos en términos monetarios y su proyección en el tiempo son los objetivos que busca el estudio organizacional.[19]

El cálculo de la remuneración deberá basarse en los precios actuales de mercado y sus variaciones futuras. Para su cálculo deberá considerarse no el ingreso que percibirá el trabajador, sino el egreso que significara para la empresa, que incluye, además del sueldo, las leyes sociales, los bonos de alimentación y movilización, gratificaciones, horas extras, etc. Se deberá informar en el caso del personal de planta las horas por año a trabajar, el jornal nominal, los premios y beneficios establecidos, y para el resto del personal se indicaran los sueldos mensuales y cargas sociales. Es imprescindible que el análisis organizacional guarde una correlación con las demás

---

[19] JANE AUBERT-KRIER, Gestión de la Empresa, Tomo I, Estructura y organización, Editorial Ariel.1980.Barcelona-España.

variables del proyecto. Por ejemplo, en el dimensionamiento de espacios se deberá trabajar en conjunto con el equipo técnico para que éste pueda incorporar los requerimientos de materiales en su estudio. Otro ejemplo se puede ver en la determinación de los requerimientos de personal de las áreas comercial y administrativa el cual deberá estar relacionado con el estudio de mercado (canales de distribución, fuerza de ventas, etc.).Los factores que influyen principalmente en la forma que adopte la estructura se agrupan en cuatro áreas decisionales específicas: participación de unidades externas al proyecto, tamaño de la estructura organizativa, tecnología administrativa y complejidad de las tareas administrativas. Casi todos los proyectos de inversión presentan dos tipos de participaciones posibles de entidades externas; la primera se refiere a las relaciones con proveedores y clientes, la segunda generalmente se manifiestan en forma de auditorías externas, contratistas de obras, agencias financieras, empresas consultoras y otras que permiten operar con una estructura fija menor. La estructura debe tener un grado de flexibilidad tal que permita su adecuación a las variaciones del medio. La forma que adopta la estructura organizativa determinara en gran parte el monto de las inversiones a realizar, ya que su dimensionamiento y la definición de las funciones que le corresponden a cada unidad son la base para definir las características de la obra, equipamiento de oficinas e incluso una parte del capital de trabajo. Por otra parte, la mayoría de los costos de operación que se deducen del análisis organizacional provienen del estudio de los procedimientos administrativos que se definan para el proyecto. El personal se puede separar en dos tipos: el personal de planta y el administrativo - comercial. El primero se puede clasificar en la mano de obra directa y la indirecta. Se deberá hacer un

balance de personal de planta del cual se obtendrá el costo de la mano de obra por período para un nivel de producción establecido. En los proyectos que estimen variaciones en el nivel de producción, debido a la existencia de estacionalidades en las ventas o por proyecciones del crecimiento de la demanda habrá que realizar un balance para cada nivel de producción.

En cada sector del mismo se indicara el tipo y cantidad de personal requerido en función del trabajo total y la carga normal por persona.[20]

Este estudio consiste en definir como se hará la empresa, o que cambios hay que hacer si la empresa ya está formada.

Qué régimen fiscal es le más conveniente.

Qué pasos se necesitan para dar de alta el proyecto.

Como organizaras la empresa cuando el proyecto este en operación.

Niveles jerárquicos.- Son los grados de autoridad que existe, los cuáles se los define sabiendo que tipo de empresa se maneja, las responsabilidades y funciones. Entre los niveles tenemos, el legislativo - directivo; el ejecutivo, el asesor, el operativo, el auxiliar o de apoyo y el descentralizado.

Organigrama.- Representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o parte de ella, y de las relaciones que guardan entre sí las unidades administrativas que la integran.

[20] Sin Autor, Emprendedor 2009 , INGENIERIA DE PROYECTOS pág., 21, 22, 23

Manual de funciones.- Es una técnica en la que se clasifican pormenorizadamente las labores que se desempeñan en una unidad de trabajo específica e impersonal (puesto), así como las características, conocimientos y aptitudes, que debe poseer el personal que lo desempeña.

ESTUDIO FINANCIERO.

CLASIFICACIÓN DE PRESUPUESTOS.

Hay diferentes clases de presupuestos para abarcar las diferentes áreas de operación de la empresa. Los presupuestos primarios de operación se refieren a los ingresos y gastos que provienen de las operaciones. Entre los más importantes se puede señalar el presupuesto de ventas y otros que se refiere a gastos como son el de producción, el de gastos de distribución, el de gastos administrativos, el de investigación y desarrollo y otros más en los que se detallan los gastos de los diferentes departamentos. Cuando se combinan los presupuestos de ventas y gastos constituyen el presupuesto de operación, que será el plan maestro de la empresa durante el periodo contable

El presupuesto de efectivo coordina las entradas y salidas de caja como no todas las ventas se realizan al contado, sino que se consideran a base de lo devengado, es necesario formular un presupuesto separado para manejar el efectivo, a fin de que la empresa no afronte una escasez de fondos en los periodos en que los ingresos

disminuyen, y pueda invertir temporalmente su excelente defectivo en los periodos de pocos gastos.[21]

El presupuesto de capital es el plan para la adquisición de activos de capital; es decir, aquellos cuya vida excede de un año, como la maquinaria y el equipo. Los presupuestos de capital constituyen un elemento importante para determinar el futuro de la empresa.

Presupuesto de operación.

Los presupuestos de operación son los planes para manejar el negocio durante el periodo al que se refiere. Los principales presupuestos de operación son el de ventas y los que se refieren a los gastos.

El presupuesto de ventas.

El punto de partida típico de todos los presupuestos de operación es el pronóstico realista de las ventas para el periodo de planeación. Esto implica a ser estimaciones de las unidades que se venderán y del ingreso que se obtendrá en cada subdivisión y en cada periodo.[22]

Se determinan los ingresos, en base al volumen de ventas y a los precios de venta de bienes y/o servicios que se ofrecen. Con base a las unidades a vender, es preciso determinar, si la capacidad de producción es suficiente, la misma que dependerá del tamaño de la empresa, y del porcentaje de la capacidad instalada que se utilice.

---

[21] G. BACA URBINA. Evaluación de Proyectos, Análisis Administrativo del Riesgo. Segunda Edición.

[22] BACA URBINA, Gabriel 2002 **Evaluación de Proyectos**, III Edición.

Costos.- Valor de los recursos escasos que implica la producción, transformación, distribución o consumo de un bien o servicio.

Costos fijos.- Son aquellos valores que permanecen constantes durante un tiempo de período determinado.

Costos variables.- Son los que fluctúan con los aumentos o disminuciones de la producción y de la venta.

Costos totales.- Son iguales a la suma de los costos fijos más los costos variables. Para determinar estos costos se lo hará tomando los siguientes rubros: Costo primo, Gastos generales de fabricación, Gastos de Administración y Ventas, Costos de Operación.

Punto de equilibrio.- Es el punto en el cual no se obtienen ni ganancias ni pérdidas. El punto de equilibrio es una técnica de análisis empleada como instrumento de planificación de utilidades, toma de decisiones y resolución de problemas. Para aplicar esta técnica es necesario conocer el comportamiento de los ingresos, costos y gastos, separando los que son variables de los fijos.

Flujos de efectivo de financiación

Entradas:

Efectivo recibido por incrementos de aportes o recolocación de aportes.

Préstamos recibidos a corto y largo plazo, diferentes a las transacciones con proveedores y acreedores relacionadas con la operación de la entidad.

Otras entradas de efectivo no relacionadas con las actividades de operación e inversión.

Salidas:

Pagos de dividendos o su equivalente, según la naturaleza del ente económico.

Reembolso de aportes en efectivo.

Readquisición de aportes en efectivo.

Pagos de obligaciones de corto y largo plazo diferentes a los originados en actividades de operación.

Otros pagos no relacionados con las actividades de operación e inversión.

Formas de presentación

Existen dos formas o métodos para presentar las actividades de operación en el estado de flujos de efectivo:

Método directo:

En este método las actividades se presentan como si se tratara de un estado de resultados por el sistema de caja. Las empresas que utilicen este método deben informar los movimientos relacionados con:

Efectivo cobrado a los clientes

Efectivo recibido por intereses, dividendos y otros rendimientos sobre Inversiones.

Otros cobros de operación.

Efectivo pagado a los empleados y proveedores.

Efectivo pagado por intereses.

Pagos por impuestos.

Otros pagos de operación.[23]

[23] BACA URBINA, Gabriel 2002 **Evaluación de Proyectos**, III Edición.

Método indirecto:

Bajo este método se prepara una conciliación entre la utilidad neta y el flujo de efectivo neto de las actividades de operación, la cual debe informar por separado de todas las partidas conciliatorias.

La utilización de este método, lleva a la utilización del flujo de efectivo generado por las operaciones normales, se determina tomando como punto de partida la utilidad neta del periodo, valor al cual se adicionan o deducen las partidas [24] incluidas en el estado de resultados que no implican un cobro o un pago de efectivo.

Entre las partidas mencionadas se encuentran:

- Depreciación, amortización y agotamiento.
- Provisiones para protección de activos.
- Diferencias por fluctuaciones cambiarias.
- Utilidades o pérdidas en venta de propiedad, planta y equipo, inversiones u otros activos operacionales.
- Corrección monetaria del periodo de las cuentas del balance.
- Cambio en rubros operacionales, tales como: aumento o disminuciones en cuentas por cobrar, inventarios, cuentas por pagar, pasivos estimados y provisiones.
- Cuando se utilice este método la conciliación puede hacerse respecto de la utilidad operacional. Flujo de efectivo

[24] Organización Aplicada, Víctor H. Vázquez, 1985, Pág. 122.

¿Qué es el flujo de efectivo?

Es un estado financiero proyectado de las entradas y salidas de efectivo en un periodo determinado. Se realiza con el fin de conocer la cantidad de efectivo que requiere el negocio para operar durante un periodo determinado (semana, mes, trimestre, semestre, año).

Un problema frecuente en las pequeñas empresas es la falta de liquidez para cubrir necesidades inmediatas, por lo que se recurre frecuentemente a particulares con el fin de solicitar préstamos a corto plazo y de muy alto costo. Una forma sencilla de planear y controlar a corto y mediano plazo las necesidades de recursos, consiste en calcular el flujo de efectivo de un negocio.

El flujo de efectivo permite anticipar:

- Cuándo habrá un excedente de efectivo, y tomar la decisión del mejor mecanismo de inversión a corto plazo.
- Cuándo habrá un faltante de efectivo, y tomar a tiempo las medidas necesarias para definir la fuente de fondeo que puede ser: recursos del propietario o, en su caso, iniciar los trámites necesarios para obtener préstamos que cubran dicho faltante y permitan la operación continua de la empresa.
- Cuándo y en qué cantidad se deben pagar préstamos adquiridos previamente. Cuándo efectuar desembolsos importantes de dinero para mantener en operación a la empresa.
- De cuánto se puede disponer para pagar prestaciones adicionales a los empleados (como aguinaldos, vacaciones, reparto de utilidades, etcétera).

- De cuánto efectivo puede disponer el empresario para sus asuntos personales sin que afecte el funcionamiento normal de la empresa. [25]

¿Cómo se elabora el flujo de efectivo?

Para empezar se sugiere preparar el flujo de efectivo en forma semanal, luego a un mes o un trimestre y finalmente como parte del presupuesto anual. Sin embargo, el empresario determinará, a partir de su experiencia, cuál es el periodo más conveniente para su empresa según el giro de ésta.

Para preparar el flujo de efectivo, debe hacerse una lista en la que se estime por adelantado todas las entradas y salidas de efectivo para el periodo en que se prepara el flujo. Así, para la elaboración del flujo de efectivo se deben seguir los siguientes pasos:

1. Establecer el periodo que se pretende abarcar (semana, mes, trimestre, año).
2. Hacer una lista de los ingresos probables de efectivo de ese periodo. Para la lista se pueden incluir los rubros:
    - Saldo del efectivo al inicio del periodo.
    - Ventas de contado.
    - Cobro a clientes durante el periodo por ventas realizadas a crédito.
    - Préstamos a corto y largo plazo de instituciones bancarias.
    - Ventas de activo fijo.
    - Nuevas aportaciones de accionistas.

Después de registrar los valores de cada una de estas fuentes de ingreso, se suman y se obtiene el total.

[25] BACA URBINA, Gabriel 2002 **Evaluación de Proyectos**, III Edición.

3. Se enlistan las obligaciones que implican egresos de efectivo tales como:
    - Compra de materia prima al contado y a crédito.
    - Gastos de fabricación (seguros, combustibles, lubricantes, etcétera).
    - Sueldos y salarios, incluidos los gastos personales del empresario.
    - Pago de capital e intereses por préstamos obtenidos.
    - Compras de activos fijos.
    - Gastos de administración.
    - Otros.[26]

Después de haber determinado el valor de cada egreso, se suman y se obtiene el total.

4. Una vez que se han obtenido los totales de estas listas, se restan a los ingresos proyectados los egresos correspondientes. Si el resultado es positivo significa que los ingresos son mayores que los egresos; es decir, que existe un excedente. Esta es una manifestación de que las cosas van bien, de que las decisiones que se han tomado han sido buenas y de que poco a poco se va aumentando el patrimonio. En caso contrario, el dueño debe estudiar las medidas para cubrir los faltantes, tales como agilizar la cobranza, eliminar la adquisición de artículos no indispensables u obtener financiamiento de la entidad de fomento a su alcance, etcétera.
5. A partir del conocimiento obtenido al elaborar estos pasos, debe estimar una cantidad mínima de efectivo para poder operar sin necesidad de pasar apuros incidentales por falta de liquidez.

[26] BACA URBINA, Gabriel 2002 **Evaluación de Proyectos**, III Edición.

Además de esto, conviene añadir un 10% de la misma cantidad como “colchón” para satisfacer cualquier imprevisto.

Un problema frecuente en las micro y pequeñas empresas es la falta de liquidez para cubrir necesidades inmediatas, por lo que se recurre frecuentemente a particulares con el fin de solicitar préstamos a corto plazo y de muy alto costo.

En toda empresa cuando está elaborando un reporte de las ventas realizadas, así como de los gastos que se han generado, se obtiene un diferencial que permite conocer la utilidad obtenida y además se realiza una proyección a futuro, considerando las experiencias de periodos anteriores, logrando en esta forma prever en qué momento es posible realizar nuevos gastos o inversiones, si así lo requiere nuestra empresa.

Lo anterior es un estado proyectado de las entradas y salidas de efectivo en un periodo determinado o también conocido como flujo de efectivo y se realiza con el fin de conocer la cantidad de efectivo que requiere el negocio para operar durante un periodo determinado, como puede ser una semana, mes, trimestre o año.

Un problema frecuente en las micro y pequeñas empresas es la falta de liquidez para cubrir necesidades inmediatas, por lo que se recurre frecuentemente a particulares con el fin de solicitar préstamos a corto plazo y de muy alto costo. Una forma muy sencilla de planear y controlar a corto y mediano plazo las necesidades de recursos, consiste en calcular el flujo de efectivo de cualquier negocio.

EL PROCESO DE PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTO DE INVERSION.

Es el nivel más básico de evaluar un proyecto, es una evaluación estática de costos y beneficios generada a partir de información secundaria.; No existe flujo de Caja, esquema, Demanda estimada (Econometría, regresión simple) todo esto nos ayuda seguir adelante o abandonar el proyecto.[27]

Evaluar a nivel de Perfil ¬ Es lo primero o Anteproyecto.

Este nivel es dinámico, es decir utiliza flujos de caja, utiliza información primaria, nosotros generamos la información. Ej. Mandar hacer una Investigación, el proyecto se hace pero se puede optimizar, se analiza mediante VAN, TIR, PR.

Ocurren decisiones Probables, tales como: No hacerlo, Hacerlo, esperar.

Es la última opción para abandonar, la única opción es que el VAN sea extremadamente alto. Si existe Flujo de caja existe costo de capital.

1. Pre-factibilidad.
2. Factibilidad

Acerca de la evaluación de Proyectos y el flujo neto de caja y sus limitaciones:

El FNC es el indicador más imperfecto que hay, al menos existen 6 aspectos, pero puede haber más:

1) Efectos Tributarios

Contables

[27] BACA URBINA, Gabriel 2002 **Evaluación de Proyectos**, III Edición.

Apunta a todos aquellos gastos no desembolsables, es decir, se incorporan como una partida más del flujo solo para efectos contables.

2) Financiamiento:

Evaluaciones o información irrelevante en la cual caen en errores los análisis acerca del financiamiento:

- Ingresos del Préstamo.
- Pago de intereses.
- Amortización de capital.

El factor a analizar tiene que ser la tasa de descuento ® K0= por crédito bancario.

3) Estacionalidad (es una alerta), porque me puede distorsionar los flujos o recibir más ingresos en un período estacional y así no poder alcanzar los compromisos, no existiendo el apalancamiento financiero.

- Si el VAN aumenta y aumento el precio, es hasta donde se produce la primera repetición, o sea, a partir donde se repite el ciclo.

Valor de Desecho: Valor del Proyecto al fin del período de la evaluación, si al momento en que entra el régimen está bajo, es porque el horizonte está en alza, por lo tanto se puede vender el proyecto.

EVALUACIÓN ECONÓMICA.

La evaluación financiera permite determinar la rentabilidad del proyecto estableciendo parámetros que evalúan los riesgos existentes a fin de que los

inversionistas tengan información pertinente para determinar si deben o no consolidar el proyecto.

Período de Recuperación de Capital (PRC)

Otro factor fundamental a determinar es el período de recuperación de la inversión que consiste en sumar los valores actuales obtenidos hasta igualar a la inversión inicial. Este proceso se realiza por la suma acumulada del Valor Actual Calculado.[28]
Los estudios señalados confirmaran la posibilidad de crear o no la empresa, a su vez que ha determinado la existencia de una demanda, sus características, los recursos necesarios y su rentabilidad.

Relación Beneficio-Costo (RBC)

El costo beneficio es un proceso financiero que determina cuanta rentabilidad se va obtener por cada dólar invertido. Su proceso de cálculo es similar al Van, es decir descontando los ingresos y costos a valor presente y verificando sus diferencias**.**[29]

El cálculo del Costo/Beneficio establece la posibilidad de obtener rentabilidad por cada dólar invertido en función de la actividad del negocio. Su aplicación es útil para verificar si el inversionista del proyecto encuentra atractivo al negocio.

El desarrollo del Costo/Beneficio confirmará o no la rentabilidad del proyecto.

Valor Actual Neto (VAN)

[28] BACA URBINA, Gabriel 2002 **Evaluación de Proyectos**, III Edición.
[29] Santandreu E, 2009, p.96

El Valor Actual Neto es un proceso que permite traer a valor presente un valor futuro para determinar el impacto que este ha sufrido por las condiciones de mercados expresadas en una tasa de descuento.[30]

Permite medir la pérdida de dinero en el tiempo producto a la economía local expresada en los principales indicadores financieros.

Mediante el uso del valor actual neto es posible determinar si la inversión realizada es rentable, cuando esta es mayor a los descuentos de los flujos obtenidos durante el tiempo.

Si en el presente proyecto el Van es positivo, el proyecto será rentable en el sentido de que es mayor la rentabilidad obtenida en función de la inversión requerida.

El método, además, descuenta una determinada tasa o tipo de interés igual para todo el período considerado (costo de oportunidad). El VAN constituirá una herramienta fundamental para la evaluación del proyecto y está representado por la siguiente fórmula.[31]

$$\mathbf{V}\mathrm{AN} = \sum_{n=0}^{N} \frac{\mathrm{Yt} - \mathrm{Et}}{(1+i)^n} - I_0$$

Yt = Flujo de ingresos del proyecto.

Et = Flujo de los egresos.

N = Es el número de períodos considerado.

[30] BACA URBINA, Gabriel 2002 **Evaluación de Proyectos**, III Edición.
[31] BACA URBINA, Gabriel 2002 **Evaluación de Proyectos**, III Edición.

El valor Yt - Et = Indica los flujos de caja estimados de cada período.

i = Tasa de descuento.

Io = Inversión del proyecto.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa Interna de Retorno se da cuando la tasa de descuento permite que el Van sea igual a cero. El concepto financiero indica que mientras más distancia exista entre el TIR y la tasa de descuento utilizada mayor flexibilidad tendrá el proyecto.[32]

En este sentido, el TIR es un proceso financiero que permite identificar la flexibilidad del proyecto ya que permite establecer cuantos cambios de mercado puede soportar.

Si en el proyecto el TIR encontrado es distante a la tasa de descuento, el proyecto debe continuarse. La tasa de descuento se establece por varios factores económicos como la inflación, desempleo, inestabilidad política, económica y social.[33]

La Tasa Interna de Retorno está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente.

La Tasa Interna de Retorno es una herramienta o medida usada como indicador al cuantificar la eficiencia de una inversión determinada. Al contrario del VAN (valor

[32] BACA URBINA, Gabriel 2002 **Evaluación de Proyectos**, III Edición.
[33] Banco Central del Ecuador, 2010

actual neto), que entrega como resultado una magnitud, el TIR entrega un porcentaje, por lo que muchos analistas lo prefieren, aunque el VAN es más preciso como indicador.

En otras palabras, la TIR es la tasa compuesta de retorno anual que se puede ganar de una inversión. Por lo mismo, matemáticamente la TIR se calcula partiendo de la ecuación del VAN, haciendo este igual a cero y calculando "i" para este valor.

Se considera que si la TIR es mayor que el costo del capital para un proyecto, este último entrega valor al inversionista. Desde otro punto de vista, un proyecto es bueno siempre y cuando su TIR sea mayor al retorno a la inversión que se pueda obtener en inversiones alternativas, como por ejemplo depósitos a plazo.

Si bien la tasa interna de retorno o TIR es el indicador preferido por los analistas a la hora de evaluar un proyecto, se debe usar en conjunto con el VAN para tomar una buena decisión, y no desechar un proyecto que pueda entregar mayores utilidades a la empresa.

La Tasa Interna de Retorno se representa por la siguiente fórmula:

$$TIR = \sum_{t=1}^{n} \frac{\mathrm{Y_t}}{(1+r)^t} \sum_{t=1}^{n} \frac{\mathrm{E_t}}{(1+r)^t} - I_0$$

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

El análisis de sensibilidad es un proceso en el cual se prueban diferentes tasas de descuento en la aplicación del VAN hasta obtener el TIR, es decir la tasa que hace que el VAN se haga cero.

Este proceso permite verificar el comportamiento de la empresa según los posibles cambios que se puedan presentar en el mercado.[34]

[34] BACA URBINA, Gabriel 2002 **Evaluación de Proyectos**, III Edición.

e. MATERIALES Y METODOS.

1. MATERIALES.

Recursos Humanos.

- Un aspirante a Ingeniero Comercial Sr. Patricio Campoverde Mendoza.
- Un director de Tesis
- Directores de las Unidades Educativas de Nueva Loja
- Padres de Familia.

Recursos Económicos

• Computadora portátil	950,00
• Adquisición de libros	250,00
• Alquiler de internet	60,00
• Impresión de documentos	180,00
• Gastos de movilización	650,00
• Aplicación de encuestas	150,00
• Encuadernación de documentos	230,00
• Materiales de oficina	100,00
• Varios	200,00
TOTAL	**2.770,00**

Financiamiento.

El financiamiento del presente proyecto será con recursos propios del autor.

2. METODOS.

Método Científico.- Es el método utilizado por la gran mayoría de investigadores, por su connotación y la relevancia que conlleva, en el análisis riguroso de la investigación para luego someterla a verificaciones, en la presente investigación se utilizó, con la finalidad de realizar los diversos estudios: de mercado, técnico, financiero económico en forma ordenada.

Método Inductivo.- Este método se utilizó en la presente investigación para analizar el comportamiento de las personas que demandarían el lunch estudiantil y las personas que estarían ofertando en la actualidad este tipo de servicio.

