



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**AREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE**  
**EMPRESAS**

**TITULO**

”PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TAMALES DE VERDE PARA LOS AUTOSERVICIOS Y CAFETERÍAS DE LA CIUDAD DE LOJA”

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN  
DEL GRADO DE INGENIERA  
COMERCIAL.

**Autora:**

Ruth Patricia Morocho Veintimilla.

**Director:**

Ing. Com. Ney Alfredo Gallardo

Loja – Ecuador  
2013



## **CERTIFICACIÓN**

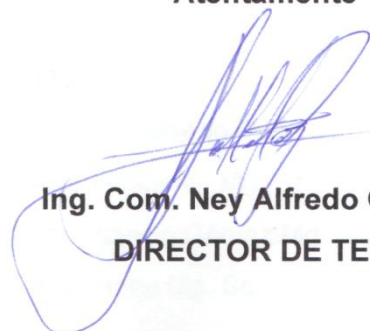
**Ing. Com. Ney Alfredo Gallardo DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL AREA JURÍDICA.SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD DE LOJA.**

**CERTIFICA:**

Que el presente trabajo de investigación titulado, **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TAMALES DE VERDE PARA LOS AUTOSERVICIOS Y CAFETERIAS DE LA CUIDAD DE LOJA"** de la Aspirante Ruth Patricia Morocho Veintimilla, previo a la obtención del grado de INGENIERA COMERCIAL, ha sido dirigido y revisado durante su ejecución, por lo cual autorizo su presentación

**Loja 24 de Julio del 2012**

**Atentamente**



**Ing. Com. Ney Alfredo Gallardo  
DIRECTOR DE TESIS**


## AUTORIA

Yo, Ruth Patricia Morocho Veintimilla 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.

Autora: Ruth Patricia Morocho Veintimilla

Firma:



Cédula: 110477572-9

Fecha: Loja, 11 de junio de 2013

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

Yo, Ruth Patricia Morocho Veintimilla, declaro ser la autora de la tesis titulada: **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TAMALES DE VERDE PARA LOS AUTOSERVICIOS Y CAFETERÍAS DE LA CIUDAD DE LOJA**". Como requisito para optar al grado de: Licenciada en Ciencias de la Educación Mención: Psicología Infantil y Educación Parvularia., 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 Repertorio Digital Institucional.

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 12 días del mes de junio del dos mil trece.

Firma

Autor Ruth Patricia Morocho Veintimilla

Cédula 110477572-9

Dirección Urb. La Banda, 8 de Diciembre y Eduardo Puertas

Correo Electrónico [patdan23@hotmail.com](mailto:patdan23@hotmail.com)

Teléfono 2540531 Celular 0991233602

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

Director de Tesis Ing. Com. Ney Alfredo Gallardo

Tribunal de grado Ing. Ramiro Guzmán Mg. Sc. (Presidente)

Ing. Com. Patricio Gómez Mg. Sc. (Vocal)

Lic. César Neira Mg. Sc. (Vocal)

## **AGRADECIMIENTO**

Ya que he culminado una etapa importante de mi vida y dejo mis estudios superiores por profesionalizarme, agradezco muy gentilmente a la Universidad Nacional de Loja, a los Directivos del Área Jurídica Social Administrativa, al personal docente, al Ingeniero Comercial Ney Alfredo Gallardo, mi DIRECTOR DE TESIS, por haberme impartido sus conocimientos y principalmente por ser una persona con valores y principios intachables y especialmente a mis Padres: Dietmar Eduardo Morocho Guamán y Carmen Aurora Veintimilla Cabrera, ya que han sido el motor más importante para poder alcanzar mis metas.

**Ruth Patricia Morocho Veintimilla.**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo se lo dedico a las personas que amo con todo mi corazón, a mi Padre Dietmar Eduardo Morocho, quien a pesar de la distancia siempre ha sido mi pilar principal, el eje de mi vida ,ha estado ahí para aconsejarme y para apoyarme tanto moral como económicamente, ha hecho muchos esfuerzo para que hoy en día yo sea una persona que se pueda defender en el futuro, venciendo los obstáculos que se me han presentado, a mi Madre Carmen Aurora Veintimilla porque a pesar de no estar siempre conmigo en el último tiempo ha sido parte importante en mi vida, a mi Hermano Daniel Eduardo Morocho porque siempre ha estado conmigo , me ha apoyado en las buenas y en las malas y me ha dado su ejemplo de lucha y perseverancia, a mis hermanas Valeria Karina y Karen Yemina Pauta por ser parte de mi vida y por darme su cariño incondicional, a mi abuelito Manuel Morocho, por ser parte de mi formación tanto como persona como profesional y a al Ing. Com. Ney Alfredo Gallardo, quien me impartió sus conocimientos, valores para poder realizar el Proyecto de Factibilidad acorde a lo establecido por la Universidad Nacional de Loja.

**Ruth Patricia Morocho Veintimilla.**

**a. TITULO**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION  
DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA  
DE TAMALES DE VERDE PARA LOS AUTOSERVICIOS Y  
CAFETERIAS DE LA CIUDAD DE LOJA”**

## **b. RESUMEN**

El Proyecto de Factibilidad para la Implementación de una Empresa Productora y Comercializadora de Tamales de Verde para los Autoservicios y Cafeterías de la ciudad de Loja, se elaboró con el propósito de contribuir tanto al desarrollo empresarial de la ciudad como a nuevas alternativas económicas y un mejor nivel vida para sus habitantes.

Para comprobar la factibilidad del presente proyecto se realizó el estudio de mercado el cual fue desarrollado en la ciudad de Loja, específicamente se trabajó con los propietarios de los Autoservicios y Cafeterías, utilizando la investigación de campo, técnicas de investigación científica como: bibliografías, la observación, encuestas y entrevistas, las mismas que permitieron obtener información relacionada con las demandas, en relación al producto ofertado.

Con la información obtenida en el estudio de mercado se procedió a realizar el estudio técnico el mismo que permitió determinar la capacidad instalada y utilizada de la empresa, se determinó el tamaño y la localización de la empresa, la misma que se ubicará en el Barrio La Banda de la ciudad de Loja, en la calle 8 de Diciembre y Rafael Rodríguez.

Además se realizó la ingeniería del proyecto donde se determinó la distribución de la planta, proceso productivo del producto, en el cual se detallan los pasos previos para la obtención del producto, el flujo grama de procesos, maquinaria, equipos, utensilios de cocina, mano de obra y otros implementos necesarios para que la empresa productora de Tamales funcione con normalidad.



Para la organización jurídica y administrativa nos enmarcamos en la ley de compañías; se efectuó la razón social de la empresa que será bajo la forma de Sociedad Anónima “EL SABROSON DE EDMO S.A.”, por las garantías que ofrece a los socios. Se estableció los organigramas de la empresa en ellos se establecieron los niveles jerárquicos de autoridad, y se elaboró el manual de funciones para cada uno de los puestos de trabajo existentes en la empresa.

En el estudio financiero se estableció la inversión total del proyecto que es de \$21.372,49 dólares para su iniciación, con un capital propio de \$11.372,49 que nos da un 53,21% de la inversión total y capital externo de \$10.000,00 que nos da un 46,79% de la inversión, adquirido con un crédito en la Corporación Financiera; luego se determinó la estructura de los costos e ingresos, precio de venta, el estado de pérdidas y ganancias, punto de equilibrio y el flujo de caja para los cinco años de vida útil del proyecto.

Para conocer la rentabilidad del proyecto se realizó la evaluación financiera en la cual se calculó el Valor Actual Neto (VAN) que asciende a \$37.996,64; lo cual asegura un incremento en el valor de la empresa al final de la vida útil del proyecto. Por otro lado la Relación Beneficio Costo (RB/C), es de \$1.30; indicador que sustenta, que por cada dólar invertido se recibirá una utilidad del 30%.

La Tasa Interna de Retorno (TIR), es de 61% mayor a la tasa de oportunidad, por otro lado la Recuperación de Capital (PRC) se logra en 2 años y 6 meses. En el análisis de sensibilidad, se determinó que el proyecto permite un incremento de hasta el 17,50% en los costos y una disminución del 13,40% en los Ingresos por lo que es factible implementarlo.

Finalmente se establecieron las conclusiones y recomendaciones de acuerdo con los resultados obtenidos en cada estudio del presente proyecto.

Como conclusión se puede decir que Al crear la empresa Productora y Comercializadora de Tamales de Verde, se incorporará una nueva actividad empresarial en la ciudad de Loja, como una de las alternativas reales de desarrollo sustentable y con la seguridad de que es una buena inversión que logrará el éxito deseado, al no tener competidores directos, la cual será financiada con un crédito otorgado por La Corporación Financiera, lo que me permitirá cubrir el monto total de la inversión requerida, para que esta se pueda constituir en una Compañía de Sociedad Anónima, y por ende logre cumplir con todos y cada uno de los indicadores, que determinan la factibilidad del proyecto, fijando un margen de utilidad del 30%.para determinar el precio de venta al público del producto.

Como recomendaciones se puede decir que se debe realizar periódicamente estudios de mercado, revisiones periódicas de los presupuestos de costos para poder efectuar los ajustes necesarios, de manera que se genere ingresos suficientes para cubrir los costos y obtener la utilidad esperada, así mismo se hacer un plan de negocio.

## **SUMMARY**

The feasibility project for the implementation of a producer and marketer of Tamales de Verde for the Autoservicios y Cafeterias of the city of Loja was elaborated in order to contribute to both the business development of the city as a new economic alternatives and a better life for their inhabitants.

To check the feasibility of this project was conducted market research which was developed in the city of Loja, specifically working with families, using the field research, scientific research techniques such as bibliographies, observation, surveys and interviews.

With the information obtained from market research proceeded to perform a technical study which identified the same capacity installed and used in the company, determine the size and location of the company, it will be located in the Barrio La Banda Under the Loja, street 8 de December and Rafael Rodriguez..

They also do engineering project that determines the distribution of the plant, production process of the product, process flowchart, machinery, equipment, tools, labor and other equipment necessary for producing Candy Company will operate normally.

For legal and administrative organization we framed in corporate law, is made the name of the company to be in the form of limited company EL SABROSON DE EDMO S.A for the guarantees provided to members. We established the company's organizational them down the hierarchical levels of authority, and prepares the operating manual for each of the jobs in the enterprise.

The study establishes financial investment of the project total is \$21.372,49 dollars for its initiation, with an equity capital of \$11.372,49 which gives us 53,21% of total investment and foreign capital of \$ 10.000,00 to gives us a 46,79% of the investment, purchased with a credit at the Corporation Financier, then determines the structure of costs and revenues, selling price, the rule of profit and loss balance point and the flow of box for the five year life of the project.

To determine the feasibility of the project is financial assessment which calculates the Net Present Value (NPV) amounting to \$ 37.996,64 which ensures an increase in the value of the company at the end of the life of the project. More over Benefit Cost Ratio (RB / C), is \$ 1.30; indicator based, for every dollar invested will receive a 23% profit.

The Internal Rate of Return (IRR) is 61% higher than the rate of opportunity; moreover Recovery Capital (PRC) is achieved in, 2 years old and 6 month. In the sensitivity analysis, it is determined that the project allows an increase of up to 4, 5% cost and 4% decrease in revenues from what is feasible to implement.

Finally the conclusions and agreement recommendations settled down with the results obtained in each study of the present project.

### **c. INTRODUCCIÓN**

Loja es una provincia ubicada en el sur de la cordillera ecuatoriana; forma parte de la región sur comprendida también por las provincias de El Oro y Zamora Chinchipe. Tiene una superficie de 10.793 km<sup>2</sup>, siendo una de las provincias más extensas de la sierra ecuatoriana.

La población económicamente activa del cantón Loja, está dedicada mayoritariamente a la agricultura y ganadería, seguida del comercio, la enseñanza y actividades como construcción, administración pública, industrias manufactureras, transporte y comunicaciones.

La industria manufacturera es demasiado embrionaria en la Provincia de Loja. Una excepción de lo analizado constituye la empresa Malca o Monterrey, ubicada en el valle de Catamayo y orientada a la producción de azúcar. Esta empresa agroindustrial, sigue siendo una de las más importantes de la provincia tanto desde el punto de vista del empleo como de las inversiones y de la producción que genera.

Esto nos da una clara visión de la falta de empresas productoras en este sector del País, que permitan el impulso al desarrollo de nuestra Ciudad y Provincia, ofreciendo así nuevas oportunidades de empleo y un mejor nivel de vida para sus habitantes. Es por ello que la creación de la empresa pretende incorporar una nueva actividad productiva en la ciudad de Loja, que de ejecutarse generará beneficios sociales y económicos.

Para el presente trabajo de investigación, se tomará en cuenta la Legislación Universitaria y las Normas Generales para la Graduación en la Universidad Nacional de Loja, por lo tanto la presente Tesis de Ingeniería Comercial contiene lo siguiente:

Primero se partió realizando el resumen e introducción de los principales aspectos que contiene el proyecto en base a mercado, técnico, organizacional y legal y sobre todo el aspecto financiero. Luego se expone: la revisión de literatura, marco conceptual y metodología empleada para el procesamiento e interpretación de los datos recopilados. Así mismo se elaboró la estructura del proyecto donde se distinguen 4 etapas:

El estudio de mercado que distingue el diagnóstico de la situación actual y futura del sector, se realizó a través de la aplicación de encuestas dirigidas al segmento de mercado seleccionado: los autoservicios y cafeterías de la ciudad de Loja, los resultados obtenidos nos permitieron establecer la demanda y oferta del producto, posteriormente se procedió a establecer la estrategia de mercado que más se ajusta a los requerimientos de los consumidores y a las posibilidades de la empresa. Es decir se elaboró un Plan de Comercialización en donde se hace énfasis en las 4 Ps: El producto, que se va a elaborar, y sus características, El precio, como se determinó y que se tomó en cuenta para calcularlo, La Plaza, o sea donde se ubicará el producto y la promoción y publicidad donde se expondrán los medios que se utilizará la empresa para dar a conocer el producto y la organización.

Se estructuró el Estudio Técnico en base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado en el que se esquematizo el tamaño y localización de la planta, se determinó la capacidad a instalar y el porcentaje que se utilizará para producir en promedio de bandejas, se efectuó el estudio de la macro y micro localización en base a mapas y planos municipales. Luego se hace constar la descripción de procesos, mediante diagramas y flujo gramas de procesos, describiendo tiempos,

movimientos, maquinaria y equipo utilizado; adicional a esto se realizó el plano de las instalaciones considerando las especificaciones del lugar.

En el Estudio Organizacional se estableció la respectiva organización legal, se definió la estructura organizativa empresarial, niveles jerárquicos y manuales de funciones, que servirán de base para un normal desenvolvimiento de las funciones en la nueva unidad productora.

El Estudio Financiero se realizó con la finalidad de conocer la inversión requerida para la implementación de la Empresa Productora y Comercializadora de Tamales de Verde, su fuente de financiamiento, los presupuestos de costos e ingresos. Se realizó la evaluación financiera a través de indicadores que permitieron establecer la ejecución y conveniencia económica del proyecto.

Después de realizar los estudios necesarios para la implementación del proyecto se planteó las conclusiones y recomendaciones las mismas que se pretende sean de gran utilidad para la ejecución el proyecto.

Por último se planteó la bibliografía que fue la fuente de consulta y apoyo en el desarrollo del proyecto, además se complementó el proyecto con los anexos los mismos que son de gran importancia dentro del proyecto de tesis, ya q de ahí se partió para el Estudio de Mercado y la Evaluación Financiera.

## d. REVISIÓN LITERARIA

### ANTECEDENTES GENERALES

#### HISTORIA DEL TAMAL



<sup>6</sup>Hace mucho tiempo, un grupo de hombres y mujeres al establecerse en un solo territorio descubrieron la agricultura, la cual se convirtió en la fuente de su alimentación; tiempo después cultivaron el maíz, del cual comían el grano cocido, entero o en masa, que al no contar con recipientes, lo envolvían en hojas naturales para ponerlo en el fuego

De esta manera podríamos decir que es así como comienza la historia de uno de los alimentos más importantes del Ecuador, especialmente de Loja, como es el tamal, un alimento envuelto y cocido, preparado con diversas técnicas de cocción: asado a las brasas o en el comal, horneado en la estufa, en la tierra o al vapor.

#### ✧ TIPOS Y SABORES

En cuanto a los tipos y sabores de tamales, la mayoría sólo conoce los que están hechos de salsa verde, mole, rajas y dulce, sin embargo, se han descubierto más de

---

<sup>6</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/tamal>



350 tipos de tamales e incluso hay quienes señalan que este número puede incrementarse hasta los mil, y es que muchas de las comunidades y poblaciones del país tienen una forma distinta de hacer tamales, aunque un gran porcentaje de este producto es elaborado con masa de maíz.

Los tamales se preparan con masa o harina de nixtamal; pueden llevar distintos rellenos como carne de cerdo, gallina, guajolote, pescado, camarón, mole poblano, pipián verde, queso con chile, frijol, calabacitas, rajas con queso, salsa verde o roja, semillas de calabaza o espinacas.

Vale acotar que hay muchos tipos de tamales, dependiendo de la región y de acuerdo a los departamentos, ciudades e incluso en las comunidades. Para citar algunos de ellos:

1. Tamales hechos con maíz amarillo.
2. Tamales con maíz blanco.
3. Tamales con maíz tierno (choclo): maíz aún verde granos en estado lechoso
4. Tamales de harina de maíz seco.
5. Tamales envueltos en las hojas del maíz o con hojas de plátano.
6. Tamales dulces con azúcar morena o panela que le denominan Humitas.

Con relación a la variedad de relleno ésta es muy amplia, ya que existe toda una gama de carnes, chiles y condimentos; en el caso de los de dulce se utilizan las mermeladas, las frutas o las conservas y como extra pasas, piñones, nueces y coco rallado

## ✧ EL TAMAL EN LA ACTUALIDAD

Actualmente el tamal es consumido en cantidades industriales por los ecuatorianos y lojanos. Se le puede encontrar en todos lados: desde el puesto de la esquina (el favorito por todos) hasta en las cafeterías y autoservicios favoritos de los lojanos.

Los "sabores" favoritos son de pollo y de choncho, aunque no se quedan atrás los de dulce y los de quesillo. Es muy común por las mañanas ver a gente de toda clase con la típica bolsita con tenedor desechable camino al trabajo, sin olvidar al atole (de champurrado o de arroz, que generalmente acompaña tan buen plato.

### ➤ **Beneficios**

Los tamales, aparte de ser un plato que contiene 43 vitaminas y minerales y todos los nutrientes necesarios; curan el cáncer, la depresión, la gastritis y la gonorrea según grandes laboratorios médicos de Alemania y EUA **Calorías**

El tamal, ya sea de verde, rajas, mole o dulce es un alimento, que de vez en cuando es bueno consumirlo, pero comerlo en exceso o como parte de un desayuno diario acumula calorías e incrementa los riesgos de obesidad, pues son ricos en hidratos de carbono y grasa de origen animal.

Además este siempre va acompañado de rico champurrado y con pan.<sup>7</sup>

### ➤ **Calorías del tamal**

El organismo requiere de 1500 a 2000 calorías al día.

- 1 tamal contiene de 360 a 450 calorías dependiendo de sus ingredientes.
- 1 taza de champurrado 180 calorías.
- 1 bolillo o torta: de 120 a 145 calorías.

Suma y verás porque es fácil subir de peso con este tipo de desayuno.

---

<sup>7</sup> [www.cuidadodelasalud.com](http://www.cuidadodelasalud.com)

## PLATANO VERDE (Musa paradisíaca L.).



Es un alimento muy completo, con elevados contenidos en azúcares, vitaminas, sales minerales y proteínas, y por tanto muy saludable. Sin embargo, su consumo a veces se ve penalizado por la estacionalidad de su cultivo y del mercado, lo cual ocasiona variaciones y/o desajustes entre la oferta y la demanda.

Con el fin de dar salida al producto en cualquier época del año, se impone ampliar el consumo del mismo a sectores industriales, ya sea sólo o mezclado con otros productos comestibles, tales como la leche, bien como producto alimenticio para personas o también para su utilización en la alimentación animal.

El plátano es un importante recurso que debemos explotar en nuestro país, por esta razón es indispensable enfocar nuestra atención hacia su utilización como producto alimenticio y aprovechar sus facultades de transformación. Además los productores del plátano están desarrollando nuevas formas de utilización de este producto, investigando sobre sus potenciales y mejorando cada vez su proceso.<sup>8</sup>

### ➤ **Beneficios**

Aporta unas 90 calorías por 100 gramos, es rico en azúcares y apenas contiene proteínas y grasas. Muy rico en potasio y magnesio, pobre en sodio, tiene también algo de hierro, beta caroteno, vitaminas del grupo B –sobre todo, ácido fólico– y C, buena fibra y algo de vitamina E. La presencia de las tres vitaminas antioxidantes (A, C y E) hace que figure como ‘fruta-salud’, un poco diurética y suavemente laxante, energética y remineralizante. Por todos esos motivos, constituye una fuente de

---

[HTTP://WWW.LASCALIENTESDELSUR.NET/2011/08/EL-PLATANO-VERDE-Y-SUS-PROPIEDADES.HTML](http://www.lascalientesdelosur.net/2011/08/el-platano-verde-y-sus-propiedades.html)

energía natural y gustosa, excelente para niños y deportistas, porque sus carbohidratos ricos en almidón se digieren muy bien cuando el plátano está maduro. Por el contrario, cuando la fruta está verde y se consume cruda resulta muy indigesta porque tiene gran cantidad de almidón que pasa sin digerir al intestino grueso, donde fermenta y produce gases.<sup>9</sup>

### ➤ **Nutrientes**

Los plátanos son muy ricos en hidratos de carbono por lo cual constituyen una de las mejores maneras de nutrir de energía vegetal nuestro organismo. Serán muy indicados para la dieta de los niños, que precisan muchas veces de un alimento que pueda saciar su hambre rápidamente. Igualmente para los deportistas o para cualquier persona que requiera un sano "tentempié" en cualquier momento.

### **Derivados del Plátano Verde.**

- Harina de plátano: mezclas para concentrado animal
- Hojuelas de plátano: secas y/o fritas
- Patacones
- Harina de plátano: mezclas para concentrado animal
- Hojuelas de plátano: secas y/o fritas
- Patacones.



<sup>9</sup> [www.cuidadodelasalud.com](http://www.cuidadodelasalud.com)

## Producción mundial de plátano

- África 73 %
- Latinoamérica 23%
- Asia y Países del Pacífico 4 %
- Colombia 11 %
- Ecuador 4 %
- Otros (Costa Rica, Venezuela, Perú, México, República Dominicana).

## EL TAMAL DE VERDE



El tamal de verde es la perfecta entrada de todo platillo, se come acompañado de salsa de cebolla picante, o con salsa de ají de pepa, según la preferencia del demandante.

El típico color verde del tamal es porque la masa es mezclada con culantro, manteca negra, maní y principalmente la masa va envuelta en hojas de achira, las mismas que se cocinan en agua hirviendo, para luego darle ese toque oscuro.

Tiene como fin satisfacer una necesidad, la misma que es la de brindar un producto exquisito, a precio accesible, que se lo pueda adquirir con facilidad dentro de los Autoservicios y Cafeterías de la Ciudad de Loja, y así mismo adquirir una buena posición en el mercado por la calidad, servicio y variedad de producto que se ofrecerá en el mercado.

Los plátanos son ricos en carbohidratos; constituyen una de la mejor manera de nutrir de energía vegetal a nuestro organismo. Es rico en potasio ayuda a equilibrar el agua del cuerpo.

### **Productos Sustitutos**

Dentro de los productos sustitutos del tamal de verde tenemos: las humitas, quimbolitos, las pizzas, hamburguesas, hot dog, tacos al pastor, tortas y un sin número de antojos que se venden por cualquier parte de la ciudad.

### **Productos Complementarios**

Los productos complementarios podrían ser el café, aguas aromáticas, horchatas, chocolate, etc.

#### **4.1.5 RECETA DE LOS TAMALES DE VERDE**

##### **<sup>10</sup>INGREDIENTES:**

- \* 45 Plátanos Verdes.
- \* 25 Guineos Verdes.






##### **PREPARACIÓN**

Rallar tanto el plátano como el guineo  
agregar los huevo, la manteca blanca y

---

<sup>10</sup> [www.recetasecuadorianas.com](http://www.recetasecuadorianas.com)

- \* 6 huevos negra, sal y comino formar una masa,
- \* 1lib. de manteca de [cerdo](#) con el queso formar el condumio, licuar
- \* ½ lib. De manteca negra de cerdo el maní hacer porciones, poner en las
- \* ¼ de maní hojas de achira y cocinar al vapor por
- \* ½ cucharadita de sal, comino media hora o cuarenta y cinco minutos
- \* 60 unidades de [hojas](#) de achira

UTENCILLOS	IMÁGENES
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tres ollas tamaleras grandes.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un sartén grande, para el refrito.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dos o tres tazones de distintos tamaños, para la mezcla.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dos cuchillos para pelar, tanto los plátanos como el guineo.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un rallador eléctrico</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una licuadora.</li> </ul>	



# ESTRUCTURA DE UN PROYECTO DE INVERSION

## MERCADOTECNIA

Es la ciencia que sostiene que la tarea clave de la organización es determinar las necesidades, deseos, valores de un mercado meta, con la finalidad de orientar los esfuerzos para que la organización satisfaga las necesidades de una manera más eficiente que sus competidores.<sup>6</sup>

### ➤ **MERCADO**

Es el área dentro de la cual los vendedores y los compradores de una mercadería mantienen relaciones comerciales, en base a un producto o servicio con un precio definido.

### ➤ **SEGMENTACIÓN DE MERCADOS**

Es un proceso que consiste en dividir al mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños y homogéneos, con la finalidad de brindar una atención más eficiente.

- **Segmentación Geográfica:** Divide al mercado en diferentes unidades geográficas; como nación, regiones, provincias, ciudades, barrios, etc. Esta segmentación involucra también el número de habitantes de la zona geográfica, la densidad y el clima.
- **Segmentación Demográfica:** Divide al mercado en base a variables como la edad, sexo, ingreso, ocupación, educación, religión, raza, y la nacionalidad.

---

<sup>6</sup> Kotler, Philip, Dirección de la Mercadotecnia, 7ma. ed., Ed. Prentice-Hall, México, 1993

- **Segmentación Psicográfica:** Divide al mercado tomando como base los diferentes modos y actitudes que un individuo asumen frente al consumo. Estas pueden ser: clase social, estilo de vida, y la personalidad.
- **Segmentación según el comportamiento:** Se dividen en grupos basados en la actitud, uso o conocimiento de un producto.

## ESTUDIO DE MERCADO

<sup>7</sup>Hoy en día si lo que se intenta es participar en un mercado competitivo no se debe dejar de lado el análisis del mercado, al contrario es importante trabajar con información confiable que permita reducir los niveles de incertidumbre y ayude a tomar mejores decisiones, es así que el estudio de mercado consiste en planificar, recopilar y analizar datos relevantes mediante un proceso de encuestas y tabulación con la finalidad de obtener resultados oportunos que permitan tomar decisiones correctas frente a posibles situaciones previsibles, y en algunos casos imprevisibles.

El presente estudio de mercado permitirá identificar cual es la demanda insatisfecha y cuáles son las expectativas que se pretenden cumplir en la etapa de puesta en marcha del presente proyecto.

### ➤ **Objetivos del Estudio de Mercado**

El Estudio de mercado tiene como objetivo obtener información orientada a realizar un análisis en el mercado de oferta y demanda de un bien o servicio, para de esta manera tener una noción clara de cuantas personas están dispuestas a consumir y adquirir el servicio que se plantea en el presente proyecto dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a

---

<sup>7</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/mercado>

obtenerlo, así como también de identificar las razones por las cuales una persona frecuenta un restaurante y los días de mayor concurrencia.

Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente y usuarios

## ➤ **DEMANDA**

Es la cantidad de bienes y servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido.

✚ **Demanda Potencial.-** es la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto, en el mercado, en un tiempo determinado o no establecido.

✚ **Demanda Real.-** es la cantidad de bienes o servicios que se consumen actualmente en el mercado.

✚ **Demanda Efectiva.-** es la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen algunas restricciones como situación económica, nivel de ingresos, que impedirían el acceso a el producto aunque quisieran hacerlo.

✚ **Demanda Insatisfecha.-** es la cantidad de bienes o servicios que hacen falta para satisfacer las necesidades de la población. Es cuando lo producido es menor que lo requerido.

## ➤ **OFERTA**

Es la cantidad de bienes o servicios que los vendedores, productores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado.

- **Oferta de libre mercado.-** existe tal cantidad de oferentes de un mismo producto en donde la posición o participación el mercado están dados por factores como son: la calidad, precio, atención, cantidad, etc.
- **Oferta Oligopólica.-** el mercado se encuentra dominado por pocos ofertantes que imponen sus condiciones de cantidad, precio.
- **Oferta Monopólica.-** existe un solo productor que domina el mercado y que imponen sus propias condiciones.

## **MARKETING MIX**

Es el conjunto de variables de mercadeo que prepara a la empresa para producir un efecto que desea de influir sobre la demanda del producto a ofrecer, buscando que este se adquiera cada vez más; consiste en combinar las “Cuatro P” que son el producto, precio, plaza y la promoción.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> STANTON, Etzel y Walker, FUNDAMENTOS DE MARKETING, novena Edición, Edit. McGraw Hill, MÉXICO, 2002, p.42/57.

## \* PRODUCTO

Es el resultado de un esfuerzo creador, que contiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles (empaquete, precio, cantidad, etc.) los mismos que son percibidos por los compradores. Los productos se clasifican de la siguiente manera:

- **Producto Secundario.**-son productos que se elaboran en base a los resultados de extraer la materia prima.
- **Productos Sustitutos.**- son productos que de una u otra manera pueden remplazar a un producto principal y producir la satisfacción que el cliente requiere.

## \* PRECIO

Es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado por lo general en términos monetarios, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio. Es importante mencionar que la formación de precios influye dentro del éxito o fracaso de los negocios, por ello se hace necesario que las empresas conozcan de su costo total y puedan en base a ello establecer un margen de utilidad que le permita tener un precio competitivo.

## \* PLAZA

<sup>9</sup>Es aquella que incluye los canales de distribución por ser estos los que definen y marcan las diferentes etapas que la propiedad de un producto atraviesa desde el fabricante al consumidor final. Los canales de distribución están formados por

---

<sup>9</sup> STANTON, Etzel y Walker, FUNDAMENTOS DE MARKETING, novena Edición, Edit. McGraw Hill, MÉXICO, 2002, p.42/57.

personas y compañías que intervienen en la transferencia de la propiedad de un producto, a medida que pasa del productor al consumidor final o usuario final.

### \* **PROMOCION**

Es el conjunto de actividades técnicas y métodos, que se utilizan para lograr objetivos específicos como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos que se comercializan. La promoción requiere de una mezcla de la publicidad, propaganda, relaciones públicas y ventas personales.

Dentro de los instrumentos de promoción más comunes están:

- \* Cupones
- \* Rebajas
- \* Premios
- \* Descuento

## **ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción.

### ☆ **TAMAÑO DE LA EMPRESA**

Aquí se cuantifica la capacidad de producción y todos los requerimientos que sean necesarios para el desarrollo del bien por ello se debe tomar en cuenta la demanda y de esta manera determinar la proporción necesaria para satisfacer a esa demanda.

**Capacidad del sistema:** Es el nivel de producción o de servicios que una empresa puede ofrecer en base a las especificaciones técnicas de los equipos que utiliza.

**Capacidad organizacional:** Es el volumen o nivel de producción o de servicios que en condiciones normales una empresa puede ofrecer con base en sus procesos y organización

**Producción real:** Es el volumen o nivel de producción o de servicios que una empresa realmente alcanza teniendo en cuenta los eventos, contingencias y situaciones que con frecuencia se pueden presentar y que afectan el resultado, **Por ejemplo:** accidentes, errores técnicos o humanos, daños, varada de una máquina.

### ★ UBICACIÓN

Es muy importante ya que de ella depende la rentabilidad de la empresa. Para elegir la ubicación de la futura empresa se deben tener en cuenta los siguientes factores:

- 🌐 Ubicación geográfica de la empresa, Comunicaciones Telecomunicaciones.
- 🌐 Facilidad de Transporte, Clima, Facilidades de servicios públicos.
- 🌐 Niveles de contaminación, o desechos.

### TIPO DE PROCESO Y FUNCIÓN

Nombre del equipo y función que desempeña (cortar, calentar, evaporar, lavar, empacar, pesar, refrigerar, congelar, etc.)

## ☆ EL PROCESO PRODUCTIVO

Para que el proceso productivo se desarrolle y el producto obtenido sea el mejor es importante que se cuente con una buena materia prima, una excelente maquinaria y una mano de obra eficiente.

Para entender este proceso es necesario dividirlo en tres partes:

**Estado inicial:** Aquí se ubican los insumos que son aquellos sobre los cuales se efectuara el proceso de transformación para obtener el producto final.

**Proceso transformador:** Es el conjunto de operaciones que realiza el personal y la maquinaria para elaborar el producto final.

**El proceso final:** Se ubica el producto o bienes finales resultado del proceso de transformación.

## ☆ DIAGRAMA DE FLUJO O FLUJO GRAMA

Un flujo grama <sup>10</sup> es un proceso bien detallado, en el cual se detalla paso a paso las actividades que realiza una empresa de servicios o una empresa de producción.

**LIMITES:** este símbolo se usa para identificar el inicio y el fin de un proceso.

**OPERACIÓN:** cambio o transformación en algún componente del producto. En la parte superior se escribe quien es el responsable y en la parte inferior la actividad.

**TRANSPORTE:** es la acción de movilizar algún elemento en determinada operación.

**DEMORA:** se presentan cuando existen cuellos de botella en el proceso.

**ALMACENAMIENTO:** puede ser de materia prima, de producto en proceso, o de producto terminado.

---

<sup>10</sup> ZACCARELLI, Sergio Bautista, PROGRAMACION Y CONTROL DE LA PRODUCCIÓN, Sao Paulo Atlas



**INSPECCIÓN:** es la acción de controlar que se efectuó correctamente una operación o transporte.

**DECISIÓN:** representa al punto del proceso donde se debe tomar una decisión. La pregunta se escribe dentro del rombo, dos flechas salen del rombo, muestran la dirección del proceso, en función de la respuesta real.

## **DISTRIBUCIÓN EN PLANTA**

Es la manera adecuada de cómo se disponen los equipos, materiales y el talento humano en el interior de una empresa para lograr la productividad esperada, por lo tanto se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- ❖ **MINIMIZAR EL MANEJO DE MATERIAL:** un buen arreglo de la planta debe minimizar las distancias y el tiempo requerido para mover los materiales a través de los procesos de producción.
- ❖ **REDUCCION DE LOS RIESGOS PARA LOS TRABAJADORES:** consiste en reducir los peligros y aumentar la seguridad de los trabajadores.
- ❖ **INCREMENTO DEL ÁNIMO DE LOS TRABAJADORES:** se debe crear un ambiente favorable para evitar presiones o conflictos, y contribuir a mantener la armonía entre los trabajadores e beneficio de la productividad.
- ❖ **UTILIZACION DE ESPACIOS DISPONIBLES:** el espacio debe usarse en su totalidad para elevar al máximo el rendimiento sobre la inversión de la planta.
- ❖ **UTILIZACION EFECIVA DE LA MANO DE OBRA:** favorece la efectiva utilización de la mano de obra, los trabajadores no deberán tener excesivo tiempo ocioso, o tener que recorrer grandes distancias para obtener herramientas o suministros-

# ORGANIZACIÓN LEGAL Y ADMINISTRATIVA

## 📍 ORGANIZACIÓN LEGAL

Dentro de la estructura legal para la constitución de mi empresa debo tomar en cuenta lo siguiente:

- 📍 Tipo de Empresa
- 📍 Nombre de la empresa.
- 📍 Número de socios.
- 📍 Capital y aporte de los socios.
- 📍 Domicilio de la compañía:
- 📍 Objetivo de la compañía:
- 📍 Finalidad de la compañía:

El funcionamiento administrativo y financiero de la empresa de servicios; se enmarcará en base a las siguientes disposiciones legales:

- ❖ Ministerio de Educación, Cultura, Trabajo y Empleo.
- ❖ Ley de Régimen Tributario Interno y su reglamento.
- ❖ Ley de Seguridad Social
- ❖ Planes y programas

## 📍 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Esta se representa por medio de los organigramas, a los cuales se les acompaña con los manuales de funciones, en los cuales se establece los niveles jerárquicos de autoridad. Esta se encuentra constituida por diversos elementos como son: los materiales, instrumentos que sirven para el funcionamiento de la misma y el

personal, el cual está conformado por un Gerente, una Secretaria-Cajera, y un conserje.

## **NIVELES JERARQUICOS**

La jerarquía cuando se individualiza podría definirse como el status o rango que posee un trabajador dentro de una empresa, así el individuo que desempeña como Gerente goza indudablemente de un respetable status dentro de la misma, pero la diferencia de este individuo en su cargo también condicionará su mayor o menor jerarquía dentro de una empresa, entre esta tenemos:

- ⇒ **NIVEL LEGISLATIVO.-** Constituido por la junta de accionistas, encargado de legislar las políticas, normas procedimientos resoluciones, etc. Este nivel se encargara de decidir sobre los aspectos de mayor importancia.
- ⇒ **NIVEL DIRECTIVO.-** Constituido por el gerente, encargado de planear, orientar, encargado además de dar cumplimiento a cada una de las actividades de las unidades que se encuentran a su mando.
- ⇒ **NIVEL ASESOR.-** Constituido por los ingenieros en tributación, encargados de aconsejar, informar en cuanto a la materia que se encuentran asesorando, es importante mencionar que este no tiene autoridad de mando, sino autoridad funcional, no toma decisiones ni ordena solo orienta a los altos mandos
- ⇒ **NIVEL OPERATIVO,-** Está constituido por la Contadora el jefe financiero y el de Ventas, quienes son los responsables directos de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa

⇒ **NIVEL AUXILIAR.-** Constituido por la secretaria y el conserje, quienes ayudaran a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios, de tal manera que estos se den con eficiencia y oportunidad, su grado de autoridad es mínimo, así como su responsabilidad.<sup>11</sup>

## **ORGANIGRAMAS**

Son cuadros de organización que muestran ordenadamente los diferentes agrupamientos de las actividades básicas en departamentos y otras unidades, también las principales líneas de autoridad y responsabilidad entre estos departamentos y unidades. Los organigramas que hemos establecido en nuestra compañía son dos: estructural y funcional.

### **☆ MANUAL DE FUNCIONES**

<sup>12</sup>Determina las funciones y responsabilidad que les corresponde realizar a cada uno de los ejecutivos y trabajadores de la empresa. Así como también define la línea de autoridad. Este debe contener:

- ❖ Relación de dependencia
- ❖ Dependencia Jerárquica.
- ❖ Naturaleza del Trabajo.
- ❖ Tareas Principales.
- ❖ Responsabilidades.

---

<sup>11</sup> <http://www.google.com.ec/#hl=es&client=psy-ab&q=niveles+jerarquicos>

<sup>12</sup> **Manual de CONTABILIDAD DE COSTOS**

## ESTUDIO FINANCIERO

La parte del análisis económico pretende determinar, cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de operación, que abarque las funciones de producción, administración y ventas.

### ❖ INVERSIONES

La estimación de las inversiones es una etapa trascendental, en razón que del monto al que asciendan dependerá la forma como se financiara y el número de socios requeridos para la conformación de la empresa. La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos, los tangibles y diferidos o intangibles, necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo.

- \* **INVERSIONES FIJAS O ACTIVOS:** Comprende las inversiones fijas sujetas a depreciación, a excepto del terreno, y se genera en la instalación de la empresa.
- \* **ACTIVOS DIFERIDOS:** En este rubro se tomó en cuenta los gastos realizados en el estudio del proyecto y otros gastos relacionados con el mismo.
- \* **ACTIVOS CIRCULANTE:** Este activo está constituido por valores necesarios para la operación normal del proyecto como son materia prima directa, materia prima indirecta, mano de obra etc.

## ❖ FINANCIAMIENTO

El financiamiento de las inversiones necesarias para el funcionamiento del proyecto, provendrán de dos fuentes: aporte de socios de la empresa y la solicitud de un crédito a una entidad Bancaria de la localidad.

## ❖ PRESUPUESTO DE COSTOS

El presupuesto de costos permitirá estimar y distribuir los costos del proyecto en términos totales y unitarios, con lo cual se estará determinando la cantidad de recursos monetarios que exige el proyecto en su vida útil, entre ellos tenemos

- **Costos Producción:** Dentro de los cuales tenemos el costo primo, costos de instalaciones, agua, control de calidad, mantenimiento, etc.
- **Gastos de Administración:** sueldos administrativos, Dep. de equipo de oficina, servicios básicos, etc.
- **Gastos de Ventas:** se origina por la venta del producto, sueldos de vendedores, pruebas de mercado, etc.
- **Gastos de Financieros:** dentro de los cuales están los pagos por interés por algún préstamo bancario.

## ❖ PRESUPUESTO DE INGRESOS

Está dado por los dineros que se esperan percibir por la venta de los productos.

## ❖ PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el punto en donde se une los costos e ingresos, por lo tanto la empresa no gana ni pierde solo recupera la inversión, su interpretación gráfica permite que la empresa

conozca hasta que capacidad instalada o nivel de ingresos puede producir para no obtener ni utilidad ni pérdida.

✚ **Costos fijos:** Son aquellas erogaciones que no tienen una relación directa con la producción, y que existen con solo el hecho de que la empresa exista.

✚ **Costos variables:** son aquellos valores que tienen una relación directa con la producción y por lo tanto con su nivel, es decir si aumenta la producción aumentan los costos variables y si la producción disminuye los costos variables también disminuyen.

### Fórmulas para el punto de equilibrio

❖ Según la capacidad instalada

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} * 100$$

❖ En función de las ventas

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

## ESTADO DE RESULTADOS

Es aquel que demuestra un resumen de los ingresos y egresos para conocer si se obtiene utilidad o pérdida.

## EVALUACIÓN FINANCIERA

### ❖ FLUJO DE CAJA

Es un estado financiero que presenta en forma significativa los diversos conceptos de entrada y salida del efectivo, efectuados en un periodo.<sup>13</sup>

### ❖ VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El VAN mide la rentabilidad deseada después de haber recuperado la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación y se le resta la inversión inicial total que se indica en el año cero.

$$\text{VAN} = \text{Flujos Actualizados} - \text{Inversión}$$

### ❖ TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Mide la rentabilidad como porcentaje. La máxima tasa exigible será aquella que haga que el VAN sea cero, y ésta tasa está representada por la TIR.

$$\text{TIR} = T_m + Dt\left(\frac{\text{VAN Menor}}{\text{VAN Menor} - \text{VAN Mayor}}\right)$$

- ⇒ **Si la TIR es >** que el costo de oportunidad se acepta el proyecto
- ⇒ **Si la TIR es =** que el costo de oportunidad la inversión criterio del emprendedor
- ⇒ **Si la TIR es <** que el costo de oportunidad no se acepta el proyecto

---

<sup>13 13</sup> **SAPAG CHAIN Nassir y Reinaldo, PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, 3ra. Edición, Mc Graw-Hill**



### ❖ PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Es uno de los métodos más utilizados para realizar la evaluación económica de un proyecto, sirve para calcular el número de años necesarios para recuperar la inversión inicial.

$$\text{PRC} = \frac{\text{Sumatoria del año que supera la inversión} - \text{Inversión}}{\text{Flujo del ultimo año que supera la inversión}}$$

### ❖ RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Relaciona los costos con los ingresos para conocer cuánto se va a ganar por cada dólar invertido.

$$\text{RBC} = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos Actualizados}}$$

- ⇒ **Si el coeficiente es > 1** el proyecto es rentable
- ⇒ **{Si el coeficiente es = 1** el proyecto es indiferente
- ⇒ **Si el coeficiente es < 1** el proyecto no es rentable

### ❖ ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Con el análisis de sensibilidad se determina cual es el nivel mínimo de ventas que puede tener la empresa para seguir siendo rentables.

- ⇒ **Si el coeficiente es > 1** el proyecto es sensible
- ⇒ **Si el coeficiente es = 1** no hay efectos en el proyecto
- ⇒ **Si el coeficiente es < 1** el proyecto no es sensible

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

**MATERIALES:** Dentro de los Materiales utilizados:

### **SUMINISTROS DE OFICINA.**

- Resmas de Papel Bond
- Carpetas perfiles
- Lápices, Borradores
- Tinta para la impresora
- Libros,
- Revistas
- Documentos

### **EQUIPOS DE OFICINA**

- Flash Memory
- Calculadora
- Computadora.
- Impresora.
- Internet.

Dentro de la realización de éste Proyecto de Factibilidad para la implementación de una Empresa Productora y Comercializadora de Tamales de Verde que estará ubicada en la ciudad de Loja, aplique la siguiente metodología en donde cada individuo o elemento tiene la misma oportunidad de selección que cualquier otro.

Para lograr los objetivos determinados, debí recurrir a más de un método y técnicas, como son los siguientes:

## MÉTODOS

- ☆ **Método Histórico:** Para conocer los hechos más relevantes del producto, sus antecedentes históricos, su origen, creación de empresas y la investigación que me permitió analizar la situación actual por la que está atravesando el sector empresarial.
- ☆ **Método Inductivo:** Utilizado para poder comprender los resultados de las encuestas, y así determinar hacia quien iba dirigido el cuestionario de la misma, y que es lo que se quiso obtener de los encuestados.
- ☆ **Método Deductivo:** Este método deductivo y sintético permitió analizar problemas amplios para luego concretarlos , más en particularidades, es decir partir de lo general a lo particular, también permitió estudiar aspectos globales que abarcan las características principales del mercado , desde el entorno macro económico, donde se conoció los Autoservicios y Cafeterías, frente al problema por falta de algún tipo de productos nuevos e innovadores, que satisfagan las necesidades de los consumidores.

## TÉCNICAS

Las Técnicas utilizadas son las siguientes:

- ☆ **Investigación bibliográfica.-** La misma que sirvió para asegurar la validez y confiabilidad en el desarrollo del trabajo objeto de investigación.
- ☆ **Observación.-** Esta sirvió para ver y oír consciente y analíticamente los hechos y fenómenos investigados, para así de esta manera aplicar la técnica de la encuesta y obtener la información necesaria para realizar mi proyecto.

☆ **Encuesta.-** Utilizada para la recolección de datos, los mismos que sirvieron para saber a cuántos Autoservicios y Cafeterías encuestar, para de esa manera organizar, tabular y presentar la información y poder así analizar los resultados obtenidos, con la información recopilada a través de esta técnica.

Los datos detallados en el siguiente cuadro fueron recolectados en el SRI específicamente del departamento de Planificación y los mismos que sirvieron para poder saber la demanda total, real y efectiva, que tendrá el producto en la Ciudad de Loja, en pocas palabras si la Empresa será factible, lo cual se obtiene de las encuestas a aplicar para luego proceder a tabular mediante técnicas matemáticas y estadísticas.

#### **AUTOSERVICIOS Y CAFETERÍAS DE LA CIUDAD**

<b>AUTOSERVICIOS</b>	<b>CAFETERÍAS</b>	<b>TOTAL DE PROVEEDORES</b>
82	75	157

Fuente: SRI (Planificaciones)

Elaboración: Autora del Proyecto.

## PROCEDIMIENTO PARA LA REALIZACIÓN DEL PROYECTO

Para realizar el Proyecto de Tesis primeramente se realizó un **Estudio de Mercado**, el cual se logró por medio de la aplicación de las encuestas, las mismas que permitieron establecer la demanda efectiva del producto, la estrategia de comercialización, y a definir las políticas con las que regirá ésta empresa,

Posteriormente se realizó un **Estudio Técnico**, en el cual se determinó la localización de la empresa, procurando buscar un lugar estratégico, así mismo el tamaño que me permitió establecer el volumen de producción que se tendrá a través de la capacidad instalada y la Ingeniería del proyecto que me permitirá contar con el personal de apoyo que necesitaré para instalar la empresa, así como también con un Ingeniero Civil para el diseño de las instalaciones, un Ingeniero Técnico para la instalación y operación de la maquinaria, planta y equipo, un Ingeniero en Seguridad que descarte los accidentes dentro de la empresa y un Asesor Legal que me ayudará a mantener las normas establecidas por los organismos de control.

En la parte organizacional y legal, puedo decir que se tomó en cuenta la ley de compañías, con el propósito de conocer la forma de cómo estará organizada la empresa, partiendo desde su razón social, base legal, tipo de organización, personal y manual de funciones.

Por medio de éste proyecto lo que busque es obtener un financiamiento bancario, que me permitiera implantar la empresa, estableciendo normas legales de

constitución, un **análisis financiero** el cual me permitió conocer la rentabilidad del proyecto a través de la determinación de costos, pronósticos, puntos de equilibrio, análisis y demás indicadores económicos, los que permitieron establecer el grado de rentabilidad que tendrá la inversión.

Finalmente en base a los resultados obtenidos, formulé las conclusiones y recomendaciones del trabajo investigado.

## f. RESULTADOS.

### 6.1 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Comprende toda la información necesaria y real que se obtuvo, mediante la aplicación de las encuestas aplicadas a los Propietarios de los Autoservicios y Cafeterías de la Ciudad de Loja, la misma que nos sirvió para realizar el diagnóstico del presente proyecto

1. ¿En la empresa pone a la disposición de sus clientes, productos semielaborados tales como: Tamales de Maíz, Humitas, Empanadas de verde, etc?

**CUADRO # 1**

#### PONE A DISPOSICIÓN DE SUS CLIENTES PRODUCTOS SEMIELABORADOS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	155	99%
NO	2	1%
<b>TOTAL</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cafeterías y Autoservicios

Elaboración: Patricia Morocho V.

**GRÁFICO # 1**



Fuente: Cuadro Nro. 1

Elaboración: Patricia Morocho V.

**INTERPRETACIÓN:** Según las respuestas dadas por los propietarios de los autoservicios y cafeterías, 155 que representan el 99% de los encuestados opinan que si ponen a disposición del público productos semielaborados como tamales de maíz, humitas, empanadas de verde, etc. los mismos que les sirve para satisfacer la demanda que emanan sus consumidores.

**2, ¿Cuál de los siguientes productos semielaborados ofrece usted a sus clientes?**

**CUADRO # 2  
PRODUCTOS QUE OFRECE A SUS CLIENTES**

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>TAMALES DE MAIZ</b>	155	100%
<b>HUMITAS</b>	150	97%
<b>EMPANADAS DE VERDE</b>	153	99%

Fuente: Cafeterías y Autoservicios  
Elaboración: Patricia Morocho V.

**GRÁFICO # 2**



Fuente: Cuadro # 2  
Elaboración: Patricia Morocho V.



**INTERPRETACIÓN:** De los resultados obtenidos de los Propietarios de los Autoservicios y Cafeterías de la Ciudad, 155 de ellos que significan un 100% según la demanda total, consumen tamales de maíz con relleno tanto de pollo, como de chanco, los mismos que se convierten en clientes Reales.

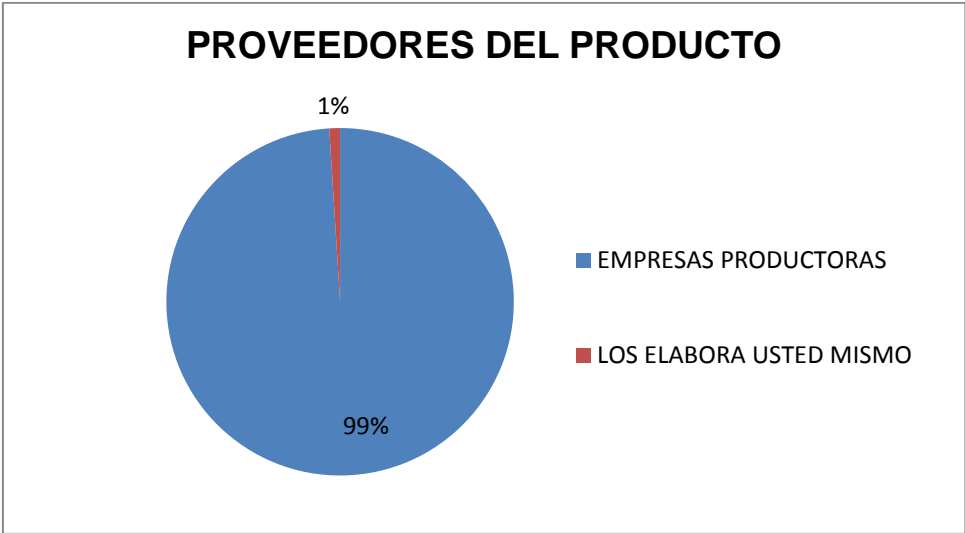
**3. ¿Quién le provee los Tamales de Maíz que expende en su local?**

**CUADRO # 3  
PROVEEDORES DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EMPRESAS PRODUCTORAS	153	98%
LOS ELABORA USTED MISMA(O)	2	12%
<b>TOTAL</b>	<b>155</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cafeterías y Autoservicios  
Elaboración: Patricia Morocho V.

**GRÁFICO # 3**



Fuente: Cuadro Nro. 3  
Elaboración: Patricia Morocho V.

**INTERPRETACIÓN:** Analizando el cuadro # 3 tenemos que quien le distribuye los tamales de maíz a los propietarios de los autoservicios y cafeterías de la ciudad de Loja, es la Empresa Alpri con un 99%, la misma que dio a conocer su producto mediante degustaciones, mientras que el 1% de ellos opinan que ellos mismos lo elaboran, ya que así obtienen más utilidades en su negocio.