Método Deductivo.- En la investigación se utilizò este método con la finalidad de realizar los análisis financieros y viabilidad económica del proyecto, y analizar el contexto de cada uno de los referentes de las compañías con lo cual se conformó la nueva empresa, la misma se la constituye como persona natural, sujeta a la normativa vigente de la Ley de Régimen Tributario Interno.

Método Analítico – Sintético.- Estos métodos son complementarios en un proceso investigativo; El método analítico consiste en categorizar la información agruparla para luego seguir un proceso de Análisis de la información; Método Sintético, este método es complementario al analítico, debido a que luego de realizar el análisis de la información el paso siguiente es realizar una síntesis de la información más

trascendental, este método se utilizó en la fase de discusión, del proceso investigativo, la realización de resumen ejecutivo que permite tomar las decisiones de ejecución del proyecto, también está relacionado con las conclusiones y las recomendaciones.

3. TÉCNICAS.

Las técnicas son una serie de herramientas de recolección de información entre las que utilizaré son las siguientes:

Observación.- La observación es una técnica cuyo objetivo es conocer visualmente la realidad o fenómeno a través de un proceso, en la investigación se utilizó para conocer los procesos de elaboración y preparación del lunch estudiantil, así mismo el comportamiento del mercado sobre aspectos similares.

Encuesta.- Técnica que consiste en proponer una serie de preguntas a través de un cuestionario a los encuestados quienes responden sobre las intenciones del estudio, en el presente proyecto fue para conocer la demanda de lunch estudiantil, de acuerdo al número de niños que están matriculados en las escuelas públicas y privadas de la ciudad de nueva Loja, la población es un total de 10.414, según el anexo 1 que se adjunta.

En el caso de la oferta en la actualidad no existen empresas que se dediquen a esta actividad económica que se propone.

Muestra.- La muestra será seleccionada en bases a la siguiente fórmula:

Tamaño de la Muestra

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

N = Población o Universo

1 = Constante

e = Margen de error (5%)

n = Tamaño de la muestra

El número de estudiantes del nivel de pre básica y de primero a séptimo de educación básica son un total de 10.414 alumnos, según el anexo 1.

$$n = \frac{10.414(1.96)^2(0,5)(0,5)}{(0,05)^2(N-1)+(1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

n = 370

La muestra fue distribuida de acuerdo al número proporcional de niños, para aplicar a los padres de familia de las unidades educativas de la ciudad de Nueva Loja.

f. RESULTADOS.

Tabulación de Encuestas

Las encuestas fueron aplicadas en todos los centros educativos, de acuerdo al listado facilitado por la Dirección de Educación Hispana de Sucumbíos, la cual consta como anexo del presente trabajo.

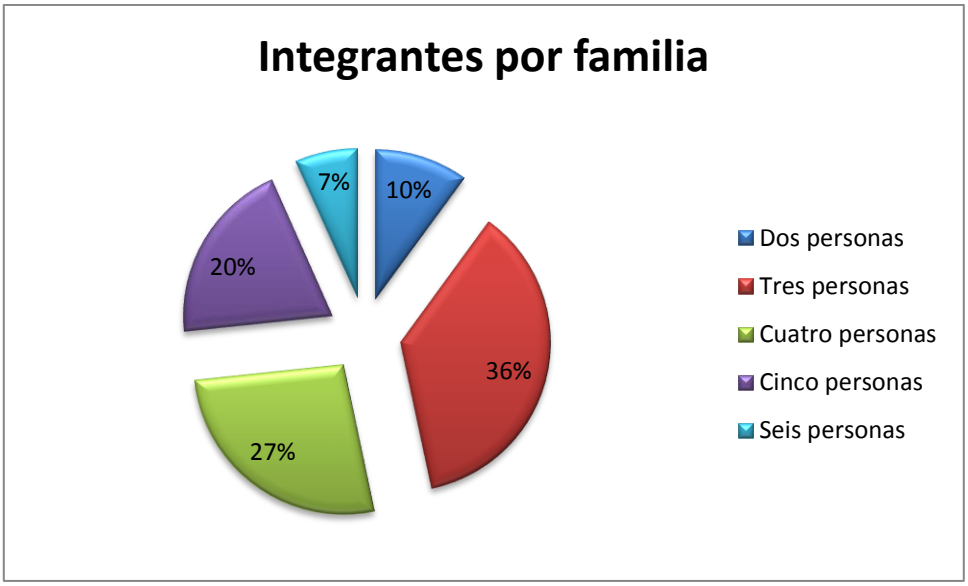
1. **De cuantos integrantes está conformada su familia, marque con una x en el rango correspondiente.**

CUADRO N. 1
INTEGRANTES POR FAMILIA

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Dos personas.	37	10,00%
Tres personas.	136	36,70%
Cuatro personas.	99	26,70%
Cinco personas.	73	20,00%
Seis personas.	25	6,75%
TOTAL	**370**	**100,00%**

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaboración: El Autor.

GRAFICO N. 1



INTERPRETACION.

Las familias se acuerdo a la encuesta realizada se determina que el 36% está conformada por tres integrantes, el 27% está conformada por cuatro integrantes, el 20% está integrada por cinco integrantes, el 10% está integrada por seis personas y solamente el 7% está integrada por 6 integrantes.

De la información recogida se demuestra que mayoritariamente las familias están conformadas por tres personas, esto se debe por las campañas que se difunden sobre la planificación familiar, y la responsabilidad de sus padres por dar una buena atención a sus hijos, el mayor número de miembros por familia es seis, que representa el 7%, aquí están ubicadas familias se los sectores principalmente rurales, donde poca importancia se da al número de hijos que pueda tener.

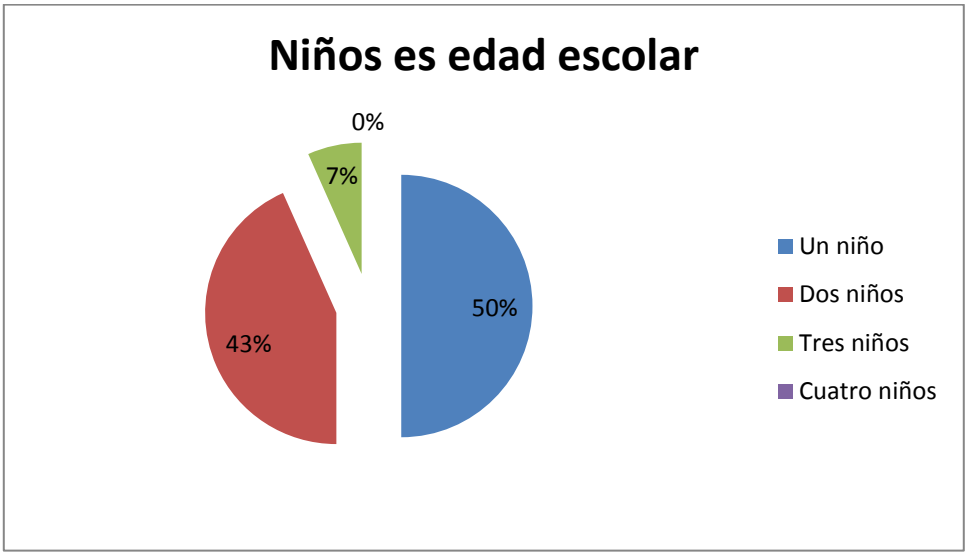
2. **Cuantos integrantes de su familia están en edad escolar, indique ubicando una x en el número que corresponda.**

CUADRO N. 2
NIÑOS DEL GRUPO FAMILIAR QUE ASISTEN A LA ESCUELA

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Un niño.	185	50,00%
Dos niños.	160	43,33%
Tres niños.	25	6,67%
Cuatro niños.	0	0,00%
TOTAL	**370**	**100,00%**

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaboración: El Autor.

GRAFICO N. 2



INTERPRETACION.

El 50% de familias tienen un niño en edad escolar, el 43% de las familias tienen dos niños en edad escolar, el 7% de familias tienen tres niños en edad escolar.

Estos resultados son relativos al número de integrantes por familia, así se puede notar en su gran mayoría el 50% tienen niños es edad escolar y una pequeña cantidad de familias tienen tres niños en edad escolar, esto correspondería a las familias que tienen más de seis integrantes, para efectos de mercado sería que existan mayor cantidad de niños, pero este número es bajo en relación a las familias.

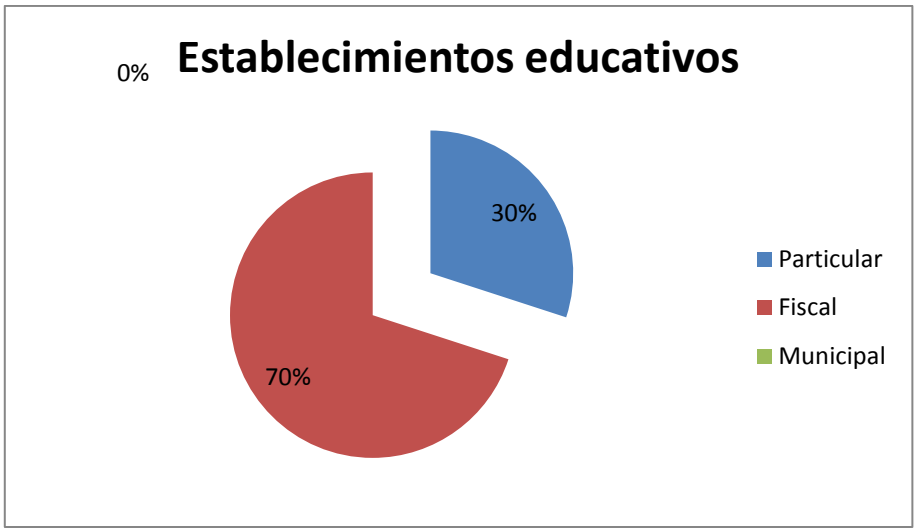
3. La escuela donde asiste su niño(a) es particular, fiscal o municipal.

CUADRO N. 3
TIPO DE SOSTENIMIENTO DE LA ESCUELA

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Particular.	111	30,00%
Fiscal.	259	70,00%
Municipal.	0	0,00%
TOTAL	**370**	**100,00%**

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaboración: El Autor.

GRAFICO N. 3



INTERPRETACION.

El 30% de las niñas y niños asisten a unidades educativas particulares, el 70% asisten a unidades educativas fiscales.

La mayor cantidad de niñas y niños están ubicados en las instituciones educativas fiscales, lo que demuestra que existe una preferencia mayoritariamente por los

centros de estudio fiscales, en las unidades municipales corresponde el 0,00% este porcentaje se debe, que en Nueva Loja no existen unidades educativas municipales.

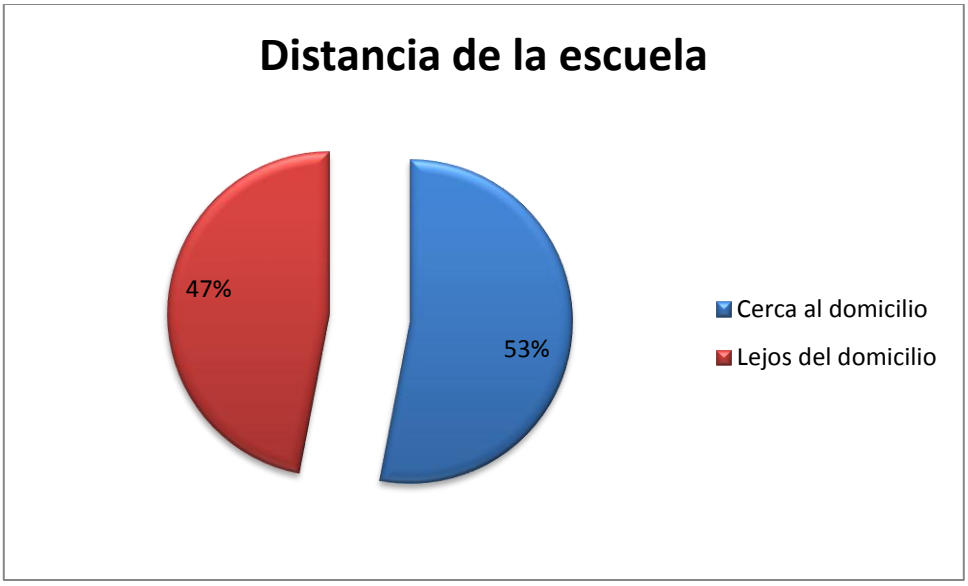
4. La unidad educativa que asiste su niña (o) es cerca o lejos a su domicilio.

CUADRO N. 4
DISTANCIA DE LAS UNIDADES EDUCATIVAS

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cerca al domicilio.	196	53,00%
Lejos del domicilio.	174	47,00%
TOTAL	**370**	**100,00%**

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaboración: El Autor.

GRAFICO N. 4



INTERPRETACION.

El 53% de las familias encuestadas indican que los centros educativos se encuentran cerca del domicilio y el 47% manifiestan que las unidades educativas se encuentran lejos de su domicilio.

La cercanía de las unidades educativas a los domicilios, es por la razón de que el Ministerio de Educación entre las disposiciones emanadas para efectos de matrículas los deben llevar una copia de agua, luz o teléfono con la finalidad de determinar la cercanía al plantel educativo para realizar la matrícula, y la distancia es posiblemente porque varios padres de familia tienen su preferencia por ciertos centros educativos para sus hijos, las razones son múltiples.

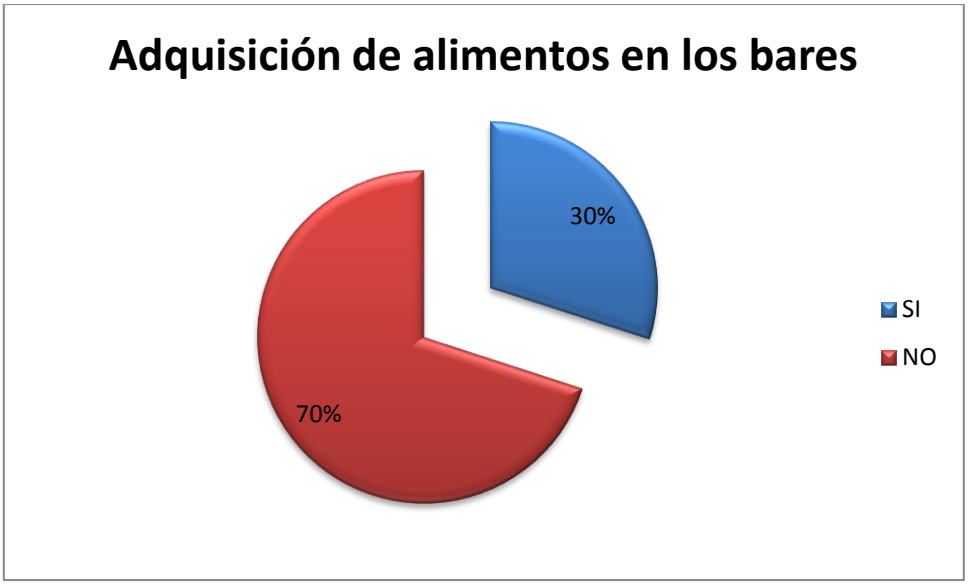
5. **Cree conveniente que su niño (a) adquiera los alimentos en los bares de la escuela a la que asiste. SI o NO (porqué).**

CUADRO N. 5
CONVENIENCIA DE ADQUIRIR LOS ALIMENTOS EN LOS BARES

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	111	30,00%
No.	259	70,00%
TOTAL	**370**	**100,00%**

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaboración: El Autor.

GRAFICO N. 5



INTERPRETACION.

Las familias que si prefieren que sus hijos adquieran alimentos en los bares son en un 30%, en cambio un 70% manifiesta que no.

Las razones de las personas que indicaron que si es: la facilidad de realizar los pagos en forma mensual, el niño como le que le gusta, utiliza el bar para resistir la jornada diaria de trabajo en clase, porque como padres por su trabajo no disponen de tiempo para preparar alimentos para enviar a sus hijos; las personas que manifestaron que no, las cuales fueron en su mayoría es por: Porque en los bares preparen sin mayor higiene los alimentos para niños y niñas, porque se expende comida guardada, en el bar se consigue solo comida chatarra.

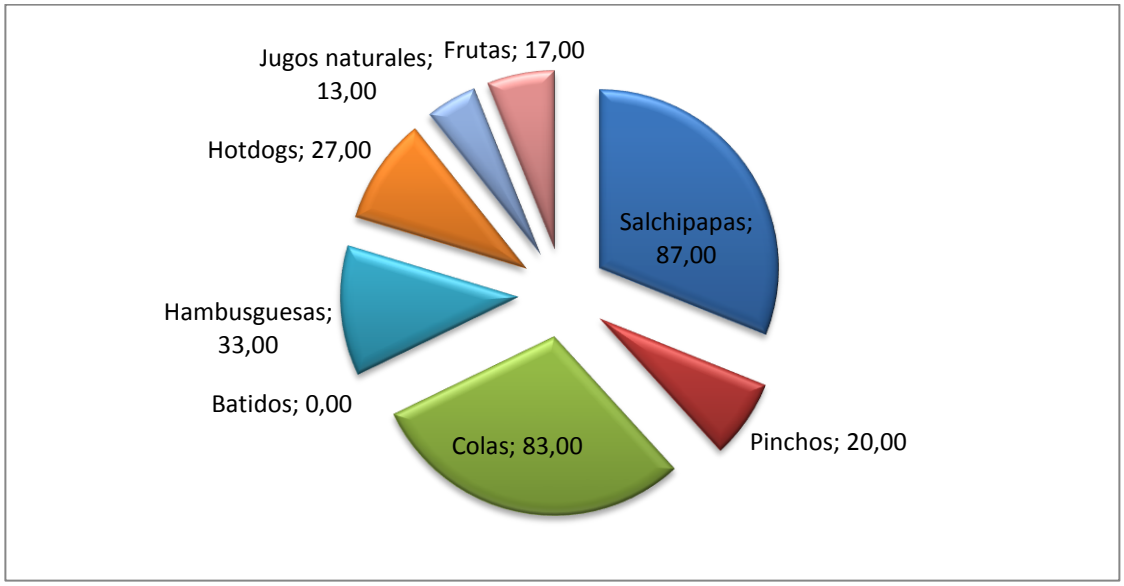
6. Qué tipo de alimentos venden en el bar en el establecimiento educativo donde asiste su niño o niña.

CUADRO N. 6
TIPOS DE ALIEMNTOS QUE EXPENDEN EN LOS BARES DE LAS ESCUELAS.

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Salchipapas.	322	87,00%
Pinchos.	74	70,00%
Colas.	307	83.00%
Batidos.	0	0,00%
Hamburguesas.	122	33,00%
Hotdogs.	100	27,00%
Jugos naturales.	48	13,00%
Frutas.	63	17,00%
TOTAL	**370**	**100,00%**

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaboración: El Autor.

GRAFICO N. 6



INTERPRETACION.

El análisis realizado en la presente pregunta es un análisis horizontal, es decir todas las filas se convierten en el 100% debido a que es una pregunta de opción múltiple, donde las personas pueden contestar una o varias opciones.

El 87% indican que la mayor cantidad de productos que se venden en los bares de las escuelas son las papas, las colas se venden en un 83%, las hamburguesas en un 33%, los hotdogs se expenden en un 27%, los pinchos se expenden en un 20%, las frutas en un 17%, los jugos naturales en un 13%.

En los bares la mayor cantidad de productos que se expenden son las papas, esta realidad sucede por los cambios culturales que se han venido dando en los niños tienen una cultura distinta en el consumo de acuerdo a la tradición de los padres, se dejan llevar por corrientes de la publicidad.

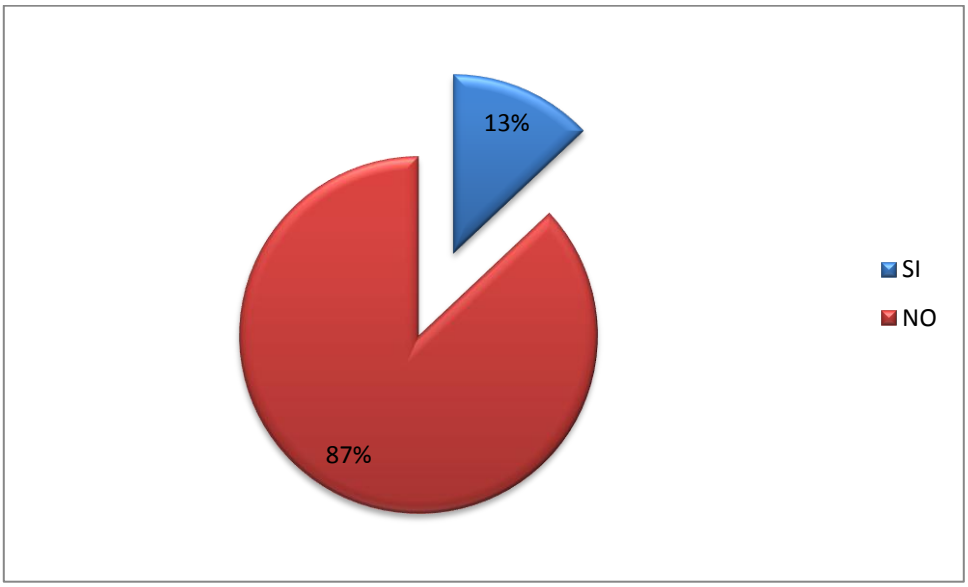
7. Está satisfecho con el servicio de alimentos que ofrece el bar, en el establecimiento educativo que asiste su niño o niña.

CUADRO N. 7
ESTA SATISFECHO CON LOS PRODUCTOS QUE SE EXPENDEN EN LAS ESCUELAS

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	48	13,00%
No.	322	87,00%
TOTAL	**370**	**100,00%**

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaboración: El Autor.

GRAFICO N. 7



INTERPRETACION.

El 87% de los encuestados manifiestan que no están satisfechos con los productos que se expenden en los establecimientos educativos, un 13% indican en cambio que si están de acuerdo con los productos que se venden en los centros educativos (escuelas).

Es generalizada la idea que los productos que se expenden en los bares de los colegios no cumplen con los requerimientos de alimentación saludable, por eso la personas no están satisfechos con este tipo de servicios.

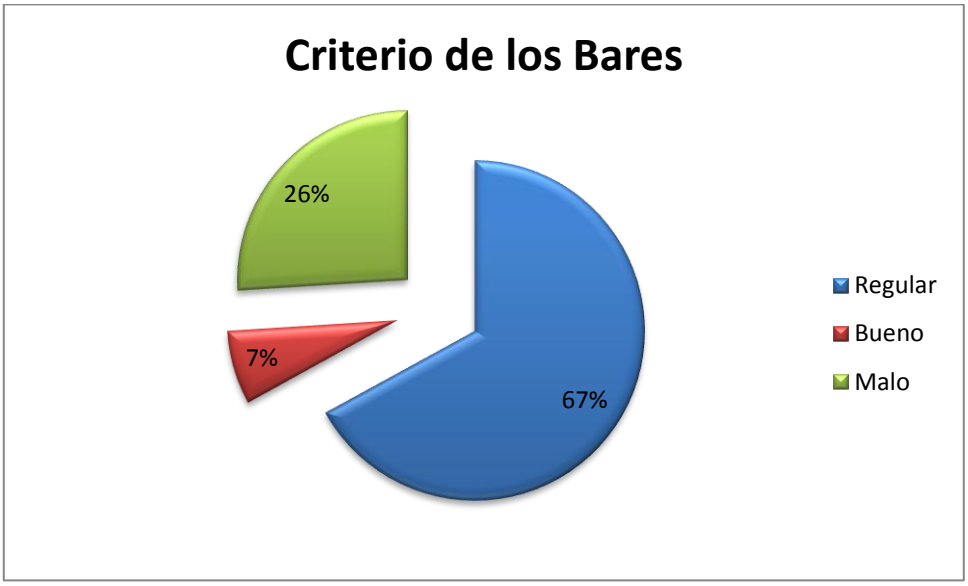
8. Como considera los alimentos que expenden en los bares escolares.

CUADRO N. 8
CRITERIO DE LOS BARES ESCOLARES

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Regular.	248	67,00%
Bueno.	26	7,00%
Malo.	96	26,00%
TOTAL	**370**	**100,00%**

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaboración: El Autor.

GRAFICO N. 8



INTERPRETACION.

El 67% de los encuestados cataloga a los bares escolares como regulares, el 26% los cataloga como buenos y un 7% considera que los bares prestan un mal servicio.

Es evidente la apreciación que tienen los padres de familia con relación a los bares escolares no tienen un buen criterio, con relación al servicio y a los productos que ofertan en los mismos, situación que debe ser mejorada con una alternativa de atención.

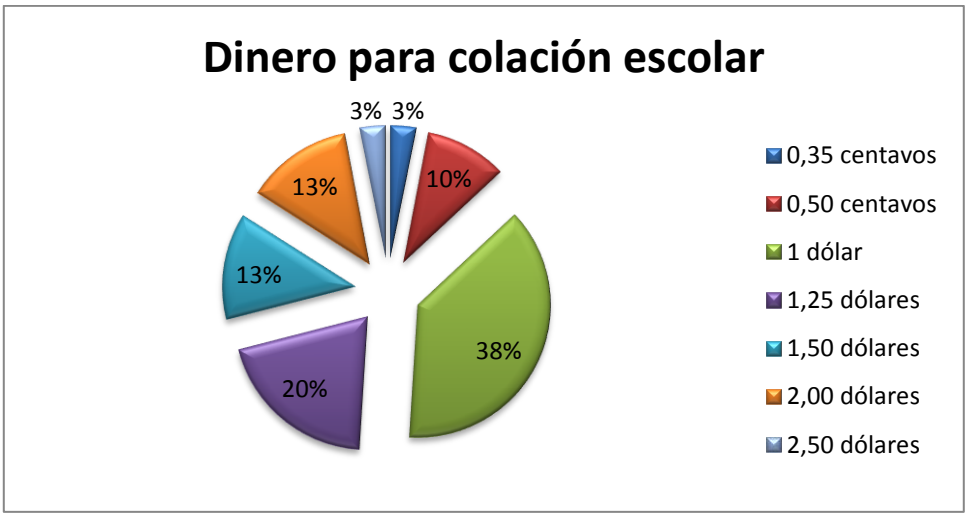
9. Cuánto dinero asigna a su hijo para alimentación escolar diariamente.

CUADRO N. 9
CRITERIO DE LOS BARES ESCOLARES

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0,35 centavos.	11	3,00%
0,50 centavos.	37	10,00%
1 dólar.	141	38,00%
1,25 dólares.	74	20,00%
1,50 dólares.	48	13,00%
2,00 dólares.	48	13,00%
2,50 dólares.	11	3,00%
TOTAL	**370**	**100,00%**

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaboración: El Autor.

GRAFICO N. 9



INTERPRETACION.

El 38% de padres de familia designan un dólar, un 20% designan 1,25 dólares, un 13% indican que designan entre 1,25 y 1,50 dólares, un 10% designan 0,50 centavos diarios para colación de los niños, los valores subsiguientes están en un 3% valores de menos de 0,50 centavos.

Las mayores cantidades que se designan para colación escolar diaria por parte de los padres de familia están entre 1,00 y 1,50.

10. ¿Envía LUNCH como colación para sus hijos?

CUADRO N. 10
ENVIO DE ALIMENTOS PARA COLACIÓN

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	74	20,00%
No.	296	80,00%
TOTAL	**370**	**100,00%**

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaboración: El Autor.

GRAFICO N. 10

INTERPRETACION.

El 80% de las familias no envían ningún tipo de colación para sus hijos, y el 20% si envían algún tipo de colación para sus hijos.

Un poco es relativo al porcentaje de unidades educativas fiscales, en este tipo de lugares, el gobierno entrega los refrigerios para los niños, son pequeños pero en algo compensa la necesidad de alimentación de los niños, esto corrobora con el 80% que no envía ningún tipo de colación para los niños, y el otro porcentaje correspondería a las unidades educativas particulares, donde no existe ningún tipo de refrigerio, sino únicamente el que les envían sus padres.

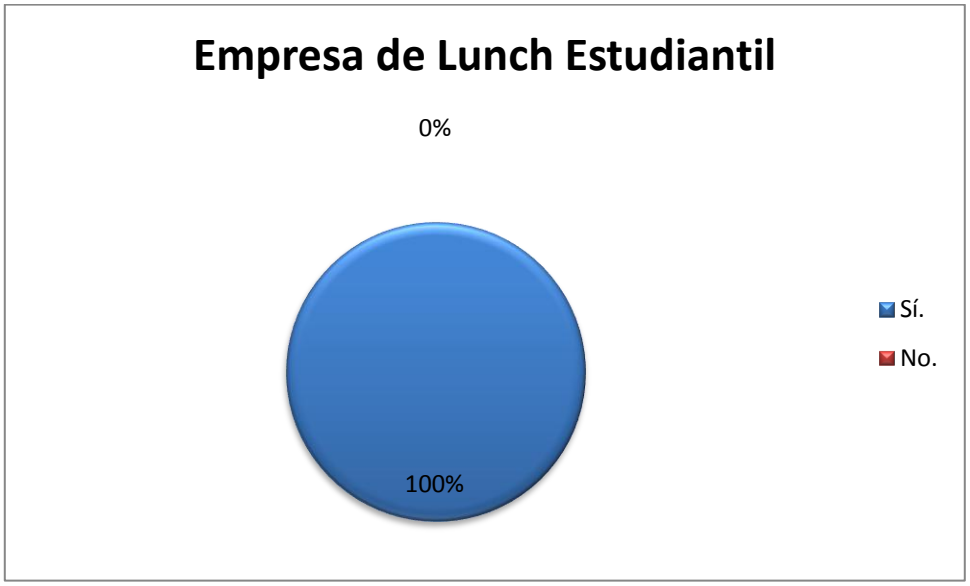
11. Si se implementara una empresa productora de "lunch estudiantil" y su comercialización en las escuelas públicas y privadas de la ciudad de nueva Loja, estaría dispuesto a adquirir el producto.

CUADRO N. 11
NUEVA EMPRESA DE LUNCH ESTUDIANTIL

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	74	100,00%
No.	0	0,00%
TOTAL	**74**	**100,00%**

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaboración: El Autor.

GRAFICO N. 11



INTERPRETACION.

Los encuestados están de acuerdo que se lleve a efecto una empresa dedicada a prestar los servicios de lunch estudiantil en la ciudad de Nueva Loja, así lo señalaron el 100%, que indican que o estarían de acuerdo con este tipo de servicios.

Las familias que no estarían de acuerdo con el lunch estudiantil, indican que es por situaciones económicas, y no por el tipo de servicio, por ello la posibilidad de llevar a efecto una empresa dedicada a este tipo de servicio.

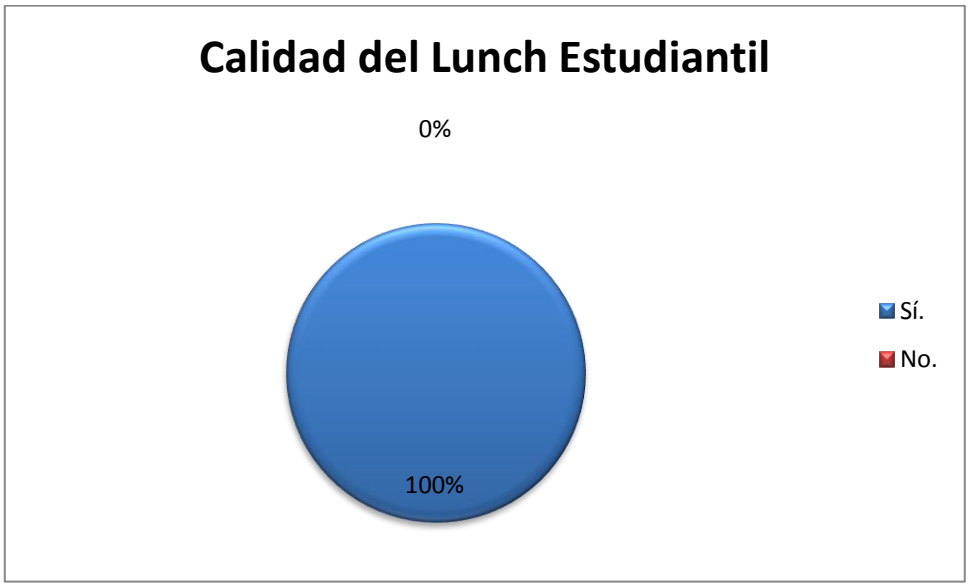
12. Estaría de acuerdo que en el lunch estudiantil para sus hijos que sea sano, nutritivo, a base de alimentos naturales preparado a diario sin conservantes.

CUADRO N. 12
CALIDAD DE PRODUCTOS PARA LUNCH ESTUDIANTIL

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	74	100,00%
No.	0	0,00%
TOTAL	**74**	**100,00%**

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaboración: El Autor.

GRAFICO N. 12



INTERPRETACION.

El 100% indican que desearían productos sanos, nutritivos, naturales, lo cual es igual a las personas que no desean este tipo de servicios, como consta en la pregunta anterior.

Es importante tener en cuenta que existe un alto índice de personas que desearían adquirir un producto de buena calidad, los que indican que no parece ser por un mal servicio que recibieron en un momento determinado cuando accedieron a este tipo de servicio.

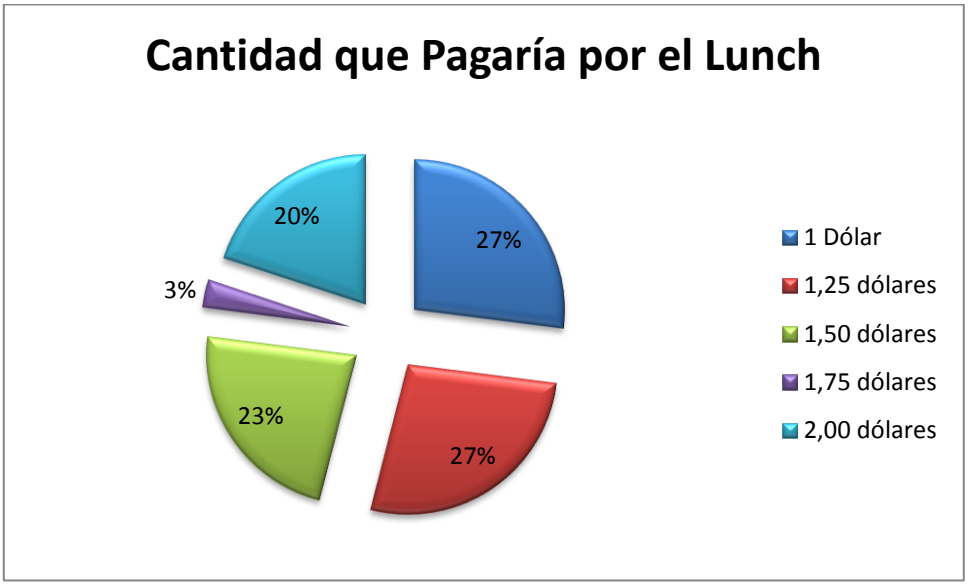
13. Cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio de lunch escolar.

CUADRO N. 13
CANTIDAD DE DINERO QUE ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR EL LUNCH ESCOLAR

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 dólar.	19	27,00%
1,25 dólares.	19	27,00%
1,50 dólares.	16	23,00%
1,75 dólares.	3	3,00%
2,00 dólares.	17	20,00%
TOTAL	**74**	**100,00%**

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaboración: El Autor.

GRAFICO N. 13



INTERPRETACION.

Los padres de familia en un 27% manifestaron que estarían en condiciones de pagar 1,00 dólar, igualmente otro 27% indicaron que estarían dispuestos a pagar 1,25 dólares, el 23% manifestaron que están en condiciones de pagar 1,50 dólares, el 20% están en dispuestos a pagar 2,00 dólares y un 3% estarían en condiciones de pagar 1,75 dólares.

Existe una disponibilidad al pago en un porcentaje mayoritario entre un dólar y 1,50, para establecer una estrategia de precios se podría pensar en un precio promedio, este podría ser 1,25 dólares, con ello tendríamos acceso a un 77% de los padres de familia, es decir cubriríamos la expectativa de un importante grupo de padres familia para atender a sus hijos con el lunch estudiantil.

14. Estaría de acuerdo que los alimentos del lunch escolar que ofrecerá la nueva empresa sean alternados durante la semana.

CUADRO N. 14
ALTERNABILIDAD DE LOS ALIMENTOS EN EL LUNCH ESCOLAR

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	70	97,00%
No.	4	3,00%
TOTAL	**74**	**100,00%**

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaboración: El Autor.

GRAFICO N. 14

INTERPRETACION.

Los padres de familia en un 97% contestaron que los alimentos que se oferten en el lunch escolar sean alternados, y únicamente un 3% manifestaron que el lunch debe ser lo mismo en lunch escolar.

Es evidente que los padres de familia requieren una alterabilidad, en cuanto a los alimentos que se ubique en lunch escolar diariamente, por supuesto esto llevaría a que los niños y niñas no terminan, renunciando a un solo tipo de comida, sí mismo facilitaría a mantener una alimentación balanceada para sus niños.

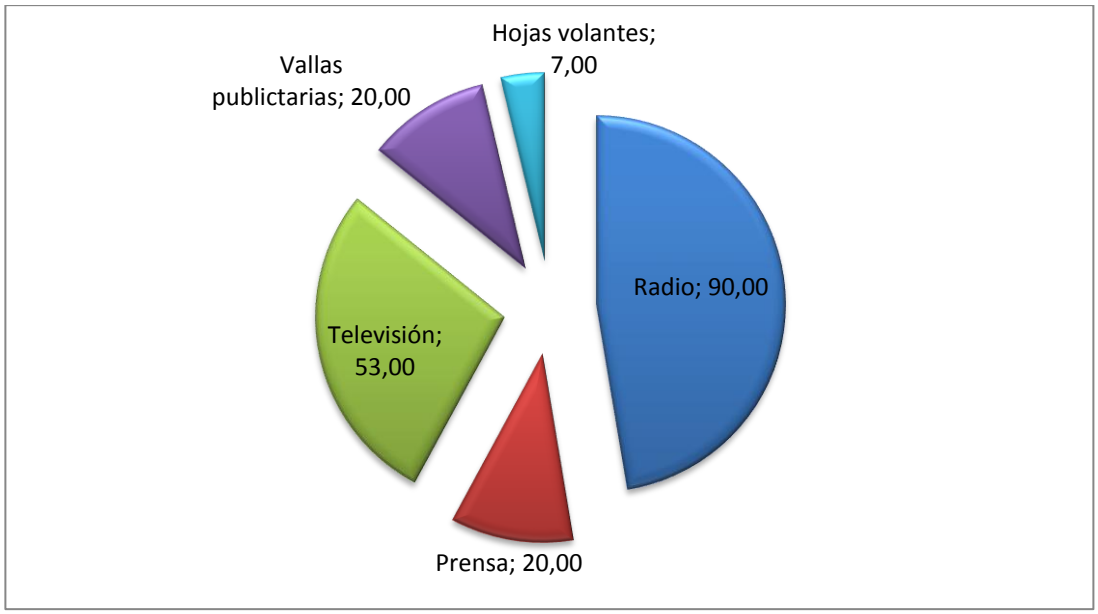
15. En que medios de comunicación considera se debería realizar la publicidad, para la nueva empresa de lunch escolar en la ciudad de Nueva Loja.

CUADRO N. 15
MEDIOS DE COMUNICACIÓN SUGERIDOS PARA LA PUBLICIDAD

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio.	69	90,00%
Prensa.	12	20,00%
Televisión.	58	53,00%
Vallas publicitarias.	11	20,00%
Hojas volantes.	4	7,00%

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaboración: El Autor.

GRAFICO N. 15



INTERPRETACION.

Los medios de comunicación sugeridos por los padres de familia para realizar publicidad son la radio, así lo manifiesta el 90%, el 53% indican que se debe realizar publicidad en la televisión, un 20% manifiestan en vallas publicitarias y la prensa así

mismo un 20% y en hojas volantes indican un 7% que debe realizar publicidad en este tipo de medios.

Se planteó una pregunta de opción múltiple para que los padres de familia puedan contestar en cualquiera de la opciones que se planteaba, por ello la gran mayoría coincidieron que debe realizar publicidad en la radio, sería la opción por la cual el proyecto debe orientar la publicidad, seguido de un importante porcentaje que indican se debe realizar publicidad del lunch estudiantil en la televisión.

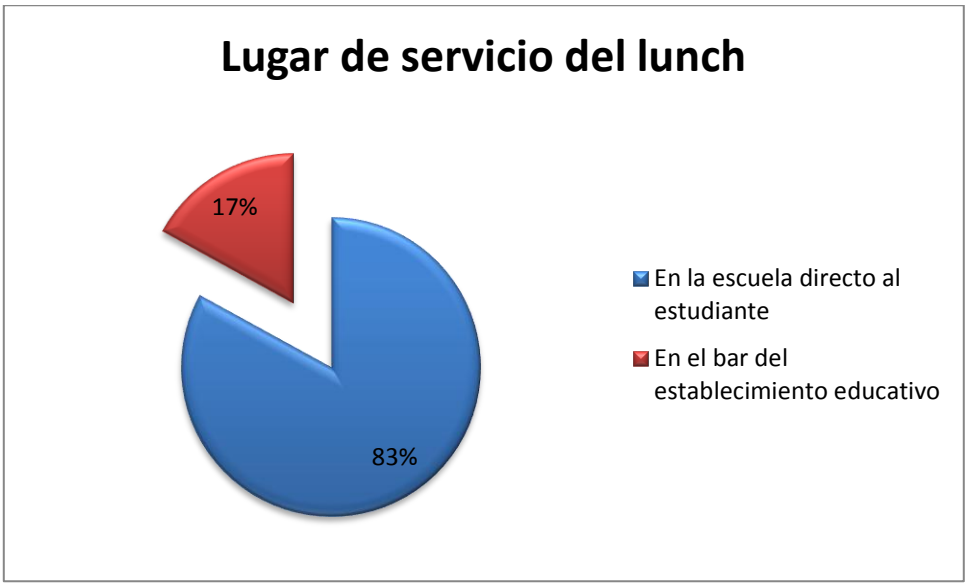
16. Donde le gustaría que se entregue este servicio.

CUADRO N. 16
LUGAR DE ENTREGA DEL LUNCH ESCOLAR

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En la escuela directo al estudiante.	65	83,00%
En el bar del establecimiento educativo.	9	17,00%
TOTAL	**74**	**100,00%**

Fuente: Encuesta a los demandantes.
Elaboración: El Autor.

GRAFICO N. 16



INTERPRETACION.

El 83% de los padres de familia prefieren que se entregue el lunch escolar en la escuela directamente a los niños, un 17% de los padres de familia dicen que se lo realice a través del bar.

Lo opción más aceptable es la que indican los padres de familia que se realice directamente a los niños y niñas en sus unidades educativas, con esto se garantiza la entrega segura e inmediata, garantizando un producto fresco y de calidad.

g. DISCUSION.

1. ESTUDIO DE MERCADO.

Análisis de la Demanda.

Demanda Potencial. La demanda potencial constituye toda la población estudiantil de los diferentes centros educativos, fiscales y particulares.

La población estudiantil en el periodo académico 2010 – 2012 es de 10.414 alumnos matriculados, como consta en el anexo correspondiente, la demanda potencial por lo tanto son todos los posibles clientes.

CUADRO N. 17
DEMANDA POTENCIAL

POBLACION ESTUDIANTIL DE LAS ESCUELAS	DEMANDANTES 100%	DEMANDA POTENCIAL
10.414	**10.414**	**10.414**

Fuente: Estudio de mercado.
Elaboración: El Autor.

Demanda Real. Son los alumnos que este momento llevan la colación o el lunch a la escuela, cuando se realizó el estudio de mercado, en la pregunta Nro. 10, en la cual se preguntó si envía lunch a su hijo a la escuela, el 20% manifestó que ha el Lunch Estudiantil a su hijo a la escuela.

CUADRO N. 18
DEMANDA REAL

DEMANDA POTENCIAL	% QUE ENVIAN LUNCH A SUS HIJOS A LA ESCUELA	PERSONA QUE ENVIAN LUNCH	DEMANDA REAL
10.414	**20%**	**2.083**	**2.083**

Fuente: Cuadro N. 10.
Elaboración: El Autor.

Por lo tanto la demanda real la constituyen los mismos niños que de la demanda potencial llevan el lunch estudiantil a la escuela, por eso en el estudio de mercado no se segmento la demanda real para realizar un análisis diferenciado, los servicios que en la actualidad existen son los bares que ofertan una variedad de alimentos, muchas veces sin considerar situaciones de higiene y de seguridad alimentaria.

Demanda Efectiva. La demanda efectiva corresponde a los padres de familia que tienen la predisposición de adquirir el lunch escolar para sus hijos, se preguntó, de existir una empresa con este tipo de servicio, en la pregunta 11 del estudio de mercado propuse a los padres de familia, de existir una empresa de lunch escolar en la ciudad de Nueva Loja, estaría dispuesto a adquirir este tipo de servicio el 100% manifestó que si adquiriría, por lo tanto la demanda efectiva sería el total de la población estudiantil de la ciudad de Nueva Loja por el porcentaje de aceptación de la nueva empresa.

CUADRO N. 19
DEMANDA EFECTIVA

DEMANDA REAL	% DE ACEPTACION DE LA NUEVA EMPRESA	DEMANDA EFECTIVA
2.083	**100%**	**2.083**

Fuente: Cuadro N. 18.
Elaboración: El Autor.

La demanda efectiva sería de 2.083 niños y niñas que estarían en condiciones o existe la predisposición de sus padres de familia a adquirir el lunch escolar.

Consumo precipita.

Se considera que cada niño equivale a 1 lunch estudiantil diario, ahora se tiene 2.083 alumnos de todas las escuelas, que multiplicado por 5 días laborables que tiene la semana nos da un total de 10.415 lunch, esto multiplicado por 4 semanas que tiene el mes son 41.660 lunch estudiantil al mes, y esto por 10 meses del periodo estudiantil son 416.600 lunch estudiantil al año. Lo se implica en el cuadro siguiente:

CUADRO N. 20
CONSUMO PERCAPITA

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO ANUAL
0	2.083	41.660	416.600
1	2.169	43.380	433.800
2	2.258	45.160	451.600
3	2.351	47.020	470.200
4	2.447	48.940	489.400
5	2.547	50.940	509.400

Análisis de la Oferta.

La oferta actual con respecto a la alimentación de los niños y niñas, se la realiza en la actualidad a través de los bares en las escuelas, como se indicó en el estudio de mercado, los alimentos que se expenden en estos lugares muchas veces no cumplen las expectativas de los padres de familia, quienes son los que entregan el dinero a los niños y niñas para adquieran en los bares escolares, valores como se notó en el estudio de mercado radican entre 1,00 dólares a 2,00.

Cuantificar la oferta es imposible en este tipo de servicio, pero se puede partir del siguiente análisis, la mayor cantidad de personas asignan un valor para que sus hijos adquieran alimentos en los bares, valores mayor puntuados los de 1 dólar hasta 2

dólares, lo que se puede asumir que casi igual porcentaje está entre la demanda y oferta del servicio.

Pero es necesario hacer la diferencia que el producto que se pretende ofertar con la aplicación de la nueva empresa es totalmente diferente al que existe en los bares escolares, por lo tanto se tendrá que aplicar la estrategia de diferenciación de producto como herramienta de mercado para posicionar el nuevo servicio que la nueva empresa pretende vender a los padres de familia para que alimenten eficientemente a sus hijos en las escuelas.

DEMANDA INSATISFECHA.

Es la relación que existe entre la oferta y la demanda, la cual permite determinar el número de demandantes o usuarios que utilizaran el producto de lunch estudiantil. Para poder cuantificar esta demanda se realiza un balance entre la oferta y la demanda efectiva para obtener la demanda insatisfecha. Se toma la Tasa de Crecimiento estudiantil de las escuelas de la ciudad de Nueva Loja que es el 4,10%, según el INEC.