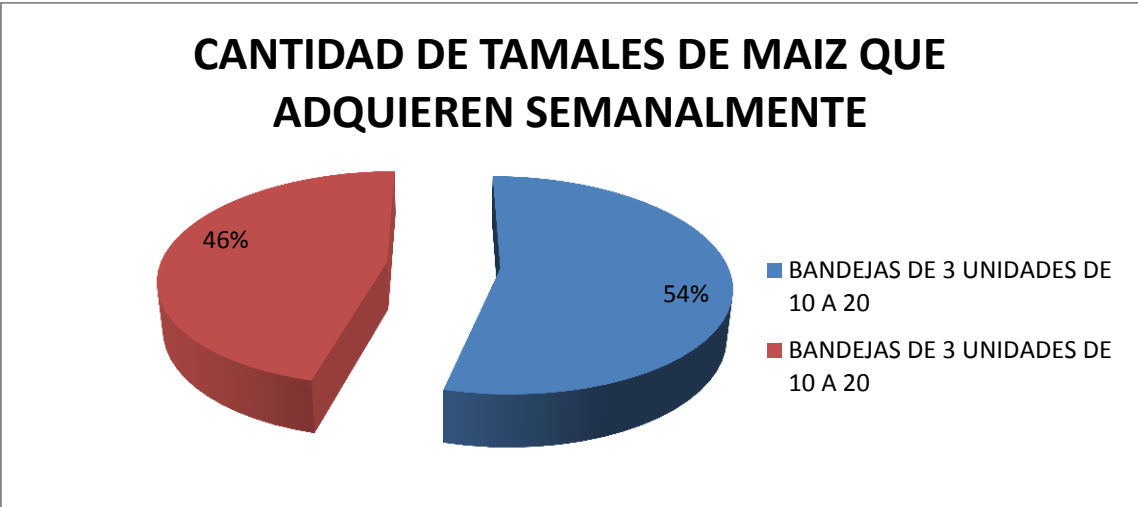
**4¿Qué cantidad de Tamales de Maíz adquiere semanalmente, para su comercialización?**

**CUADRO # 4  
CANTIDAD QUE ADQUIEREN SEMANALMENTE**

DESCRIPCION	CANTIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bandejas de 3 unidades	de 10 a 20	83	54%
Bandejas de 6 unidades	de 21 a 30	70	46%
<b>TOTAL</b>		<b>153</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autoservicios y cafeterías de Loja  
 Autora: Patricia Morocho V.

**CUADRO # 4**



Fuente: Cuadro # 4  
 Autora: Patricia Morocho V.

**.INTERPRETACIÓN:** Según las encuestas aplicadas a los propietarios de las cafeterías y autoservicios, se puede mencionar que 83 de ellos, con un 54% adquieren semanalmente de 10 a 20 bandejas de tamales de maíz de 3 unidades para la venta, así mismo se puede decir que 70 propietarios encuestados con un 46% adquieren de 21 a 30 bandejas de 6 unidades de la Empresa Alpri.

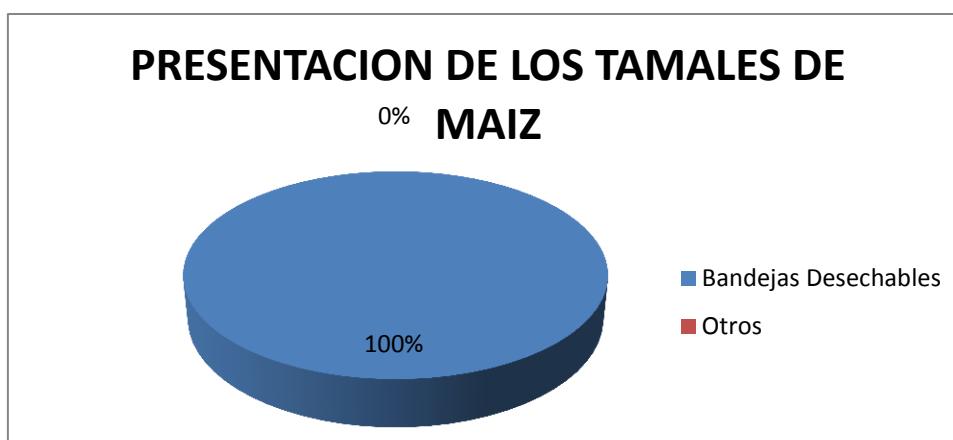
**5. ¿En qué presentación le ofrecen los tamales de maíz para su venta?**

**CUADRO # 5  
PRESENTACIÓN DE LOS TAMALES DE MAIZ.**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BANDEJAS DESECHABLES	153	100%
OTROS	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>153</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cafeterías y Autoservicios  
Elaboración: Patricia Morocho V.

**GRÁFICO # 5**



FUENTE: Cuadro Nro. 5  
ELABORACIÓN: Patricia Morocho V.

**Interpretación:** De las respuestas obtenidas de los Propietarios de los autoservicios y cafeterías de la Ciudad, se puede decir que todos opinan que la presentación en la que les ofrecen los tamales de maíz es en Bandejas Desechables, ya que les distribuye la misma Empresa " Alpri "y solo distribuye sus productos en esta presentación.

**6. ¿Cómo los considera a los tamales de maíz, con respecto a presentación, precio, calidad?**

**CUADRO # 6  
COMO LOS CONSIDERA A LOS TAMALES DE MAIZ CON RESPECTO A  
PRESENTACIÓN, PRECIO, CALIDAD.**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
REGULARES	15	10%
BUENOS	138	90%
<b>TOTAL</b>	<b>153</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cafeterías y Autoservicios  
Elaboración: Patricia Morocho V.

**GRÁFICO # 6**



Fuente: Cuadro Nro. 6  
Elaboración: Patricia Morocho V.

**Interpretación:** Según el análisis del cuadro # 6, puedo mencionar que 15 empresarios con un total del 10%, consideran que los productos que les ofrecen son regulares, mientras que 138 de ellos en cambio opinan que el producto es bueno referente al sabor, la calidad y precio, pero el empaque es lo único que no les llama la atención, debido a que es muy sencillo y poco llamativo.

**7. ¿Cuál es el precio que paga por cada bandeja de tamales de maíz?**

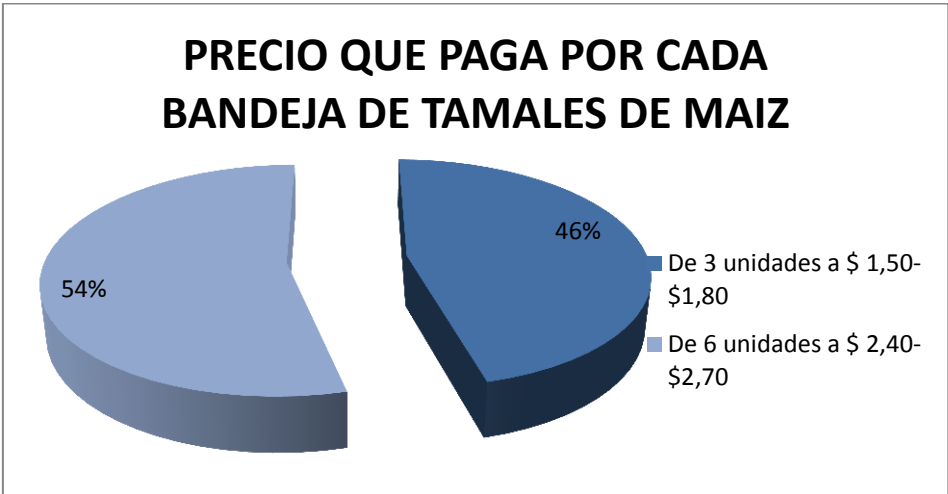
**CUADRO # 7**

**PRECIO QUE PAGA POR CADA BANDEJA DE TAMALES DE MAIZ**

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 3 unidades a \$1,50 - \$1,80	83	54%
De 6 unidades a \$2,40 - \$2,70	70	46%
<b>TOTAL</b>	<b>153</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cafeterías y Autoservicios  
 Elaboración: Patricia Morocho V.

**GRAFICO # 7**



Fuente: Cuadro Nro. 7  
 Elaboración: Patricia Morocho V.

**INTERPRETACIÓN:** El precio es el valor que los usuarios estarían dispuestos a pagar para la obtención de un producto, en este caso se puede mencionar que de los propietarios encuestados tanto de los autoservicios como de las cafeterías hay 83 opiniones en las que dan a conocer que por las bandejas de 3 unidades pagan de 1,50 a 1,80, así mismo 70 que por las de 6 unidades pagan de 2,40 a 2,70, lo cual da como resultado un porcentaje del 46%.

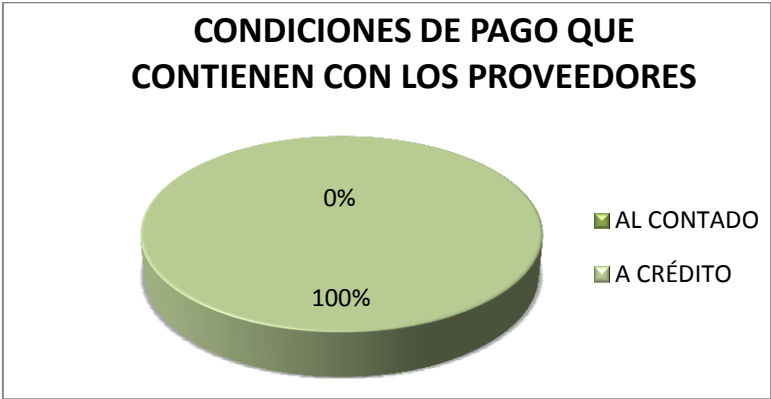
**8. ¿Qué condiciones de compra y forma de pago mantiene con sus proveedores?**

**CUADRO # 8  
CONDICIONES DE PAGO QUE CONTIENEN CON LOS PROVEEDORES**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
AL CONTADO	0	0%
A CRÉDITO	153	100%
<b>TOTAL</b>	<b>153</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cafeterías y Autoservicios  
Elaboración: Patricia Morocho V.

**GRÁFICO # 8**



Fuente: Cuadro #. 8  
Elaboración: Patricia Morocho V.

**Interpretación:** Según los datos obtenidos de los propietarios tanto de los autoservicios y cafeterías encuestados, puedo decir que las condiciones de pago que ellos mantienen con sus proveedores son a crédito, ya que con la misma venta que realizan del producto pueden cubrir ese pago,

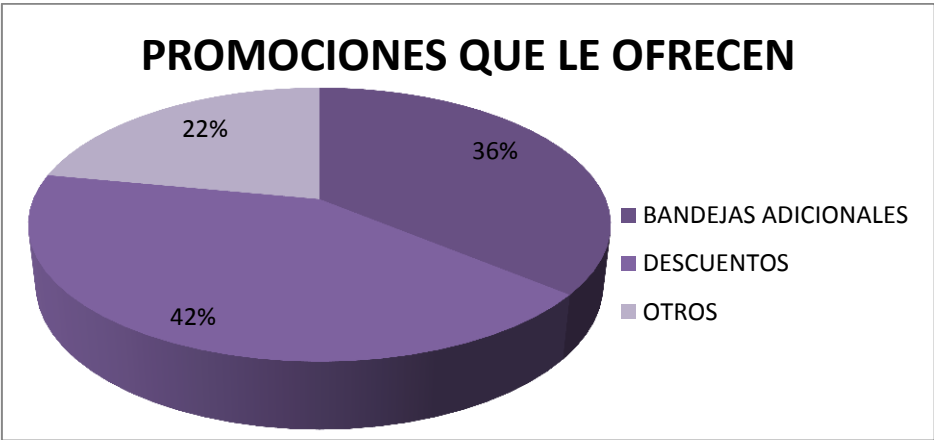
**9. ¿Cuándo realizan la compra de los tamales de maíz por mayor ¿Qué tipo de promociones les ofrecen?**

**CUADRO # 9  
PROMOCIONES QUE LE OFRECEN POR LOS TAMALES DE MAIZ.**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BANDEJAS ADICIONALES	55	36%
DESCUENTOS	65	42%
OTROS	33	22%
<b>TOTAL</b>	<b>153</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cafeterías y Autoservicios  
Elaboración: Patricia Morocho V.

**GRÁFICO # 9**



Fuente: Cuadro Nro.9  
Elaboración: Patricia Morocho V.

**INTERPRETACIÓN:** Con respecto a esta pregunta se puede decir que 65 empresarios que equivalen al 42%, han manifestado que una de las promociones que les brindan sus proveedores son descuentos acorde a las compras que realizan, así mismo con un porcentaje del 36%, en cambio que por una compra elevada a la normal les ofrecen bandejas adicionales, y por último 33 con un 22% que les ofrecen otro tipo de promociones.

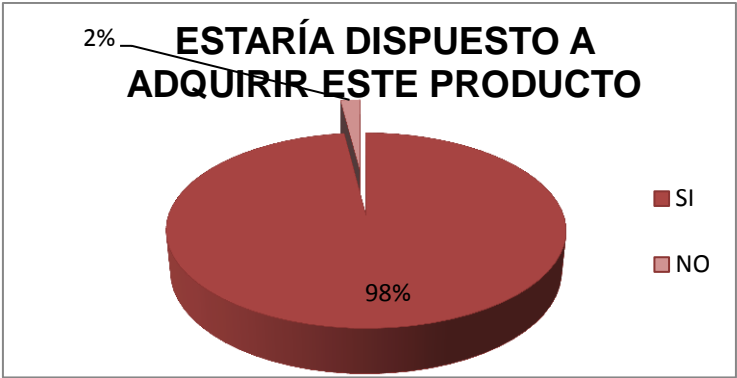
**10. ¿En caso de implementarse una empresa dedicada a la producción y comercialización de Tamales de Verde, ¿Usted estaría dispuesto a adquirirlos para su comercialización?**

**CUADRO # 10**  
**ESTARÍA DISPUESTO A ADQUIRIR TAMALES DE VERDE**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	151	98%
NO	2	2%
<b>TOTAL</b>	<b>153</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cafeterías y Autoservicios  
Elaboración: Patricia Morocho V.

**GRÁFICO # 10**



Fuente: Cuadro Nro.10  
Elaboración: Patricia Morocho V.



**INTERPRETACIÓN:** De las respuestas obtenidas por los empresarios, 151 de ellos con un 98% estarían dispuestos a consumir Tamales de Verde, mientras que 2 de ellos no estarían dispuestos a adquirir este producto; debido a que recién están empezando su negocio y primero quiere darse a conocer bien por su clientela para luego consumirlo

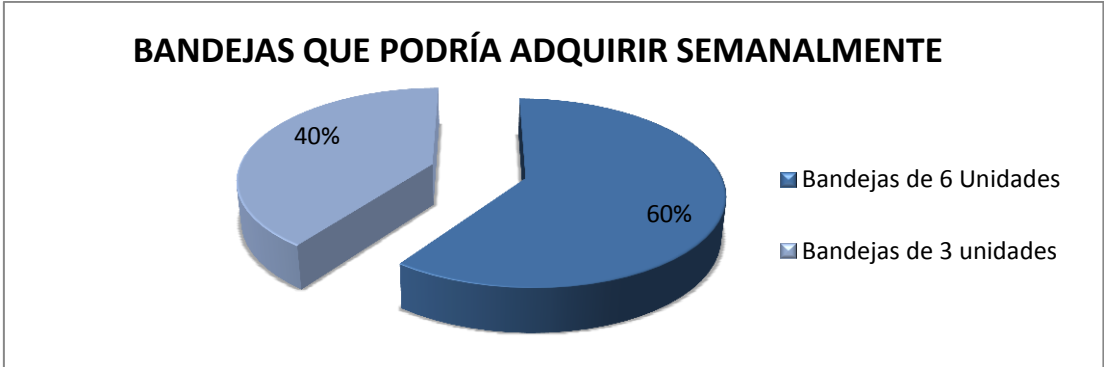
**11. ¿Cuántas bandejas de Tamales de Verde podría adquirir semanalmente para su comercialización?**

**CUADRO # 11  
BANDEJAS DE TAMALES DE VERDE QUE PODRÍA ADQUIRIR SEMANALMENTE**

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PUNTO MEDIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BANDEJAS DE 6 UNIDADES	10 a 20	15	90	60%
BANDEJAS DE 3 UNIDADES	21 a 30	25	51	40%
<b>TOTAL</b>			<b>151</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cafeterías y Autoservicios  
Elaboración: Patricia Morocho V.

**GRÁFICO # 11**



Fuente: Cuadro Nro.11  
Elaboración: La Autora

**INTERPRETACIÓN:** Según las encuestas aplicadas a los Propietarios de los Autoservicios y Cafeterías de la ciudad, se puede mencionar que 90 de ellos con un total de 60 % opinan que estarían dispuestos a adquirir de 10 a 20 bandejas de 6 unidades para la venta semanalmente, mientras que 49 con un porcentaje del 40%, en cambio opinan que están dispuestos a adquirir de 20 a 30 bandejas de 3 unidades, hasta que el producto tenga la acogida deseada.

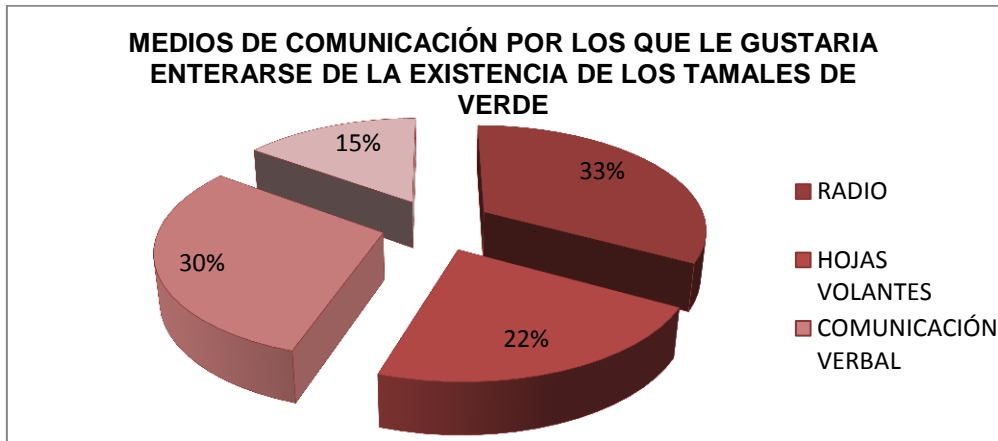
**12¿Por qué medios de comunicación le gustaría enterarse de la existencia de los Tamales de Verde I? Marque con una X una sola opción.**

**CUADRO # 12**  
**MEDIOS DE COMUNICACIÓN POR LOS QUE LE GUSTARIA ENTERARSE DE LA EXISTENCIA DE LOS TAMALES DE VERDE.**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RADIO	50	33%
HOJAS VOLANTES	35	22%
COMUNICACIÓN VERBAL	45	30%
OTROS	23	15%
<b>TOTAL</b>	<b>153</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cafeterías y Autoservicios  
 Elaboración: Patricia Morocho V.

**GRÁFICO # 12**



**Fuente:** Cuadro Nro.12  
**Elaboración:** La Autora

**Interpretación:** Los medios de publicidad por los cuales los empresarios encuestados les gustaría enterarse de la existencia de los Tamales de Verde, son principalmente la radio con un porcentaje del 33%, ya que es el medio más sintonizado, seguido por las hojas volantes con un 22%, por Comunicación Verbal un 30% y finalmente por otros medios como son, afiches, vallas publicitarias, referencias personales con un 15%.

13. ¿En qué presentación le gustaría que le ofrezcan los Tamales de Verde?  
 marque con una X solo una opción

**CUADRO # 13**  
**PRESENTACIÓN QUE LES GUSTARÍA DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BANDEJAS DESECHABLES	151	100%
BANDEJAS TRANSPARENTES	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>151</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cafeterías y Autoservicios  
 Elaboración: Autora del proyecto

**GRÁFICO # 13**



Fuente: Cuadro Nro.13  
 Elaboración: La Autora

**INTERPRETACIÓN:** En este cuadro me puedo dar cuenta que el 100% de empresarios encuestados, opinan que estarían dispuestos a adquirir el producto con la presentación normal que es la de las bandejas desechables, ya que esa

presentación les resulta más económicos y sus clientes tienen mayor posibilidad de consumir el producto, lo único que dicen que les gustaría es que su precio, calidad e higiene del producto se mantengan.

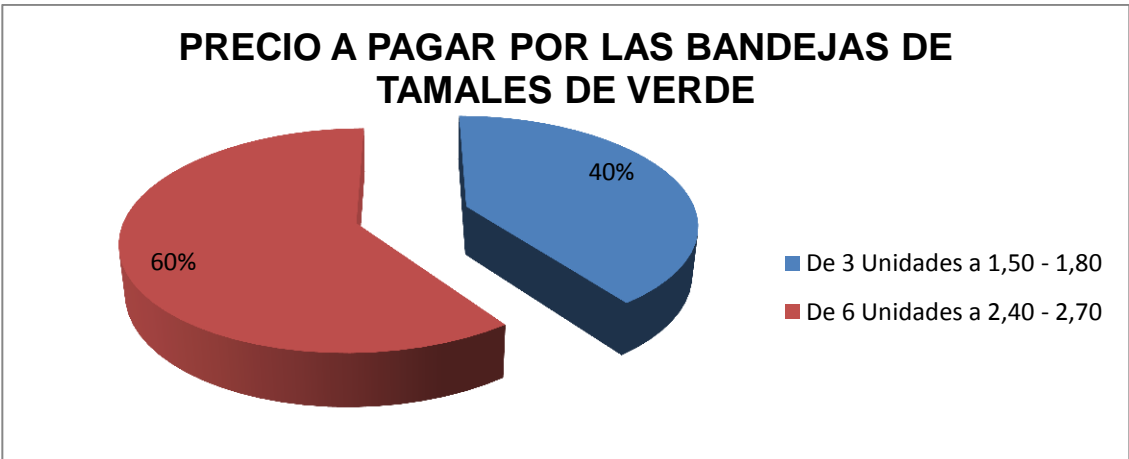
14. ¿Qué precio estaría dispuesto pagar por cada bandeja de Tamal de Verde?

**CUADRO # 14**  
**PRECIO QUE ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR LAS BANDEJAS DE TAMALES DE VERDE.**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
DE 3 UNIDADES A 1.50 - 1.80	61	40%
DE 6 UNIDADES A 2.40 - 2.70	90	60%
<b>TOTAL</b>	<b>151</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cafeterías y Autoservicios  
 Elaboración: Autora del proyecto

**GRÁFICO # 14**



Fuente: Cuadro Nro.14  
 Elaboración: La Autora

**Interpretación:** El precio es el valor que los usuarios estarían dispuestos a pagar para la obtención de un producto, en este caso puedo mencionar que de las personas encuestadas hay 61 opiniones en las que dan a conocer que por las bandejas de 3 unidades estarían dispuestos a pagar de 1,50 a 1,80 por cada bandeja, así mismo 90 pagarían por las de 6 unidades de 2,40 a 2,70, que es el precio que habitualmente pagan por el producto sustituto, que hoy en día ya venden tanto en los Autoservicios y Cafeterías de la Ciudad.

**15. ¿En qué lugar de la Ciudad, le gustaría que le ofrezcan este producto?**

**CUADRO # 15**

**EN QUE LUGAR LE GUSTARÍA QUE LE OFREZCAN ESTE PRODUCTO**

<b>DETALLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SAN SEBASTIÁN	35	23%
SUCRE	63	41%
EL SAGRARIO	20	13%
EL VALLE	35	23%
<b>TOTAL</b>	<b>151</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cafeterías y Autoservicios  
Elaboración: Autora del proyecto

**GRÁFICO # 15**



**Fuente:** Cuadro Nro.15  
**Elaboración:** La Autora

**Interpretación:** Según los resultados obtenidos de los Propietarios de los Autoservicios y Cafeterías de la Ciudad de Loja, puedo decir que el lugar preferido por ellos es la Parroquia el Sucre, con un 41%, seguida por San Sebastián y el Valle con un 23% ya que es lugar histórico, y por último por el Sagrario con un 13%.

**16. ¿Qué promociones le gustaría que le ofrezcan por la compra de los Tamales de Verde?**

**CUADRO # 16**  
**PROMOCIONES QUE LES GUSTARIA**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BANDEJAS ADICIONALES	73	48%
DESCUENTOS	78	52%
<b>TOTAL</b>	<b>151</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Autoservicios y cafeterías de Loja  
**Autora:** Autora del Proyecto

**GRAFICO # 16**



**Fuente:** Cuadro # 16  
**Autora:** Autora del Proyecto

**INTERPRETACIÓN:** Este grafico me servirá para saber qué tipo de promociones son de preferencia de los Empresarios encuestados, en este caso puedo decir que los Empresarios Propietarios de los Autoservicios prefieren los descuentos que les pueda ofrecer a futuro, mientras que los de las Cafeterías prefieren las bandejas adicionales, puesto que así ellos obtendrán mayor ganancias.



## **g. DISCUSIÓN**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **ESTUDIO DE LA DEMANDA**

Este permitirá determinar la demanda total, real y efectiva para así conocer en qué situación se encuentran cada una de ellas, en relación al producto que se quiere elaborar y comercializar.

Por otra parte el análisis de la demanda indicará cuales son las fuerzas de mercado que actúan sobre los requerimientos del producto por parte del mercado y de esta manera establecer las posibles oportunidades que tendrá ésta empresa para atender los requerimientos del mercado,

#### **✧ DEMANDA TOTAL**

#### **CUADRO Nº 18**

#### **PONE A LA DISPOSICION DE SUS CLIENTES PRODUCTOS SEMIELABORADOS.**

<b>AÑOS</b>	<b>AUTOSERVICIOS Y CAFETERÍAS</b>	<b>DEMANDANTES TOTALES 99%</b>
<b>0</b>	157	155
<b>1</b>	162	160
<b>2</b>	168	166
<b>3</b>	174	172
<b>4</b>	180	178
<b>5</b>	186	184

**Fuente:** Propietarios de los autoservicios y cafeterías de la ciudad de Loja.  
**Elaboración:** Patricia Morocho V.

A la Demanda Total se estableció en base a la primera pregunta de la encuesta, la cual dice lo siguiente:

**¿En la empresa pone a la disposición de sus clientes productos semielaborados tales como: Tamales de Maíz, Humitas, Empanadas de verde, etc?**

Según las respuestas dadas por los propietarios de los autoservicios y cafeterías, 155 que representan el 99% de los encuestados opinan que si ponen a disposición del público productos semielaborados como tamales de maíz, humitas, empanadas de verde, etc. los mismos que les sirve para satisfacer la demanda que emanan sus consumidores.

A continuación se demuestra la operación matemática para la obtención de la Demanda Total.

**Autoservicios y Cafeterías = 157**

**Muestras = 155**

**Muestras con la alternativa Si = 99%**

	157	100%	<b>Autoservicios y Cafeterías con la</b>
<b>Demanda Total =</b>	X	99%	

**Demandantes Totales = 155 Empresarios**

**opción Si =**

## ✧ DEMANDA REAL

 **CUADRO N° 19**  
**PRODUCTOS QUE OFRECE A SUS CLIENTES**

AÑOS	DEMANDANTES TOTALES 99%	DEMANDANTES REALES 100%
0	155	155
1	160	160
2	166	166
3	172	172
4	178	178
5	184	184

**Fuente:** Propietarios de los autoservicios y cafeterías de la ciudad de Loja.  
**Elaboración:** Patricia Morocho V.

La Demanda Real se determinó tomando como referencia la segunda pregunta: **¿Cuál de estos productos semielaborados adquiere usted en su establecimiento para expendierlos?** Según los resultados obtenidos de los Propietarios de los Autoservicios y Cafeterías de la Ciudad, puedo decir que el 100% de la demanda total o sea los 155 encuestados, adquieren tamales de maíz con relleno tanto de pollo, como de chancho, convirtiéndose así en clientes reales.

$$\begin{array}{rcl}
 & 155 & 100\% \text{ Demandantes} \\
 \text{Demanda Real} = & \times & 100\% \text{ Reales} \\
 & & \text{= } \mathbf{155 \text{ Empresarios}}
 \end{array}$$

## ⌘ DEMANDA EFECTIVA

### 🇨🇴 CUADRO N° 20

#### ESTARÍA DISPUESTO A ADQUIRIRLO PARA SU COMERCIALIZACIÓN CONSUMIR TAMALES DE VERDE

AÑOS	DEMANDANTES REALES 100%	DEMANDANTES EFECTIVOS 98%
0	155	151
1	160	156
2	166	162
3	172	168
4	178	174
5	184	180

**Fuente:** Propietarios de los autoservicios y cafeterías de la ciudad de Loja.  
**Elaboración:** Patricia Morocho V.

La Demanda Efectiva se estableció en base a los resultados procesados de la pregunta número 10, que dice lo siguiente: **En caso de implementarse una empresa dedicada a la producción y comercialización de Tamales de Verde, ¿Usted estaría dispuesto a adquirirlo para su comercialización?**, la misma que dentro de la opción **“SI”**, que me representa el número de posibles usuarios que tendría mi empresa, siendo en este caso 151 propietarios encuestados, con un porcentaje del 98% los que estarían dispuestos a adquirir tamales de verde para venderlos y obtener la utilidad deseada.