CUADRO N. 21
DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA ANUAL	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	416.600	0	416.600
1	433.800	0	433.800
2	451.600	0	451.600
3	470.200	0	470.200
4	489.400	0	489.400
5	509.400	0	509.400

Fuente: Cuadro N. 20.
Elaboración: El Autor.

PLAN DE COMERCIALIZACION.

Producto.

Los principales alimentos serán ensalada de frutas, batidos de frutas, jugos naturales, comida preparada, y coladas entre las sugeridas para los padres de familia, se va considerar como la base general en la preparación del lunch estudiantil.

La presentación será en llamativos con envases animados que estén en boga por los niños, esto atrae al niño y se beneficiará con la alimentación ordenada y balanceada que se le sirva, característica que busca los padres de familia para sus hijos.

Gráfico Nro. 1

Gráfico Nro. 2

Gráfico Nro. 3

Portadas a ser ubicadas en los envases de los lunch escolares a ofrecer.

Las envolturas serán de acuerdo al tipo de producto, entre ellos vasos, fundas de proprotileno, fundas de papel, entre los principales, lo principal que cada envoltura u objeto para envasar el lunch estudiantil será con los dibujos antes indicados esto, llama mucho la atención a los niños.

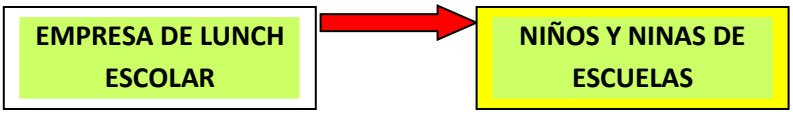
Precio.

El precio debe fluctuar entre un dólar y 2 dólares, que son los valores que los padres de familia asignan para que los niños adquieran alimentos en los bares, como también la disponibilidad que tienen los padres de familia que estarían en condiciones de adquirir el lunch escolar, será la estructura de costos la que determine finalmente el precio a aplicar, considerando el costo más un margen de utilidad que permita ofrecer beneficios a sus inversionistas.

Plaza o distribución.

La distribución será directa es decir de la empresa productora del lunch escolar, así lo manifestaron los padres de familia según la pregunta, donde le interesaría se entregue lunch escolar, directamente a los niños, por esta razón el sistema de distribución es:

Gráfico Nro. 4



Publicidad.

La publicidad a realizar será especialmente en la televisión, porque los niños verán la televisión, con la presentación de los dibujos animados de su elección permitirá, a que les pidan a sus padres les adquieran este tipo de lunch escolar, así mismo la publicidad será radial especialmente para los padres y madres de familia, para que conozcan este tipo de servicio, especialmente en segmentos de noticieros, donde los padres de familia se informa del acontecer local.

La publicidad será realizada también en el periódico de circulación local, muchos padres y madres de familia, se informan en este tipo de medio de comunicación.

2. ESTUDIO TECNICO.

Tamaño del proyecto.

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DEL PROYECTO

El tamaño del presente proyecto se lo determina en función a la demanda insatisfecha proyectada para los cinco años de vida útil del proyecto, sin dejar de lado el espacio físico.

Capacidad Instalada y utilizada.

La empresa a implementarse atenderá el 70% de la demanda Insatisfecha que es 416.600 lunch estudiantil; por lo que se instalara con un total de 291.620 lunch estudiantil al año.

Pata iniciar las actividades no se podría cubrir en un 100% la capacidad instalada, debido a varios factores como es el factor económico y de mercado. Por lo que se iniciará las actividades utilizando el 60% de la Capacidad Instalada, es decir 174. 972 lunch estudiantil al año que sería la capacidad utilizada, la cual se irá incrementando en un 5% anual. Lo que se explica a continuación.

Se trabajara 8 horas diarias con 6 operarios quienes se encargaran de elaborar los 875 lunch diarios, o sea que equivale a 3,5 minutos por obrero, quiere decir que cada obrero elaborara 137 lunch que multiplicado por 7 personas, tendríamos alrededor de 958 lunch, pero como los obreros tienen que productor 875 lunch estudiantil que multiplicados por los 200 días laborables del periodo de escuela nos da 174.972, el resto del tiempo lo ocuparían en trabajos de limpieza y ordenamiento de la cocina.

Se laborara 4 horas de dos jornadas, de 6 a 10 de la mañana en la producción y empaquetamiento del lunch, y de 11 de mañana a 15 horas, para preparar los alimentos para seleccionar y preparar los ingredientes para el siguiente día. Para esto se utilizara dos refrigeradoras con capacidad de 40 libras cada una, además se utilizara una despensa con capacidad de 100 libras.

CUADRO N. 22
CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA ANUAL	% DE ATENCION	CAPACIDAD INSTALADA ANUAL	% DE CAPACIDAD UTILIZADA	CAPACIDAD UTILIZADA ANUAL
1	416.600	70%	291.620	60%	174.972
2	433.800	70%	303.660	60%	182.196
3	451.600	70%	316.120	65%	205.478
4	470.200	70%	329.140	70%	230.398
5	489.400	70%	342.580	80%	274.064

Fuente: Cuadro N. 21.
Elaboración: El Autor.

LOCALIZACIÓN

Macro localización.

La empresa de prestación del servicio de lunch estudiantil se ubicará en la provincia de Sucumbíos, cantón Lago Agrio, Ciudad Nueva Loja.

La provincia de Sucumbíos forma parte de la región uno, se encuentra en la región amazónica, a 300 metros sobre el nivel del mar, es una de las provincias más pobladas de la región amazónica.

Dentro de la provincia de Sucumbíos el 52% de la población se encuentra concentrada en el cantón Lago Agrio, la ciudad de Nueva Loja es la cabecera

provincial de la provincia de Sucumbíos, donde se tiene previsto la fijación de la empresa que preste los servicios de lunch escolar.

Gráfico Nro. 5

Micro localización.

La empresa estará ubicada en la ciudad de Nueva Loja, Barrio Guayaquil Sector Centro de la ciudad, en las avenidas Vicente Narváez y Spencer, pasaje Vereda tropical.

En este sector se cuenta con los siguientes servicios.

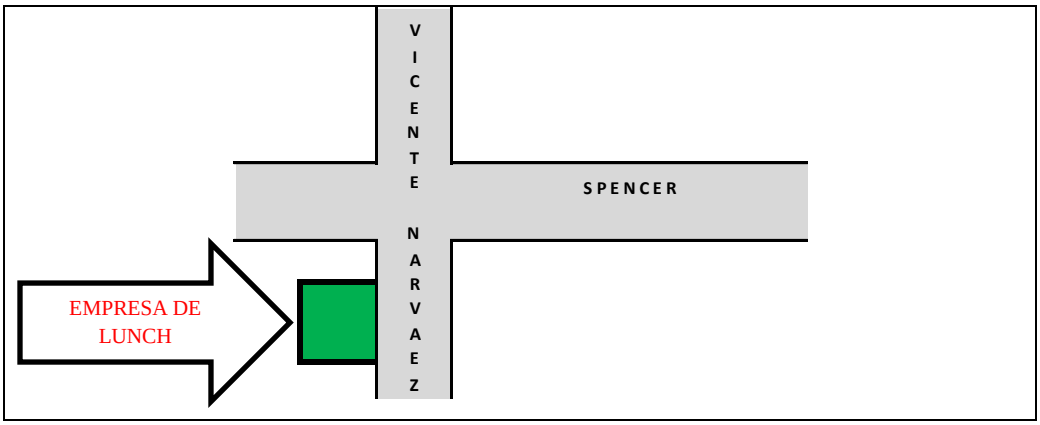
IDEA DE NEGOCIO / PROYECTO: PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LUNCH ESTUDIANTIL PARA LA CIUDAD DE NUEVA LOJA	
PARROQUIA / CANTÓN / CIUDAD: CENTRO DE LA CIUDAD (A) / AV. VICENTE NARVAEZ Y SPENCER(B) (C) / NUEVA LOJA / NUEVA LOJA.	
MICROLOCALIZACIÓN:	
A	Centro de la Ciudad de Nueva Loja.
B	Av. Vicente Narvaez y Spencer.
C	Nueva Loja.

MICROLOCALIZACIÓN							
ELEMENTO	**P (%)**	**A**	**p**	**B**	**p**	**C**	**P**
1) Acceso a mercados	**30**	9	**27,00**	9	**27,00**	9	**27,00**
2) Acceso a mat. Primas	**20**	10	**20,00**	10	**20,00**	8	**16,00**
3) Disponibilidad de:							
a) M.O. calificada	**6**	10	**6,00**	10	**6,00**	10	**6,00**
b) M.O. No calificada	**6**	10	**6,00**	10	**6,00**	10	**6,00**
4) Costos de M. de Obra:							
a) Calificada	**2**	8	**1,60**	8	**1,60**	8	**1,60**
b) No calificada	**2**	10	**2,00**	10	**2,00**	10	**2,00**
5) Transporte:							
a) Disponibilidad	**3**	10	**3,00**	9	**2,70**	8	**2,40**
b)Costos	**3**	10	**3,00**	9	**2,70**	7	**2,10**
6) Agua	**2**	10	**2,00**	10	**2,00**	10	**2,00**
7) Energía Eléctrica	**2**	10	**2,00**	10	**2,00**	10	**2,00**
8) Combustible	**2**	10	**2,00**	10	**2,00**	10	**2,00**
9) Apoyos Legales	**1**	10	**1,00**	10	**1,00**	10	**1,00**
10) Drenaje	**2**	10	**2,00**	10	**2,00**	10	**2,00**
11) Serv. Médicos	**2**	10	**2,00**	10	**2,00**	10	**2,00**

12) Serv. De Seguridad	**1**	10	**1,00**	10	**1,00**	10	**1,00**
13) Educación	**1**	10	**1,00**	10	**1,00**	10	**1,00**
14) Clima	**1**	10	**1,00**	10	**1,00**	8	**0,80**
15) Terreno:							
a) Extensión	**3**	10	**3,00**	9	**2,70**	7	**2,10**
b)Costo	**3**	10	**3,00**	10	**3,00**	5	**1,50**
16) Actitud de la comunidad	**7**	10	**7,00**	10	**7,00**	7	**4,90**
17) Restricciones ambientales	**1**	10	**1,00**	10	**1,00**	8	**0,80**
18) Otros	**-**						
SUMA	**100**		**96,60**		**95,70**		**86,20**

Son algunos de los aspectos positivos que permiten llevar a efecto en este sector la ubicación de la empresa que prestará los servicios de lunch estudiantil.

Gráfico Nro. 6



Ingeniería del Proyecto.

Para el proceso de la elaboración del Lunch Estudiantil para las escuelas publicas y privadas de la ciudad de Nueva Loja se va a realizar el siguiente proceso de producción:

1.- Compra de ingredientes.
2.- Se clasifican los ingredientes.
3.- Se selñeccionan los insumos a utilizar.
4.- Se procede al lavado de frutas.
5.- Se procede al cortado de frutas.
6.- Se procede a la preparación de ingredientes adicionales.
7.- Se procede al arreglo de envases.
8.- Se ubica el lunch en los envases.
9.- Se procede a la ubicación del lunch en las gavetas.
10.- Se verifica la cantidad necesaria.
11.- Se procede a la revisión del listado de los niños que adquirirán el lunch.
12.- Se proced al translado a las escuelas.
13.- Finalmente se procede a la entre del luch estudiantil.

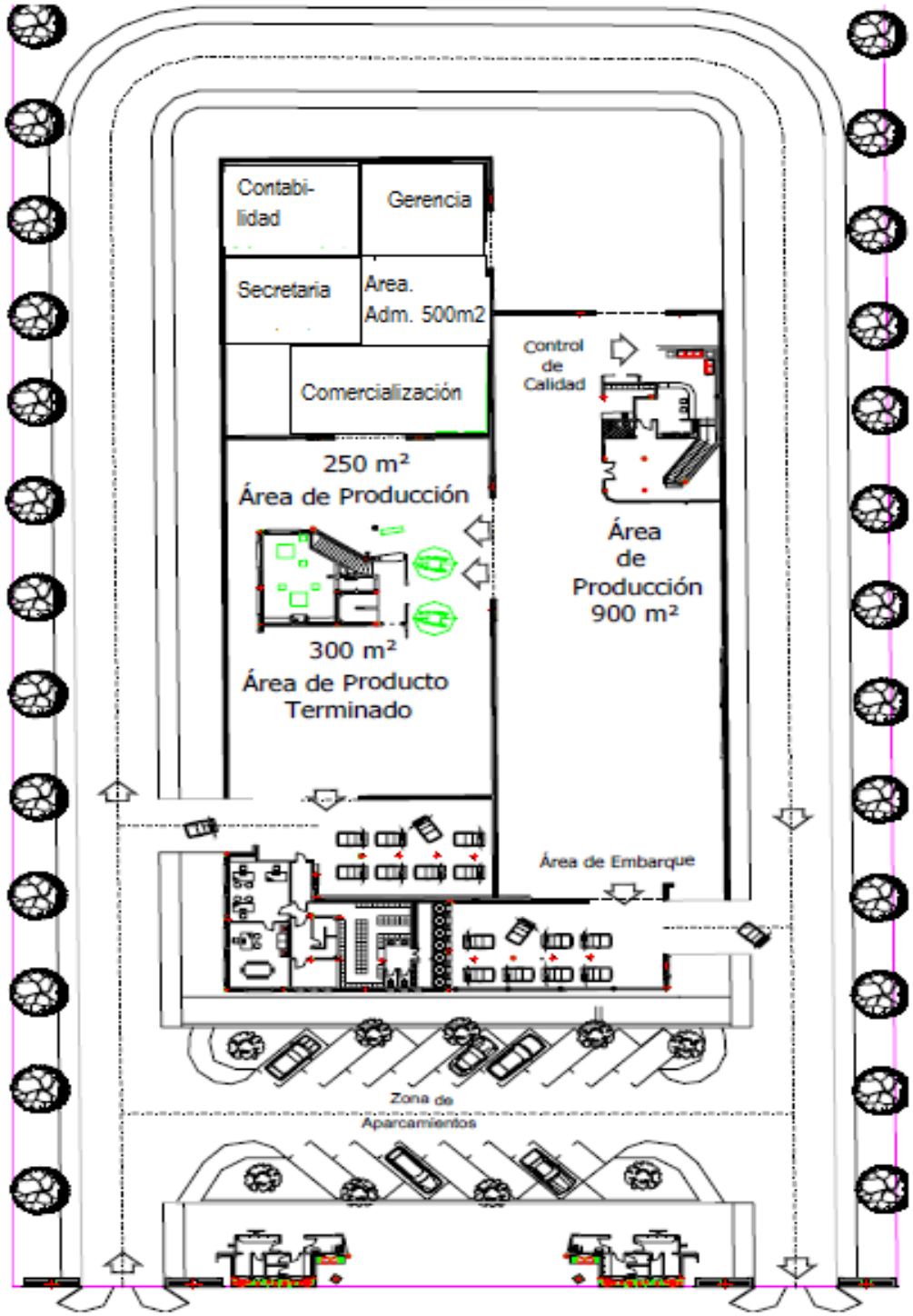
Todo el proceso de la elaboración del luch estudiantil se lo toma con el rpocedimiento adecuado y tendrá una duración desde su inicio hasta la culminación que es la entrega en las escuelas con un tiempo de duración de 240 minutos que será de 4 horas extactas.

Esto se lo demuetra en el cuadr que a continuación se expone:

PROCESO DE ELABORACIÓN DE LOS ALIMENTOS PARA EL LUNCH ESTUDIANTIL

ACTIVIDADES	**TIEMPO**						
Compra de ingredientes	80 MIN	x					
Clasificación de ingredientes	15 MIN		x				
Selección de insumos a utilizar	20 MIN		x				
Lavado de frutas	10 MIN	x					
Cortado de frutas	15 MIN	x					
Preparación de ingredientes adicionales	20 MIN	x					
Arreglo de envases	10 MIN	x		x			
Ubicación de lunch en envases	15 MIN	x					
Ubicación de lunch en gabetas	10 MIN	x					
Verifación de la cantidad necesaria	5 MIN		x	x			
Revisición del listado de niños	5 MIN		x			x	
Traslado a las escuelas	20 MIN				x		
Entrega a los niños	15 MIN						x
TOTALES	**24O MIN**	**7**	**4**	**3**	**1**	**1**	**1**

DISTRIBUCIÓN DEL ÁREA FÍSICA



Materiales y equipos a utilizar.

Refrigeradora.

Gráfico Nro. 7

Coladores.

Gráfico Nro. 8

Procesadores de alimentos.

Gráfico Nro. 9

Licuadoras.

Gráfico Nro. 10

Batidoras.

Gráfico Nro. 11

Juego de cuchillos.

Gráfico Nro. 12

Gavetas.

Gráfico Nro. 13

Implementos de cocina.

Gráfico Nro. 14

Juego de ollas medianas.

Gráfico Nro. 15

3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL.

ORGANIZACIÓN LEGAL.

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley entre ellos tenemos:

ACTA CONSTITUTIVA

Es el documento certificatorio de la conformación legal de la empresa, en el sé deben incluir los datos referenciales de los socios con los cuales sé constituye la empresa.

CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA "LUNCH ESTUDIANTIL" CIA. LTDA.

En la ciudad de Nueva Loja, Cantón Lago Agrio y Provincia de Sucumbíos, República del Ecuador el día de hoy Martes quince de enero del dosmildoce, ante mí, doctor José Luis Sarmiento, Notario quinto del Cantón Lago Agrio, comparece el Señor Patricio Campoverde y el señor Luis Campoverde.- Manifestando ser mayores de edad, ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de Nueva Loja y sin impedimento legal para contratar y obligarse, a quien de conocer DOY FE.- Me solicitas, eleve a escritura pública, el contenido de la siguiente minuta: SEÑOR NOTARIO: En el registro de escrituras públicas a su cargo, dígnese insertar una que contiene la constitución de la compañía de responsabilidad limitada LUNCH ESTUDIANTIL PARA LA CIUDAD DE NUEVA LOJA" CIA. LTDA.

Los comparecientes declaran que constituyen, como en efecto lo hacen, una compañía de responsabilidad limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil."

RAZÓN SOCIAL.

De acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la ley, se inicia la operación del servicio de Lunch Estudiantil par a la ciudad de Nueva Loja, provincia de Sucumbíos, bajo la siguiente denominación.

"Servicio de Lunch Estudiantil para la ciudad de Nueva Loja Cía. Ltda.".

DOMICILIO.- Cantón Lago Agrio, Provincia de Sucumbíos.

OBJETO SOCIAL.- Servicio de Lunch Estudiantil.

CAPITAL SOCIAL.- El capital social de la compañía es de Mil Dólares de los Estados Unidos de América ($1.000) divididos en mil participaciones de un dólar cada una, en las que estarán representadas por el certificado de adaptación correspondiente, de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que estará firmado por el Presidente de la Compañía.

TIEMPO DE DURACIÓN.- El tiempo de duración será de 10 años a partir de la fecha de inscripción del contrato constitutivo en el registro mercantil, pero podrá disolverse en cualquier tiempo o prorrogar su plazo, si así lo resolviera la Junta General de Socios en forma prevista en la Ley y en este estatuto.

EL GOBIERNO Y LA ADMINSTRACIÓN.- El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos de función: la Junta General de Socios, el Presidente y el Gerente.

MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE LA CIA. LTDA.

"LUNCH ESTUDIANTIL" CIA. LTDA.

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase Insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA.- COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD. - Intervienen en la celebración de este contrato, El señor Patricio Campoverde y el

Señor Luis Campoverde; los comparecientes manifiestan ser ecuatorianos, mayoesr de edad, solteros, domiciliado en esta ciudad; y, declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de responsabilidad limitada "LUNCH ESTUDIANTIL" CIA. LTDA., la misma que se regirá por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

SEGUNDA.- ESTATUTOS DE "LUNCH ESTUDIANTIL" CIA. LTDA.

CAPÍTULO PRIMERO

DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD, DOMICILIO, FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN

ARTÍCULO UNO.- Constituyese en la ciudad de Nueva Loja, con domicilio en el mismo lugar, provincia de Sucumbíos, República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la compañía de responsabilidad limitada "LUNCH ESTUDIANTIL" CIA. LTDA.

ARTÍCULO DOS.- La compañía tiene por objeto y finalidad, prestar servicios de venta y distribución de Lunch estudiantil para las escuelas de la ciudad, además podrá establecer sucursales o agencias en los términos de la ley; y tiene facultades para abrir dentro o fuera del país, agencias o sucursales, podrá así mismo, adquirir todo tipo de bienes muebles o inmuebles encaminados a cumplir en mejor forma su objeto social, finalmente podrá realizar todo acto o contrato permitido por las leyes vigentes respectivas, relacionados con el objeto principal de la compañía.

ARTÍCULO TRES.- La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

ARTÍCULO CUATRO.- El plazo de duración del contrato social de la compañía es de diez años, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta General de Socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

CAPÍTULO SEGUNDO

DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE LA RESERVA LEGAL

ARTÍCULO CINCO.- El capital social de la compañía es de mil dólares, dividido en mil participaciones de un dólar cada una, que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por el Presidente y Gerente de la compañía. El capital está íntegramente suscrito y pagado en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

ARTÍCULO SEIS.- La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta general de socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley y, en tal caso los socios tendrán derecho

preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta General de Socios.

ARTÍCULO SIETE.- El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo efectuará: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

ARTÍCULO OCHO.- La compañía entregará a cada socio el certificado de aportaciones que le corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libre tiñes acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y número de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del presidente y gerente de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

ARTÍCULO NUEVE.- Todas las participaciones son de Igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

ARTÍCULO DIEZ.- Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la sesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes

disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta General de Socios. En caso de sesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo. La compañía formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades líquidas y realizadas.

ARTÍCULO ONCE.- En las Juntas generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

CAPÍTULO TERCERO

DE LOS SOCIOS. DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES

ARTÍCULO DOCE.- Son obligaciones de los socios:

Las que señala la Ley de Compañías:

Cumplir con las funciones, actividades y deberes que le asignen la Junta General de Socios, el Presidente y el Gerente;

Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta General de Socios; y,

Las demás que señalen estos estatutos.

ARTÍCULO TRECE.- Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta General de Socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y, el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto;

Elegir y ser elegido para los órganos de administración;

A percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones, lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la compañía:

Los demás previstos en la ley y en estos estatutos.

ARTÍCULO CATORCE.- La responsabilidad de los socios de la compañía, por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones Individuales a la compañía, salvo las excepciones de ley.

CAPÍTULO CUARTO

DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

ARTÍCULO QUINCE.- El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta General de Socios, el Presidente y el Gerente.

ARTÍCULO DIECISEIS.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.- La Junta General de Socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

ARTÍCULO DIECISIETE.- Las sesiones de Junta General de Socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta General de Socios en la modalidad de junta universal, esto es, que la junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de la junta y los asuntos a tratarse, entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente constituida.

ARTÍCULO DIECIOCHO.- Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta General, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

ARTÍCULO DIECINUEVE.- Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación por lo menos al señalado para la sesión

de Junta General. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de la sesión.

ARTÍCULO VEINTE.- El quórum para las sesiones de Junta General de Socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital social y. en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se Indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

ARTÍCULO VEINTIUNO.- Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

ARTÍCULO VEINTIDÓS.- Las resoluciones de la Junta General de Socios tomadas con arreglo a la ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a que todos los socios acaten dichas resoluciones, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

ARTÍCULO VEINTITRÉS.- Las sesiones de Junta General de Socios, serán presididas por el presidente de la compañía y. a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios: actuará de secretarlo el gerente o el socio que en su falta la Junta elija en cada caso.

ARTÍCULO VEINTICUATRO.- Las actas de las sesiones de Junta General de Socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y

reverso, las que llevarán la firma del presidente y secretario. De cada sesión de junta se formará un expediente que contenga la copia del acta, los documentos que Justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

ARTÍCULO VEINTICINCO.- Son atribuciones privativas de la Junta General de Socios:

a.- Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración: y, en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y a estos estatutos:

b.- Nombrar al Presidente y al Gerente de la compañía, señalándoles su remuneración y, removerlos por causas Justificadas o a la culminación del período para el cual fueron elegidos;

c.- Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarlos e Informes que presenten los administradores;

d.- Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;

e.- Resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios:

f.- Acordar la exclusión de socios de acuerdo con las causas establecidas en la ley:

g.- Resolver cualquier asunto que no sea competencia privativa del presidente o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía;

h.-Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presenten sobre las disposiciones del estatuto:

i.- Acordar la venta o gravamen de los bienes Inmuebles de la compañía;

j.- Aprobar los reglamentos de la compañía:

k.- Aprobar el presupuesto de la compañía;

l.- Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias, representaciones, establecimientos y oficinas de la compañía:

m.- Las demás que señalen la Ley de Compañías y estos estatutos.

ARTÍCULO VEINTISÉIS.- Las resoluciones de la Junta General de Socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

ARTÍCULO VEINTISIETE.- DEL PRESIDENTE.- El Presidente será nombrado por la Junta General de Socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido, para este cargo deberá ser socio.

ARTÍCULO VEINTIOCHO.- Son deberes y atribuciones del Presidente de la compañía:

a.- Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e Informar de estos particulares a la Junta General de Socios:

b.- Convocar y presidir las sesiones de Junta General de Socios y suscribir las actas;

c.- Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de sus políticas;

d.- Reemplazar al gerente, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su ausencia o hasta que la Junta General de Socios designe un reemplazo y se haya inscrito su nombramiento y, aunque no se le hubiere encargado la función por escrito;

e.- Firmar el nombramiento del Gerente y conferir certificaciones sobre el mismo;

f.- Las demás que le señalan la Ley de Compañías, estos estatutos, reglamentos de la compañía y la Junta General de Socios.

ARTÍCULO VEINTINUEVE.- DEL GERENTE.- El Gerente será nombrado por la Junta General de Socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida, puede ser o no socio.

ARTÍCULO TREINTA.- Son deberes y atribuciones del Gerente de la compañía:

a.- Representar legalmente a la compañía en forma Judicial y extrajudicial;

b.- Conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la compañía;

c.- Dirigir la gestión económica financiera de la compañía;

d.- Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía;

e.- Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos;

f.- Realizar Inversiones y adquisiciones hasta por la suma de veinte salarios mínimos vitales, sin necesidad de firma conjunta con el Presidente. Las adquisiciones que pasen de veinte salarios mínimos vitales, las hará conjuntamente con el Presidente, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías;

g.- Suscribir el nombramiento del Presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo;

h.- Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil;

i.- Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de junta general;

j.- Manejar las cuentas bancarias según sus atribuciones;

k.- Presentar a la Junta General de Socios un informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico:

l.- Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de Socios;

m.- Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, estos estatutos, los reglamentos de la compañía y las que señale la Junta General de Socios.

CAPÍTULO QUINTO

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑIA

ARTÍCULO TREINTA Y UNO.- La disolución y liquidación de la compañía se regla por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once; así como por el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

ARTÍCULO TREINTA Y DOS.- No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

DECLARACIONES.- El capital con el que constituye la compañía "LUNCH ESTUDIANTIL" CIA. LTDA. ha sido suscrito y pagado en su totalidad en la siguiente forma: el señor Patricio Campoverde setecientas participaciones, de un dólar cada una, con un valor total de setecientos dólares; el señor Luis Campoverde quinientas participaciones, un dólar cada una, con un valor total de quinientos dólares; que dan un valor de MIL PARTICIPACIONES DE UN DÓLAR y un total de MIL DÓLARES; valor que será depositado en efectivo en una de las entidades bancarias de la ciudad de Nueva Loja, como cuenta de «Integración de Capital», cuyo certificado se agrega a la presente escritura como documento habilitante. Los socios de la compañía autorizan al Dr. Carlos Ojeda Ordoñez abogado de la Republica, se encargue de los trámites pertinentes, encaminados a la aprobación de la escritura constitutiva de la compañía, su inscripción en el Registro Mercantil y convocatoria a la primera junta general de socios, en la que se designarán presidente y gerente de la compañía.

Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.

NIVELES JERARQUICOS.

La compañía de servicio de Lunch estudiantil para la ciudad de Nueva Loja se dedicara a la prestación de servicio de Lunch para los estudiantes de las Escuelas de la ciudad y se fundamentara en la jerarquía de una empresa, conformada por los siguientes niveles:

Nivel Legislativo:

Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformada por los dueños de la empresa, los cuales tomarán el nombre de Junta General de Socios.

Nivel Ejecutivo:

En este nivel se encuentra la gerencia qué es el responsable del éxito o fracaso de una empresa. En la "Compañía de Servicio de Lunch Estudiantil Cía. Ltda.", la gerencia la ocupara un Administrador de Empresas contratado por la misma, el mismo que percibirá un sueldo de acuerdo al que proporciona el Ministerio de Relaciones Laborales, pero será el encargado de dirigir y enfrentar los asuntos de la misma. Siempre que exista un grupo de individuos que persigan un objetivo, se hace necesario, para el grupo, trabajar unidos a fin de lograr el mismo.

Nivel Asesor:

En el nivel asesor se encuentra el Asesor Jurídico, el cual interviene en los asuntos legales de la empresa o en el centro de trabajo para la defensa de sus intereses. Su función básica será el asesoramiento para la constitución legal y asuntos judiciales de la empresa.

Nivel Auxiliar:

Este nivel está conformado por una Secretaria- Contadora, es una unidad que corresponde al nivel auxiliar cuya función es atender a los clientes, recibir órdenes del gerente y llevar la contabilidad de la empresa.

Nivel Operativo:

Lo integran los dependientes responsables de ejecutar las actividades básicas operativas, aquí están los choferes de los vehículos; función que desempeñarán cada uno de los obreros contratados que percibirán un sueldo, si así fuera el caso, los mismos que no perciben un sueldo por parte de la compañía.

Su propietario y responsable de la empresa será el proponente del proyecto Sr. Patricio Campoverde.

El personal necesario para que la empresa funcione es el siguiente:

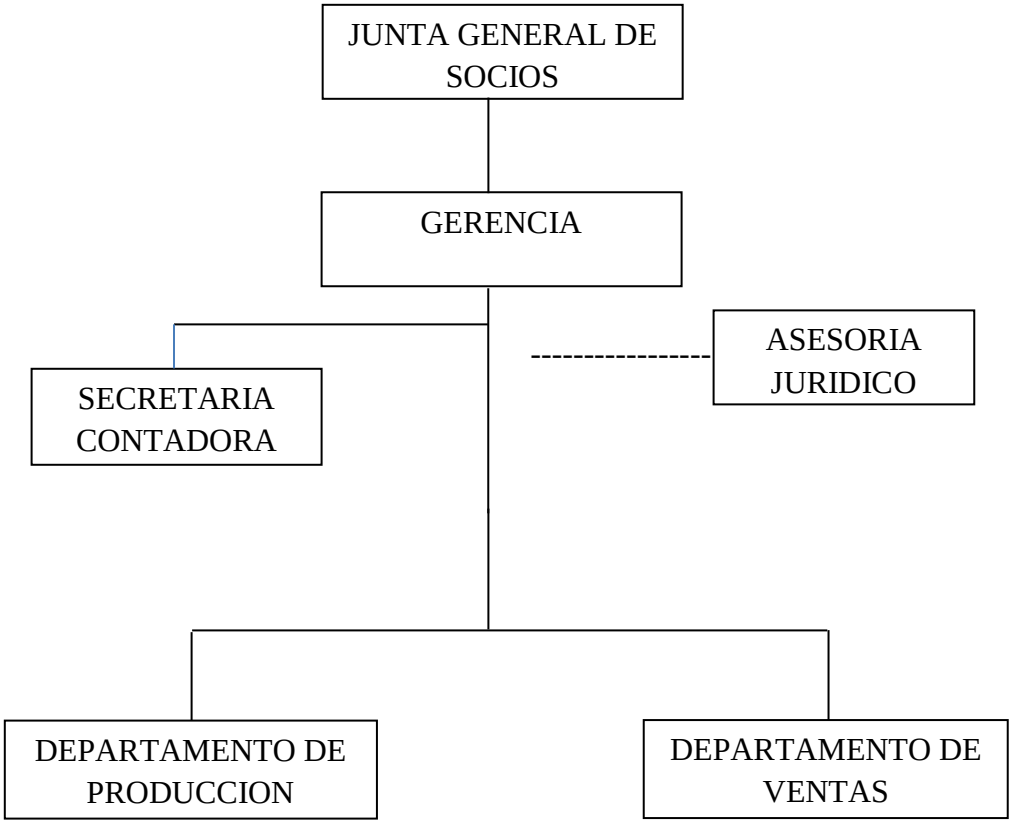
- Un administrador.
- Siete personas para preparación de alimentos.
- Un chofer-vendedor.
- Una persona para aseo y limpieza del lugar de preparación de alimentos.

- Una persona encargada de llevar los registros y recaudaciones por la venta de los servicios. (Secretaria-Contadora).

ORGANIGRAMAS.

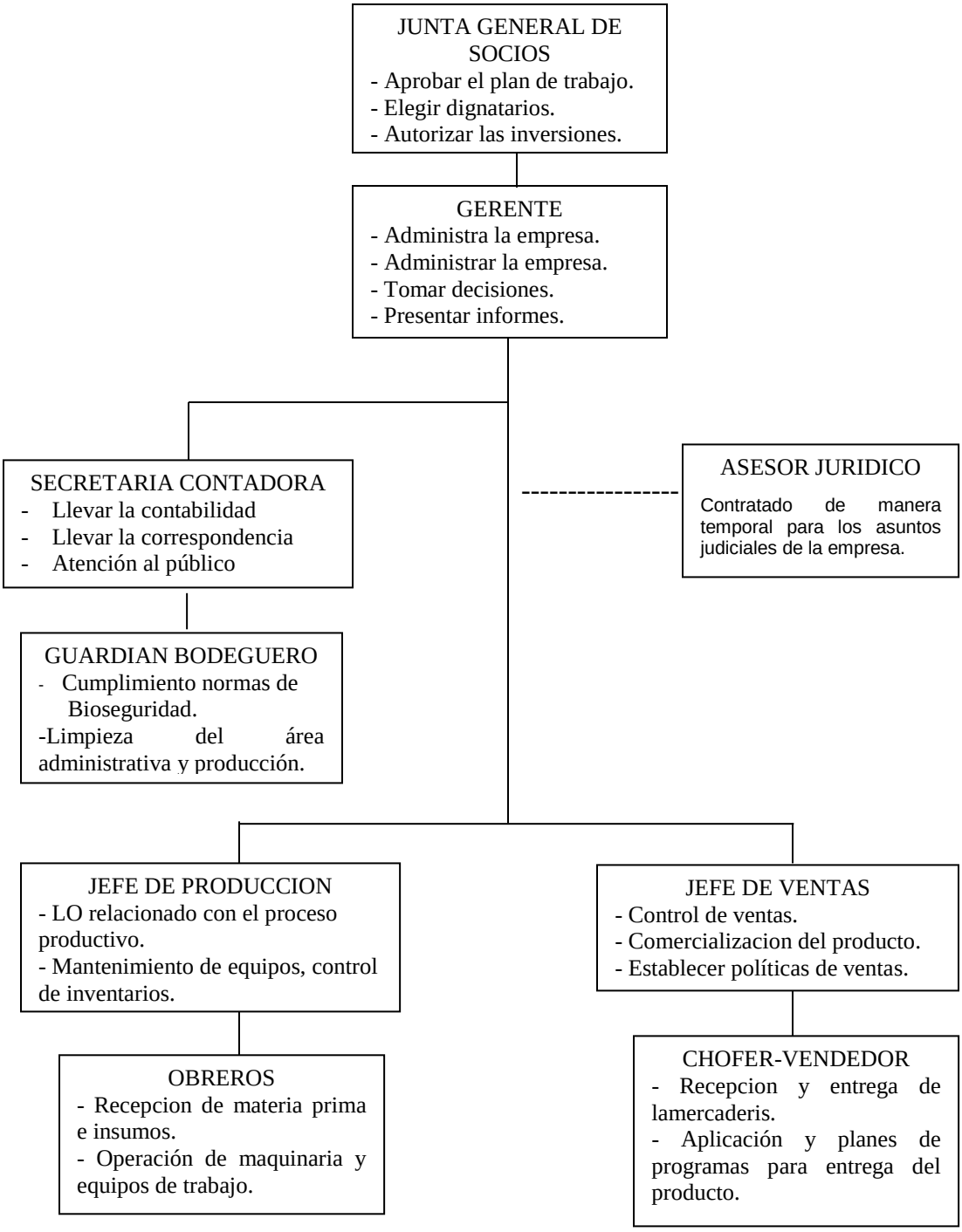
Los organigramas son sinopsis o esquemas de la organización que son representadas en forma gráfica en la estructura de la empresa que refleja en forma esquemática la línea de autoridad y responsabilidad.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL
"LUNCH ESTUDIANTIL CIA. LTDA."



Elaboración: El Autor.

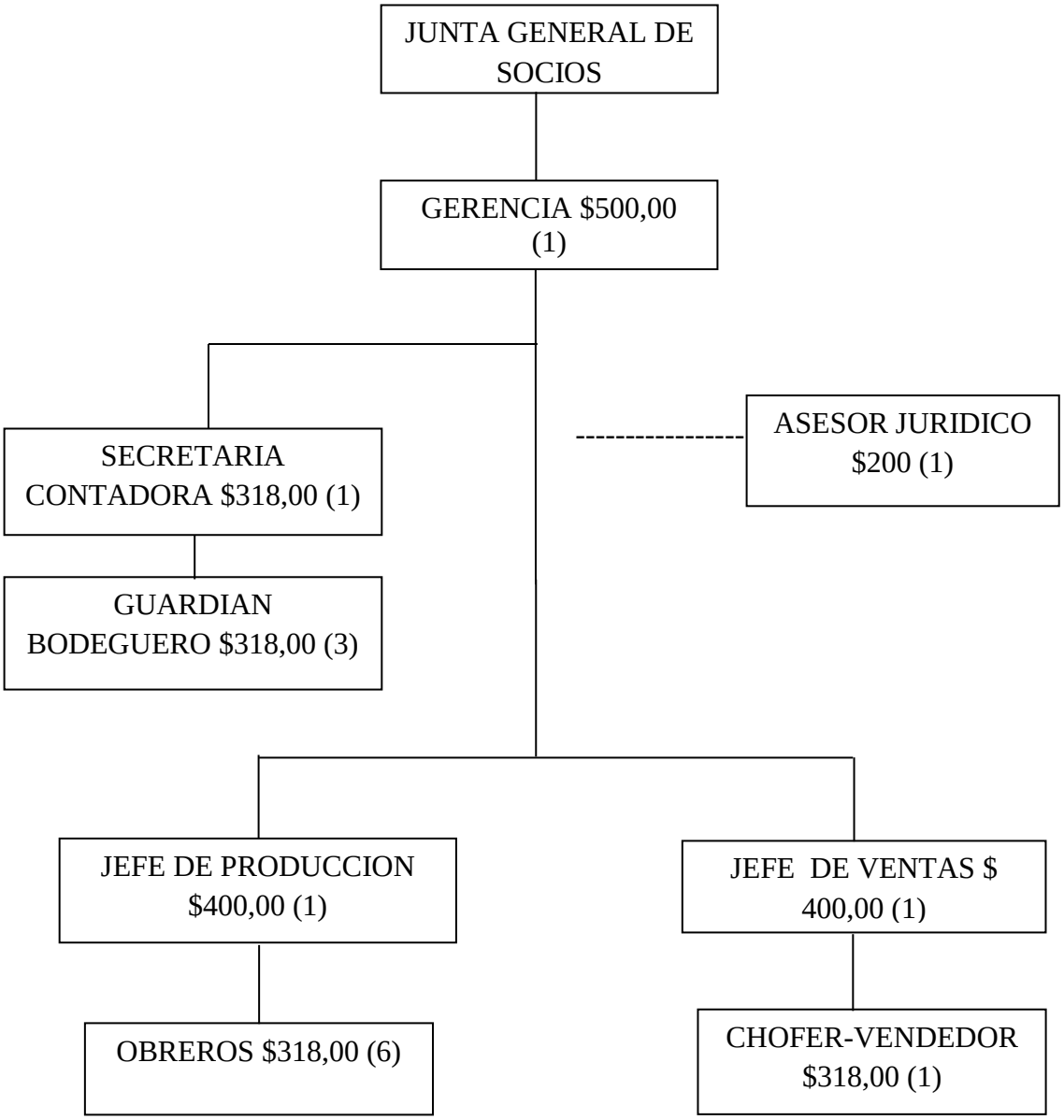
ORGANIGRAMA FUNCIONAL
"LUNCH ESTUDIANTIL CIA. LTDA."



Elaboración: El Autor.

ORGANIGRAMA POSICIONAL

"LUNCH ESTUDIANTIL CIA. LTDA."



Elaboración: El Autor.

MANUAL DE FUNCIONES.

CÓDIGO: 01

TÍTULO DEL PUESTO: Gerente

NATURALEZA DEL TRABAJO:

- Planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades de la empresa.
- Verificar el cumplimiento de los objetivos propuestos.
- Seleccionar y contratar personal idóneo cuando la empresa lo requiera.

FUNCIONES TÍPICAS

- Representar a la empresa judicial y extrajudicialmente.
- Administrar las finanzas de la empresa, controlando, aprobando y autorizando documentos o pagos en efectivo o cheques.
- Planificar y decidir en la compra de más equipos o accesorios para la empresa.
- Dirigir y supervisar al personal, para que cumplan con sus funciones y la empresa pueda alcanzar las metas propuestas.
- Organizar cursos de capacitación para todo el personal, para potenciar sus capacidades.
- Seleccionar personal idóneo al momento de contratar.
- Desarrollar un buen ambiente de trabajo que motive positivamente al personal.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Dirigir al personal de la empresa con liderazgo, autoridad y responsabilidad.
- Tener iniciativa para resolver los problemas de la empresa.
- Responder por el trabajo de los empleados de la empresa

REQUISITOS MÍNIMOS:

Educación: Título profesional universitario en Administración de Empresas

Experiencia: No necesaria

CÓDIGO: 02

TÍTULO DEL PUESTO: Asesor Jurídico

NATURALEZA DEL TRABAJO

Representar legalmente a la empresa y actuando con responsabilidad en las tomas de decisiones jurídicas.

FUNCIONES TÍPICAS

- Estudiar e informar expedientes de carácter técnico legal.
- Formular y/o revisar anteproyectos de dispositivos legales, directivas y otros documentos, concordándoles con la normatividad vigente.
- Asesorar al Gerente General en aspectos de su especialidad.
- Patrocinar las acciones judiciales en que intervenga la empresa en los procedimientos judiciales y/o administrativos.
- Efectuar el seguimiento de las acciones judiciales que se tramiten en los juzgados cautelando que las notificaciones judiciales sean receptadas oportunamente.
- Participar en los comités de adquisiciones de la empresa.
- Otras que le sean asignadas por el Gerente General.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Resolver problemas de su trabajo.
- Responder por su trabajo.

Requisitos Mínimos

Educación: Título Profesional Universitario de Abogado.

Experiencia: Tres años de desempeño laboral como Abogado

CÓDIGO: 03
TÍTULO DEL PUESTO: Secretaria - Contadora
NATURALEZA DEL TRABAJO
- Asistir de manera personal al gerente, con los aspectos relacionados de la oficina y clientes en general.
- Organizar y mantener el sistema de contabilidad en la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS

- Atender a los clientes y las llamadas telefónicas.
- Elaborar actas, contratos, redactar oficios, circulares, enviar y recibir todo tipo de correspondencia para la empresa.
- Emitir facturas por los servicios realizados a los clientes
- Recibir el efectivo o cheques que sea producto de la recaudación de fondos, por servicios prestados de la empresa. (Manejo de caja chica)
- Archivar de manera eficaz la documentación, para en caso de ser requeridos se encuentren al instante.
- Realizar los pagos al personal que labora en la empresa y/o proveedores y hacer firmar rol de pagos al personal.
- Llevar y supervisar la contabilidad general de la empresa.
- Realizar un debido manejo de los libros contables.
- Ejecutar los estados financieros correspondientes al período.
- Elaborar los roles de pago del personal
- Tramitar la documentación necesaria al IESS en cuanto a los ingresos y salidas de todo el personal, además de las planillas correspondientes de las aportaciones de los mismos.
- Presentar informes de la contabilidad al Gerente de la empresa, cada vez que éste lo requiera.
- Y otras que el Gerente le asigne dentro del ámbito de su actividad.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Poseer iniciativa para resolver problemas de su trabajo, solucionando con profesionalismo.
- Responder por el cumplimiento de su trabajo.

Requisitos Mínimos

Educación: Bachiller en Secretariado y Título Universitario de Contadora Pública Autorizada.

Experiencia: 2 años en funciones afines a su cargo.

CÓDIGO: 04

TÍTULO DEL PUESTO: Guardián-Bodeguero

NATURALEZA DEL TRABAJO.

- Actuar con dependencia profesional usando su criterio para la resolución de los problemas.

FUNCIONES TÍPICAS

- Cuidar las órdenes de las instalaciones.
- Abrir la planta y facilitar el ingreso del personal.
- Asear interna y externamente las instalaciones de la empresa.
-Cierre de las puertas una vez terminada la jornada de trabajo.
- Registrar en la bitácora el ingreso y salida de personal, así como también el movimiento de materiales.
- Elaboración de guías – recepción de alimento.
- Mantenerse vigilante y a expectativa de los servicios básicos.
- Informar a sus superiores acontecimientos que atenten con la bioseguridad de la empresa.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Se caracteriza por tener autoridad funcional más no de mando, y que cumple con las funciones encomendadas a él y no toma decisiones.

REQUISITOS MÍNIMOS.

Educación: Bachiller

Experiencia: 1 años en funciones afines a su cargo.

CÓDIGO: 05

TÍTULO DEL PUESTO: Jefe de Producción.

NATURALEZA DEL TRABAJO

- Representar a la empresa ante los diversos medios de distribución y comercialización del mercado.
- Dar a conocer al sector consumidor los productos ofertados por la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS

- Cumplir las disposiciones emanadas por los superiores.
- Pesar la cantidad de materia prima a procesar
- Vigilar el proceso productivo.
- Controlar el mantenimiento y conservación de la maquinaría.
- Operar la maquinaria y equipo bajo su cargo
- Evitar desperdicios de materiales.
- Alistar la maquinaria para la producción.
- Limpieza y calibración de las maquinas.
- Evitar desperdicios en el proceso.
- Supervisar la calidad de la producción.
- Controlar las existencias de la materia prima y demás insumos requeridos para la producción.

CARACATERÍSTICAS DE CLASE:

Responsabilidad económica y técnica de sus labores, por las características del trabajo se requiere habilidad y destreza.

REQUISITOS MÍNIMOS.

Educación: Tecnólogo o Ing. En Industrias de Alimentos.

Experiencia: 2 años en funciones afines a su cargo.

CÓDIGO: 06
TÍTULO DEL PUESTO: Obreros.
NATURALEZA DEL TRABAJO
FUNCIONES TÍPICAS.

Cumplir las disposiciones emanadas por los superiores

- Pesar la cantidad de materia prima a procesar
- Vigilar el proceso productivo.
- Controlar el mantenimiento y conservación de la maquinaría.
- Operar la maquinaria y equipo bajo su cargo
- Evitar desperdicios de materiales.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Responsabilidad económica y técnica de sus labores, por las características del trabajo se requiere habilidad y destreza.