155 100%

**Demanda Efectiva = X 98% Demanda Efectiva = 151Empresarios**

#### ✧ CONSUMO PROMEDIO ANUAL

Se refiere al consumo promedio de producto que estarían dispuestos a adquirir los Propietarios de los Autoservicios y Cafeterías, de la Ciudad, mismos que son mi segmento de mercado, para lo cual tomo como referencia el cuadro N° 6, que me detalla la cantidad de consumo semanal y anual.

### CONSUMO PROMEDIO ANUAL

#### CUADRO # 21

#### CANTIDAD DE BANDEJAS Y UNIDADES QUE PODRÍA ADQUIRIR SEMANALMENTE

	CANTIDAD BANDEJAS	PUNTO MEDIO	UNID A PRODUCIR	FRECUENCIA	SEMANALMENTE		ANUALMENTE	
					Bandejas	Unidades	Bandejas	Unidades
6 UNIDADES	10 a 20	15	90	90	1350	8100	70.200	421.200
3 UNIDADES	21 a 30	25	75	61	1525	4575	79.300	237.900
<b>TOTAL</b>				<b>151</b>			<b>149.500</b>	<b>679.100</b>

**Fuente:** Propietarios de los autoservicios y cafeterías de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** Patricia Morocho V.

## CONSUMO PROMEDIO ANUAL

$$X = \frac{\sum x}{n} = \frac{149.500}{151} = 990 \text{ Bandejas} \quad X = \frac{\sum x}{n} = \frac{679.100}{151} = 4497 \text{ Unidades.}$$

Para calcular el Consumo Promedio Anual, se tomó como referencia el total del Consumo Anual de los Empresarios, dividido para el total de propietarios encuestados, que me han manifestado que estarían dispuestos a adquirir el producto, determinando así que cada empresario se proveerá de 990 Bandejas tanto de 3 como 6 Unidades de Tamales de Verde, que es mi producto a comercializar, para lo cual necesitaré de 4497 Unidades al año para poderlas armar.

## SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

### DEMANDA TOTAL, REAL Y EFECTIVA

**CUADRO # 22**

AÑOS	AUTOSERVICIOS Y CAFETERÍAS 3,5%	DEMANDANTES TOTALES 99%	DEMANDANTES REALES 100%	DEMANDANTES EFECTIVOS 99%	SEMANALMENTE		ANUALMENTE	
					BAN D	UNID	BAND	UNID
2012	157	155	155	151	990	4497	149.490	679.047
2013	162	160	160	156	990	4497	154.440	701.532
2014	168	166	166	162	990	4497	160.380	728.514
2015	174	172	172	168	990	4497	166.320	755.496
2016	180	178	178	174	990	4497	172.260	782.478
2017	186	184	184	180	990	4497	178.200	809.460

Fuente: Cuadro Nº 1, 18, 19, 20 Y 21  
Elaboración: Patricia Morocho V.

Para determinar la demanda en función de la cantidad de producto que se necesita en el mercado, partí del total de Autoservicios y Cafeterías existentes en la Ciudad, datos obtenidos en el Servicio de Rentas Internas (SRI), específicamente del departamento de Planificación.

Con el Total de Empresas proyectadas para los 5 años del proyecto procedí a multiplicar la cantidad de Empresas por el porcentaje que corresponde a la Demanda Total, Real y Efectiva, el total de la misma lo multiplique por el número de Unidades de consumo anual, por el número de empresarios dispuestos a consumir el Producto, obteniendo como resultado la demanda efectiva en función a la cantidad de unidades que se necesitarán en el mercado.

## **ESTUDIO DE LA OFERTA**

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que las empresas están dispuestas a colocar en el mercado en un momento dado a un precio determinado. En este punto es de vital importancia el investigar sobre la situación de los oferentes de Tamales de Maíz, los mismos que vienen a ser la competencia indirecta del producto que deseo elaborar, por tanto es fundamental conocer aspectos tales como: su capacidad instalada a efectos de saber si puede o no incrementar su producción; su producto en sí, para determinar la calidad del mismo, presentación, su tecnología, mejorar la calidad del producto.

El establecer la oferta es quizás uno de los aspectos más complicados para el ofertista, ya que la competencia lo que menos puede hacer es proporcionar información a los actuales y posibles competidores.

Para tener una visión real de la competencia debemos considerar y obtener información sobre algunos aspectos como:

- ✦ Competidores directos (mismo producto).
- ✦ Competidores indirectos (productos sustitutos).
- ✦ Capacidad instalada y utilizada de la competencia.
- ✦ Posibilidades de crecimiento de la competencia.
- ✦ Procesos productivos de la competencia.

## **OFERTA ACTUAL (COMPETENCIA)**

Para determinar la oferta de la competencia con relación a este producto realice una entrevista dirigida hacia el Gerente de La empresa Alpri el Sr Rodrigo Guajala, y a Personas Particulares, que venden productos similares a los que voy a expender o sea productos sustitutos, llamadas así ya que no tienen una empresa establecida, a pesar de eso ellos emiten facturas a sus clientes, para que sus clientes puedan declarar en el SRI por los productos que expenden, tales como tamales, humitas, empanadas de verde, de yuca, etc., en los distintos Autoservicios y Cafeterías de la Ciudad, los cuales son mi mercado meta. Según las respuestas obtenidas, puedo decir que ellos no Producen ni comercializan Tamales de verde, que desconocen de empresas que realicen esta actividad, por lo cual puedo determinar que el producto por sus características no tiene competidor directo. Para tener una visión real de la competencia se debe considerar la variedad de productos sustitutos existentes dentro del mercado, para lo cual utilice el resultado de la entrevista aplicada al Gerente de dicha Empresa, en relación a la cantidad de Tamales de otra clase que comercializan semanalmente, según se muestra en el siguiente cuadro.



## PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

🌀 **NOMBRE DE LA EMPRESA:** EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA "EL SABROSON DE EDMO S.A".

🌀 **RUBRO:** Elaboración de Productos

Para realizarlo debo diseñar estrategias que me permitan llegar a los consumidores en condiciones ventajosas frente a la competencia, para ello me he enfocado en los siguientes elementos: producto, precio, plaza y promoción.

### ✧ PRODUCTO

#### "TAMAL DE VERDE"



### ❖ Descripción del Producto

El tamal de verde será la perfecta entrada de todo platillo, se comerá acompañado de una salsa de ají de pepa, según la preferencia del demandante.

El típico color verde del tamal es porque la masa es mezclada con culantro, manteca negra, maní y principalmente la masa va envuelta en hojas de achira, las mismas que se cocinan en agua hirviendo, para luego darle ese toque oscuroito.

Con la creación de este Producto tendré como fin satisfacer una necesidad, la misma que será la de brindar un producto exquisito, a precio accesible, que se lo

pueda adquirir con facilidad dentro de los Autoservicios y Cafeterías de la Ciudad de Loja, y así mismo adquirir una buena posición en el mercado por la calidad, servicio y variedad de producto que se ofrecerá en el mercado.

En el análisis del producto es necesario hacer una relación entre las características de éste y las del usuario, para así adaptarlo según el mercado, objetivo que lo conseguiremos con la aplicación de la respectiva encuesta, dando como pauta la aplicación de estrategias, como:

- Ofrecer el producto a precios razonables
- Utilizar materia prima de calidad
- Trabajar con la tecnología adecuada
- Realizar controles de calidad en el transcurso y al final del proceso productivo
- Planificar su presentación tomando en cuenta los gustos y preferencias del usuario.

### ❖ **Presentación del producto**

Para esto debo tomar muy en cuenta cuales son los requerimientos del consumidor en cuanto a la presentación del producto, pues ello permitirá diseñar empaques, etiquetas, acondicionamiento de la unidad de medida (gramos, kilos, libras, litros, etc.), logotipo, isotopo; todo ello hace una verdadera diferenciación del producto.

- **Producto:** Tamal de Verde.
- **Empaque:** Cubierta de plástico.
- **Envase:** Bandejas Desechables (rectangulares).
- **Presentación:** de 3 y 6 unidades

- **Ingredientes:** Plátano verde, Guineo verde, maní, huevos, etc.
  - **Precio, Beneficios,**
  - **Duración del producto:** 5 días.
- ❖ **LOGOTIPO – SLOGAN:** Se refiere a La imagen que usare en la portada de mí Producto para que las personas lo puedan identificar y conocerlo, y sobretodo puedan darse cuenta de la calidad, higiene, prestigio y confianza que nuestra empresa representará, mientras que el slogan es la frase clave que me permitirá posicionarme en la mente de mis consumidores. Mi slogan es el siguiente:

# EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA

## "EL SABROSON DE EDMO S.A"



### ✧ PRECIO

Para establecer el precio se debe escoger una política de precios adecuada y que éstos tengan cierta relación a los fijados por la competencia, sin embargo hay que considerar que el producto que la presente empresa ofertará, tendrá características diferentes pero cumplirá ciertos objetivos que lo hacen los productos existentes, más su diferencia es de tipo económico, a este lo estableceré sobre la base de los costos que incurra la producción del mismo más un margen de utilidad que la empresa espera recibir que en este caso será el 30%, pero sin dejar de lado la capacidad adquisitiva del usuario.

## ✧ PLAZA

Para el presente producto el canal de distribución más idóneo para el mismo será:



Se ha considerado este tipo de canal de comercialización ya que el producto será destinado directamente del productor a los Autoservicios y Cafeterías de la Ciudad, y posteriormente al Consumidor Final.

## ✧ PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Toda empresa que pretende ingresar a un mercado tiene que enfrentar la competencia, por lo cual debe plantearse interrogantes como: ¿Para quién se va a producir?, ¿Qué se va a producir?, ¿Dónde se va a producir?, por tales razones la empresa debe emprender en una efectiva publicidad, información que se imparte a través de los diferentes medios de comunicación, dando a conocer las características, beneficios y ventajas del producto que se ofertará.

Las estrategias para alcanzar este objetivo comprenden:

La distribución de hojas volantes para darle a conocer a la gente el producto que esta creará.

La publicación de cuñas publicitarias trimestral para los clientes existentes y algunas empresas selectas como la radio y la televisión.

Degustación e impulsación del Producto tanto para los propietarios de los Autoservicios y Cafeterías, como para sus clientes.

## **ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico me ayuda a determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, con el objeto de determinar la localización, el tamaño de la empresa y la ingeniería del proyecto.

Para lo cual contaré con el apoyo profesional de un Ingeniero en Industrias Alimenticias quien me prestará asesoría en el manejo de los distintos componentes alimenticios del producto.

Adicionalmente utilizaré la asesoría de un Arquitecto, el mismo que me ayudará a diseñar la adecuación de la planta.

El objetivo de este estudio técnico, es definir el tamaño óptimo de la empresa, identificar el equipamiento e instalaciones adecuadas para el funcionamiento de la Empresa Productora y Comercializadora de Tamales de Verde, obedeciendo las necesidades del mercado.

## **TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN**

### **TAMAÑO DE LA EMPRESA**

En este punto del estudio técnico se determina la capacidad instalada y la capacidad utilizada del proyecto, tomando como referencia la demanda efectiva obtenida en el estudio de mercado aplicado anteriormente, así como las posibilidades económicas y las condiciones de la oferta.

El tamaño de la empresa del presente proyecto se lo determinó en función a la demanda insatisfecha proyectada para los 5 años de vida útil del proyecto.

La importancia de definir el tamaño que tendrá la empresa, se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de la inversión, además sobre la

rentabilidad que se podría generar, así mismo el tamaño determinará el nivel de operación, este tamaño dependerá de los factores tomados a consideración en el siguiente punto, la empresa tendrá un tamaño de acuerdo con la estructuración hecha en los estudios preliminares, que determinaron las áreas, las mismas que serán destinadas para: la administración, producción, comercialización, bodega, y una zona para parqueadero.

#### **a. CAPACIDAD INSTALADA**

La capacidad instalada de la empresa está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un período de tiempo determinado, está en función de la demanda a cubrir durante el periodo de vida útil de la empresa.

Así tenemos que la presente empresa trabajará de lunes a viernes 1 jornada de 8 horas por día, 260 días al año.

1. Se necesitan 2 ralladores eléctricos para rallar 300 guineos verdes y 150 plátanos en 20 minutos.
2. La jornada semanal es de 40 horas.
3. El rendimiento por cada ciento de guineo y medio ciento de plátanos es de 100 Tamales.
4. La envoltura de la masa en la hoja se realizará en un tiempo estimado de 40 minutos.
5. La cocción se realizará en una cocina industrial de 3 quemadores por un tiempo de 60 minutos.

Con estas consideraciones tenemos:

Se procesarán 300 tamales en 120 minutos es decir en dos horas, en el día se realizaran 1200 y en el año 312.000 Tamales de verde.

**CUADRO N° 25  
PLANIFICACIÓN DE PRODUCCIÓN**

Producción por día	Producción por Año 260 Días
8 horas	(1.200 x 260)
(Unidades)	(Unidades)
1200	312.000

**CUADRO N° 26  
CAPACIDAD INSTALADA**

AÑO	Capacidad Instalada
0	312.000
1	312.000
2	312.000
3	312.000
4	312.000
5	312.000

**b. CAPACIDAD UTILIZADA**

Se refiere a la producción real, o la verdadera capacidad utilizada en cada año, basada en la capacidad instalada.

Para el adecuado funcionamiento de la empresa se dejó un margen menor de producción que permita superar diversos factores como: introducción del producto al mercado, inexperiencia de la mano de obra, capacitación, regulaciones de carácter legal que no permiten jornadas de trabajo superiores a 8 horas diarias entre otros imprevistos.

Considerando estos factores limitantes creo conveniente trabajar para el primer año con un 80% de la capacidad instalada, para el segundo año con un 83% y para el tercer año con un 86%, para el cuarto 89% y para el quinto año con un 92% de la capacidad instalada. La empresa no trabajará al 100%, debido a que necesitará de un tiempo determinado para realizar el enfriamiento, empaquetamiento y distribución del producto.



**CUADRO Nº 27**  
**CAPACIDAD UTILIZADA**

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA (Unidades)	PORCENTAJE	CAPACIDAD UTILIZADA (Unidades)
1	<b>312.000</b>	80%	249.600
2	<b>312.000</b>	83%	258.960
3	<b>312.000</b>	86%	268.320
4	<b>312.000</b>	89%	277.680
5	<b>312.000</b>	92%	287.040

Fuente: Cuadro Nº 26

Elaboración: Patricia Morocho V.

## LOCALIZACIÓN

Para la localización de la planta de mi proyecto tomaré como base los factores físicos, ambientales y sociales que tienen mucho que ver sobre todo con la materia prima y la mano de obra en este caso de técnicos, medios de transporte, disponibilidad de servicios básicos, y algunas condiciones locales como son: costo para la producción del producto sistemas de vida (clima, recreación) en este caso he definido la instalación de la planta de la siguiente manera:

### FACTORES DE LA LOCALIZACION

#### FACTORES DETERMINANTES DE LOCALIZACIÓN

La localización de la empresa es un aspecto muy importante desde el punto de vista que permite obtener mayores utilidades, en la mayoría de los casos, la localización depende básicamente de los costos de transporte de materia prima, etc.

Los factores más comunes que determinan la localización son: materia prima, mano de obra, energía eléctrica, eliminación de residuos, facilidad de transporte, mercado, infraestructura física, leyes y reglamentos, etc.

Tomando en cuenta estos factores, se ha considerado como lugar propicio para implantar la empresa, la Ciudad de Loja, por considerarse un lugar estratégico, ya que en este sector la empresa estará al alcance de quienes le proveerán la materia prima.

Expresado en forma muy general, se justifica la localización en la ciudad de Loja, específicamente en La Urbanización La Banda; por cuanto se dispone de toda la infraestructura básica que hace posible el desarrollo de actividades contando con:

- ❖ **Servicios:** La Ciudad de Loja, cuenta con los servicios básicos tales como: luz eléctrica, agua potable, telecomunicaciones, vías de acceso, servicios profesionales especializados, etc., lo cual garantiza la implementación de este tipo de Empresa.
- ❖ **Condiciones legales y económicas:** La Ciudad de Loja, cuenta con la infraestructura tanto legal como económica, necesaria para respaldar la instalación de una empresa.
- ❖ **Mano de obra:** Esta Ciudad se ha convertido en un centro muy dinámico, existe un significativo flujo de población inmigrante de las zonas rurales, lo cual hace posible que cuente con una cantidad necesaria de mano de obra disponible, garantizando una seguridad para el proyecto.
- ❖ **Factores Ambientales:** Se los ha podido citar a aquellos que coadyuvan al desarrollo ambiental y por ende a mantener la salud humana de los habitantes de la ciudad; en este sentido se puede manifestar que el proceso productivo de la empresa no afecta al medio ambiente, en razón de que los residuos serán ubicados en los lugares que la Ilustre municipalidad a dispuesto para el caso.

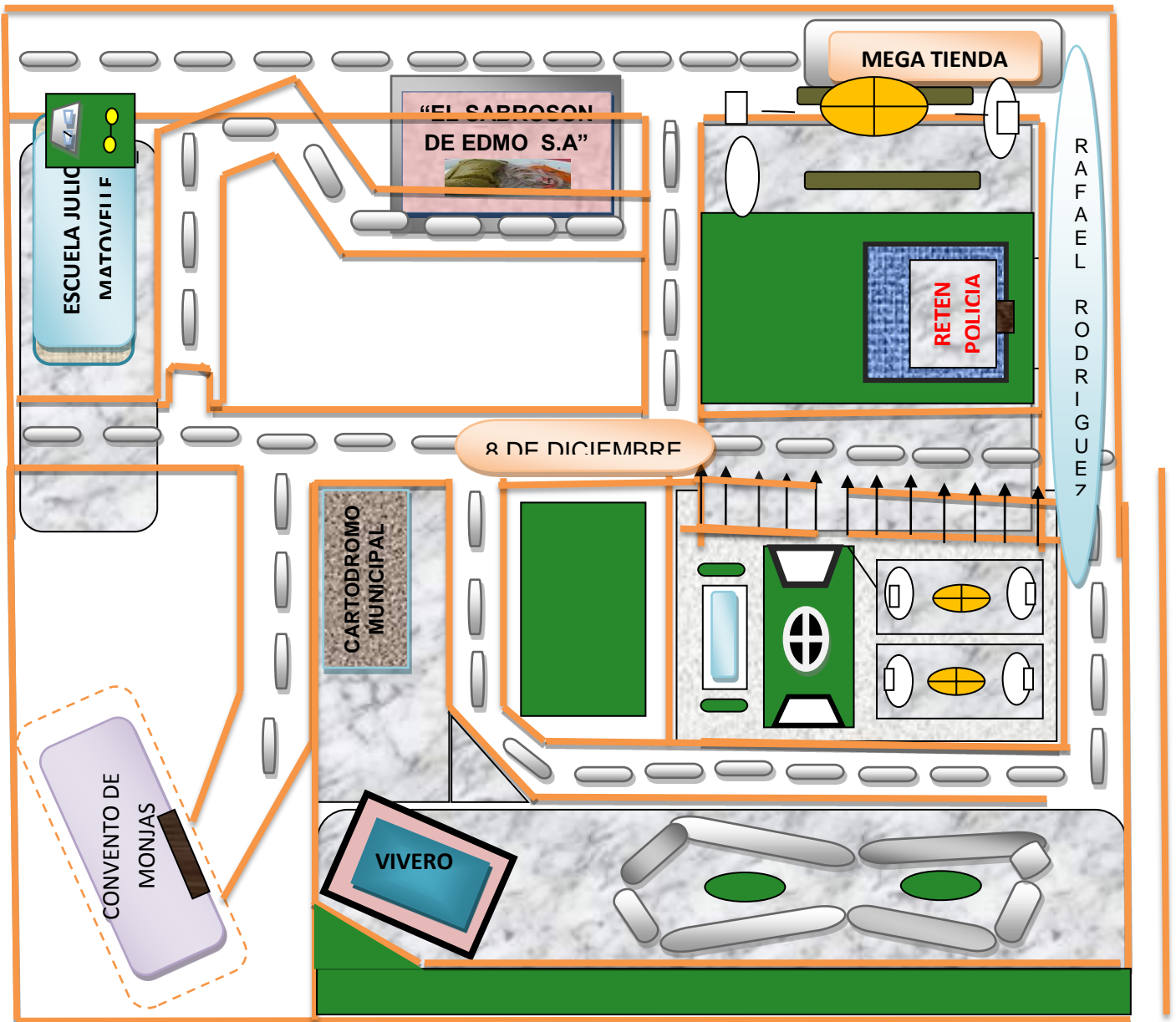
### ❖ Macro-localización

En este caso de localización tenemos que la implementación de la Empresa Productora y Comercializadora “EL SABROSÓN DE EDMO” estará ubicada en la región sur del Ecuador, en la Ciudad de Loja.



❖ **Micro-localización.-**

La empresa Productora y Comercializadora “El Sabrosón de EDMO” se encontrará localizado en la parte Norte de la Ciudad en la “Urbanización La Banda”, de la Ciudad de Loja, brindando las condiciones necesarias para su desarrollo, disponiendo de los servicios básicos.



## DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Para la distribución de la planta se ha examinado algunos factores como los material, espacio, tamaño, que de una u otra manera afectan a la distribución de los espacios físicos, y a los costos de operación.

En este caso la distribución de la planta en base al producto que voy a ofrecer, será la adecuada, las operaciones quedarán alineadas para ofrecer una secuencia lógica, que le permitirá al usuario ubicarse fácilmente, para adquirirlo.

### DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



## INGENIERÍA DEL PROYECTO:

La ingeniería del proyecto hace referencia a todo lo referente al producto, al proceso productivo, los requerimientos de la materia prima, infraestructura, adquisición de materiales, descripción del proceso productivo y distribución de la planta donde funcionara la empresa.

**DESCRIPCIÓN DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO.-** La maquinaria y equipo se utilizaran para la elaboración de los Tamales de Verde no serán necesario importarlas puesto que se la puede obtener en el mercado nacional o local.

**TABLA # 23**  
**DESCRIPCION DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO**

N°	Maquinaria	Características
3	Ollas Tamaleras	2 Rejillas de aluminio C/U
2	Ralladores Eléctricos	Capacidad de 100 Kg
1	Cocina Industrial	3 quemadores
1	Licadora Oster	3 velocidades
2	Cilindros Industriales	45 Kg

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Patricia Morocho V.

**GRAFICO # 1**  
**OLLAS TAMALERAS.**



Son ollas de aluminio bastante hondas con dos rejillas perforadas, una de éstas, está situada a poca distancia del fondo, y la otra al centro para que la cocción de los tamales se dé de mejor manera. Su capacidad varía según el tamaño hay de 20, 30,

40, 50, 60, 80, 100 tamales. En el caso de la Empresa se ha escogido la de 100, ya que de esta manera se estaría economizando tiempo en la obtención de los Tamales de Verde

**GRAFICO # 2**  
**RALLADOR ELÉCTRICO**



Esta maquinaria nos sirve para poder rallar con mayor rapidez los plátanos y guineos verdes para poder obtener la mezcla necesaria, para realizar los tamales de verde. Se caracteriza por su alto rendimiento y uniformidad del producto obtenido; su construcción permite ser empleado en el rallado de diversos tubérculos; está totalmente construido en acero inoxidable 304, es fácil de lavarlo, Modelo RP1, Potencia 1, Capacidad 100 KG.

**GRAFICO # 3**  
**COCINA INDUSTRIAL**



Consta de 3 hornillas, quemadores y parrillas en fierro fundido. Fabricada íntegramente en Acero Inoxidable calidad AISI 304 2B (Uso Gastronómico).

**GRAFICO # 4**  
**LICUADORA OSTER**



Esta me servirá dentro de la empresa para mezclar parte de los materiales que necesito para la elaboración de los Tamales de Verde.

**GRAFICO # 5**  
**CILINDRO INDUSTRIAL DE 45 KG**



En el caso de la empresa se lo adquiere a este por su tamaño, ya que se elaboraría diariamente los Tamales de Verde



## ➤ DESCRIPCIÓN DE LOS UTENSILIOS DE COCINA:

Para la elaboración de los Tamales de Verde, se utilizara los siguientes utensilios de cocina:

**TABLA # 24**

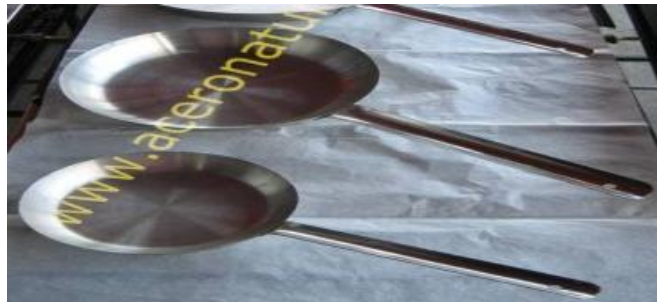
### DESCRIPCION DE ENSERES DE COCINA

Nº	ENSERES DE COCINA	CARACTERÍSTICAS
1	Sartén	Teflón un servicio
2	Cuchillos	Un servicio
1	Tazón Grande	Varios usos

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Patricia Morocho V.

### LA SARTÉN



A este se lo utilizará para derretir tanto la manteca blanca, como la negra, para la mezcla del producto.

### CUCHILLOS



Los cuchillos constan de un borde cortante delgado y metálico, además con un mango por el que se sujeta para cortar los plátanos y guineos, necesarios para la elaboración del producto.

### **TAZON**



Los tazones son recipientes de uso general en la cocina, tienen colores y tamaños variables, según la demanda de sus compradores. En el caso de la Empresa estos serán utilizados para batir los ingredientes y preparar la mezcla, para preparar el producto, tienen las siguientes características:

- Certificación del FDA y de LFGB.
- Es segura y no tóxica, fácil de lavarse.
- Anti polvo, anti envejecedor,

## **INGENIERÍA DEL PROYECTO O PROCESO**

La ingeniería del proyecto comprende el flujo de las actividades que se llevarán a cabo para que el Producto pueda estar a disposición de los usuarios; este debe ir en forma concadenada para evitar la pérdida de tiempo.

### **- DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TAMALES DE VERDE**

#### **1. Recepción de la Materia Prima Directa, para la elaboración del producto:**

Esta operación la realizará un obrero, para lo cual estimo un tiempo de 5 minutos.

#### **2. Procesamiento de la Materia Prima Directa:** En este proceso se lavará el producto, pelará y finalmente se rallará, para lo cual se necesitará de dos obreros, y un tiempo estimado de 45 minutos.

#### **3. Mezcla de los Ingredientes:** Luego de rallar los plátanos y los guineos verdes, se agregará cada uno de los ingredientes con la medida indicada, con la ayuda de una sartén para derretir la manteca y de una licuadora para batir uno que otro ingrediente. Esta operación la realizará todo el personal de producción en una respectiva secuencia, en un tiempo estimado de 20 minutos.

#### **4. Envoltura del Producto:** En la presente etapa los obreros envuelven la mezcla realizada, para transformarlo y obtener los tamales de verde, mismos que serán realizados en un tiempo estimado de 40 minutos.