REQUISITOS MÍNIMOS
Educación: Bachiller en Secretariado y Título Universitario de Contadora Pública Autorizada.

Experiencia: 2 años en funciones afines a su cargo.

CÓDIGO: 07

TÍTULO DEL PUESTO: Jefe de Ventas.

NATURALEZA DEL TRABAJO

- Definir en la empresa los medios de distribución y comercialización de mercado.
- Dar a conocer al sector consumidor los productos ofertados por la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS

- Definir estrategias de comercialización.
- Transportar el producto terminado a los diferentes puntos de entrega.
- Establecer y diseñar las diferentes rutas de venta.
- Dar a conocer a los clientes sobre las ventajas de los productos ofertados por la empresa.
- Receptar las notas de pedido de los clientes.
- Entregar oportuna de la mercadería solicitada por el cliente.
- Informar en forma oportuna sobre los precios y promociones de productos al cliente.
- Elaborar y entrega de informes semanales sobre los montos de ventas efectuados y más funciones que le sean encomendadas

Requisitos Mínimos

Ing. Com. o afines.

Licencia Profesional.

Curso de Relaciones Humanas.

Experiencia: 2 años en funciones afines a su cargo.

CÓDIGO: 08

TÍTULO DEL PUESTO: Chofer-vendedor.

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Planificar estrategias de distribución y comercialización del producto.

FUNCIONES TÍPICAS.

- Responsable de las ventas en el mercado de la provincia.
- Entregar los productos en los lugares convenidos Planificar programas, políticas y estrategias de comercialización.
- Responsabilizarse de la mercadería que le sea asignada.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Requiere de conocimiento de comercialización, distribución y venta del producto.

REQUISITOS MÍNIMOS:

Licencia Profesional.

Curso de Relaciones Humanas.

Educación: Bachiller en Secretariado y Título Universitario de Contadora Pública Autorizada.

Experiencia: 2 años en funciones afines a su cargo.

4. ESTUDIO FINANCIERO.

INVERSIONES DE LOS ACTIVOS FIJOS.

Las inversiones dentro del proyecto constituyen el tipo de recursos financieros que se requieren para la instalación y puesta en marcha del proyecto. Las inversiones del proyecto fueron estimadas a través de presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado y en las diferentes casas comerciales nacionales importadoras de equipo y maquinaria.

ACTIVO FIJO.

Comprende las inversiones fijas sujetas a depreciación, y se genera en la instalación de la empresa.

Entre estos activos tenemos:

MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCION.

Constituye los diversos elementos tecnológicos a utilizarse en las actividades propias de producción, es el proceso fundamental para el proceso de transformación, se detalla a continuación:

CUADRO NRO. 22

INVERSION DE MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCION

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Refrigeradora.	600,00	1.200,00
1	Procesadora de alimentos.	175,00	175,00
2	Licuadora eléctrica.	80,00	80,00
1	Batidora eléctrica.	75,00	75,00
	TOTAL:		**1.530,00**

Fuente: Almacén Industrial Oster.
Elaboración: El Autor.

VEHICULO.

Se considera importante la adquisición de un vehículo, tanto para la trasportación del lunch estudiantil ya producido y en general todo lo que tenga que ver con la empresa, para esto se ha estimado obtener una camioneta una sola cabina, de casa marca Chery (de procedencia China) modelos 2012, que tiene un valor de 10.000 dólares.

CUADRO Nº 23

VEHÍCULO

CANTIDAD	DETALLE	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	CAMIONETA CHERY 2012	10.000	10.000
TOTAL			10.000

Fuente: Patio de Carros Chery.

Elaboración: El Autor.

HERRAMIENTAS.

Las inversiones correspondientes a este rubro han sido cotizadas en el mercado local.

CUADRO NRO. 24

HERRAMIENTAS

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Juego de coladores.	75,00	75,00
1	Juego de cuchillos.	45,00	45,00
1	Juego de Gavetas.	85,00	85,00
2	Implementos de cocina.	35,00	70,00
1	Juego de Ollas medianas	150,00	150,00
	TOTAL:		**425,00**

Fuente: Almacén Industrial Oster.
Elaboración: El Autor.

MUEBLES Y ENSERES.

Se relaciona con los muebles asignados a las diferentes dependencias con que cuenta la empresa. Se detalla en el siguiente cuadro:

CUADRO NRO. 25

MUEBLES Y ENSERES

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Escritorio con sillón.	150,00	150,00
2	Archivadores de 3 gavetas.	75,00	150,00
2	Perchas para almacenar carpetas.	45,00	90,00
6	Sillas de plástico	15,00	90,00
1	Escritorio tipo secretaria.	55,00	55,00
1	Sillón	55,00	55,00
1	Mesa de Trabajo.	60,00	60,00
1	Despensa	350,000	350,00
	TOTAL:		**1.000,00**

Fuente: Almacén de muebles Patricia.
Elaboración: El Autor.

EQUIPOS DE OFICINA.

Se refiere a los equipos de oficina que se requieren para desarrollar las actividades administrativas.

CUADRO NRO. 26

EQUIPOS DE OFICINA

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Computadora.	750,00	750,00
1	Impresora.	100,00	100,00
1	Sumadora.	125,00	125,00
1	Teléfono.	45,00	45,00
1	Calculadora.	25,00	25,00
	TOTAL:		**1.045,00**

Fuente: Almacén de Computadoras "Nueva Loja" Compu.
Elaboración: El Autor.

IMPREVISTOS.

Todo presupuesto por más cuidadoso que haya sido realizado, tendrá siempre un margen de error, por razones de la fluctuación de los precios y cambios que se dan, razón por la cual es conveniente incluir un rubro de imprevistos. Dado que el presente proyecto tiene sus riesgos, se utilizara el 5% para imprevistos.

CUADRO NRO. 27

RESUMEN DE INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

INVERSIONES	VALOR TOTAL
Maquinaria y equipo	1.530,00
Vehículo	10.000,00
Herramientas	425,00
Muebles y enseres	1.000,00
Equipos de oficina	1.045,00
Subtotal	**14.000,00**
Imprevistos 5%	700,00
TOTAL:	**14.700,00**

Fuente: Cuadros Nro. 22, 23, 24, 25 y 26.
Elaboración: El Autor.

ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS.

Este tipo de inversiones se la realiza en activos que son constituidos por los servicios o derechos adquiridos que son necesarios para la marcha del proyecto y que son susceptibles de amortización, afectando el flujo de caja indirectamente. Se los detalla a continuación:

CUADRO NRO. 27

ACTIVOS DIFERIDOS

DETALLE	VALOR TOTAL
Elaboración del proyecto.	550,00
Registro Sanitario.	300,00
Patente Municipal.	120,00
Permiso de Funcionamiento.	80,00
Gastos organizativos.	100,00
Subtotal.	**1.150,00**
Imprevistos 5%.	57,50
TOTAL:	**1.207,50**

Elaboración: El Autor.

ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO.

Con esta denominación se designa los valores en que se debe incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posible elaborar durante un periodo de tiempo establecido, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas. Para este proyecto se establece el capital de operación para 1 mes. Conjuntamente se lo toma en cuenta al valor anual que en este caso es de 10 meses de trabajo que corresponde al año escolar, pero este valor anual se lo considerara para la proyección de costo de producción y para la estructura de costo y las proyecciones. A continuación se describirá los gastos que representara el capital de trabajo.

INVERSIONES.

Las inversiones dentro del proyecto constituyen el tipo de recursos financieros que se requieren para la instalación y puesta en marcha del proyecto. Las inversiones del proyecto fueron estimadas a través de presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado.

COSTOS DE PRODUCCION.

Constituyen los egresos en que incurre la empresa en su fase de operación, incluye materia prima, materiales indirectos y mano de obra directa, energía eléctrica y agua potable, su monto se detalla a continuación:

MATERIA PRIMA DIRECTA

Va de acuerdo al servicio que se pretende prestar en este caso como se trata de la prestación del servicio de lunch estudiantil, para satisfacer la demanda determinada en el tamaño del proyecto se tomó en consideración los requerimiento para un mes de provisiones para el lunch estudiantil que se va a elaborar.

CUADRO NRO. 28
COSTOS DE MATERIA PRIMA DIRECTA PARA PREPARACION DE LUNCH ESTUDIANTIL

DETALLE	CANTIDAD	U. DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL	V. UNITARIO	V. MENSUAL	V. ANUAL
BANANOS	438	UNIDAD	8.760	0.03	262,80	2.628,00
DURAZNOS	438	UNIDAD	8.760	0.15	1.314,00	13.140,00
YOGURT DE FRUTAS	438	UNIDAD	8760	0,25	2.190,00	21.900,00
GALLETAS DE SAL	438	UNIDAD	8.760	0,10	876,00	8.760,00
SUPAN	88	UNIDADES	1.760	1,10	1.936,00	19.360,00
CEREALES	438	UNIDAD	8.760	0,20	1.752,00	17.520,00
MANTEQUILLA	10	LIBRAS	40	3,00	120,00	1.200,00
JAMON	88	LIBRA	1.760	1,90	3.344,00	33.440,00
JUGO DE FRUTAS	438	UNIDAD	8.760	0,25	2.190,00	21.900,00
QUESO	88	LIBRA	1.760	1,50	2.640,00	26.400,00
TOTAL					**16.624,80**	**166.248,00**

Fuente: Investigador Directa.
Elaboración: El Autor.

MATERIA PRIMA INDIRECTA

Para determinar el Material Indirecto, es necesario determinar el número de viandas y cucharas desechables para una cantidad de 174.974 lunch estudiantil, conforme lo establecido en los resultados de estudio de mercado.

CUADRO NRO. 29
COSTOS DE MATERIA PRIMA INDIRECTA PARA PREPARACION DE LUNCH ESTUDIANTIL

DETALLE	CANTIDAD	CANTIDAD MENSUAL	V.UNITARIO	V.MENSUAL	V. ANUAL
VIANDAS PLASTICAS	875	17.500	0.05	875,00	8.750,00
CUCHARAS PLATICAS	875	17.500	0.02	350,00	3.500,00
SERVILLETAS	875	17.500	0,001	8,75	875,00
TOTAL				**1.233,75**	**12.337,50**

Fuente: Investigador Directa.
Elaboración: El Autor.

MANO DE OBRA DIRECTA:

Para el normal funcionamiento del centro turístico es necesario contar con mano de obra directa para lo cual la empresa ha creído conveniente optar por tres recursos humanos como son un cocinero, un mesero y una persona para mantenimiento y sus remuneraciones se fijaran de acuerdo a la ley, cabe recalcar que el cocinero por sus conocimiento en el arte culinario será considerado par un mejor sueldo.

CUADRO Nº 30

MANO DE OBRA DIRECTA

NUMERO	CARGO	SALARIO A GANAR	IESS 11.15	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	0,5 IECE 0,5 SECAP	VACACIONES	TOTAL MENSUAL	TOTAL MENSUAL X 7	TOTAL ANUAL	TOTAL ANUAL X 7
6	OBREROS	318,00	36,57	26,50	26,50	19,08	13,25	447,32	3.131,24	5.367,84	37.574,88
1	JEFE DE PRODUCCION	400,00	44,60	33,33	33,33	24,00	16,67	561,26	561,26		6.735,12
TOTAL									**3.692,50**		**44.310,00**

Fuente: La tablita 2013.
Elaboración: El Autor.

GASTOS DE FABRICACIÓN.

COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES.

Son valores de las compras hechas para el uso y mantenimiento del vehículo.

CUADRO Nº 31

COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
COMBUSTIBLE	30	GALONES	1,48	44,40	444,00
LUBRICANTES	3	UNIDADES	10	30,00	300,00
TOTAL				**74,40**	**892,80**

Fuente: Investigador Directa.
Elaboración: El Autor.

MATERIALES INDIRECTOS.

Son costos relacionados con: energía eléctrica, agua potable, útiles de oficina, mandiles de trabajo y demás materiales indirectos.

CUADRO Nº 32

MATERIALES INDIRECTOS

DETALLE	CANTIDAD	U. DE MEDIDA	V. UNITARIO	V. MENSUAL	V. ANUAL
ENERGÍA ELÉCTRICA	500	KW	0,08	40,00	480,00
AGUA POTABLE	80	M3	0,74	59,20	592,00
MANDILES DE TRABAJO	8	UNIDADES	2	16,00	192,00
TOTAL				**72,00**	**1.264,00**

Fuente: Municipio de Nueva Loja.
Elaboración: El Autor.

GASTOS ADMINISTRATIVOS.

Son gastos necesarios para actividades administrativas de la empresa estos gastos comprenden salarios, los gastos generales de administración, teléfono, útiles de oficina, útiles de aseo, depreciaciones de los activos fijos, y amortizaciones de activos diferidos.

En lo que respecta al sueldo o salario del personal administrativo como es Gerente, Secretaria- Contadora, Conserje-Guardián, Asesor jurídico cuyo servicio es ocasional, y pegados a las exigencias de ley se calculó los respectivos sueldos.

SUELDOS ADMINISTRATIVOS.

Son rubros que se les asigna al gerente, secretaria- contadora, conserje – guardián, y el asesor jurídico que presta servicio ocasional o eventual, estos rubros estarán de acuerdo a las exigencias de ley, cabe recalcar que se ha ubicado los fondos de reserva como rol de pagos, pero en realidad los fondos de reserva se pagan a partir del segundo año de vida útil del proyecto.

CUADRO Nº 33

SUELDOS Y SALARIOS

Nº	CARGO	SALARIO	IESS 11.15%	D. CUARTO	D. TERCERO	0,5 IECE/0,5 SECAP	VACACIONES	T. MENSUAL	T. ANUAL
1	GERENTE	500	55,75	41,66	41,66	30,00	20,83	701,56	8.418,72
1	SECRETARIA CONTADORA	318	35,45	26,50	26,50	19,08	13,25	446,20	5.354,40
1	CONSERJE - GUARDIÁN	318	35,45	26,50	26,50	19,08	13,25	446,20	5.354,40
	TOTAL							**1.593,96**	**19.127,52**

Fuente: La tablita 2013.
Elaboración: El Autor.

GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN.

Los rubros que forman parte de los gastos generales de administración son: útiles de aseo y limpieza, útiles de oficina, teléfono los mismos que serán utilizados por la empresa.

CUADRO Nº 34

GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN.

DETALLE	V.MENSUAL	V.ANUAL
ARRIENDO	250,00	3.000,00
TELEFONO	30,00	360,00
UTILES DE OFICINA	45,13	541,56
UTILES DE LIMPIEZA	20,04	240,48
TOTAL	**345,17**	**4.142,04**

Fuente: CNT.
Elaboración: El Autor.

GASTOS DE VENTAS.

Son rubros que se les asigna al Jefe de Ventas y al Chofer-Vendedor que prestan estos servicios y estos rubros estarán de acuerdo a las exigencias de ley

CUADRO Nº 35

GASTOS DE VENTAS

Nº	CARGO	SALARIO	IESS 11.15%	D. CUARTO	D. TERCERO	F DE RESERVA	VACACIONES	T. MENSUAL	T. ANUAL
1	JEFE DE VENTAS	400	44,60	33,33	33,33	24,00	16,67	561,26	6.735,12
1	CHOFER-VENDEDOR	318	35,45	26,50	26,50	19,08	13,25	446,20	5.354,40
	TOTAL							**1.007,46**	**12.089,52**

Fuente: La tablita 2013.
Elaboración: El Autor.

GASTOS DE PUBLICIDAD.

Son rubros o gastos que serán empleados en la promoción y difusión del servicio que prestara la empresa, para lo cual se considerara efectuar publicidad mediante medios de comunicación, así mismo se elabora trípticos para dar a conocer a la empresa de Lunch Estudiantil en la ciudad de Nueva Loja.

CUADRO Nº 36

GASTOS DE PUBLICIDAD

CANTIDAD	DETALLE	V.UNITARIO	V.MENSUAL	V.ANUAL
10	TELEVISIÓN	10	100,00	1.200,00
100	RADIO	0,75	75,00	900,00
3000	HOJAS VOLANTES	0,02	60,00	720,00
12	PRENSA ESCRITA	5	60,00	720
TOTAL			**295,00**	**3.540,00**

ELABORACIÓN: El Autor.

IMPREVISTOS.

Es importante considerar el 5% de los costos, rubros que serán determinados para cubrir determinados incrementos en los valores presupuestados.

CUADRO Nº 37

RESUMEN DE ACTIVOS CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

DENOMINACION	V.MENSUAL	V.ANUAL
MATERIA PRIMA DIRECTA	16.624,80	166.248,00
MANO DE OBRA DIRECTA	3.692,50	44.310,00
COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES	74,40	892,80
MATERIALES INDIRECTOS	72,00	1.264,00
MATERIA PRIMA INDIRECTA	1.233,75	12.337,50
SUELDOS Y SALARIOS	1.593,96	19.127,52
GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN	345,17	4.142,04
GASTOS DE VENTAS	1.007,46	12.089,52
GASTOS DE PUBLICIDAD	295,00	3.540,00
SUBTOTAL	**24.938,59**	**263.951,38**
IMPREVISTOS 5%	748,15	7.918,54
TOTAL	**25.686,74**	**271.869,92**

FUENTE: Cuadros 28 al 36.
ELABORACIÓN: El Autor.

El monto necesario para el capital de operación asciende al valor de 25.686,74 dólares mensuales y 271.869,92 dólares anuales, las depreciaciones y amortizaciones para los activos fijos diferidos no son considerados para el cálculo de capital de operación ya que no se constituyen como egresos efectivos.

CUADRO Nº 38

INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO

DETALLES	TOTAL
1.- ACTIVOS FIJOS	
MAQUINARIA Y EQUIPO	1.530,00
VEHICULO	10.000,00
HERRAMIENTAS	425,00
MUEBLES Y ENSERES	1.000,00
EQUIPOS DE OFICINA	1.045,00
IMPREVISTOS 5%	700,00
TOTAL	**14.700,00**
2.- ACTIVOS DIFERIDOS	
ELABORACIÓN DEL PROYECTO.	550,00
REGISTRO SANITARIO.	300,00
PATENTE MUNICIPAL.	120,00
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO.	80,00
GASTOS ORGANIZATIVOS.	100,00
IMPREVISTOS 5%	57,50
TOTAL	**1.207,50**
3.- ACTIVOS CORRIENTES	
MATERIA PRIMA DIRECTA	16.624,80
MANO DE OBRA DIRECTA	3.692,50
COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES	74,40
MATERIALES INDIRECTOS	72,00
MATERIA PRIMA INDIRECTA	1.233,75
SUELDOS Y SALARIOS	1.593,96
GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN	345,17
GASTOS DE VENTAS	1.007,46
GASTOS DE PUBLICIDAD	295,00
IMPREVISTOS 3 %	748,15
TOTAL	**25.686,74**
TOTAL DE INVERSION	**41.594,24**

FUENTE: Cuadros 22 al 37.
ELABORACIÓN: El Autor.

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSION.

Para la puesta en marcha del proyecto es importante financiamiento para lo cual el proyecto tendrá un financiamiento interno y externo.

CUADRO Nº 39

FINANCIAMIENTO

FINANCIAMIENTO	VALOR	%
FUENTE INTERNA	26.594,24	65 %
FUENTE EXTERNA	15.000,00	35 %
TOTAL	**41.594,24**	**100 %**

ELABORACIÓN: El Autor.

FINANCIAMIENTO EXTERNO O POR ENDEUDAMIENTO.

El proyecto necesariamente requiere de financiamiento externo es por eso que se ha decidido realizar un préstamo con la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Loja, por el monto de 15.000,00 dólares con una tasa de interés activa del 12 %, que será financiado para 2 años.

TABLA DE AMORTIZACION

BENEFICIARIO					
INSTIT. FINANCIERA	**Coop. Ahorro y Credito Nueva Loja.**				
MONTO EN USD		**15.000,00**			
TASA DE INTERES		**12,00%**		**T. EFECTIVA**	**12,6825%**
PLAZO		**2**	**años**		
GRACIA		**0**	**años**		
FECHA DE INICIO	2013				
MONEDA	**DOLARES**				
AMORTIZACION CADA		**30**	**días**		
Número de períodos		**24**	**para amortizar capital**		
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		15.000,00			
1	14-mar-2013	14.443,90	150,00	556,10	706,10
2	13-abr-2013	13.882,23	144,44	561,66	706,10
3	13-may-2013	13.314,96	138,82	567,28	706,10
4	12-jun-2013	12.742,00	133,15	572,95	706,10
5	12-jul-2013	12.163,32	127,42	578,68	706,10
6	11-ago-2013	11.578,85	121,63	584,47	706,10
7	10-sep-2013	10.988,54	115,79	590,31	706,10
8	10-oct-2013	10.392,32	109,89	596,22	706,10
9	09-nov-2013	9.790,14	103,92	602,18	706,10
10	09-dic-2013	9.181,94	97,90	608,20	706,10
11	08-ene-2014	8.567,66	91,82	614,28	706,10
12	07-feb-2014	7.947,23	85,68	620,43	706,10
13	09-mar-2014	7.320,60	79,47	626,63	706,10
14	08-abr-2014	6.687,71	73,21	632,90	706,10
15	08-may-2014	6.048,48	66,88	639,23	706,10
16	07-jun-2014	5.402,87	60,48	645,62	706,10
17	07-jul-2014	4.750,79	54,03	652,07	706,10
18	06-ago-2014	4.092,20	47,51	658,59	706,10
19	05-sep-2014	3.427,02	40,92	665,18	706,10
20	05-oct-2014	2.755,19	34,27	671,83	706,10
21	04-nov-2014	2.076,64	27,55	678,55	706,10
22	04-dic-2014	1.391,30	20,77	685,34	706,10
23	03-ene-2015	699,11	13,91	692,19	706,10
24	02-feb-2015	0,00	6,99	699,11	706,10
			1.946,45	**15.000,00**	**16.946,45**

COSTOS TOTALES.

Se entiende por costos a todas las erogaciones o desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico. Mientras que los ingresos son aquellos que se dan por el volumen de producción y las ventas.

Son aquellos que se dan por la fabricación o elaboración del producto para presentarlo se comienza desglosando los rubros como son los costos primos, costos generales de fabricación o de producción, costos de operación, los mismos que se desglosan en gastos de administración y ventas y los gastos financieros.

Para la proyección de los costos se tomó el 4,85% que la tasa promedio de inflación anual del año 2012, según el INEC y para los sueldos y salarios se tomó la tasa promedio del 2,53% según el Ministerio de Relaciones Laborales.