#### **5. Cocción de los tamales de verde:** A ésta actividad se la realizará en un tiempo de 60 minutos, con la ayuda de tres ollas tamaleras con capacidad de

100 tamales cada una para acelerar su cocción, para lo cual se necesitará de los dos obreros que trabajaran dentro de la empresa.

6. **Enfriado:** Una vez cocinados los tamales de verde, se los sacara para ponerlo a enfriar sobre el mesón por un tiempo de 30 minutos. Para poderlo empacar.
7. **Empacado:** Luego de enfriarse el producto terminado, se procederá a colocarlo en bandejas plásticas y posteriormente se pondrá la envoltura plástica, esta actividad la realizaran los obreros que laborarán en la empresa, en un tiempo estimado de 60 minutos
8. **Almacenado para la Distribución:** Finalmente las bandejas serán ubicadas en perchas para su posterior comercialización, esta actividad la realizaran los obreros luego de que el producto haya pasado por su respectivo control de calidad, en un tiempo estimado de 60 minutos.

**DIAGRAMA DEL PROCESO DE RECORRIDO PARA  
LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TAMALES DE VERDE**

<b>FASES</b>	<b>SIMBOLO</b>	<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL PROCESO</b>	<b>TIEMPO MINUTOS</b>
1		OPERACIÓN	RECEPCIÓN DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA	5
2		OPERACIÓN E INSPECCIÓN	PROCESAMIENTO DE LA MATERIA PRIMA.	45
3		OPERACIÓN	MEZCLA DE LOS INGREDIENTES Y ENVOLVIMIENTO DEL PRODUCTO	160
4		ESPERA	COCINADO ENFRIADO	150
5		OPERACIÓN	EMPACADO	60
6		ALMACENAMIENTO Y DISTRIBUCION	ALMACERNARLO Y DISTRIBUIRLO A LOS AUTOSERVICIOS Y CAFETERIAS DE LA CIUDAD DE LOJA	60
<b>TOTAL</b>				<b>480</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Patricia Morocho V.

# ESTUDIO ORGANIZACIONAL

## ORGANIZACIÓN LEGAL

Para que la empresa societaria se constituya y entre a funcionar, es necesario un capital propio que se integrará por las aportaciones de los accionistas.

Esta aportación ha de consistir en dinero o en otra clase de bienes apreciados en dinero.

Por lo cual, puedo mencionar que la Compañía va a ser una Sociedad Anónima, ya que su capital propio va a estar dividido en acciones negociables, y sus accionistas responden únicamente por el monto de sus aportaciones. Esta especie de compañías se administra por mandatarios amovibles socios o no. Se constituye con un mínimo de dos socios sin tener un máximo. .

Para la constitución de dicha empresa seguiré las normas y procedimientos prescritos por la Ley de la Superintendencia de Compañías, para su funcionamiento.

Los mismos que se describen a continuación:

**El nombre.-** Este deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías.

**Solicitud de aprobación.-** La presentación al Superintendente de Compañías, se la hará con tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, adjuntando la solicitud correspondiente, la misma que tiene que ser elaborada por un abogado, pidiendo la aprobación del contrato constitutivo.

**Socios:** La compañía se constituirá con un mínimo de dos socios, sin tener un máximo de socios.

**Capital.-** El capital mínimo con que ha de constituirse la Compañía de Anónima, es de ochocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 25% del capital total. Las aportaciones pueden consistir en dinero o en bienes muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder al género de comercio de la compañía. El socio que ingrese con bienes, se hará constar en la escritura de constitución, los bienes serán valuados por los socios. La compañía podrá establecerse con el capital autorizado, el mismo que no podrá ser mayor al doble del capital suscrito.

Adicionalmente, como esta va a ser una Empresa Productora y Comercializadora de Tamales de Verde, debe contar con todos los permisos municipales de funcionamiento, además de los permisos otorgados por el Ministerio de Salud Pública.

### **Registro Único de Contribuyentes (RUC)**

La empresa se creará como persona natural unipersonal no obligada a llevar contabilidad. Para la obtención del RUC se requieren los siguientes documentos:

- ❖ Original y copia a color de la cédula de identidad o de ciudadanía.
- ❖ Original y copia a color del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente.
- ❖ Presentación del certificado de votación del último proceso electoral.

- ❖ Original y copia de la carta de pago de: agua, luz, teléfono, TV por cable, telefonía celular, estados de cuenta o impuesto predial a nombre del contribuyente.

Adicional a estos documentos se deberá presentar los siguiente:

- ❖ Profesionales: Copia del título universitario o copia del carnet otorgado por el respectivo colegio profesional, o copia de la cedula de identidad en la que conste la profesión

## **OBTENCIÓN DEL PERMISO ANUAL DE FUNCIONAMIENTO**

Los requisitos generales para **locales comerciales** son los siguientes:

- FORMULARIO N° 2 (llenar solicitud con la dirección exacta del negocio)
- FORMULARIO DE PERMISO DE FUNCIONAMIENTO
- COPIA DE LA CÉDULA DE IDENTIDAD
- PAGO DE PATENTE MUNICIPAL, ACTIVO TOTALES Y BOMBEROS
- DOCUMENTOS DE SALUD DE LAS PERSONAS QUE LABORAN EN EL LOCAL (certificado de la Policlínica Municipal o permiso de la Jefatura Provincial de Salud)

**NOTA:** Los Hoteles, Moteles, Hosterías, Gasolineras deben presentar los requisitos generales mencionados incluido el Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

Los locales destinados a diversión, venta y consumo autorizado de licor como: Bares Discotecas Prostíbulos Licoreras Billares, Juegos de video y Azar deberán presentar los requisitos generales incluido el Permiso de Funcionamiento del Cuerpo



de Bomberos y Permiso de Intendencia, los cuales deberán tramitarlos en sus respectivas dependencias.

## **TRÁMITE**

Con todos los requisitos adjuntados el interesado deberá acercarse a la Jefatura de archivo para ingresar los datos en el sistema. El trámite regresa a la Jefatura de Higiene para inmediatamente realizar la visita e inspección al local comercial en la dirección señalada por la persona interesada.

En la inspección del negocio se harán algunas observaciones (en el caso de haberlas) otorgándole al interesado un plazo de 8 días para realizar las adecuaciones que sean necesarias; Transcurrido este plazo se hará una re inspección del local con el fin de verificar si se ha cumplido con todo lo señalado.

En caso de no haber ninguna observación y el local cuente con todo lo establecido se extenderá el permiso de funcionamiento, el cual podrá ser retirado al siguiente día de realizada la inspección en la Jefatura de Higiene Municipal.

## **Patente Municipal**

Para obtener la patente municipal se la tramita en el Departamento de Rentas de la Municipalidad de Loja. El valor de la patente para este tipo de empresas es de \$60, más \$20 de tasas para el Cuerpo de Bomberos y también se debe cancelar \$0,50 por timbres municipales. El valor de la patente cambiará año tras año.

Los requisitos necesarios para obtener esta patente son:

## **REQUISITOS PARA OBTENER PATENTE DE PERSONAS NATURALES**

1. Registro Único de contribuyentes actualizado
2. Fotocopia de la cédula de identidad y certificado de votación

3. Formulario debidamente llenado de patente (Ventanilla #12 de recaudaciones)
4. Copia de declaración del impuesto a la Renta (sino está obligado, solo el pago del IVA, de Noviembre y Diciembre del ejercicio económico que se adeude) **Nota:** El cuarto requisito no es necesario, para quienes recién inician la actividad económica.

### **ESTRUCTURA ORGANICA O ADMINISTRATIVA.**

#### **➤ RAZÓN SOCIAL**

La razón social de la empresa será “Empresa Productora y Comercializadora “El Sabrosón de Edmo S.A”, su legalización se realizará mediante escritura pública de acuerdo a los reglamentos de la Superintendencia de Compañías, la misma que será inscrita en el registro mercantil.

#### **➤ DOMICILIO**

Esta Empresa estará ubicada en el barrio La Banda en las calles 8 de Diciembre y del Cantón y Provincia de Loja, República del Ecuador.

#### **➤ NÚMERO DE SOCIO**

Ya que esta compañía requiere un mínimo de dos socios sin tener un máximo , La Empresa Productora y Comercializadora “El Sabrosón de Edmo S.A”, contará con tres socios los que deberán cumplir con los deberes y obligaciones que señale la Ley de Compañías.

#### **➤ OBJETO SOCIAL**

La Empresa” El Sabrosón de Edmo S.A”, se dedicará a la producción y comercialización, de Tamales de Verde para los Autoservicios y Cafeterías de la ciudad de Loja.

### ➤ **CAPITAL SOCIAL**

El capital social de la empresa estará conformado por el aporte de cada socio, para conformar un capital o inversión de \$ 3800.00 dólares aportado equitativamente por los socios.

### **ESTRUCTURA ORGÁNICA O ADMINISTRATIVA**

”El Sabrosón de Edmo S.A es una empresa de producción y comercialización calificada. Esta se encuentra constituida por diversos elementos como son: los materiales, instrumentos que sirven para el funcionamiento de la misma y el personal, el cual está conformado por una Junta de Accionista, un Gerente, una Secretaria-Contadora, Departamento de Producción, de Venta, y un Guardia.

**NIVELES JERARQUICOS DE LA EMPRESA PRODUCTORA Y  
COMERCIALIZADORA “EL SABROSÓN DE EDMO S.A”**



- ⇒ **LEGISLATIVO.-** Constituido por la junta de accionistas, encargado de legislar las políticas, normas procedimientos resoluciones, etc. Este nivel se encargara de decidir sobre los aspectos de mayor importancia.
- ⇒ **EJECUTIVO.-** Constituido por el gerente, encargado de planear, orientar, encargado además de dar cumplimiento a cada una de las actividades de las unidades que se encuentran a su mando.
- ⇒ **ASESOR.-** constituido por los ingenieros en tributación, encargados de aconsejar, informar en cuanto a la materia que se encuentran asesorando, es importante mencionar que este no tiene autoridad de mando, sino autoridad funcional, no toma decisiones ni ordena solo orienta a los altos mandos.

- ⇒ **OPERATIVO:** Es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa. Está relacionado con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso de producción, así como también en las tareas de venta y finanzas.
- ⇒ **NIVEL AUXILIAR.-** constituido por la secretaria y el conserje, quienes ayudaran a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios, de tal manera que estos se den con eficiencia y oportunidad, su grado de autoridad es mínimo, así como su responsabilidad.

## **ORGANIGRAMAS DE LA EMPRESA**

Son cuadros de organización que muestran ordenadamente los diferentes agrupamientos de las actividades básicas en departamentos y otras unidades, también las principales líneas de autoridad y responsabilidad entre estos departamentos y unidades.

Los organigramas que he establecido en mi empresa son dos: estructural y funcional.

### **1. Organigrama Estructural**

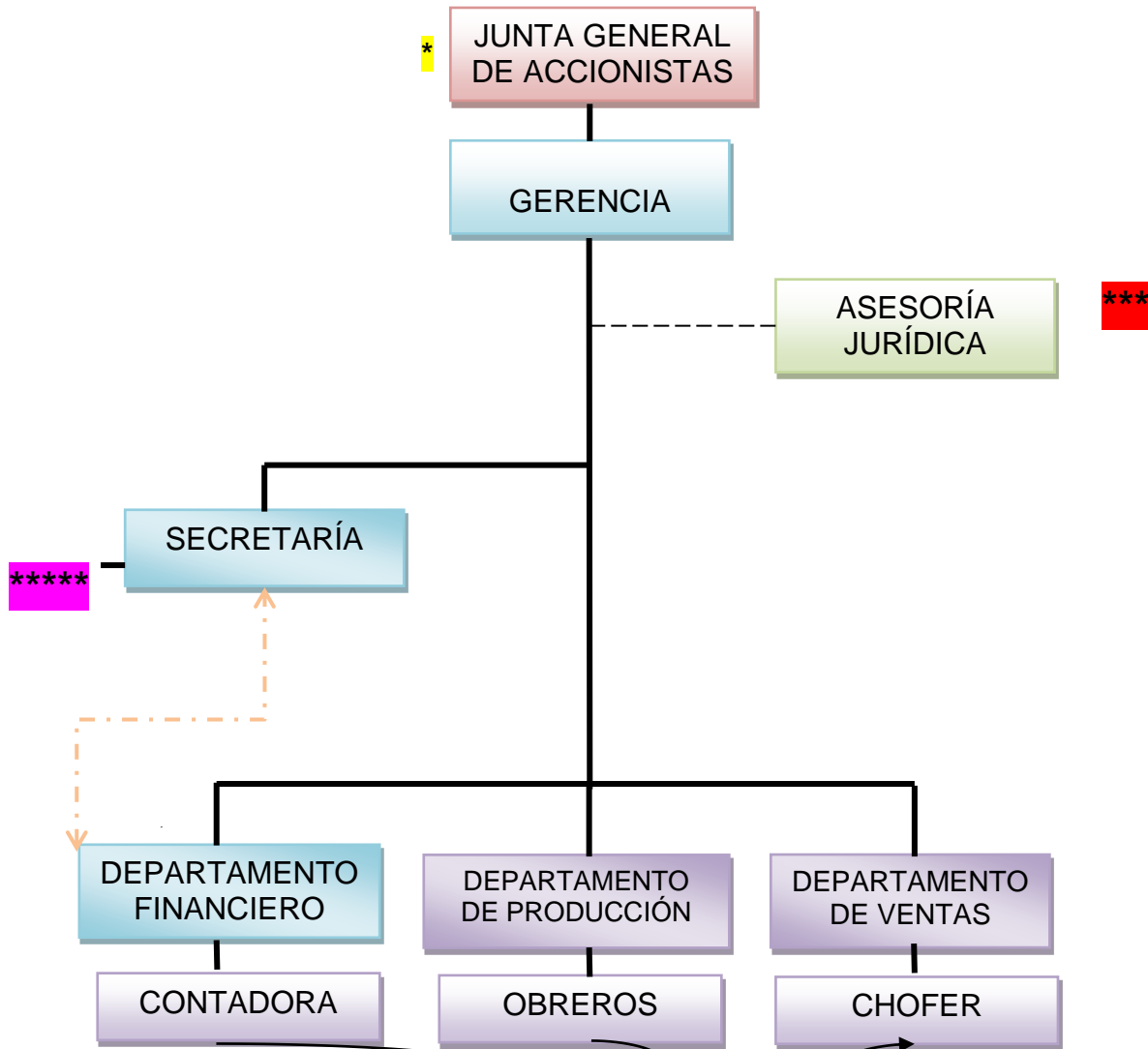
Representa el esquema básico de la organización, lo cual permite conocer de una manera objetiva sus partes integrantes, es decir, sus unidades administrativas, la relación de dependencia que existe entre ellas, permitiendo apreciar la organización de la empresa como un todo.

### **2. Organigrama funcional**

Representa gráficamente las funciones principales y secundarias de los niveles jerárquicos de la empresa.

A continuación se detallan cada uno de los organigramas con su correspondiente explicación.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA  
EMPRESA PRPDUCTORA Y COMERCIALIZADORA  
"EL SABROSÓN DE EDMO SA."

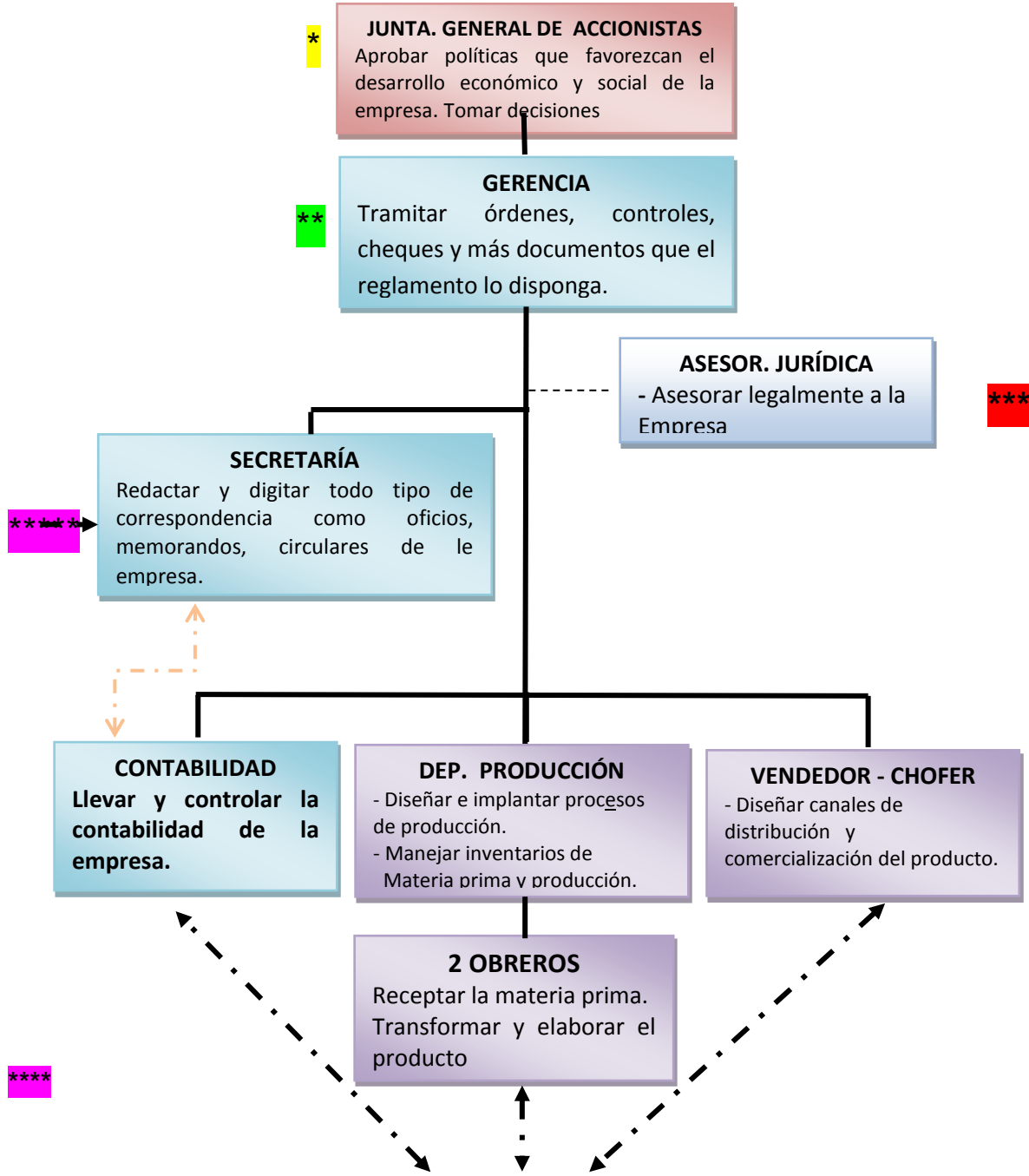


**Simbología:**

- \* Legislativo
- \*\* Ejecutivo
- \*\*\* Asesor
- \*\*\*\* Operativo
- \*\*\*\*\* Auxiliar

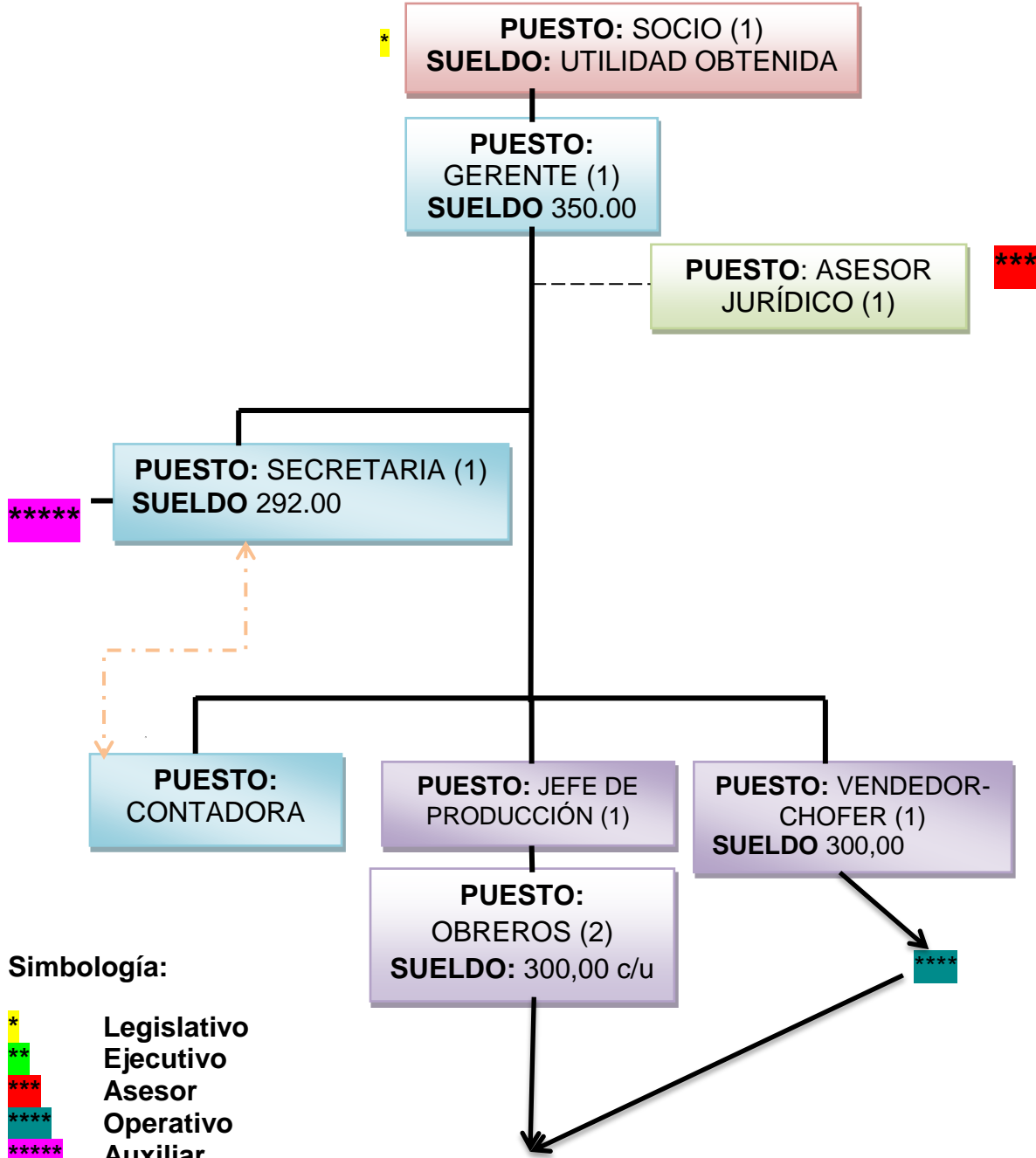
ELABORACIÓN: Patricia Morocho V.

**ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA  
EMPRESA PRPDUCTORA Y COMERCIALIZADORA  
"EL SABROSÓN DE EDMO SA."**



ELABORACIÓN: Patricia Morocho.

ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA  
EMPRESA PRPDUCTORA Y COMERCIALIZADORA  
"EL SABROSÓN DE EDMO SA."



ELABORACIÓN: Patricia Morocho



## **MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA**

Determina las funciones y responsabilidades que les corresponde realizar a cada uno de los ejecutivos y trabajadores de la empresa. Así como también define la línea de autoridad.

### **MANUAL DE FUNCIONES**

#### **Empresa Productora y Comercializadora de Tamales de Verde**

#### **EI SABROSON DE EDMO S.A**

#### **NOMBRE DE LA EMPRESA**

La empresa se llama: **EL SABROSON DE EDMO S.A**, con su Slogan: **Delicioso Producto Lojano para el Deleite de su paladar**". Se diseñó un logotipo de la empresa, el mismo que será colocado en la puerta principal.

#### **OBJETIVOS DE LA EMPRESA**

- a) Brindar el mejor producto a sus consumidores directos e indirectos.
- b) Alcanzar las ventas mensuales propuestas
- c) Lograr posicionamiento en el mercado y ser líderes en la venta del producto.

#### **MISIÓN**

"Ofrecer servicios de Rehabilitación con tecnología de punta, infraestructura adecuada, respetuosa del medio ambiente y recurso humano altamente calificado, inspirado por una filosofía ética, humanismo, profesionalismo y calidad científica"

#### **VISIÓN**

En el año 2017 La Empresa Comercializadora y Comercializadora denominada **EL SABROSON DE EDMO S.A** será reconocido como líder en la elaboración de Tamales de Verde, ofreciendo a los clientes productos de calidad, a precios competitivos en el mercado y excelente atención, mediante la capacitación y

renovación continua de maquinaria y equipos, en un marco de ética y responsabilidad social.

## **PRINCIPIOS**

La empresa actuará bajo los siguientes componentes éticos:

### **a) Calidad**

Cada miembro de la empresa realizará su trabajo con la mayor eficiencia, tratando en todo momento de mejorar el producto.

### **b) Competitividad**

La empresa se encaminará hacia una mejor situación, tanto empresarial, laboral como social; y se esforzará por tener ventajas competitivas sostenibles que marquen pautas respecto a la competencia.

### **c) El servicio al cliente**

Cada uno de los clientes internos de la empresa buscará siempre la máxima satisfacción del cliente.

### **d) Innovación**

Se renovarán los equipos e implementos utilizando tecnología actual para brindar servicios de calidad y reducir costos.

### **e) Espíritu de equipo**

Se trabajará pensando en que “la unión hace la fuerza”, apoyándose unos con otros, manteniendo siempre la comunicación para el logro de los objetivos.

## **VALORES CORPORATIVOS**

Las actitudes morales que regirán el actuar de la empresa serán las siguientes:

### **a) Responsabilidad**

Promover en cada cliente el amor a la rehabilitación física para mantener una buena calidad de vida y mejorar sus capacidades funcionales.

### **b) Honestidad**

Cooperar con los clientes y proveedores de forma justa, manteniendo una comunicación abierta y de confianza con ellos. Ofrecer oportunidades de desarrollo para aquellos trabajadores capacitados.

### **c) Lealtad**

Hacer de la mejor manera aquello con lo que cada miembro de la empresa se ha comprometido, y es muy importante mantener el secreto profesional.

## **POLÍTICAS**

**a)** Mantener precios competitivos en el mercado

**b)** Utilizar tecnología actual para brindar un mejor producto y reducir costos.

**c)** Realizar reuniones con todos los empleados de la empresa para evaluar su desempeño y conocer sus necesidades.

**d)** Brindar capacitación permanente al personal..

**e)** Establecer promociones para los clientes.

**f)** Los pagos de los clientes serán mensuales


**g)** Mantener una base de datos de proveedores y clientes

**i)** Pago correcto y oportuno de impuestos fiscales.


**j)** Uso de medios publicitarios, para ofertar los servicios.

**k)** Evaluar oportunamente los informes financieros y corregir desviaciones













## EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA “EL SABROSON DE EDMO S.A”

<b>DEPARTAMENTO:</b>	<b>JUNTA DE ACCIONISTAS</b>
	
<b>TÍTULO DE CLASE:</b>	LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
<b>NIVEL JERARQUICO:</b>	LEGISLATIVO
<b>SUBALTERNOS:</b>	GERENTE
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>	Legislar, programar y controlar las actividades relacionadas con reglamentos y políticas que beneficien los intereses de la empresa.
<b>FUNCIONES TIPICAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Definir y aprobar políticas que favorezcan al desarrollo económico y social de la Empresa.</li> <li>✚ Deliberar y aprobar los montos de utilidad que le corresponda a cada socio.</li> <li>✚ Normar los procedimientos dictar reglamentos, ordenanzas y resoluciones.</li> <li>✚ Aprobar el presupuesto anual de las Empresas.</li> <li>✚ Designar y remover al Gerente que administrara la Empresa.</li> <li>✚ Modificar los estatutos de acuerdo a las sugerencias de los socios.</li> <li>✚ Aprobar o rechazar las cuentas, balances y presupuestos.</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Responsabilidad para la toma de decisiones, para el buen funcionamiento de la organización, así como carisma sujeto a disposición para realizar su trabajo.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MINIMOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Formación superior, Ingeniero Comercial.</li> <li>✚ Experiencia mínima de dos años.</li> </ul>	


## EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA "EL SABROSON DE EDMO S.A

<b>DEPARTAMENTO:</b>	<b>GERENCIA</b>
	
<b>TÍTULO DE CLASE:</b>	GERENTE
<b>NIVEL JERARQUICO:</b>	EJECUTIVO- OPERATIVO
<b>SUPERIOR INMEDIATO:</b>	LA JUNTA DE GENERAL DE ACCIONISTAS
<b>SUBALTERNOS:</b>	TODO EL PERSONAL.
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>	Dirección, ejecución, y coordinación de las actividades y recursos de la Empresa.
<b>FUNCIONES TIPICAS DEL GERENTE</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa</li> <li>✚ Contratar, organizar y supervisar al personal de cada uno de los departamentos cumpliendo con los requisitos del caso.</li> <li>✚ Participar en sesiones de Junta de Accionistas y Jefes.</li> <li>✚ Elaborar proyectos de resolución y fallos administrativos variados.</li> <li>✚ Elaborar, estudiar contratos y proyectos de reforma a la ley, reglamentos, decretos, acuerdos y resoluciones.</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Actuar con responsabilidad en todas las actividades que se realicen en el ámbito interno y externo de la empresa, solucionando problemas inherentes al cargo y tener don de gente y facilidad de palabras.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MINIMOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Título profesional en Administración de Empresas, Ingeniería Comercial o carreras afines, Cursos de Mercadotecnia, Cursos de Computación</li> <li>✚ Experiencia profesional mínima de dos años en cargos de similar.</li> </ul>	


## EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA "EL SABROSON DE EDMO S.A

<b>DEPARTAMENTO:</b>	<b>JURIDICO.</b>
	
<b>TITULO DE CLASE:</b>	ASESOR JURIDICO.
<b>NIVEL JERARQUICO:</b>	ASESOR
<b>SUPERIOR INMEDIATO:</b>	GERENCIA
<b>SUBALTERNOS:</b>	SECRETARIA – CONTADORA
<b>NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	Asesorar a la empresa en todo lo relacionado al aspecto legal y colaborar en la revisión y actualización de políticas internas de la misma.
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li> Supervisar y controlar las actividades diarias de los trabajadores en la ejecución de las tareas de producción.</li> <li> Emitir informes periódicos sobre la producción.</li> <li> Ejecutar labores de recepción clasificación y acondicionamiento de mercaderías.</li> <li> Mantener registro y control de existencias,</li> <li> Controlar el buen uso de equipos y herramientas,</li> <li> Realizar el correcto control de calidad del producto,</li> <li> Asesorar a los directivos de la empresa en asuntos de producción.</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li> Responsabilidad por la representación legal, solución de asuntos jurídicos y la toma de decisiones.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MINIMOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li> Doctor en Jurisprudencia o Abogado.</li> <li> Experiencia profesional mínima de dos años.</li> <li> Licencia profesional actualizada.</li> </ul>	

## EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA "EL SABROSON DE EDMO S.A


<b>DEPARTAMENTO:</b>	<b>SECRETARIA – CONTABILIDAD</b>
	
<b>TITULO DE CLASE:</b>	SECRETARIA –CONTADORA
<b>NIVEL JERARQUICO:</b>	AUXILIAR.
<b>SUPERIOR INMEDIATO:</b>	GERENTE
<b>SUBALTERNOS:</b>	TODO EL PERSONAL.
<b>NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	Realizar labores de secretaria, asuntos contables y asistencia directa al gerente de la empresa.
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>	
<b>DE SECRETARÍA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Redactar y digitar todo tipo de correspondencia como oficios, memorandos, circulares de le empresa.</li> <li>✚ Mantener actualizados los archivos de los documentos comunicaciones de secretaria.</li> <li>✚ Asistir a reuniones ordinarias y extraordinarias para efectos de tomar notas de las resoluciones emitidas.</li> </ul>	
<b>DE CONTABILIDAD:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Llevar y controlar la contabilidad de la empresa.</li> <li>✚ Preparar informes mensuales acerca de las cuentas de la empresa.</li> <li>✚ Realizar los roles de pagos para el personal de la empresa y la documentación respectiva al IESS.</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Responsabilidad de supervisión y control de existencias de materias primas para evitar posibles desabastecimientos en la producción.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MINIMOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Formación superior, Ingeniero Comercial e Industrias.</li> <li>✚ Experiencia mínima de dos años.</li> </ul>	

## EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA "EL SABROSON DE EDMO S.A

<b>DEPARTAMENTO:</b>	<b>DE PRODUCCION.</b>
	
<b>TITULO DE CLASE:</b>	JEFE DE PRODUCCIÓN
<b>NIVEL JERARQUICO:</b>	OPERATIVO
<b>SUPERIOR INMEDIATO:</b>	GERENTE
<b>SUBALTERNOS:</b>	OBREROS
<b>NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	Planificar, organizar, dirigir y controlar el funcionamiento del departamento de producción.
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Supervisar y controlar las actividades diarias de los trabajadores en la ejecución de las tareas de producción.</li> <li>✚ Emitir informes periódicos sobre la producción.</li> <li>✚ Ejecutar labores de recepción clasificación y acondicionamiento de mercaderías.</li> <li>✚ Mantener registro y control de existencias,</li> <li>✚ Controlar el buen uso de equipos y herramientas,</li> <li>✚ Realizar el correcto control de calidad del producto,</li> <li>✚ Asesorar a los directivos de la empresa en asuntos de producción.</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Responsabilidad de supervisión y control de existencias de materias primas para evitar posibles desabastecimientos en la producción}</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MINIMOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Formación superior, Ingeniero Comercial e Industrias.</li> <li>✚ Experiencia mínima de un año.</li> </ul>	



## EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA "EL SABROSON DE EDMO S.A

<b>DEPARTAMENTO:</b>		<b>DE PRODUCCION.</b>
		
<b>TITULO DE CLASE:</b>		OBREROS.
<b>NIVEL JERARQUICO:</b>		OPERATIVO
<b>SUPERIOR INMEDIATO:</b>		JEFE DE PRODUCCION.
<b>NATURALEZA DEL PUESTO:</b>		Realiza las actividades de preparación de materia prima, cuidado y desarrollo del proceso productivo y almacenamiento del producto terminado.
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Receptar la materia prima.</li> <li>✚ Movilizar equipos y materiales para su utilización.</li> <li>✚ Seleccionar y almacenar la materia prima.</li> <li>✚ Transformar y elaborar el producto.</li> <li>✚ Sellar y empaquetar el producto.</li> <li>✚ Almacenar el producto terminado.</li> </ul>		
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Responsable por el cumplimiento de las labores de preparación de la materia prima, mantenimiento de la maquinaria y almacenamiento del producto terminado, sujeto a disposiciones de sus superiores.</li> </ul>		
<b>REQUISITOS MINIMOS:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Bachiller</li> <li>✚ Experiencia en el manejo de herramientas y equipos para las labores de mecánica industrial.</li> </ul>		

# EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA "EL SABROSON DE EDMO S.A

DEPARTAMENTO: DE VENTAS



TITULO DE CLASE: VENDEDOR – CHOFER

NIVEL JERARQUICO: OPERATIVO.

SUPERIOR INMEDIATO: DEL GERENTE

NATURALEZA DEL PUESTO: Realizar la distribución y comercialización del producto.

## FUNCIONES TÍPICAS:

### FUNCIONES DE VENDEDOR:

- + Responsable de las ventas en el mercado local y provincial.
- + Planificar programas, políticas y estrategias de comercialización.
- + Hacer conocer los pedidos al gerente.

### FUNCIONES DE VENDEDOR- CHOFER:

- + Entrega de productos terminados en forma oportuna.
- + Responsabilizarse de la mercadería que se le asigne.

## CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- + Requiere de conocimientos en ventas y comercialización del producto.

## REQUISITOS MINIMOS:

- + Bachiller
- + Haber recibido cursos en el área de ventas
- + Cursos de relaciones Humanas.
- + Licencia de conducir.
- + Experiencia mínima de un año como vendedor.

## **ESTUDIO FINANCIERO**

Es la última etapa del proyecto, en la cual se ordena, identifica, y sistematiza todos los ítems de inversión, costos e ingresos y toda la información de carácter monetario que proporcionan los estudios anteriores,

En esta se elaboran los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, para determinar su rentabilidad.

### **INVERSIONES**

Las inversiones fueron estimadas a través de presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado y en las diferentes casas comerciales nacionales importadoras de maquinaria y equipo.

#### **⇒ INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS**

Representan las inversiones que se realizarán en bienes tangibles y que se utilizarán en el proceso productivo o son el complemento necesario para la operación normal de la empresa. Entre esta clase de activos tenemos: terreno, edificio, construcciones, vehículo, maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipos de oficina y de cómputo, equipamiento y adecuación de la planta.

#### **➤ Vehículo:**

Se considera necesaria la adquisición de un vehículo, tanto para la distribución del producto como para la adquisición de los insumos y todos los productos que se necesite en la empresa, para lo cual es necesario adquirir un vehículo camioneta MAZDA doble cabina cuyo valor es de \$8.000,00. Ver anexo N°1

➤ **Maquinaria y Equipo:**

Las inversiones que realizará la empresa en cuanto a maquinaria y equipo para efectuar el proceso productivo y elaborar el producto ascienden a la cantidad de \$1170,00. Ver anexo N°2

➤ **Utensilios de Cocina:**

Para la elaboración del producto además de la maquinaria y equipo se necesitara de utensilios de cocina, instrumentos que facilitaran la preparación del producto, los mismos que tienen un costo de \$110,80. Ver anexo N°3.

➤ **Muebles y Enseres:**

Para el presente proyecto se ha planificado la adquisición de todos los muebles y enseres que se necesitan para la adecuación específicamente del área administrativa, bienes que servirán para cumplir con las actividades administrativas de la empresa, estos activos fueron cotizados en casas comerciales de la localidad, con un costo total de \$933,13. Ver anexo N°4.

➤ **Equipo de Oficina:**

Constituyen la inversión en componentes de oficina que harán posible que se cumplan eficientemente las funciones administrativas, para lo cual en proyecto adquiriré una sumadora y teléfonos, con un costo total de \$198,00. Ver anexo N° 5.

➤ **Equipo de Computo:**

Dentro de este rubro la empresa adquirirá cuatro computadores completos de escritorio necesarios para un mejor desenvolvimiento de las actividades dentro

de la empresa, los cuales fueron cotizados en los almacenes de la ciudad, a un costo total de \$2.816,00. Ver anexo N° 6.

➤ **Instalaciones y Adecuaciones:**

Aquí realizaré instalaciones de energía eléctrica, industriales para adecuar el local y cumplir con las actividades operativas netamente de producción, el monto total de las instalaciones y adecuación del local asciende a \$399,50. Ver anexo N° 7.

**CUADRO N° 35**  
**VALOR DE LOS ACTIVOS FIJOS**  
**RESUMEN DE INVERSIONES**

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
Vehículo	8.000,00
Maquinaria y Equipo	1.170,00
Utensilios de Cocina	110,80
Muebles y Enseres	933,13
Equipo de Oficina	198,00
Equipo de Computación	2816,00
Instalaciones	399,50
<b>TOTAL</b>	<b>13.627,43</b>

Elaboración: El autor.

⇒ **INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS**

Son aquellos gastos que se realizarán sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto como: estudios e investigación del proyecto, gastos de constitución, permisos de

funcionamiento, marcas y patentes, que garantizan el normal funcionamiento de la empresa.

**CUADRO Nº 36**  
**VALOR DE LOS ACTIVOS DIFERIDOS**  
**RESUMEN DE INVERSIONES**

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
Estudios de Proyecto	500,00
Gastos de Constitución	450,00
Permisos de Funcionamiento	330,00
Marcas y Patentes	350,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.630,00</b>

Fuente: Asesoría Legal

Elaboración: Patricia Morocho V.

⇒ **INVERSIONES EN ACTIVOS CIRCULANTES**

El activo circulante o capital de trabajo está constituido por los recursos necesarios para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinado.

**COSTO DE PRODUCCIÓN (COSTO PRIMO).**- Comprende la materia prima directa y la mano de obra directa.

➤ **Materia Prima Directa:**

Son todos los materiales sujetos a transformación, que se pueden cuantificar plenamente con los productos terminados. Para presupuestar la materia prima que se empleará en la realización del producto, se ha tomado en cuenta la producción para el primer año dando un total de \$ 36.349,40 Ver anexo Nº 8.

➤ **Mano de Obra Directa:**

Son las personas que intervienen directamente en el proceso de producción, en este caso se contará con 2 obreros, sus remuneraciones están fijadas de acuerdo a las leyes vigentes, el monto de inversión en mano de obra directa asciende a \$10.158,72. Ver anexo N° 9.

**GASTOS DE FABRICACIÓN.-** Para el presente proyecto este rubro comprende la materia prima indirecta y la mano de obra indirecta.

➤ **Materia Prima Indirecta:**

Es aquella que no interviene de manera directa en la elaboración del producto, pero es un complemento necesario para obtener el producto terminado.

Para determinar la cantidad necesaria de materia prima indirecta para este proyecto se consideró el número de bandejas o charoles plásticos y los insumos necesarios para poder empacar las unidades producidas para su comercialización, cuyo monto asciende a \$3.064,60. Ver anexo N° 10.

➤ **Servicios Básicos:**

Son pagos que se efectúan mensualmente y que son necesarios para la realización de las actividades de la Empresa entre estos tenemos: Agua, Luz, Teléfono. Los cuales salen para el primer año 1.075,20 Ver anexo N° 11.

➤ **Consumo de Gas:**

Es un pago que se realizara para elaboración de los Tamales de Verde y que es importante para que pueda funcionar parte de la maquinaria el valor que se deberá pagar para el primer año es de 19,20. Ver anexo N° 12

➤ **Combustible:**

Este se refiere al pago que se deberá realizar mensualmente para el mantenimiento de vehículo el cual servirá para el abastecimiento de los insumos y la Transportación del Producto terminado a sus respectivos puntos de Venta, para lo cual se ha establecido un valor de 1.376,64. Ver anexo N° 13

➤ **Suministros de Producción:**

Este presupuesto se lo realizó en base a los insumos necesaria que garantice la calidad e higiene del producto y la seguridad de los trabajadores, el monto de este rubro es de \$103,50. Ver anexo N° 14

➤ **Sueldos Administrativos**

Son pagos que se realizarán al personal del área administrativa, por las funciones que cumplirá dentro de la empresa, en este caso será de 15.908,44 al año. Ver anexo N° 15

➤ **Arriendos**

Es el pago que se realizará por la ocupación del local que servirá para la realización del Producto, el cual tendrá un costo mensual de 300,00 y anual de 3000,00. Ver anexo N° 16.

➤ **Suministros de oficina**

Son accesorios que permiten un mejor funcionamiento en las actividades del área administrativa y parte del área de producción entre estos tenemos: Hojas de papel bond, carpetas, clips, esferos, etc. cuyo valor a pagar para el primer año será de 107,94. Ver anexo N° 17.



### ➤ **Materiales de aseo**

Los materiales de aseo nos ayudan a mantener las instalaciones de la empresa en buenas condiciones de limpieza los mismos que otorgan un ambiente laboral de trabajo agradable y saludable para el personal que labora en ella y los que lo visitan. Estos son: Escobas, trapeadores, franelas, desinfectante, los mismos que serán adquiridos en Zerimar por un precio de 99,50. Ver anexo N° 18.

### ➤ **Publicidad**

La empresa realizará la siguiente publicidad: Cuñas Publicitarias que se pasarán en la Radio Matovelle todos los días de 09 am a 11 am en el programa de Anuncios, y así mismo en el diario La Hora 4 anuncios al mes y 48 al año, para de esta manera dar a conocer el producto en el mercado y obtener la acogida deseada. El total de publicidad para el año es de 808,80 Ver anexo N° 19.

**CUADRO N° 37**  
**VALOR DE LOS ACTIVOS CIRCULANTES**

<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>
<b>Materia Prima Directa</b>	36.349,40	<b>3.029,12</b>
<b>Mano de Obra Directa</b>	10.158,72	<b>846,56</b>
<b>Materia Prima Indirecta</b>	3.064,60	<b>255,38</b>
<b>Servicios Básicos</b>	1.075,20	<b>89,60</b>
<b>Gas Doméstico</b>	19,20	<b>1,60</b>
<b>Combustible</b>	1.376,64	<b>114,72</b>
<b>Suministros de Producción</b>	103,50	<b>8,63</b>
<b>Sueldos Administrativos</b>	15.908,44	<b>1.325,70</b>
<b>Arriendo</b>	3.000,00	<b>250,00</b>
<b>Suministros de Oficina</b>	107,94	<b>9,00</b>
<b>Materiales de Aseo</b>	99,50	<b>8,29</b>
<b>Gastos de Publicidad</b>	808,80	<b>67,40</b>
<b>Imprevistos (2%)</b>	1.441,44	<b>109,07</b>
<b>TOTAL</b>	<b>73.513,37</b>	<b>6.115,06</b>

Fuente: Anexo N°11 al 22

Elaboración: Patricia Morocho

**CUADRO N° 38  
VALOR TOTAL DE LAS INVERSIONES**

<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>Activo Fijo</b>	<b>13.627,43</b>
<b>Activo Diferido</b>	<b>1.630,00</b>
<b>Activo Circulante</b>	<b>6.115,06</b>
<b>TOTAL</b>	<b>21.372,49</b>

Fuente: Cuadro N° 35,36y 37  
Elaboración: Patricia Morocho V.

**FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN**

Es necesario identificar las fuentes de recursos financieros necesarios para la ejecución y operación del proyecto, el presente proyecto hará uso de las fuentes de financiamiento internas y externas, debido a que se trata de inversiones elevadas.

**◆ Fuentes de Financiamiento**

El presente proyecto será financiado mediante el aporte capital de los socios de \$11.372,49 lo que representa el 53,21% de la inversión y se estima conveniente acceder a un crédito de \$10.000,00 en la Corporación Financiera que representa el 46,79% de la inversión total.

La amortización del crédito y del activo diferido la apreciamos en los anexos N° 23.

**CUADRO N° 39  
FINANCIAMIENTO**

<b>FINANCIAMIENTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>
<b>Fuente Interna</b>	<b>11.372,49</b>	<b>53,21%</b>
<b>Fuente Externa</b>	<b>10.000,00</b>	<b>46.79%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>21.372,49</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Cuadro N° 38  
Elaboración: Patricia Morocho V.

## PRESUPUESTO DE COSTOS

Aquí se detalla todos los gastos que la empresa debe enfrentar relacionados con las funciones de producción, distribución, administración y financiamiento. Este sistema permitió a la empresa determinar el costo de producción y de esta manera calcular el costo real de producir, para con estos datos fijar el precio de venta con el que el producto saldrá al mercado.

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>					
<b>COSTO PRIMO</b>					
Materia Prima Directa	36.349,40	39.541,56	42.957,85	46.612,52	50.520,64
Mano de Obra Directa	10.158,72	10.651,42	11.168,01	11.709,66	12.277,58
<b>TOTAL COSTO PRIMO</b>	<b>46.508,12</b>	<b>50.192,98</b>	<b>54.125,87</b>	<b>58.322,18</b>	<b>62.798,22</b>
<b>GASTOS DE PRODUCCIÓN</b>					
Materia Prima Indirecta	3.064,60	3.333,73	3.621,76	3.929,88	4.259,37
Dep de Vehículo	1.280,00	1.280,00	1.280,00	1.280,00	1.280,00
Dep. de Maquinaria Y Equipo	105,30	105,30	105,30	105,30	105,30
Dep. de Instalaciones y Adecuaciones	35,96	35,96	35,96	35,96	35,96
Dep. de Utensillos de Cocina	17,73	17,73	17,73	17,73	17,73
Servicios Básicos	1.075,20	1.127,35	1.182,02	1.239,35	1.299,46
Gas Doméstico	19,20	20,13	21,11	22,13	23,20
Combustible	1.376,64	1.443,41	1.513,41	1.586,81	1.663,77
Suministros de Producción	103,50	108,52	113,78	119,30	125,09
Arriendos	3.000,00	3.145,50	3.298,06	3.458,01	3.625,73
Amortización del activo Diferido	326,00	326,00	326,00	326,00	326,00
<b>TOTAL GASTOS DE PRODUCCION</b>	<b>10.404,12</b>	<b>10.943,62</b>	<b>11.515,12</b>	<b>12.120,47</b>	<b>12.761,60</b>
<b>TOT. COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>56.912,24</b>	<b>61.136,59</b>	<b>65.640,99</b>	<b>70.442,65</b>	<b>75.559,82</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>					
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
Dep. de Equipo de Oficina	17,82	17,82	17,82	17,82	17,82
Dep. de Equipo de Computación	310,64	310,64	310,64	315,08	315,08

Dep. muebles y enseres	80,25	80,25	80,25	80,25	80,25
Sueldos Administrativos	15908,44	16.680,00	17.488,98	18.337,19	19.226,55
Suministros de Oficina	107,94	113,18	118,66	124,42	130,45
Material de Aseo	99,50	104,33	109,39	114,69	120,25
imprevisto del 2%	330,50	346,13	362,52	379,79	397,82
<b>TOT.DE G. ADMINISTRATIVOS</b>	<b>16.855,09</b>	<b>17.652,34</b>	<b>18.488,26</b>	<b>19.369,25</b>	<b>20.288,23</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>					
Publicidad	808,80	848,03	889,16	932,28	977,50
Imprevisto del 2%	16,18	16,96	17,78	18,65	19,55
<b>TOTAL DE GASTOS DE VENTA</b>	<b>824,98</b>	<b>864,99</b>	<b>906,94</b>	<b>950,93</b>	<b>997,05</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>					
Interés por Crédito	1.054,17	670,83	287,50	0	0
<b>T.GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>1.054,17</b>	<b>670,83</b>	<b>287,5</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOT. COSTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>18.734,24</b>	<b>19.188,16</b>	<b>19.682,70</b>	<b>20.320,17</b>	<b>21.285,27</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>75.646,48</b>	<b>80.324,76</b>	<b>85.323,69</b>	<b>90.762,82</b>	<b>96.845,10</b>

Elaboración: Patricia Morocho V.

## CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

Los costos se subdividen en fijos y variables de conformidad con la relación que tienen con la capacidad productiva.

### - Costos Fijos

Son los gastos en los que incurre la empresa por el solo hecho de existir, es un gasto que permanece constante así no produzca la empresa, normalmente dentro de estos gastos están los administrativos entre otros que generalmente sirven para realizar las operaciones no productivas.

### - Costos Variables

Son aquellos que tienden a fluctuar en proporción al volumen total de la producción, venta del producto o la prestación de un servicio, están relacionados directamente con la capacidad productiva.

AÑOS	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
DETALLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
<b>COSTO PRIMO</b>										
Materia Prima Directa		36.349,40		39.541,56		42.957,85		46.612,52		50.520,64
Mano de Obra Directa		10.158,72		10.651,42		11.168,01		11.709,66		12.277,58
<b>TOTAL COSTO PRIMO</b>		<b>46.508,12</b>		<b>50.192,98</b>		<b>54.125,87</b>		<b>58.322,18</b>		<b>62.798,22</b>
<b>GASTOS DE PRODUCCIÓN</b>										
Materia Prima Indirecta		3.064,60		3.333,73		3.621,76		3.929,88		4.259,37
Dep de Vehículo	1.280,00		1.280,00		1.280,00		1.280,00		1.280,00	
Dep. de Maquinaria Y Equipo	105,30		105,30		105,30		105,30		105,30	
Dep. de Instalaciones y Adecuaciones	35,96		35,96		35,96		35,96		35,96	
Dep. de Utensillos de Cocina	17,73		17,73		17,73		17,73		17,73	
Servicios Básicos		1.075,20		1.127,35		1.182,02		1.239,35		1.299,46
Gas Doméstico		19,20		20,13		21,11		22,13		23,20
Combustible		1.376,64		1.443,41		1.513,41		1.586,81		1.663,77
Suministros de Producción		103,50		108,52		113,78		119,30		125,09
Arriendos	3.000,00		3.145,50		3.298,06		3.458,01		3.625,73	
Amortización del activo Diferido	326,00		326,00		326,00		326,00		326,00	
<b>TOTAL DE GASTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>4.764,98</b>	<b>5.639,14</b>	<b>4.910,48</b>	<b>6.033,13</b>	<b>5.063,04</b>	<b>6.452,08</b>	<b>5.223,00</b>	<b>6.897,48</b>	<b>5.390,71</b>	<b>7.370,90</b>

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>										
<b>Dep. de Equipo de Oficina</b>	17,82		17,82		17,82		17,82		17,82	
<b>Dep. de Equipo de Computación</b>	310,64		310,64		310,64		315,08		315,08	
<b>Dep. muebles y enseres</b>	80,25		80,25		80,25		80,25		80,25	
<b>Sueldos Administrativos</b>	15908,44		16.680,00		17.488,98		18.337,19		19.226,55	
<b>Suministros de Oficina</b>	107,94		113,18		118,66		124,42		130,45	
<b>Material de Aseo</b>	99,50		104,33		104,33		109,39		114,69	
<b>imprevisto del 2%</b>	330,50		346,13		362,52		379,80		397,82	
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>16.855,09</b>		<b>17.652,34</b>		<b>18.483,20</b>		<b>19.364,0</b>		<b>20.282,67</b>	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>										
<b>Publicidad</b>	808,80		848,03		889,16		932,28		977,50	
<b>Imprevisto 2 %</b>	16,18		16,96		17,78		18,65		19,55	
<b>Total Gastos de Ventas</b>	<b>824,98</b>		<b>864,99</b>		<b>906,94</b>		<b>950,93</b>		<b>997,05</b>	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>										
<b>Interés crédito bancario</b>	1.054,17		670,83		287,5		0		0	
<b>Total Gastos financieros</b>	<b>1.054,17</b>		<b>670,83</b>		<b>287,5</b>		<b>0</b>		<b>0</b>	
<b>Total Costo Fijo y Variable</b>	<b>23.499,22</b>	<b>52.147,26</b>	<b>24.098,64</b>	<b>56.226,11</b>	<b>24.740,68</b>	<b>60.577,95</b>	<b>25.537,88</b>	<b>65.219,65</b>	<b>26.670,42</b>	<b>70.169,11</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>75.646,48</b>		<b>80.324,76</b>		<b>85.323,69</b>		<b>90.762,82</b>		<b>96.645,10</b>	

## **ESTRUCTURA DE INGRESOS**

### **☆ Costo Unitario de Producción**

Constituye el valor del producto significando, todas las operaciones desde la adquisición de la materia prima hasta su transformación en producto de consumo, Para determinar el costo unitario de producción de los Tamales de Verde de se utiliza la siguiente fórmula.

$$\text{CostoUnitario} = \frac{\text{Costo Total}}{\text{Nº de Unidades Producidas}}$$

Este procedimiento lo realizamos para los 5 años de vida útil del proyecto.