Así se expone en el siguiente cuadro:

CUADRO Nº 40

PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL LUNCH ESTUDIANTIL PARA 5 AÑOS

RUBROS	1	2	3	4	5
COSTO PRIMO					
Materia Prima Directa	166.248,00	174.311,03	182.765,11	191.629,22	200.923,24
Materia prima indirecta	12.337,50	12.935,87	13.563,26	14.221,08	14.910,80
Mano de Obra Directa e Indirecta	44.310,00	46.459,04	48.712,30	51.074,84	53.551,97
Materiales indirectos	1.264,00	1.325,30	1.389,58	1.456,98	1.527,64
Subtotal	222.895,50	233.705,93	245.040,67	256.925,14	269.386,01
Imprevistos 5%	6.686,87	7.011,18	7.351,22	7.707,75	8.081,58
Total costo primo	**229.582,37**	**240.717,11**	**252.391,89**	**264.632,90**	**277.467,59**
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Depreciación Maquinaria y Equipo	137,7	137,70	137,70	137,70	137,70
Depreciación de Herramientas	76,5	76,50	76,50	76,50	76,50
Energía Eléctrica	480,00	503,28	527,69	553,28	580,12
Agua Potable	592,00	620,71	650,82	682,38	715,48
Mandiles de trabajo	192,00	201,31	211,08	221,31	232,05
Subtotal	1.478,20	1.539,50	1.603,78	1.671,18	1.741,84
Imprevistos 5%	44,35	46,19	48,11	50,14	52,26
Total Costos de Producción	**1.522,55**	**1.585,69**	**1.651,89**	**1.721,31**	**1.794,09**
GASTOS DE OPERACIÓN					
ADMINISTRATIVOS					
Sueldos de Administración	19.127,52	20.055,20	21.027,88	22.047,73	23.117,05
Depreciación de Muebles y enseres	180	180,00	180,00	180,00	180,00
Depreciación de equipo de oficina	313,5	313,50	313,50	313,50	313,50
Gastos generales de administración	4.142,04	4.342,93	4.553,56	4.774,41	5.005,97
Subtotal	23.763,06	24.891,63	26.074,94	27.315,64	28.616,52

Imprevistos 5%	712,89	746,75	782,25	819,47	858,50
TOTAL GASTOS OPERACIÓN	**24.475,95**	**25.638,38**	**26.857,19**	**28.135,11**	**29.475,01**
Gastos de Venta					
Promoción	360,00	377,46	395,77	414,96	435,09
Sueldos de ventas	12.089,52	12.675,86	13.290,64	13.935,24	14.611,10
Depreciación de vehículo	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00
Subtotal	13.349,52	13.953,32	14.586,41	15.250,20	15.946,18
Imprevistos 5%	667,48	697,67	729,32	762,51	797,31
Total Gastos de Venta	**14.017,00**	**14.650,99**	**15.315,73**	**16.012,71**	**16.743,49**
GASTOS FINANCIEROS					
Crédito	7.500,00	7.500,00			
Intereses	973,25	973,25			
Total Gastos Financieros	**8.473,25**	**8.473,25**			
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	**278.071,11**	**291.065,42**	**296.216,70**	**310.502,03**	**325.480,19**

Fuente: Cuadro Nro.38.
Elaborado por: El Autor.

COSTO UNITARIO DE PRODUCCION.

El costo unitario de producción se obtiene dividiendo el costo total para el número de unidades producidas.

Formula:

$$C.U.P. = \frac{\text{Costo total}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

Año 1.

$$C.U.P. = \frac{278.071,11}{174.972,00}$$

C.U.P. = 1,59

Luego de ello se saca el precio de venta:

P.U.V = Costo unitario de producción + utilidad.

P.U.V = 1,59 + 30%

P.U.V = 2,01 = 2,00

COSTOS FIJOS Y VARIABLES.

En cuanto a los costos totales se clasifican en:

COSTOS FIJOS:

Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción. Se incurren en los mismos por el simple trascurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

COSTOS VARIABLES:

Son aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen.

El detalle de costos se describe a continuación:

CUADRO Nº 41

COSTOS FIJOS Y VARIABLE

RUBROS	AÑO 1		AÑO 3		AÑO 5	
	CF	CV	CF	CV	CF	CV
COSTO PRIMO						
Materia Prima Directa		166.248,00		182.765,11		200.923,24
Materia prima indirecta		12.337,50		13.563,26		14.910,80
Mano de Obra Directa		44.310,00		48.712,30		53.551,97
Materiales indirectos		1.264,00		1.389,58		1.527,64
Imprevistos 3%	6.686,87		7.351,22		8.081,58	
Total costo primo	**6.686,87**	**224.159,50**	**7.351,22**	**246.430,25**	**8.081,58**	**270.913,65**
COSTOS DE PRODUCCIÓN						
Depreciación Maquinaria y Equipo	137,70		137,70		137,70	
Depreciación de Herramientas	76,50		76,50		76,50	
Energía Eléctrica		480,00		527,69		580,12
Agua Potable		592,00		650,82		715,48
Mandiles de trabajo	192,00		211,08		232,05	
Imprevistos 3%	**44,35**		48,11		52,26	
Total Costos de Producción	**450,55**	**1.072,00**	**473,39**	**1.178,51**	**498,50**	**1.295,59**
GASTOS DE OPERACIÓN						
ADMINISTRATIVOS						
Sueldos de Administración	19.127,52		21.027,88		23.117,05	
Depreciación de Muebles y enseres	**180,00**		180,00		180,00	
Depreciación de equipo de oficina	313,50		313,50		313,50	
Gastos generales de administración	4.142,04		4.553,56		5.005,97	
Imprevistos 5%	712,89		782,25		858,50	

Total gastos de operación	**24.475,95**		**26.857,19**		**29.475,01**	
Gastos de Venta						
Promoción	360,00		395,77		435,09	
Sueldos de ventas	12.089,52		13.290,64		14.611,10	
Depreciación de vehículo	900,00		900,00		900,00	
Imprevistos 5%	667,48		729,32		797,31	
Total Gastos de Venta	**14.017,00**		**15.315,73**		**16.743,49**	
Gastos Financieros						
Crédito	7.500,00					
Intereses	973,25					
Total Gastos Financieros	**8.473,25**					
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	**54.103,61**	**225.231,50**	**49.997,53**	**247.608,76**	**54.798,59**	**272.209,24**

Fuente: Cuadro Nro.40.
Elaborado por: El Autor.

PUNTO DE EQUILIBRIO.

El Punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como punto muerto, porque en él no hay ni perdidas ni ganancias. Con este análisis se apreciaràn los márgenes de seguridad que tendrá el empresario frente a variaciones del proyecto durante ciertos periodos de su vida útil. Para realizar este cálculo es menester clasificar los costos fijos y variables para los años 1, 3 y 5.

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{54103{,}61}{349944{,}00 - 225231{,}50} \times 100$$

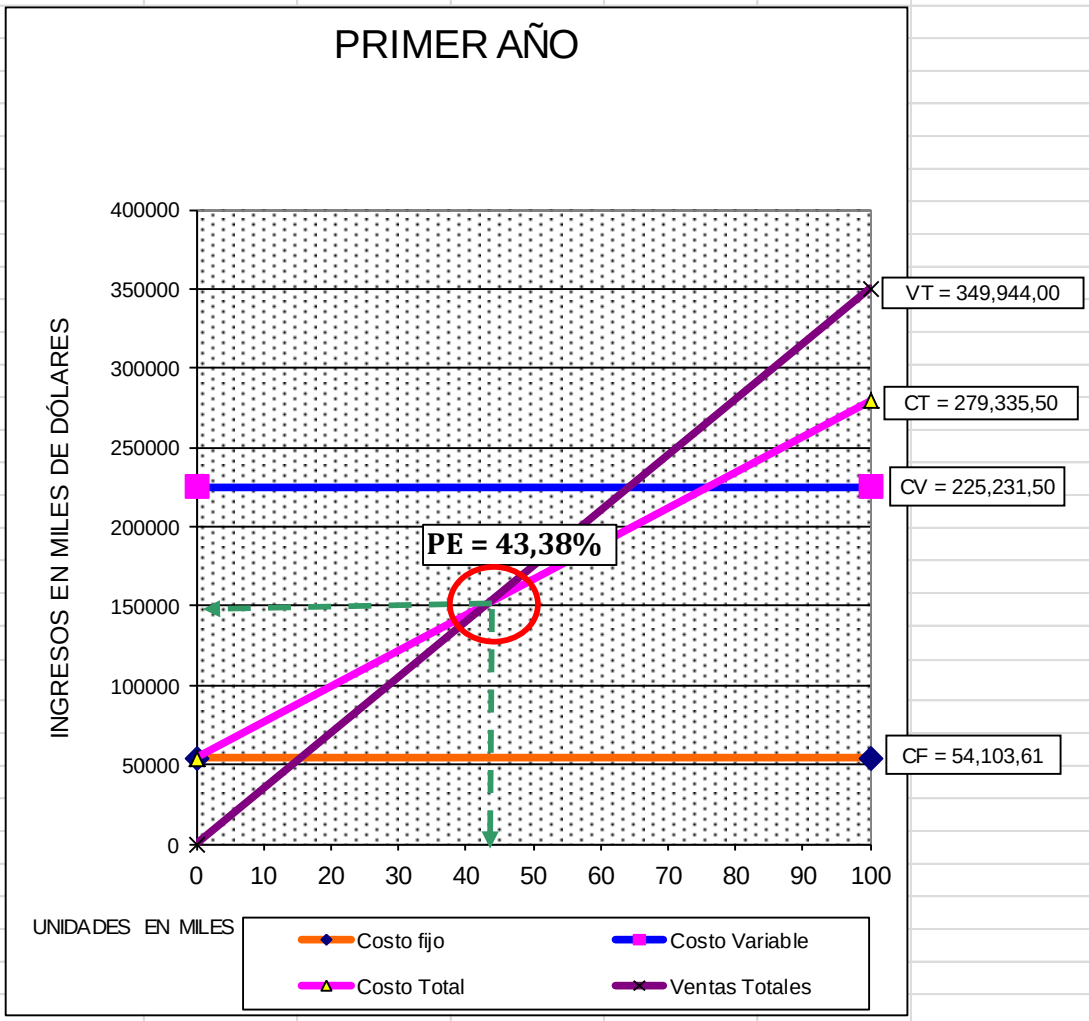
PE = 43,38 %

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$PE = \frac{54103{,}61}{1 - \frac{225231{,}50}{349944{,}00}}$$

PE = $ 51.815,04



ELABORACION: El Autor.

ANALISIS.

El punto de equilibrio es del 43,38%, en funciona la capacidad instalada que tiene la empresa para el primer año de produccion, esto quier decir que en este porcentaje ni se pierde ni se gana, esto se da por que el valor total en ventas que es de 349.944,00 dolares en comparación a los costos totales que es de 279.355,50 da un punto de equilibrio de 51.815, 04 doalres en función a las ventas que realiza la empresa.

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{49997{,}53}{448774{,}23 - 247608{,}76} \times 100$$

PE = 24,85 %

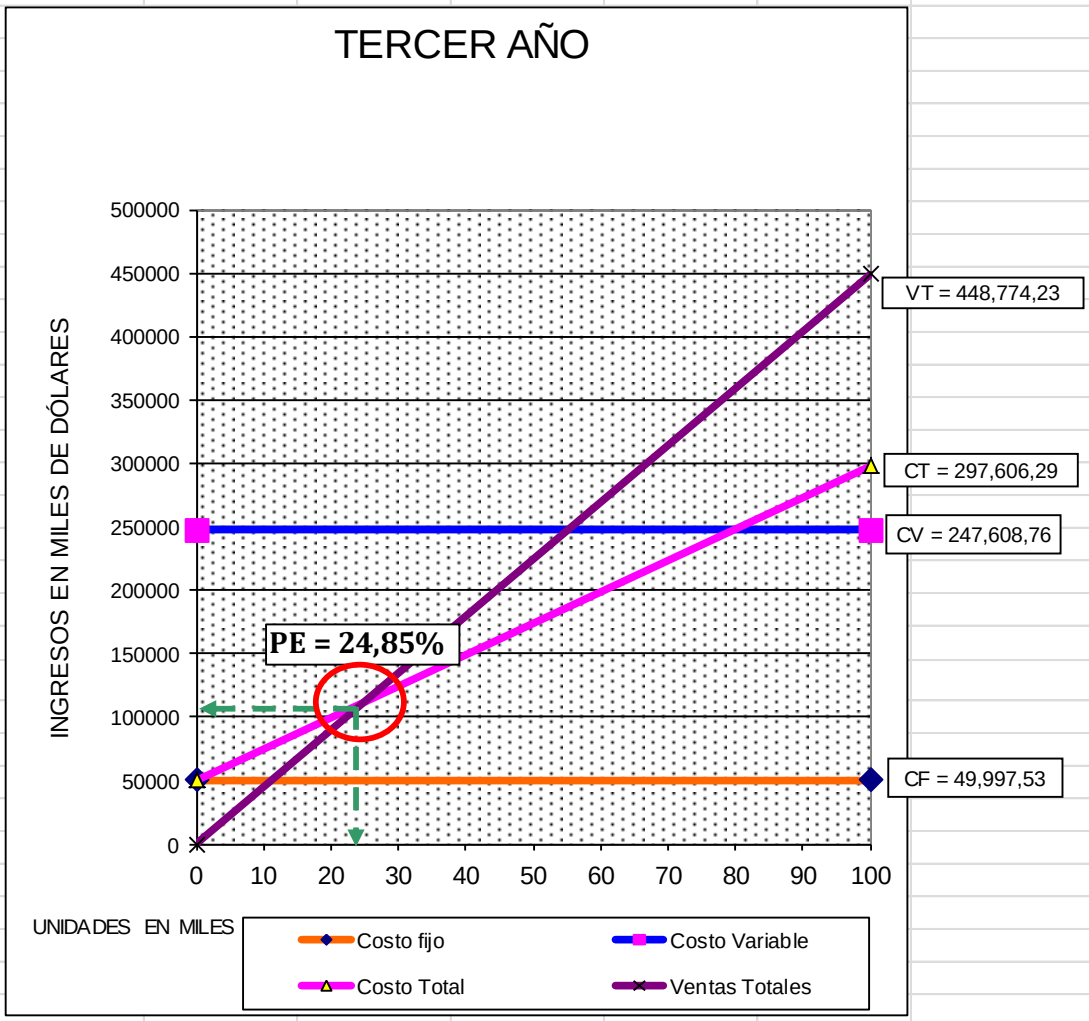
b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \dfrac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

Ventas totales

$$PE = \frac{49997{,}53}{1 - \dfrac{247608{,}76}{448774{,}23}}$$

PE = $ 111.538,04



ELABORACION: El Autor.

ANALISIS.

El punto de equilibrio es del 24,85%, en funciona la capacidad instalada que tiene la empresa para el tercer año de produccion, esto quier decir que en este porcentaje ni se pierde ni se gana, esto se da por que el valor total en ventas que es de 448.774,23 dolares en comparación a los costos totales que es de 297.606,29 da un punto de equilibrio de 111.538,04 doalres en función a las ventas que realiza la empresa.

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{54798{,}59}{653652{,}84 - 272209{,}24} \times 100$$

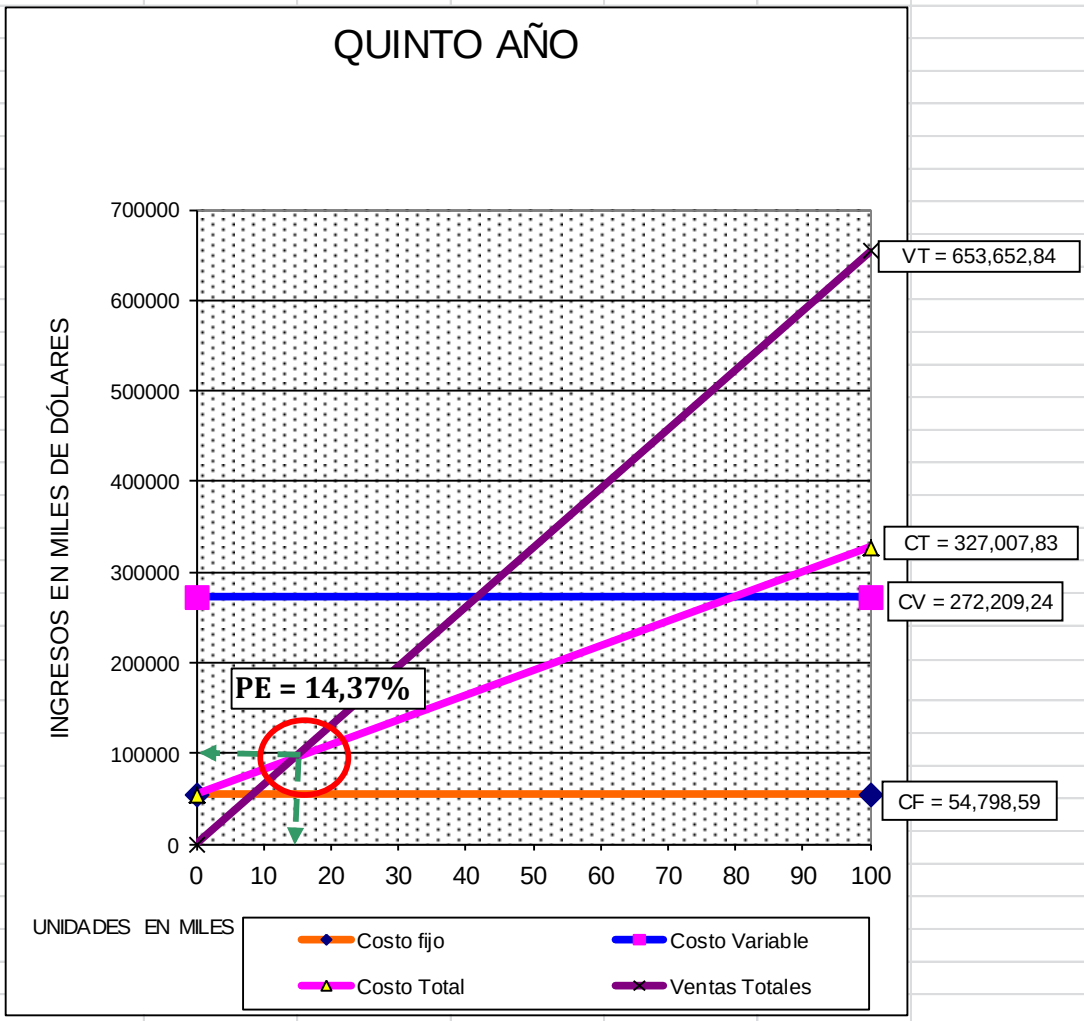
PE = 14,37 %

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \dfrac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{54798{,}59}{1 - \dfrac{272209{,}24}{653652{,}84}}$$

PE = $ 93.904,46



ELABORACION: El Autor.

ANALISIS.

El punto de equilibrio es del 14,37%, en funciona la capacidad instalada que tiene la empresa para el quinto año de produccion, esto quier decir que en este porcentaje ni se pierde ni se gana, esto se da por que el valor total en ventas que es de 653.652,84 dolares en comparación a los costos totales que es de 327.007,83 da un punto de equilibrio de 93.904,46 doalres en función a las ventas que realiza la empresa.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS.

Representa en forma resumida el comportamiento de los ingresos y egresos durante un ejercicio económico anual, y durante la vida útil de la empresa, así mismo permite determinar relaciones que conducen al conocimiento de la rentabilidad , por otro lado permite obtener la utilidad que se tendrá en cada uno de los años del proyecto es decir 5 años.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

CUADRO Nº 62

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por ventas	**328.947,36**	**356.359,64**	**383.771,92**	**411.184,20**	**438.596,48**
(-) Costo Total	**274.289,08**	**287.346,53**	**301.037,27**	**315.392,01**	**330.442,96**
(=) Utilidad Bruta Ventas	54.658,28	69.013,11	82.734,65	95.792,19	108.153,52
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	8198,74	10351,97	12410,20	14368,83	16223,03
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	46459,54	58661,14	70324,45	81423,36	91930,49
(-) 25% Impuesto a la renta	11614,88	14665,29	17581,11	20355,84	22982,62
(=) Utilidad Neta del ejercicio	34844,65	43995,86	52743,34	61067,52	68947,87
(-) 10% reserva Legal	3484,47	4399,59	5274,33	6106,75	6894,79
(=) Utilidad Liquida	**31.360,19**	**39.596,27**	**47.469,00**	**54.960,77**	**62.053,08**

ELABORACIÓN: El autor.

EVALUACION FINANCIERA.

Mediante la evaluación financiera, se intenta determinar el mérito del proyecto, es decir el grado de utilidad que tendrá el empresario como premio de utilizar su capital y su capacidad empresarial en la implementación del proyecto.

Antes de llegar a determinar estos indicadores es necesario obtener el flujo de caja proyectada.

Para realizar la aplicación de algunos criterios de evaluación, se hace necesario previamente estimar los flujos de caja**.**

El Flujo de Caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto.

El Flujo de Caja, permite cubrir todos los requerimientos de efectivo del proyecto, posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos para cubrir sus necesidades de efectivo.

Los Flujos de Caja se evalúan en lugar de utilizar figuras contables en razón de que no son éstos los que afectan a la capacidad de la empresa para pagar cuentas o compras de activos.

FLUJO DE CAJA.
CUADRO Nº 63

AÑOS	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
1. INGRESOS.						
Ventas.		328.947,36	356.359,64	383.771,92	411.184,20	438.596,48
Valor residual.				104,50		142,50
Inversión.	41.594,24					
TOTAL DE INGRESOS.	**41.594,24**	**328.947,36**	**356.359,64**	**383.876,42**	**411.184,20**	**438.738,98**
2. EGRESOS.						
Costo de Producción.		232.186,21	243.447,24	255.254,43	267.634,27	280.614,53
Costo de Operación.		23.967,65	25.130,08	26.348,89	27.626,81	28.966,71
Gastos de venta.		13.072,00	13.705,99	14.370,73	15.067,71	15.798,49
Gastos Financieros.		1.687,45	1.687,45	1.687,45	1.687,45	1.687,45
Activo Fijo.	14.700,00					
Activo Diferido.	1.207,50					
Activo Circulante.	25.686,74					
Depreciaciones.		1.607,70	1.607,70	1.607,70	1.607,70	1.607,70
TOTAL DE EGRESOS.	**41.594,24**	**272.521,00**	**285.578,45**	**299.269,19**	**313.623,93**	**328.674,88**
UTILIDAD BRUTA		**56.426,36**	**70.781,19**	**84.607,23**	**97.560,27**	**110.064,10**
(-) 15% Utilidad de Trabajadores		8.463,95	10.617,18	12.691,08	14.634,04	16.509,62
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta		47.962,41	60.164,01	71.916,14	82.926,23	93.554,49
(-) 25% Impuesto a la renta		11.990,60	15.041,00	17.979,04	20.731,56	23.388,62
FLUJO DE CAJA.	**0,00**	**35.971,81**	**45.123,01**	**53.937,11**	**62.194,67**	**70.165,86**

FUENTE: CUADROS 56,57

ELABORACIÓN: El Autor.

VALOR ACTUAL NETO.

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva

corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse el préstamo a obtener.

El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto.

Si el VAN es igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es conveniente.

En el presente caso el Valor Actual Neto es de 434.866.19 significa que el proyecto proporciona esa cantidad de remanente por sobre lo exigido por el inversionista o en otras palabras es la cantidad que renta más de lo esperado.

VALOR ACTUAL NETO.
CUADRO Nº 64

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 12,00%	VALOR ACTUALIZADO
0	- 41.594,24		
1	35.971,81	0,8929	32.117,68
2	45.123,01	0,7972	35.971,79
3	53.937,11	0,7118	38.391,37
4	62.194,67	0,6355	39.525,84
5	70.165,86	0,5674	39.814,00
			185.820,67
			41.594,24
			144.226,43

| ΣFNA - INVERSIÓN INICIAL

VAN = 185.820,67 41.594,24

VAN = 144.226,43

Análisis : Si el VAN es mayor a uno el proyecto se acepta
Si el VAN es igual a uno el proyecto es indiferente
Si el VAN es menor a uno el proyecto se rechaza

Por tanto, el proyecto se acepta debido a que su VAN es mayor a uno.

En el presente proyecto el VAN es positivo, esto quiere decir que el proyecto si es factible para invertir

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL.

Es el tiempo que se requiere para recuperar aquellos fondos invertidos en el inicio del proyecto.

Comúnmente los periodos de recuperación de la inversión o capital se utiliza para evaluar las inversiones proyectadas a través de este cálculo se puede establecer el número exacto de años meses y días necesarios para recuperar la inversión.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL.

CUADRO Nº 65

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA ACUMULADO
0		
1		35.971,81
2		45.123,01
3	- 41.594,24	53.937,11
4		62.194,67
5		70.165,86
		267.392,46

$$PRC = \frac{\text{SUMA FLUJOS NETOS - INVERSIÓN}}{\text{FLUJO NETO ÚLTIMO PERIODO}}$$

$$PRC = \frac{267392{,}46 - 41594{,}24}{70165{,}86}$$

PRC = 3,22

		3	**Años**
0,22 * 12 =	2,62	**2**	**Meses**
0,62 * 30 =	18,50	**18**	**Días**

Análisis : El capital se recupera en 3 años, 2 meses y 18 días

TASA INTERNA DE RETORNO.

Método de evaluación que al igual que el Valor Actual Neto (VAN), toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. Este método actualmente es muy utilizado por bancos, empresas privadas, industrias, organismos de desarrollo económico y empresas estatales.

Se define a la "Tasa Interna de Retorno" TIR, como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

Se podría interpretar a la Tasa Interna de Retorno, como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión, si el préstamo con los intereses acumulados a esta tasa dada, se fuera abonando con los ingresos provenientes del proyecto, a medida que estos van siendo generados a través de toda la vida útil del proyecto.

La Tasa Interna de Retorno se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero; es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

La TIR, utilizada como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente:

Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.

Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.

Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazares el proyecto.

Para el presente proyecto la TIR es 111% siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto, es decir que se encuentra sobre la tasa de oportunidad que le brinda la banca.

TASA INTERNA DE RETORNO

CUADRO Nº 66

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ. 100,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 102,00%	VAN MAYOR
0			- 41.594,24		- 41.594,24
1	35.971,81	0,50000	17.985,90	0,49505	17.807,82
2	45.123,01	0,25000	11.280,75	0,24507	11.058,48
3	53.937,11	0,12500	6.742,14	0,12132	6.543,85
4	62.194,67	0,06250	3.887,17	0,06006	3.735,49
5	70.165,86	0,03125	2.192,68	0,02973	2.086,26
			494,40		- 362,33

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right)$$

$$TIR = 100 + 2{,}00 \left(\frac{494{,}40}{856{,}74} \right)$$

TIR = 101,15 %

Análisis : Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.
Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto
Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

Por tanto, el proyecto se acepta por cuanto la TIR es mayor que el costo de oportunidad del dinero.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO.

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.

B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.

En el presente proyecto, la relación beneficio-costo es mayor que uno (1.93) indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido, se recibiría 0.93 centavos de utilidad.

Los cálculos de la relación beneficio costo están representados en el cuadro que viene a continuación:

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

CUADRO Nº 67

ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL				ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
PERIODO	COSTO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZ. 12,00%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZ. 12,00%	INGRESO ACTUALIZADO
0						
1	272.521,00	0,89286	243.322,32	328.947,36	0,89286	293.703,00
2	285.578,45	0,79719	227.661,39	356.359,64	0,79719	284.087,72
3	299.269,19	0,71178	213.013,90	383.771,92	0,71178	273.161,27
4	313.623,93	0,63552	199.313,68	411.184,20	0,63552	261.314,99
5	328.674,88	0,56743	186.498,95	438.596,48	0,56743	248.871,42
			1.069.810,24			1.361.138,41

$$R\ (B/C) = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

$$R\ (B/C) = \frac{1.361.138,41}{1.069.810,24}$$

R (B/C) = 1,27 Dólares

Análisis : Si R (B/C) es mayor a uno se acepta el proyecto
Si R (B/C) es igual a uno el proyecto es indiferente
Si R (B/C) es menor a uno no se acepta el proyecto

El proyecto dara una rentabilidad por cada dólar invertido de 0,27centavos.

Por tanto, el proyecto se acepta debido a que su R (B/C) es mayor a uno.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DE LOS COSTOS
CUADRO Nº 68

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 17,07%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 50,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 51,00%	VAN MAYOR
0						-(41594,24)		-(41594,24)
1	272.521,00	319040,33	328.947,36	9907,03	0,6666666667	6604,69	0,6622516556	6560,95
2	285.578,45	334326,69	356.359,64	22032,95	0,4444444444	9792,42	0,4385772554	9663,15
3	299.269,19	350354,44	383.771,92	33417,48	0,2962962963	9901,47	0,2904485135	9706,06
4	313.623,93	367159,54	411.184,20	44024,66	0,1975308642	8696,23	0,1923500089	8468,14
5	328.674,88	384779,68	438.596,48	53816,80	0,1316872428	7086,99	0,1273841119	6855,41
						487,56		-340,54

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right) = 50{,}00 + 1{,}00 \left(\frac{487{,}56}{828{,}10} \right) = \mathbf{50{,}59\ \%}$$

Diferencias TIR = 101,15 - 50,59 = 50,57 %

Porcentaje de variación = 50,57 / 101,15 = 49,99%

Sensibilidad = 49,99 / 50,59 = 0,99

Análisis : Si el coeficiente de Sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
Si el coeficiente de Sensibilidad es igual que uno no se ve efecto alguno.
Si el coeficiente de Sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

El proyecto no es sensible y resiste un incremento en los costos del 17,07%

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON DECREMENTO DE LOS INGRESOS
CUADRO Nº 69

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL 13,60%	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 50,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 51,00%	VAN MAYOR
0						-(41594,24)		-(41594,24)
1	272.521,00	328.947,36	284210,52	11689,52	0,6666666667	7793,01	0,6622516556	7741,40
2	285.578,45	356.359,64	307894,73	22316,28	0,4444444444	9918,35	0,4385772554	9787,41
3	299.269,19	383.771,92	331578,94	32309,75	0,2962962963	9573,26	0,2904485135	9384,32
4	313.623,93	411.184,20	355263,15	41639,22	0,1975308642	8225,03	0,1923500089	8009,30
5	328.674,88	438.596,48	378947,36	50272,48	0,1316872428	6620,24	0,1273841119	6403,92
						535,65		-267,89

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right) = 50{,}00 + 1{,}00 \left(\frac{535{,}65}{803{,}54} \right) = \mathbf{50{,}67\ \%}$$

Diferencias TIR = 101,15 - 50,67 = 50,49 %

Porcentaje de variación = 50,49 / 101,15 = 49,91%

Sensibilidad = 49,91 / 50,67 = 0,99

Análisis : Si el coeficiente de Sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
Si el coeficiente de Sensibilidad es igual que uno no se ve efecto alguno.
Si el coeficiente de Sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.
El proyecto no es sensible y resiste un decremento en los ingresos del 13,60%

h. CONCLUSIONES.

Luego de realizar el proyecto de investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

1. El Estudio de Mercado determina que la empresa es factible ponerla en marcha de acuerdo a los datos obtenidos en la demanda insatisfecha.

2. El luch Estudiantil se comercializan en cantidades considerables en la Ciudad de Nueva Loja, es por esa razón que este producto representar un incremento en la economía de la localidad por cuanto será de gran éxito la introducción del producto en las escuelad de la ciudad.

3. Luego de analizar los factores determinantes de la demanda, se determinó que el mejor sector es la ciudad de Nueva Loja para la instalación de la empresa.

4. La capacidad instalada de la empresa cubrirá los requerimientos de la planta productora de lunch estudiantil cuya capacidad utilizada se la determina en un porcentaje que el primer año cubra las necesidades de la empresa.

5. La inversión alcanza un determinado monto los cuales van a ser financiado por aportaciones de la empresa y otro porcentaje lo cubrirá un préstamo bancario.

6. Los evaluadores financieros determinan que la empresa puede ser instalados de tal forma que es factible la implementación en la Ciudad de Nueva Loja.

i. RECOMENDACIONES.

Luego de haber realizado la presente investigación se recomienda lo siguiente:

1. Se recomienda poner en marcha el proyecto ya que dará una importante rentabilidad para sus inversionistas y genera desarrollo productivo en la Ciudad de Nueva Loja.

2. La puesta en marcha del presente proyecto contribuirá a la generación de fuentes de trabajo en la ciudad, aportando al desarrollo socioeconómico de las familias de la ciudad de los niños y niñas de las escuelad de la localidad.

3. Puesto que hay una gama amplia de materia prima en el país, se recomienda hacer investigaciones de mercado a fin de dar a conocer el producto a tal grado de satisfacer las necesidades de la ciudad y de todos los estudiantes de las ecuelas tanto privadas como publicas.

4. Se recomienda realizar campañas de publicidad a fin de ganar más clientes en beneficio de la empresa y del producto.

j. BIBLIOGRAFIA.

ACOSTA, Alberto., Curso Básico de Administración de Empresas, Mercadeo., Edit. Norma S.A., 1991. Pág. 3.

ALDERETE, Juan Manuel. "Ácido Cítrico, el ingrediente que nos falta.", Alimentos.

Argentinos (12) www.alimentosargentinos.gov.ar Pág. 98.

AUSTIN, G.T. (1983) Shreve's Chemical Process Industries, 5th international ed.,

Documento sobre "Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión". Centro De capacitación Ocupacional Integral. Loja-Ecuador. Año 1995. Pág. 12.

Documento sobre "Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión".Centro De capacitación Ocupacional Integral. Loja-Ecuador. Año 1995. Pág. 31.

García, Flor, G. (2006). Guía para Elaborar Planes de Negocio. Quito – Ecuador, Primera Edición. pp. 97 – 102.

GRAHAM. Friend y Stefan Zehle. Op. Cit. Buenos Aires, Cuatro Media, 2008, p 163.

http://es.wikipedia.org/wiki/Citrus_%C3%97_limon

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

Industriales. Tecnología, Formulaciones y Usos" 2. Limusa. México (2000). 408-409,412..

KOTLER, Philip., et al. (y otros). Dirección de Marketing. España, Prentice Hall Iberia, Primera Edición, p. 99.

k. ANEXOS.

ANEXO 1.

FICHA RESUMEN.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

PROYECTO

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE "LUNCH ESTUDIANTIL" PARA LAS ESCUELAS PÚBLICAS Y PRIVADAS DE LA CIUDAD DE NUEVA LOJA – PROVINCIA DE SUCUMBIOS"

Proyecto de tesis previo a la
Obtención del grado de
Ingeniero Comercial

AUTOR: Patricio Campoverde Mendoza

Nueva Loja – Sucumbíos – Ecuador

a. TEMA

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE "LUNCH ESTUDIANTIL" PARA LAS ESCUELAS PÚBLICAS Y PRIVADAS DE LA CIUDAD DE NUEVA LOJA – PROVINCIA DE SUCUMBIOS"

b. PROBLEMÁTICA

En los últimos tiempos se ha incrementado considerablemente el número de hipertensos y enfermos de diabetes. Así como también la importante epidemia de obesidad infantil que existe en el mundo.

En las dos últimas décadas se ha triplicado el número de niños y jóvenes que sufren obesidad infantil. ¿Las causas? Un aumento claro del sedentarismo y de las dietas desequilibradas, según señalan los expertos.

El acceso a la comida chatarra se ha incrementado en los últimos tiempos y pocos adolescentes cumplen la máxima de tomar cinco raciones de fruta o verdura al día.

"Muchos niños comen de más y gastan muy poco", explica Ascensión Marcos, presidenta de la Asociación Española de Nutrición. "La combinación de una mala alimentación, de una dieta muy desequilibrada con el sedentarismo está provocando un crecimiento exponencial de la obesidad infantil".

En los últimos tiempos, los expertos advierten que Europa está dejando de ser un continente de dieta mediterránea. Los platos tienen cada vez menos verdura, menos fruta, menos legumbres y más fritos, carnes y dulces de repostería industrial.

"Falta educación nutricional", explica esta experta. "Los niños no pueden elegir sus propios alimentos, porque no saben, pero la realidad es que lo están haciendo", aclara.

Reclama también la intervención de las administraciones públicas ante estas carencias y, sobre todo, insiste que la industria también debería investigar las cualidades alimentarias de sus productos antes de publicitarlos.

"La parte psicológica es muy importante", para quien sobrelleve esta enfermedad de anorexia y obesidad son extremos de un mismo problema. "Las carencias en educación nutricional y los problemas del propio adolescente para enfrentarse a un sistema de vida en el que lamentablemente los padres están la mayor parte del tiempo trabajando y no pueden atenderles van unidas"

Se estima que uno de cada cuatro niños/as menores de cinco años tiene talla baja (desnutrición crónica), Según la Encuesta de Condiciones de Vida del 2006, con tendencia en la actualidad a la disminución. Un aspecto sorprendente de la desnutrición crónica es que los padres no se preocupan por ella, "el retardo en talla es invisible".

El alto grado de desnutrición de los niños y el poco tiempo disponible de los padres o tutores para la elaboración de una alimentación sana y nutritiva que sirva de colación en la hora de recreo en los planteles educativos, es motivo de un índice elevado de niños con sobrepeso en edad escolar por el consumo excesivo de comida chatarra que contienen grasas saturadas y preservantes.

Cuando un niño va a la escuela sin haber merendado la noche anterior o sin haber desayunado, es decir, con hambre, no está en condiciones de aprender. Pero igualmente está comprobado científicamente que cada tres horas, el nivel normal de azúcar en la sangre decae -es lo que se denomina "hambre de corto plazo"- y el escolar aun habiendo desayunado apropiadamente debe ingerir alimentos, para continuar activo, atento, y aprender. Un almuerzo o una pequeña merienda durante la jornada escolar de cuatro horas y más son indispensables. Y en otro escenario, ¿qué podemos esperar de un niño desnutrido y con hambre crónica? Pero la solución es posible en nuestro país como en el mundo.

Todos los adultos y especialmente los que tienen hijos, deben tomar conciencia de todas estas inevitables consecuencias que este tipo de alimentación lleva ineludiblemente si se las utiliza en forma habitual.

Por lo anteriormente señalado, es necesaria la implementación de un servicio de "Lunch Estudiantil" a base de alimentos nutritivos, que proporcione a los niños que estudian, todas las vitaminas y minerales para su mejor desempeño y desarrollo.

Es así que en la ciudad de Nueva Loja, no existen empresas que se dediquen a la venta de "Lunch Estudiantil", lo hacen solo los bares que comúnmente existen en los establecimientos educativos, por lo que existe la necesidad de implementar una empresa que ofrezca el servicio de Lunch Estudiantil en la ciudad de Nueva Loja

c. JUSTIFICACIÓN

Justificación Social -Económica .

Consciente de la importancia que hoy existe de la salud de las personas y en especial de los niños en edad escolar, el presente proyecto tiene como finalidad la ceración de una empresa dedicada a proporcionar una alimentación que cubra las expectativas de alimentación e higiene al sector estudiantil de las escuelas públicas y privadas de la ciudad de Nueva Loja, debido a que el tiempo que las familias disponen para preparar un lunch, para enviar a sus hijos a la escuela es complejo, además de las obligaciones laborales o personales que los padres de familia tienen; hay que mencionar que en los bares de los establecimientos preparan alimentos que no cubren las expectativas alimenticias de los niños, muchas veces se lo realiza por el aspecto comercial y no por el valor nutritivo; por esta razón se está aportando a una alternativa de alimentación nutritiva, protegiendo además la salud de los niños. Un niño bien alimentado crecerá fuerte y sano, al mismo tiempo que contribuye a un mejor desarrollo intelectual.

La investigación es un aspecto fundamental para desarrollar los diferentes sectores económicos, de producción de bienes o prestación de servicios, el desarrollo micro empresarial en la ciudad de Nueva Loja provincia de Sucumbíos es escaso, no existen estudios que faciliten en determinar la factibilidad de proyectos productivos, consciente de la realidad, propongo este proyecto de tesis con la finalidad de conocer las posibilidades de generar actividad económica, a través de un proyecto sostenido y sustentable.

Justificación Académica.

La culminación de una carrera profesional se ve plasmada con la obtención de un título, luego de culminar mis diez módulos de formación profesional en la carrera de Administración de empresas, me he propuesto aplicar mis conocimientos en la elaboración de un proyecto de inversión, siguiendo un proceso metodológico de acuerdo a los requerimientos de cada uno de los estudios de un proyecto de inversión.

El presente trabajo investigativo me permitirá en el campo práctico aplicar mis conocimientos adquiridos, además será una experiencia en el campo de la investigación para generar aportes significativos a la sociedad, en especial a la ciudad de Nueva Loja.
Este trabajo será realizado con todo el empeño y la responsabilidad que este demanda, para que pueda convertirse en un referente para futuros investigadores sobre la temática de proyectos de inversión.

d. OBJETIVOS

Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para implementar una empresa productora y comercializadora de “lunch estudiantil” para las escuelas públicas y privadas de la ciudad de Nueva Loja – provincia de Sucumbíos”.

Objetivos específicos.

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda y oferta actual de lunch estudiantil en las escuelas públicas y privadas de Nueva Loja.

- Realizar un estudio para determinar el tamaño, localización e ingeniería del proyecto y los requerimientos técnicos – tecnológicos a utilizar en la nueva empresa.

- Proponer una estructura administrativa y la conformación legal de la empresa

- Realizar el estudio económico-financiero, para determinar cuál será la cantidad de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realice.

- Conocer la viabilidad económica- financiera, a través de los indicadores financieros como: el VAN, TIR, RB/C, AS, PRC.

f. METODOLOGÍA

Métodos

Método Científico.- Todo proceso de investigación debe seguir un proceso metodológico de investigación científica, con la finalidad que los resultados a que se pueda llegar tengan una validez comprobada, en la presente investigación será utilizado en el desarrollo de la revisión bibliográfica de los cuatro estudios.

Método Inductivo.- Este método parte del análisis de lo particular a lo general, es decir para llegar a conclusiones generales o amplias, será utilizado en la presente investigación para analizar el comportamiento de las personas que demandarían el lunch estudiantil y las personas que estarían ofertando en la actualidad este tipo de servicio, además para determinar cada uno de los requerimientos técnicos del proyecto.

Método Deductivo.- Este parte de situaciones generales para llegar a premisas de carácter particular, en la investigación utilizaré este método con la finalidad de realizar los análisis financieros y viabilidad económica del proyecto, también estará relacionado con las conclusiones y recomendaciones del trabajo final.

Técnicas.

Las técnicas son una serie de herramientas de recolección de información entre las que utilizaré son las siguientes:

Observación.- La observación es una técnica cuyo objetivo es conocer visualmente la realidad o fenómeno a través de un proceso, en la investigación la utilizaré para conocer los procesos de elaboración del lunch estudiantil, y en el comportamiento del mercado con respecto a la nueva propuesta

Encuesta.- Técnica que consiste en proponer una serie de preguntas a través de un cuestionario a los encuestados quienes responden sobre las intensiones del estudio, en el presente proyecto es para conocer los requerimientos de la demanda de lunch estudiantil, de acuerdo al número de niños que están matriculados en las escuelas públicas y privadas de la ciudad de Nueva Loja, la población total es de 10.414, según el anexo 1 que se adjunta.

Además como las unidades educativas son 37 públicas y privadas, en cada unidad educativa existe 1 bar de atención de alimentos, por tanto se encuestará a 37 personas propietarias de los bares.

Muestra.- La muestra será seleccionada en bases a la siguiente fórmula:

Tamaño de la Muestra

n =

N = Población o Universo

1 = Constante

e = Margen de error (5%)

n = Tamaño de la muestra

El número de estudiantes del nivel de pre básica y de primero a séptimo de educación básica son un total de 10.414 alumnos, según el anexo 1.

n =

n = 370

La muestra será distribuida de acuerdo a la población estudiantil de cada una de las unidades educativas, en el caso de la oferta se entrevistará a los propietarios de los bares de escuelas.

ANEXO 2.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DEMANDANTES.

Como egresado de la carrera de Administración de Empresas de la Modalidad de Estudios a Distancia de la Universidad Nacional de Loja, me encuentro empeñado en elaborar un **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE "LUNCH ESTUDIANTIL" PARA LAS ESCUELAS PÚBLICAS Y PRIVADAS DE LA CIUDAD DE NUEVA LOJA – PROVINCIA DE SUCUMBIOS",** para lo cual solicito muy comedidamente su ayuda para contestar la siguiente encuesta:

1. **De cuantos integrantes está conformada su familia, marque con una x en el rango correspondiente.**

Dos personas. ( )

Tres personas. ( )

Cuatro personas. ( )

Cinco personas. ( )

Seis personas. ( )

2. **Cuantos integrantes de su familia están en edad escolar, indique ubicando una x en el número que corresponda.**

Un niño. ( )

Dos niños. ( )

Tres niños. ( )

Cuatro niños. ( )

3. **La escuela donde asiste su niño(a) es particular, fiscal o municipal.**

Particular. ( )

Fiscal. ( )

Municipal. ( )

4. **La unidad educativa que asiste su niña (o) es cerca o lejos a su domicilio.**

Cerca al domicilio. ( )

Lejos del domicilio. ( )

5. **Cree conveniente que su niño (a) adquiera los alimentos en los bares de la escuela a la que asiste. SI o NO (porqué).**

Sí. ( )

No. ( )

6. **Qué tipo de alimentos venden en el bar en el establecimiento educativo donde asiste su niño o niña.**

Salchipapas. ( )

Pinchos. ( )

Colas. ( )

Batidos. ( )

Hamburguesas. ( )

Hotdogs. ( )

Jugos naturales. ( )

Frutas. ( )

7. **Está satisfecho con el servicio de alimentos que ofrece el bar, en el establecimiento educativo que asiste su niño o niña.**

Sí. ( )

No. ( )

8. **Como considera los alimentos que expenden en los bares escolares.**

Regular. ( )

Bueno. ( )

Malo. ( )

9. **Cuánto dinero asigna a su hijo para alimentación escolar diariamente.**

0,35 centavos. ( )

0,50 centavos. ( )

1 dólar. ( )

1,25 dólares. ( )

1,50 dólares. ( )

2,00 dólares. ( )

2,50 dólares. ( )

10. **¿Envía LUNCH como colación para sus hijos?**

Sí. ( )

No. ( )

11. **Si se implementara una empresa productora de "lunch estudiantil" y su comercialización en las escuelas públicas y privadas de la ciudad de nueva Loja, estaría dispuesto a adquirir el producto.**

Sí. ( )

No. ( )

12. **Estaría de acuerdo que en el lunch estudiantil para sus hijos que sea sano, nutritivo, a base de alimentos naturales preparado a diario sin conservantes.**

Sí. ( )

No. ( )

13. **Cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio de lunch escolar.**

1 dólar. ( )

1,25 dólares. ( )

1,50 dólares. ( )

1,75 dólares. ( )

2,00 dólares. ( )

14. **Estaría de acuerdo que los alimentos del lunch escolar que ofrecerá la nueva empresa sean alternados durante la semana.**

Sí. ( )

No. ( )

15. **En que medios de comunicación considera se debería realizar la publicidad, para la nueva empresa de lunch escolar en la ciudad de Nueva Loja.**

Radio. ( )

Prensa. ( )

Televisión. ( )

Vallas publicitarias. ( )

Hojas volantes. ( )

16. **Donde le gustaría que se entregue este servicio.**

En la escuela directo al estudiante. ( )

En el bar del establecimiento educativo. ( )

ANEXO 3.

DEPRECIACION DE VEHICULO.

DESCRIPCION	% DE DEPRECIACION	COSTO TOTAL	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION ANUAL
VEHICULO	10%	10.000,00	1.000,00	900,00
TOTAL			**1.000,00**	**900,00**

DEPRECIACION DEL AREA DE PRODUCCION.

DESCRIPCION	% DE DEPRECIACION	COSTO TOTAL	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION ANUAL
MAQUINARIA Y EQUIPO.	10%	1.530,00	153,00	137,70
HERRAMIENTAS.	10%	425,00	42,50	76,50
TOTAL			**195,50**	**214,20**

DEPRECIACION DEL AREA ADMINISTRATIVA.

DESCRIPCION	% DE DEPRECIACION	COSTO TOTAL	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION ANUAL
EQUIPOS DE OFICINA.	10%	1.045,00	104,50	313,50
MUEBLES Y ENSERES.	10%	1.000,00	100,00	180,00
TOTAL			**204,50**	**493,50**

INDICE

PORTADA.....i

CERTIFICACIÓN ii

AUTORÍA.....iii

CARTA DE AUTORIZACIÓN iv

AGRADECIMIENTO v

DEDICATORIA vi

a.. TÍTULO.....1

b. RESUMEN.....2

ABSTRACT.....5

c. INTRODUCCIÓN 7

d. REVISIÓN DE LITERATURA.....10

e. MATERIALES Y MÉTODOS 60

f. RESULTADOS 64

g. DISCUSIÓN 85

h. CONCLUSIONES 173

i. RECOMENDACIONES.....174

j. BIBLIOGRAFÍA 175

k. ANEXOS 176

ÍNDICE 190