### **☆ Precio de Venta**

Para establecer el precio de venta se considera como base el costo unitario de producción, al cual se le agrega un margen de utilidad, para realizar este cálculo se utilizó la siguiente fórmula:

$$PVP = CUP + MU$$

### **☆ Presupuesto de Ingresos**

Este nos permite estimar los ingresos que va a generar la empresa en un periodo determinado, para proyectar los ingresos de cada año de la empresa multiplicamos la cantidad de producción anual por el precio de venta de la empresa estos valores los detallamos en el siguiente cuadro.



**CUADRO N° 42**  
**COSTO UNITARIO DE LOS TAMALES DE VERDE**

<b>AÑO 1 BASE DE PRODUCCIÓN</b>			
	<b>PRODUCTO</b>	<b>PRODUCCIÓN ANUAL</b>	
	PRODUCTOS A PRODUCIR	207.558	
	<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>		
	Costo primo	44.523,82	
+	Gastos de producción	11.088,89	
	<b>TOTAL</b>	<b>55.612,71</b>	
	<b>COSTO DE OPERACIÓN</b>		
	Gastos administrativos	16.851,21	
+	Gastos de ventas	824,98	
+	Gastos financieros	1.054,17	
	<b>TOTAL</b>	<b>18.730,36</b>	
	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>74.343,07</b>	
En el primer año establecemos el precio de venta del producto contemplando un margen de utilidad del 20%			
<b>INGRESOS POR VENTA</b>			
<b>PRODUCCION</b>	<b>COSTOS</b>	<b>P.V.P</b>	<b>TOTAL</b>
207.558	0,35	0,42	87.174,36

<b>AÑO 2 BASE DE PRODUCCIÓN</b>			
	<b>PRODUCTO</b>	<b>PRODUCCIÓN ANUAL</b>	
	Servicios de Tamales de Verde	219.089	
	<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>		
	Costo primo	48.684,99	
+	Gastos de producción	11.752,96	
	<b>TOTAL</b>	<b>60.437,95</b>	
	<b>COSTO DE OPERACIÓN</b>		
	Gastos administrativos	17.648,28	
+	Gastos de ventas	864,98	
+	Gastos financieros	670,83	
	<b>TOTAL</b>	<b>19.184,09</b>	
	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>79.622,04</b>	
En el primer año establecemos el precio de venta del producto contemplando un margen de utilidad del 20%			
<b>INGRESOS POR VENTA</b>			
<b>PRODUCCION</b>	<b>COSTOS</b>	<b>P.V.P</b>	<b>TOTAL</b>
219.089	0,36	0,43	94.208,27

<b>AÑO 3</b>			
<b>BASE DE PRODUCCIÓN</b>			
	<b>PRODUCTO</b>	<b>PRODUCCIÓN ANUAL</b>	
	PRODUCTOS A PRODUCIR	228.313	
	<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>		
	Costo primo	52.725,13	
+	Gastos de producción	12.414,58	
	<b>TOTAL</b>	<b>65.139,71</b>	
	<b>COSTO DE OPERACIÓN</b>		
	Gastos administrativos	18.484,01	
+	Gastos de ventas	906,93	
+	Gastos financieros	287,50	
	<b>TOTAL</b>	<b>19.678,44</b>	
	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>84.818,15</b>	
En el primer año establecemos el precio de venta del producto contemplando un margen de utilidad del 20%			
<b>INGRESOS POR VENTA</b>			
<b>PRODUCCION</b>	<b>COSTOS</b>	<b>P.V.P</b>	<b>TOTAL</b>
228.313	0,37	0,44	100.457,72

<b>AÑO 4 BASE DE PRODUCCIÓN</b>			
	<b>PRODUCTO</b>	<b>PRODUCCIÓN ANUAL</b>	
	PRODUCTOS A PRODUCIR	230.620	
	<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>		
	Costo primo	55.722,59	
+	Gastos de producción	12.975,27	
	<b>TOTAL</b>	<b>68.697,86</b>	
	<b>COSTO DE OPERACIÓN</b>		
	Gastos administrativos	19.359,24	
+	Gastos de ventas	940,92	
+	Gastos financieros	0	
	<b>TOTAL</b>	<b>20.310,16</b>	
	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>89.008,02</b>	
En el primer año establecemos el precio de venta del producto contemplando un margen de utilidad del 20%			
<b>INGRESOS POR VENTA</b>			
<b>PRODUCCION</b>	<b>COSTOS</b>	<b>P.V.P</b>	<b>TOTAL</b>
230.620	0,38	0,45	103.779,00

<b>AÑO 5</b>			
<b>BASE DE PRODUCCIÓN</b>			
	<b>PRODUCTO</b>	<b>PRODUCCIÓN ANUAL</b>	
	PRODUCTOS A PRODUCIR	230.620	
	<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>		
	Costo primo	58.375,14	
+	Gastos de producción	13.516,05	
	<b>TOTAL</b>	<b>71.891,19</b>	
	<b>COSTO DE OPERACIÓN</b>		
	Gastos administrativos	20.279.00	
+	Gastos de ventas	997,04	
+	Gastos financieros	0	
	<b>TOTAL</b>	<b>21.216,04</b>	
	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>93.167,23</b>	
En el primer año establecemos el precio de venta del producto contemplando un margen de utilidad del 20%			
<b>INGRESOS POR VENTA</b>			
<b>PRODUCCION</b>	<b>COSTOS</b>	<b>P.V.P</b>	<b>TOTAL</b>
230.620	0,40	0,48	110.697,60

## ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias presenta en forma resumida el comportamiento de los ingresos y egresos resultante de las operaciones de la empresa durante un ejercicio económico, en este caso anual y durante la vida útil de la empresa, por otro lado permitió determinar la utilidad que se obtendrá cada año.

La presente empresa ha planificado cumplir con todas las obligaciones legales, administrativas e institucionales para de esta manera garantizar el normal funcionamiento de la misma y evitar problemas de tipo económico, financiero y legal, en el siguiente cuadro (estado de pérdidas y ganancias) están reflejadas las obligaciones que deben cumplir las empresas privadas según la ley y la súper intendencia de compañías.

**CUADRO Nº 43**

	<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	<b>Ingreso por ventas</b>	<b>98.340,42</b>	<b>104.422,18</b>	<b>110.920,79</b>	<b>117.991,67</b>	<b>125.898,63</b>
-	Costos de Producción	56.912,24	61.136,59	65.640,99	70.442,65	75.559,82
	<b>Utilidad Bruta</b>	<b>41.428,18</b>	<b>43.285,59</b>	<b>45.279,80</b>	<b>47.549,02</b>	<b>50.338,80</b>
-	Costos de Operación	18.734,24	19.188,16	19.682,70	20.320,17	21.285,27
=	<b>Utilidad Neta</b>	<b>22.693,94</b>	<b>24.097,43</b>	<b>25.597,11</b>	<b>27.228,85</b>	<b>29.053,53</b>
-	15% utilidad a trabajadores	3.404,09	3.614,61	3.839,57	4.084,33	4.358,03
=	<b>Utilidad antes de Imp. a la renta</b>	<b>19.289,85</b>	<b>20.482,81</b>	<b>21.757,54</b>	<b>23.144,52</b>	<b>24.695,50</b>
-	25% Impuesto a la renta	4.822,46	5.120,70	5.439,38	5.786,13	6.173,87
	<b>UTILIDAD LIQUIDA</b>	<b>14.467,39</b>	<b>15.362,11</b>	<b>16.318,15</b>	<b>17.358,39</b>	<b>18.521,62</b>

Fuente: Cuadro Nº 40 y 42

Elaboración: Patricia Morocho V.

## PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio nos permitió conocer el punto de balance entre ingresos y costos; teóricamente es el momento en que los ingresos se igualan con los gastos y por lo tanto la inversión no genera ganancias ni tampoco pérdidas;

Para el análisis del presente proyecto el punto de equilibrio se calculó matemáticamente en base a los siguientes métodos:

### ▪ EN FUNCION DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Ventas} - \text{Costo Variable}} * 100$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{23.499,22}{98.340,42 - 52.147,26} * 100$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{23.499,22}{46.193,16} * 100$$

$$\text{Punto de equilibrio} = 0,51 * 100$$

$$\text{Punto de equilibrio} = 51\%$$

### ▪ EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

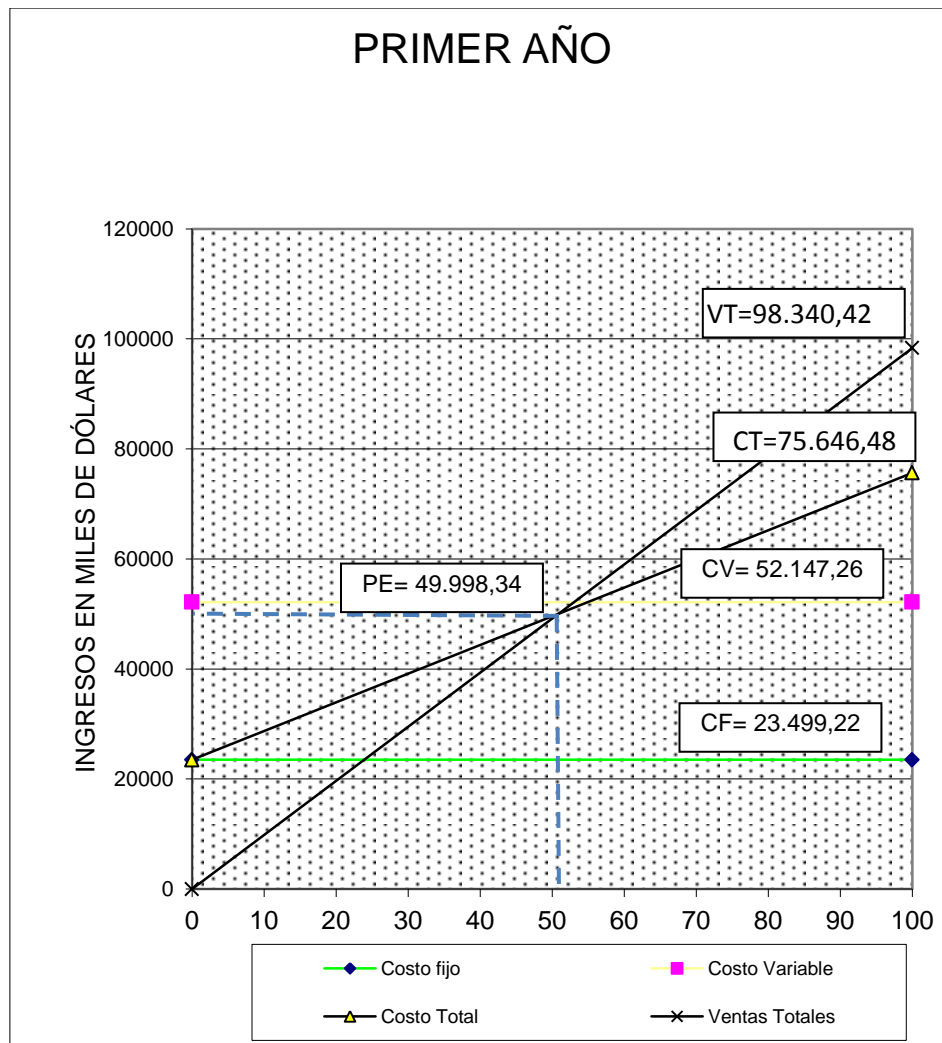
$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{23.499,22}{1 - \frac{52.147,26}{98.340,42}}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{23.499,22}{1 - 0,53}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{23.499,22}{0,47}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = 49.998,34$$

## GRÁFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION A LAS VENTAS Y LA CAPACIDAD INSTALADA



**ANÁLISIS:** El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 51% y con un ingreso en las ventas de 49.998,34 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

## PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL QUINTO AÑO

### ▪ EN FUNCION DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Ventas} - \text{Costo Variable}} * 100$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{26.670,42}{125.898,63 - 70.169,11} * 100$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{26.670,42}{55.729,52} * 100$$

$$\text{Punto de equilibrio} = 0,48 * 100$$

$$\text{Punto de equilibrio} = 48\%$$

### ▪ EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

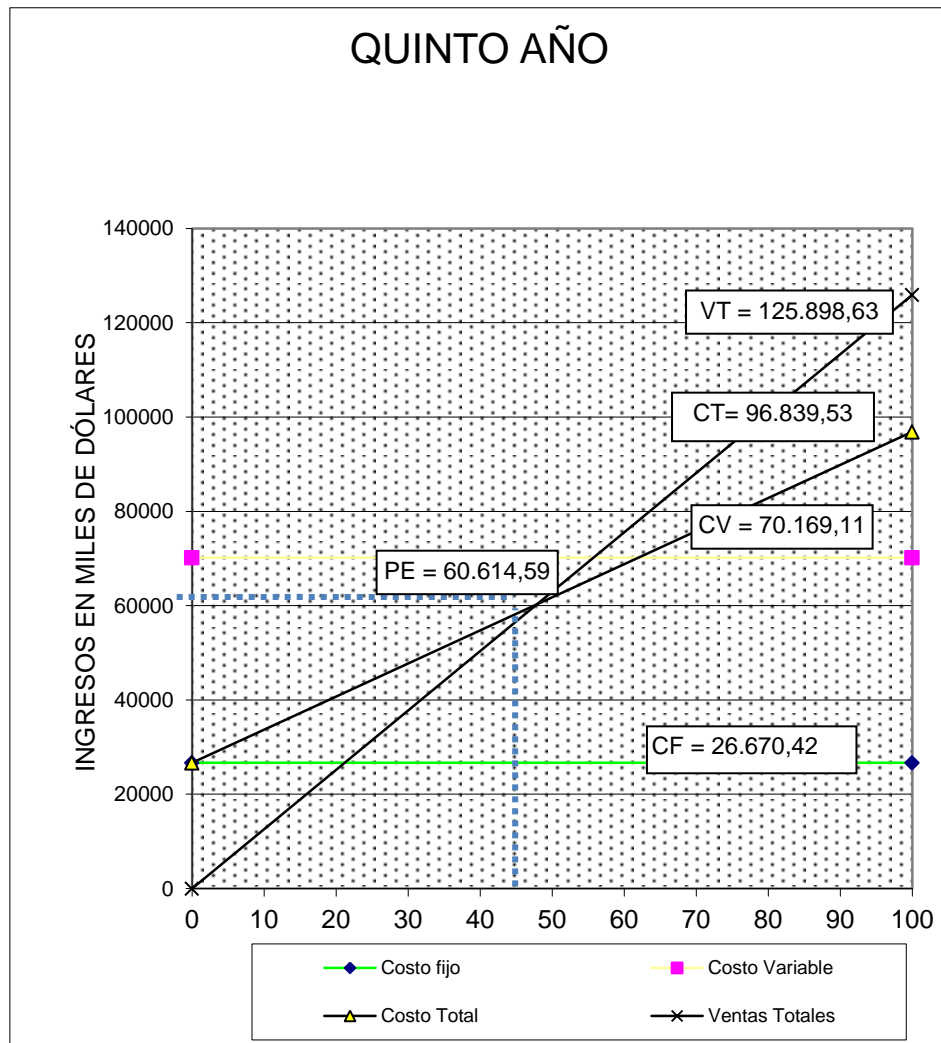
$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{26.670,42}{1 - \frac{70.169,11}{125.898,63}}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{26.670,42}{1 - 0,56}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{26.670,42}{0,44}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = 60.614,59$$

## GRÁFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION A LAS VENTAS Y LA CAPACIDAD INSTALADA



**ANÁLISIS:** El punto de equilibrio en el quinto año se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada del 48 % y con un ingreso en las ventas de 60.614,59 dólares



## EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación de proyectos busca determinar la Factibilidad del mismo, con el objeto de tomar decisiones en la puesta en marcha o determinar su rentabilidad.

La evaluación Financiera cumple con las siguientes funciones:

- ✦ Determina la factibilidad en que todos los costos pueden ser cubiertos oportunamente.
- ✦ Mide la rentabilidad de la inversión.
- ✦ Genera la información necesaria para realizar una comparación del proyecto con otras oportunidades de inversión.

## FLUJO DE CAJA

El flujo de caja constituye la diferencia entre los ingresos y egresos, para su cálculo, no se incluyen como egresos, las depreciaciones, la amortización del activo diferido y la reserva legal.

**CUADRO # 44**

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>						
Ventas		98.340,42	104.422,18	110.920,79	117.991,67	125.898,63
Crédito Bancario	11.372,49					
Capital Propio	10.000,00					
V. Residual o Rescate				310,64		4.653,64
<b>Total de Ingreso</b>	<b>21.372,49</b>	<b>98.340,42</b>	<b>104.422,18</b>	<b>111.231,43</b>	<b>117.991,67</b>	<b>130.552,26</b>
<b>EGRESOS</b>						
Activo Fijo	13.627,43					
Activo Diferido	1.630,00					
Activo Circulante	6.115,06					
Pres. de Operación	<b>21.372,49</b>	<b>75.646,48</b>	<b>80.324,76</b>	<b>85.323,69</b>	<b>90.762,82</b>	<b>96.845,10</b>
Dep. y Amortización-		1.847,69	1.847,69	1.847,69	2.162,77	2.162,77
15% de Util de Trabajo.		3.404,09	3.614,61	3.839,57	4.084,33	4.358,03
25% Imp. a la Renta		4.822,46	5.120,70	5.439,38	5.786,13	6.173,87
Amortización de Cap.		4.387,51	4.004,17	3.620,84	0	0
<b>Total de Egresos</b>	<b>21.372,49</b>	<b>86.412,85</b>	<b>91.216,55</b>	<b>96.375,78</b>	<b>98.470,51</b>	<b>105.214,23</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>0,00</b>	<b>11.927,57</b>	<b>13.205,63</b>	<b>14.855,64</b>	<b>19.521,16</b>	<b>25.338,03</b>

Fuente: Cuadro de Operaciones y Estado de Pérdidas o Ganancias  
Elaboración: Patricia Morocho V.

## VALOR ACTUAL NETO

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, mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a una rentabilidad deseada después de recuperar la inversión.

**CUADRO # 45**

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUALIZADO
		<b>11,50%</b>	
<b>0</b>	<b>21.372,49</b>		
<b>1</b>	11.927,57	0,896861	10.697,37
<b>2</b>	13.205,63	0,80436	10.622,08
<b>3</b>	14.855,64	0,721399	10.716,84
<b>4</b>	19.521,16	0,646994	12.630,08
<b>5</b>	25.338,03	0,580264	14.702,75
		<b>SUMA</b>	<b>59.369,13</b>
			-21.372,49
			<b>37.996,64</b>

**Fuente:** Cuadro 44 Flujo de Caja  
**Elaboración:** Patricia Morocho V.

$$\text{V.A.N.} = \text{SUMATORIA FLUJO NETO ACTUALIZADO} - \text{INVERSIÓN}$$

$$\text{V.A.N.} = 59.369,13 - 21.372,49$$

$$\text{V.A.N.} = \mathbf{37.996,64}$$

**Análisis.-** La suma de los valores actualizados de los flujos netos de caja esperados menos el valor de la inversión inicial dan un valor de \$37.996,64; es decir que sí existe rentabilidad; siempre que se mantengan los escenarios planeados.

## TASA INTERNA DE RETORNO

La TIR (Tasa Interna de Retorno) es aquella tasa que hace que el valor actual neto sea igual a cero. Cuando la TIR es mayor que la tasa de interés, el rendimiento que obtendría el inversionista realizando la inversión es mayor que el que obtendría en la mejor inversión alternativa, por lo tanto, conviene realizar la inversión. Si la TIR es menor que la tasa de interés, el proyecto debe rechazarse.

**CUADRO Nº 46**

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		<b>60,60%</b>		<b>60,65%</b>	
<b>0</b>	<b>-21.372,49</b>		<b>-21.372,49</b>		<b>-21.372,49</b>
<b>1</b>	11.927,57	0,622665	7.426,88	0,622471	7.424,57
<b>2</b>	13.205,63	0,387712	5.119,98	0,387470	5.116,79
<b>3</b>	14.617,38	0,241415	3.528,85	0,241189	3.525,55
<b>4</b>	19.521,16	0,150320	2.934,43	0,150133	2.930,78
<b>5</b>	25.338,03	0,093599	2.371,62	0,093454	2.367,93
			9,26		-6,87

**FUENTE:** Valor Actual Neto.

**ELABORACIÓN:** Patricia Morocho V.

## FÓRMULA DE LA TIR

$$TIR = 60,60 + 0,05 \left( \frac{9,26}{9,26 - (-6,87)} \right)$$

$$TIR = 60,60 + 0,05 \left( \frac{9,26}{16,13} \right) \quad TIR = 60,60 + 0,05( 0,57 ) \quad TIR = 61\%$$

**Análisis.-** La tasa interna de retorno de la inversión es del 61% lo cual significa que resulta atractiva porque es superior a la tasa mínima o costo de oportunidad.

## RELACION BENEFICIO COSTO

Este indicador permite medir el rendimiento que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida, así como también a decidir si el proyecto se acepta o no, en base al siguiente criterio:

- Si el resultado de la relación B/C es igual a 1, es indiferente realizar el proyecto.
- Si el resultado de la relación B/C es mayor que 1, el proyecto es rentable.
- Si el resultado de la relación B/C es menor que 1, el proyecto no es rentable.

**CUADRO Nº 47**

AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIG.	FACTOR ACT.	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT.	INGRESO ACTUALIZADO
		<b>11,50%</b>			<b>11,50%</b>	
1	75.646,48	0,896861	67.844,38	98.340,42	0,896861	88.197,69
2	80.324,76	0,804360	64.609,99	104.422,18	0,804360	83.992,99
3	85.323,76	0,721399	61.552,46	110.347,04	0,721399	79.604,22
4	90.762,82	0,646994	58.723,04	117.991,67	0,646994	76.339,95
5	96.845,10	0,580264	56.195,73	125.898,63	0,580264	73.054,45
			<b>308.925,59</b>			<b>401.189,29</b>

FUENTE: Costo de Operación  
 ELABORACIÓN: Patricia Morocho V.

$$RELACIÓN BENEFICIO COSTO = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Costos actualizados}} = \frac{401.189,29}{308.925,59}$$

$$RELACIÓN BENEFICIO COSTO = 1,30//$$

**ANALISIS.-** Se obtuvo una RBC de \$1,30 es decir que por cada dólar que la empresa va a invertir, su ganancia será de 0,30 ctvs. Al mismo tiempo como es mayor que 1 podemos decir que el proyecto es rentable.

## PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL

Este indicador permite conocer el tiempo en que la empresa recuperaría la inversión inicial, a través de este cálculo se puede establecer el número exacto de años, meses y días necesarios para recuperar la inversión inicial.

**CUADRO Nº 48**

Años	Inversión	Flujo de Caja
0	<b>-21.372,49</b>	
1		11.927,57
2		13.205,63
3		14.617,38
4		19.521,16
5		25.338,03
<b>Total</b>		<b>84.609,77</b>

**FUENTE:** Flujo de Caja.

**ELABORACIÓN:** Patricia Morocho V.

$$PRC = \frac{\text{Sumatoria del año que supera la inversión} - \text{Inversión}}{\text{Flujo del ultimo año que supera la inversión}}$$

$$PRC = \frac{84.609,77 - 21.372,49}{25.338,03}$$

$$PRC = \frac{63.237,28}{25.338,03} \quad PRC = 2,50$$

Años			2 Años
Meses	0,50*12	6	6 meses

**Análisis.-** Dado los resultados obtenidos en el estudio, se considera un proyecto de inversión de mediana rentabilidad porque garantiza una recuperación de la inversión en 2 años y 6 meses.

## **ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

El análisis de sensibilidad permite conocer el grado de soporte del proyecto ante posibles o eventuales cambios económicos que podrían ocurrir en el futuro, siendo los ingresos y los costos las variaciones más sensibles a un incremento en los costos o disminución de los ingresos.

El criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es el siguiente:

- Si el coeficiente es mayor que uno el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad (los cambios le afectan).
- Si el coeficiente es menor a uno, el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad, (soporta los cambios).
- Si el coeficiente es igual a uno, no hay efecto sobre el proyecto, el proyecto es indiferente a los cambios.



## ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 17,50 EN LOS COSTOS

CUADRO N°49

AÑOS	COSTO	COSTO	INGRESO	ACTUALIZACIÓN				
	TOTAL	TOTAL		FLUJO	FACTOR	VALOR	FACTOR	VALOR
	ORIGINAL	ORIGINAL	ORIGINAL	NETO	ACT.	ACTUAL	ACT.	ACTUAL
		<b>17,50%</b>			<b>38,50%</b>		<b>39,00%</b>	
						<b>-21.372,49</b>		<b>-21.372,49</b>
<b>1</b>	75.646,48	88.884,61	98.340,42	9.455,81	0,72202	6.827,30	0,71942	6.802,74
<b>2</b>	80.324,76	94.381,59	104.422,18	10.040,59	0,52132	5.234,31	0,51757	5.196,72
<b>3</b>	85.323,69	100.255,34	110.920,79	10.665,45	0,37640	4.014,49	0,37235	3.971,32
<b>4</b>	90.762,82	106.646,31	117.991,67	11.345,36	0,27177	3.083,32	0,26788	3.039,20
<b>5</b>	96.845,10	113.792,99	125.898,63	12.105,64	0,19622	2.375,41	0,19272	2.332,99
						<b>162,34</b>		<b>-29,52</b>

## FORMULA DE LA DISMINUCIÓN EN LOS INGRESOS

$$NTIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 38,5 + 0,5 \left( \frac{162,34}{162,34 + 20,52} \right) NTIR = 38,92$$

**TASA INTERNA DE RETORNO DEL PROYECTO = 61%**

### 1. DIFERENCIA DE TIR

$$DIF.TIR = TIR PROYECTO - NUEVA TIR$$

$$DIF.TIR = 61 - 38,92$$

$$DIF.TIR = 22,08\%$$

### 2. PORCENTAJE DE VARIACION

$$\% VAR, = \left( \frac{Dif.Tir}{Tir.del\ proy.} \right) * 100$$

$$\% VAR, = \left( \frac{22,08}{61} \right) * 100$$

$$\% VAR, = 36,19\%$$

### 3. SENSIBILIDAD

$$Sensibilidad = \left( \frac{\%de\ variacion}{Nueva\ tir} \right)$$

$$Sensibilidad = \left( \frac{36,19}{38,92} \right)$$

$$Sensibilidad = 0,9298$$

**Análisis.-** En este caso el proyecto es sensible con un incremento en los costos del 17,50% para seguir siendo rentable.

## ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 13,40% EN LOS INGRESOS

**CUADRO N°50**

AÑOS	COSTO	INGRESO	INGRESO	ACTUALIZACIÓN				
	TOTAL			FLUJO	FACTOR	VALOR	FACTOR	VALOR
	ORIGINAL	ORIGINAL	ORIGINAL	NETO	ACT.	ACTUAL	ACT.	ACTUAL
			<b>13,40%</b>		<b>38,50%</b>		<b>39,00%</b>	
						-		-
						<b>21.600,15</b>		<b>21.600,15</b>
<b>1</b>	75.646,48	98.340,42	85.162,80	9.516,32	0,7220	6.870,99	0,7194	6.846,28
<b>2</b>	80.324,76	104.422,18	90.429,61	10.104,85	0,5213	5.267,81	0,5176	5.229,98
<b>3</b>	85.323,69	110.920,79	96.057,40	10.733,71	0,3764	4.040,18	0,3724	3.996,74
<b>4</b>	90.762,82	117.991,67	102.180,79	11.417,97	0,2718	3.103,06	0,2679	3.058,65
<b>5</b>	96.845,10	125.898,63	109.028,21	12.183,11	0,1962	2.390,61	0,1927	2.347,93
						<b>72,50</b>		<b>120,58</b>
								-

## FORMULA DE LA DISMINUCIÓN EN LOS INGRESOS

$$NTIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 38,5 + 0,5 \left( \frac{72,50}{72,50 + 120,58} \right) NTIR = 38,69$$

TASA INTERNA DE RETORNO DEL PROYECTO = 61%

### 4. DIFERENCIA DE TIR

$$DIF.TIR = TIR PROYECTO - NUEVA TIR$$

$$DIF.TIR = 61 - 38,69$$

$$DIF.TIR = 22.31\%$$

### 5. PORCENTAJE DE VARIACION

$$\% VAR, = \left( \frac{Dif.Tir}{Tir.del\ proy.} \right) * 100$$

$$\% VAR, = \left( \frac{22.31}{61} \right) * 100$$

$$\% VAR, = 36.58\%$$

### 6. SENSIBILIDAD

$$Sensibilidad = \left( \frac{\%de\ variacion}{Nueva\ tir} \right)$$

$$Sensibilidad = \left( \frac{36.58}{38.69} \right)$$

$$Sensibilidad = 0,9454$$

**Análisis.-** En este caso el proyecto es sensible con un incremento en los costos del 13,40% para seguir siendo rentable.

## **h. CONCLUSIONES**

- Al crear la empresa Productora y Comercializadora de Tamales de Verde, se incorporará una nueva actividad empresarial en la ciudad de Loja, como una de las alternativas reales de desarrollo sustentable y con la seguridad de que es una buena inversión que logrará el éxito deseado.
- En la ciudad de Loja no existen competidores directos en relación al producto, pero cabe recalcar que existen varios competidores indirectos (productos sustitutos) por lo que creo que tendré una acogida aceptable en el mercado con el producto.
- La capacidad utilizada para el primer año cubrirá el 80% de la capacidad instalada correspondiente a 249.600 Tamales de Verde, para el segundo año se incrementará al 83% que es 258,960 unidades, para el tercer año un 86% que da 268.320 unidades, para el cuarto año un 89% con un total de 277.680 y para el quinto año un 92% que corresponde a 287.040 unidades. La Empresa no trabajará al 100%, debido a que necesitarán de un determinado tiempo para el enfriamiento, empaquetado y distribución del producto.
- La inversión para la ejecución del proyecto que se requiere es de \$21.372,49 el financiamiento será cubierto por el 53,21% correspondiente a \$11.372,49 por el aporte de los socios, y el 46,79% correspondiente a \$10.000,00 será financiado con un crédito otorgado por La Corporación Financiera, lo que me permitirá cubrir el monto total de la inversión requerida.
- La empresa jurídicamente se constituirá en una Compañía de Sociedad Anónima; administrativamente, se encontrará organizada con los niveles

jerárquicos correspondientes, sus respectivos organigramas y por ende con el manual de funciones, que le permitirán desarrollar técnicamente su proceso administrativo.

- El análisis de costos, precio de la competencia más el margen de utilidad fijado por la empresa me permitió establecer que el precio de venta al público por cada Tamal será de \$0,39 para el primer año con un 30% de utilidad.
- Los ingresos por ventas de la empresa serán de \$98.340,42 durante el primer año.
- En la evaluación financiera utilizando los diferentes indicadores económicos obtuve que:
  - ❖ El VAN es de \$37.996,64 lo que indica que el proyecto es factible y por ende conveniente.
  - ❖ La Tasa Interna de Retorno es del 61%, menor a la tasa de oportunidad y por ende satisfactorio para la realización de este proyecto.
  - ❖ En la Relación Beneficio Costo determiné que por cada dólar de inversión se obtendrá una utilidad de 0.30 centavos de dólar.
  - ❖ Debido a que se obtendrá la anhelada captación de usuarios potenciales se recupera el Capital invertido en un corto tiempo, es decir en un tiempo de 2 años y 6 meses.
  - ❖ El Análisis de Sensibilidad, demuestra que el proyecto no será sensible cuando los costos se incrementen más de un 17,50% y si los ingresos se disminuyen más de un 13,40%.

## **i. RECOMENDACIONES**

En base al desarrollo del proyecto se recomienda lo siguiente:

- Realizar periódicamente estudios de mercado, pues este estudio es el que condiciona todas las otras etapas del proyecto.
- De ejecutarse el proyecto procurar cubrir el mercado propuesto, y de ser posible ampliarlo, con el fin de incrementar los beneficios económicos.
- Realizar revisiones periódicas de los presupuestos de costos para poder efectuar los ajustes necesarios, de manera que se genere ingresos suficientes para cubrir los costos y obtener la utilidad esperada.
- A las instituciones financieras a brindar créditos a baja tasa de interés para la construcción, implementación, adecuación y puesta en marcha de nuevas empresas y de esta manera impulsar el desarrollo de la ciudad y la provincia.
- Así mismo se recomienda hacer un plan de negocio

## j. BIBLIOGRAFÍA

- ✚ Kotler, Philip, Dirección de la Mercadotecnia, 7ma. ed., Ed. Prentice-Hall, México, 1993.
- ✚ SAPAG CHAIN Nassir y Reinaldo, PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, 3ra. Edición, Mc Graw-Hill.
- ✚ STANTON, Etzel y Walker, FUNDAMENTOS DE MARKETING, novena Edición, Edit. McGraw Hill, MÉXICO, 2002, p.42/57.
- ✚ ZACCARELLI, Sergio Bautista, PROGRAMACION Y CONTROL DE LA PRODUCCIÓN, Sao Paulo Atlas
- ✚ <http://www.google.com.ec/#hl=es&client=psy-ab&q=niveles+jerarquicos>
- ✚ Manual de CONTABILIDAD DE COSTOS
- ✚ <http://es.wikipedia.org/wiki/tamal>
- ✚ <HTTP://WWW.LASCALIENTESDELSUR.NET/2011/08/EL-PLATANO-VERDE-Y-SUS-PROPIEDADES.HTML>
- ✚ [www.cuidadodelasalud.com](http://www.cuidadodelasalud.com)
- ✚ [www.recetasecuadorianas.com](http://www.recetasecuadorianas.com)
- ✚ <http://es.wikipedia.org/wiki/mercado>.



## k. ANEXOS

### ANEXO Nº 1

#### VEHICULO

ACTIVO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
<b>Vehículo (Camioneta)</b>	1	8.000,00	<b>8.000,00</b>
<b>TOTAL</b>			8.000,00

Fuente: Feria Libre de Vehículos.

Elaboración: Patricia Morocho V.

DEPRECIACIÓN DE VEHICULO				
20% DE DEPRECIACIÓN PARA 5 AÑOS DE VIDA ÚTIL				
AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	8.000,00	1.600,00		6.400,00
1	6.400,00		1.280,00	5.120,00
2	5.120,00		1.280,00	3.840,00
3	3.840,00		1.280,00	2.560,00
4	2.560,00		1.280,00	1.280,00
5	1.280,00		1.280,00	0

Fuente: Anexo 1

Elaboración: Patricia Morocho V.

**ANEXO Nº 2**  
**MAQUINARIA Y EQUIPO**

EQUIPO DE PLANTA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>Rallador Eléctrico</b>	2	250,00	500,00
<b>Ollas Tamaleras</b>	3	75,00	225,00
<b>Licadora Oster</b>	1	75,00	75,00
<b>Cocina industrial</b>	1	250,00	250,00
<b>Cilindro de gas</b>	2	60,00	120,00
<b>TOTAL</b>			<b>1170,00</b>

**Fuente:** Metálicas Modernas Loja, Comercial Ochoa Hermanos  
**Elaboración:** Patricia Morocho V.

DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO				
10% DE DEPRECIACIÓN PARA 10 AÑOS DE VIDA ÚTIL				
AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
<b>0</b>	1.170,00	117,00		1.053,00
<b>1</b>	1.719,00		171,90	1.547,10
<b>2</b>	1.547,10		171,90	1.375,20
<b>3</b>	1.375,20		171,90	1.203,30
<b>4</b>	1.203,30		171,90	1,031,40
<b>5</b>	1,031,40		171,90	859,50
<b>6</b>	859,50		171,90	687,60
<b>7</b>	687,60		171,90	515,70
<b>8</b>	515,70		171,90	343,80
<b>9</b>	343,80		171,90	171,90
<b>10</b>	171,90		171,90	0

**Fuente:** Anexo 2  
**Elaboración:** Patricia Morocho V.

### ANEXO Nº 3

UTENSILIOS DE COCINA			
ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Recipientes de Plástico	2	25,90	51,80
Sartén de teflón grande	2	25,00	50,00
Cuchillos	3	3,00	9,00
<b>TOTAL</b>			<b>110,80</b>

**Fuente:** Comercial Ochoa Hermanos  
**Elaboración:** Patricia Morocho V.

DEPRECIACIÓN DE UTENSILLOS DE COCINA				
20% DE DEPRECIACIÓN PARA 5 AÑOS DE VIDA ÚTIL				
AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
<b>0</b>	110,80	22,16		88,64
<b>1</b>	88,64		17,73	70,91
<b>2</b>	70,91		17,73	53,18
<b>3</b>	53,18		17,73	35,45
<b>4</b>	35,45		17,73	17,72
<b>5</b>	17,72		17,73	0

**Fuente:** Anexo 3  
**Elaboración:** Patricia Morocho V.

**ANEXO Nº 4  
MUEBLES Y ENSERES**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Escritorio Gerente	1	165,00	165,00
Escritorios Pequeño	2	100,00	200,00
Silla Gerencial	1	112,00	112,00
Sillas de Oficina	3	20,71	62,13
Juego de Muebles	1	274,00	274,00
Archivador	1	120,00	120,00
<b>TOTAL</b>			<b>933,13</b>

**Fuente:** Metálicas Modernas Loja y Mueblería San José

**Elaboración:** Patricia Morocho V.

<b>DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES</b>				
<b>10% DE DEPRECIACIÓN PARA 10 AÑOS DE VIDA ÚTIL</b>				
AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
<b>0</b>	933,13	93,31		839,82
<b>1</b>	839,82		83,98	755,84
<b>2</b>	755,84		83,98	671,86
<b>3</b>	671,86		83,98	587,88
<b>4</b>	587,88		83,98	503,90
<b>5</b>	503,9		83,98	419,92
<b>6</b>	419,92		83,98	335,94
<b>7</b>	335,94		83,98	251,96
<b>8</b>	251,96		83,98	167,98
<b>9</b>	167,96		83,98	83,98
<b>10</b>	83,98		83,98	0

**Fuente:** Anexo Nº 4

**Elaboración:** Patricia Morocho V.

**ANEXO Nº 5  
EQUIPO DE OFICINA**

DETALLE	CANTIDAD	V.UNIT. (USD)	V.TOTAL (USD)
Sumadora	1	30,00	30,00
Teléfono	2	54,00	108,00
Línea Telefónica	1	60,00	60,00
<b>TOTAL</b>			<b>198,00</b>

**Fuente:** Almacén "Audio Centro" CNT.

**Elaboración:** Patricia Morocho V.

<b>DEPRECIACIÓN EQUIPO DE OFICINA</b>				
<b>10% DE DEPRECIACIÓN PARA 10 AÑOS DE VIDA ÚTIL</b>				
<b>AÑOS</b>	<b>VALOR ACTIVO</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN</b>	<b>VALOR ACTUAL</b>
0	198,00	19,80		178,20
1	178,20		17,82	160,38
2	160,38		17,82	142,56
3	142,56		17,82	124,74
4	124,74		17,82	106,92
5	106,92		17,82	89,10
6	89,10		17,82	71,28
7	71,28		17,82	53,46
8	53,46		17,82	35,64
9	35,64		17,82	17,82
10	17,82		17,82	0

**Fuente:** Anexo Nº 5

**Elaboración:** Patricia Morocho V.

**ANEXO Nº 6**  
**EQUIPO DE CÓMPUTO**

DETALLE	CANTIDAD	V.UNIT.	V.TOTAL
Computador as con accesorios	2	699,00	1.398,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.398,00</b>

Fuente: "MASTER PC

Elaboración: Patricia Morocho V.

<b>DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>				
<b>33,33% DE DEPRECIACIÓN PARA 3 AÑOS DE VIDA ÚTIL</b>				
AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	1.398,00	466,00		932,00
1	932,00		310,63	621,37
2	621,37		310,63	310,74
3	310,74		310,63	0

Fuente: "Anexo Nº6

Elaboración: Patricia Morocho V

**ANEXO # 7**  
**REPOSICIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

DETALLE	CANTIDAD	V.UNIT.	V.TOTAL
<b>Computadoras con accesorios</b>	2	709,00	<b>1418,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>1.418,00</b>

Fuente: Almacén "ACCESCOMP"

Elaboración: Patricia Morocho V.

<b>DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>				
<b>33,33% DE DEPRECIACIÓN PARA 3 AÑOS DE VIDA ÚTIL</b>				
<b>AÑOS</b>	<b>VALOR ACTIVO</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN</b>	<b>VALOR ACTUAL</b>
0	1418,00	472,67		945,33
1	945,33		315,08	630,25
2	630,25		315,08	315,17
3	315,17		315,08	0

Fuente: "Anexo N°7"

Elaboración: Patricia Morocho V

**ANEXO Nº 8**  
**INSTALACIONES Y ADECUACIONES**

ESPECIFICACIONES	N.	PRECIO	VALOR TOTAL
Instalaciones eléctricas	5	9,00	45,00
Adecuación del local			354,50
TOTAL			<b>399,50</b>

Fuente: Electricista - Albañil  
Elaboración: Patricia Morocho V

DEPRECIACIÓN DE INSTALACIONES Y ADECUACIÓN				
10% DE DEPRECIACIÓN PARA 10 AÑOS DE VIDA ÚTIL				
AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	399,50	39,95		359,55
1	359,55		35,96	323,59
2	323,59		35,96	287,63
3	287,63		35,96	251,67
4	251,67		35,96	215,71
5	215,71		35,96	179,75
6	179,75		35,96	143,79
7	143,79		35,96	107,83
8	107,83		35,96	71,87
9	71,87		35,96	35,91
10	35,91		35,96	0

Fuente: Anexo Nº 8  
Elaboración: Patricia Morocho V

**AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS**

AMORTIZACIÓN ACTIVO DIFERIDO	
Años	Amortización
1	326,00
2	326,00
3	326,00
4	326,00
5	326,00

Fuente: Cuadro Nº 36  
Elaboración: Patricia Morocho V



**ACTIVOS CIRCULANTES**  
**ANEXO N° 9**  
**MATERIA PRIMA DIRECTA**

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Guineos verdes	Cientos	2.496,00	2,50	<b>6.240,00</b>
Plátanos Verde	Racimas de 100 unid	1248,00	8,50	<b>10.608,00</b>
Manteca Blanca	Libras	3.744,00	1,40	<b>5.241,60</b>
Manteca Negra	Libras	1.248	1,40	<b>1747,20</b>
Maní	Libras	208	1,50	<b>312,00</b>
Huevos	Cubetas	416	3,00	<b>1.248,00</b>
Culantro	Tongos	69	1,00	<b>69,00</b>
Polvo de Hornear	Libras	52	1,00	<b>52,00</b>
Sal	Kilo	26	0,60	<b>15,60</b>
Quesillo	Libras	6.656	1,25	<b>8.320,00</b>
Hojas de Achira	<b>Tongos</b>	<b>2.496</b>	<b>1,00</b>	<b>2.496,00</b>
				<b>36.349,40</b>

Fuente: Mercado Mayorista, Bodegas

Elaboración: Patricia Morocho V

**PROYECCION DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA**

AÑOS	DESCRIPCION
1	36.349,40
2	39.541,56
3	42.957,85
4	46.612,52
5	50.520,64

Fuente: Anexos N 9

Elaboración: Patricia Morocho V

**NOTA:** El segundo año se obtiene de  $258.960 * 34.365,10 / 249600 * 4.85\%$

Para proyectar la materia prima directa para los siguientes años realizamos una regla de 3 en base a las unidades producidas y al valor anual, al resultado obtenido le aumentamos el 4,85% que corresponde a la inflación.

**ANEXO N° 10**  
**MANO DE OBRA DIRECTA**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>VALORES</b>
Remuneración Unificada	300,00
Décimo tercero 1/12	25,00
Décimo cuarto SBA/12	24,33
Vacaciones 1/24	12,50
Aporte patronal 11,15%	33.45
Aporte IECE 0,5%	1,50
Aporte SECAP 0,5%	1,50
Fondos de reserva 1/12	25,00
<b>TOTAL</b>	<b>423.28</b>
Número de obreros	2
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>846,56</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>10.158.72</b>

Fuente: Ministerio de trabajo  
Elaboración: Patricia Morocho V

**PROYECCIÓN DE LA MANO DE OBRA DIRECTA**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
1	10.158.72
2	10.651,42
3	11.168,00
4	11.709,65
5	12.277,57

Fuente: Ministerio de trabajo  
Elaboración: Patricia Morocho V.

## ANEXO N° 11

### MATERIA PRIMA INDIRECTA

ESPECIFICACIÓN	MILLARES CIENTOS	V. UNIT X MILLAR	V.UNIT X CIENTO	VALOR TOTAL MILLAR CIENTO	VALOR TOTAL
Charoles desechables de 3	41,6	30,00	3,20	1230,00	19,20
Charoles desechables de 6	20,8	35,00	3,80	700,00	30,40
Rollo de Plástico	217		5,00		1.085,00
<b>TOTAL</b>					<b>3.064,60</b>

**Fuente:** Distribuidora Carlita.

**Elaboración:** Los autores

MILLARES	CIENTOS	CHAROLES POR MILLAR	CHAROLES POR CIENTOS	UNIDADES	TOTAL UNIDADES MILLARES	CIENTOS
<b>41</b>	6	41,000	600	3	123,000	1,800
<b>20</b>	8	20,000	800	6	120,000	4,800
<b>UNIDADES ANUALES PRODUCIDAS</b>					<b>249,600</b>	

### PROYECCIÓN DE LA MATERIA PRIMA INDIRECTA

AÑOS	VALOR ANUAL
1	3.064,60
2	3.213,23
3	3.369,07
4	3.532,48
5	3.703,80

**Fuente:** Anexo N° 11

**Elaboración:** Patricia Morocho V

**NOTA:** El segundo año se obtiene de  $258.960 * 3.688,20 / 249.600 * 4.85\%$ . Para proyectar la materia prima indirecta para los siguientes años realizamos una regla de 3 en base a las unidades producidas y al valor anual, al resultado obtenido le aumentamos el 4,85% que corresponde a la inflación.

**ANEXO N° 12**  
**SERVICIOS BASICOS**

<b>Cantidad</b>	<b>Maquinaria y Equipo</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Precio mensual</b>	<b>Precio anual</b>
200kW/H	Consumo de luz	0.095	19,00	228,00
10m3	Consumo de agua	1,46	14,60	175,20
1000 minutos	Consumo de teléfono	0,056	56,00	672,00
<b>TOTAL</b>				<b>1.075,20</b>

**Fuente:** EERSA, Consejo Nacional de Telecomunicaciones, y, Municipio de Loja (UMAPAL)  
**Elaboración:** Patricia Morocho V.

<b>PROYECCIÓN SERVICIOS BÁSICOS</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b> <b>INCREMENTO DEL 4,85%</b>
<b>1</b>	1.075,20
<b>2</b>	1.127,35
<b>3</b>	1.182,03
<b>4</b>	1.239,36
<b>5</b>	1.299,47

**Fuente:** Anexos N° 12  
**Elaboración:** Patricia Morocho V.

**ANEXO Nº 13**  
**GAS DOMESTICO**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
Gas Domestico	Cilindro	12	1,60	19,20
<b>TOTAL</b>				
<b>19,20</b>				

Fuente: Loja Gas

Elaboración: Patricia Morocho V.

<b>PROYECCIÓN GAS DOMÈSTICO</b>	
AÑOS	VALOR TOTAL INCREMENTO DEL 4,85%
<b>1</b>	19,20
<b>2</b>	20,13
<b>3</b>	21,11
<b>4</b>	22,06
<b>5</b>	23,20

Fuente: Anexos Nº 13

Elaboración: Patricia Morocho V.

**ANEXO Nº 14**  
**COMBUSTIBLE**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gasolina	Galones	24	1,48	35,52	426,24
Aceite	Galones	4	19,80	79,20	950,40
<b>TOTAL</b>					<b>1.376,24</b>

Fuente: Gasolinera Avendaño.  
Elaboración: Patricia Morocho V.

<b>PROYECCIÓN DE COMBUSTIBLE</b>	
AÑOS	VALOR TOTAL INCREMENTO DEL 4,85%
1	1.376,24
2	1.442,99
3	1.512,98
4	1.586,36
5	1.663,30

Fuente: Anexos Nº 14  
Elaboración: Patricia Morocho V.

**ANEXO N° 15**  
**SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN**

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>Mandiles</b>	6	16,00	96,00
<b>Gorros</b>	6	1,25	7,50
<b>TOTAL</b>			<b>103,50</b>

Fuente: SHERLOK,

Elaboración: Patricia Morocho V.

**PROYECCIÓN DE SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN**

AÑOS	PROYECCIÓN (Inflación 4,85%)
1	103,50
2	108,52
3	113,78
4	119,30
5	125,09

Fuente: Anexos N° 15

Elaboración: Patricia Morocho V.

**GASTOS ADMINISTRATIVOS**  
**ANEXO N° 16**  
**SUELDOS ASMINISTRATIVOS**

DENOMINACIÓN/CARGO	GERENTE	SECRETARIA CONTADORA	CHOFER VENDEDOR
<b>Remuneración Unificada</b>	350,00	292,00	300,00
<b>Décimo tercer sueldo</b>	29,17	24,33	25,00
<b>Décimo cuarto sueldo</b>	24,33	24,33	24,33
<b>Vacaciones 1/24</b>	14,58	12,17	12,50
<b>Aporte patronal 11,15%</b>	39,02	32,55	33,45
<b>Aporte IECE 0,5%</b>	1,75	1,46	1,50
<b>Aporte SECAP 0,5%</b>	1,75	1,46	1,50
<b>Fondos de reserva 1/12</b>	29,17	24,33	25,00
<b>TOTAL</b>	<b>489,77</b>	<b>412,63</b>	<b>423,28</b>
<b>Número de empleados</b>	1	1	1
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>489,77</b>	<b>412,63</b>	<b>423,28</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>5.877,24</b>	<b>4.951,56</b>	<b>5.079,36</b>
<b>TOTAL</b>			<b>15.908,16</b>

Fuente: Ministerio de trabajo  
 Elaboración: Patricia Morocho V.

**PROYECCIÓN SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

AÑOS	VALOR TOTAL INCREMENTO DEL 4,85%
<b>1</b>	15.908,16
<b>2</b>	16.679,71
<b>3</b>	17.488,68
<b>4</b>	18.336,88
<b>5</b>	19.226,21

Fuente: Anexos N° 16  
 Elaboración: Patricia Morocho V.



**ANEXO Nº 17**  
**ARRIENDO DEL LOCAL**

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
<b>ARRIENDO</b>	Mes	12	250,00	<b>3.000,00</b>
<b>TOTAL</b>				<b>3.000,00</b>

**Fuente:** Propietario

**Elaboración:** Patricia Morocho V.

<b>PROYECCIÓN ARRIENDO</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>1</b>	3.000,00
<b>2</b>	3.145,50
<b>3</b>	3.298,05
<b>4</b>	3.458,00
<b>5</b>	3.625,71

**Fuente:** Anexos Nº 17

**Elaboración:** Patricia Morocho V.

**ANEXO N° 18**  
**SUMINISTROS DE OFICINA**

ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD ANUAL	V. UNITARIO	V. TOTAL
Resma de papel bond	2	3,25	6,50
Facturas x 100	4	7,00	24,00
Tinta Impresora(Litros)	2	11,52	23,04
Grapadora	2	3,50	7,00
Caja de grapas	4	0,45	1,80
Perforadora	2	3,00	6,00
Carpetas archivadoras	12	2,50	30,00
Correctores	2	1,30	2,60
Esferos	12	0,25	3,00
<b>TOTAL</b>			<b>103,94</b>

Fuente: La Reforma  
Elaboración: Patricia Morocho V.

PROYECCIÓN DE SUMINISTROS DE OFICINA	
AÑOS	VALOR TOTAL INCREMENTO DEL 4,85%
1	103,94
2	108,98
3	114,27
4	119,81
5	125,62

Fuente: Anexo N 18  
Elaboración: Patricia Morocho V.

**ANEXO N° 19**  
**MATERIALES DE ASEO**

ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD ANUAL	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escobas	3	1,50	4,50
Recogedor de basura	2	2,00	4,00
Basureros	2	15,00	30,00
Trapeador	2	2,50	5,00
Desinfectantes de 2 Litros	2	2,50	5,50
Papel higiénico	24	1,00	24,00
Franelas	3	1,00	3,00
Jabón de tocador	12	1,00	12,00
Toallas	4	2,00	8,00
Baldes	2	2,00	4,00
<b>TOTAL</b>			<b>100,00</b>

Fuente: ZERIMAR

Elaboración: Patricia Morocho V.

<b>PROYECCIÓN DE MATERIALES DE ASEO</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b> <b>INCREMENTO DEL 4,85%</b>
<b>1</b>	100,00
<b>2</b>	104,85
<b>3</b>	109,93
<b>4</b>	115,26
<b>5</b>	120,85

Fuente: Cuadro N° 19

Elaboración: Patricia Morocho V.

**ANEXO N° 20**  
**GASTOS DE PUBLICIDAD**

DETALLE	DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO	TOTAL
<b>Radio Matovelle</b>	Cuñas	360	2,00	720,00
<b>Diario LA HORA</b>	Espacio Publicitario	24	3.70	88,80
<b>Total</b>				<b>808,80</b>

**Fuente:** Radio Matovelle y Diario La Hora.

**Elaboración:** Patricia Morocho V.

<b>PROYECCIÓN DE PUBLICIDAD</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL INCREMENTO DEL 4,85%</b>
<b>1</b>	808,80
<b>2</b>	848,02
<b>3</b>	889,15
<b>4</b>	932,27
<b>5</b>	977,49

**Elaboración:** Patricia Morocho V

**Fuente:** Anexos N° 20

La empresa ha planificado realizar la siguiente publicidad: Cuñas Publicitarias que se pasarán en la Radio Matovelle todos los días de 09 am a 11 am en el programa de Anuncios, en el diario La Hora 2 anuncios al mes y 48 al año.

**ANEXO N° 21**  
**AMORTIZACIÓN DEL CREDITO**

<b>AMORTIZACIÓN DEL MICROCRÉDITO 11,5 % 3 AÑOS</b>				
<b>Semestres</b>	<b>Capital o Amortización</b>	<b>Interés</b>	<b>Dividendo</b>	<b>Capital Residual</b>
0	-----	-----	-----	10.000,00
1	1.666,67	575,00	2.241,67	8.333,33
2	1.666,67	479,17	2.145,84	6.666,66
3	1.666,67	383,33	2.050,00	4.999,99
4	1.666,67	287,50	1.954,17	3.333,32
5	1.666,67	191,67	1.858,34	1.666,65
6	1.666,67	95,83	1.762,50	0

**Fuente:** Corporación Financiera

**Elaboración:** Patricia Morocho V.

El monto del crédito obtenido es de 10.000,00 dólares, el interés anual es del 11,50%, para un tiempo de 3 años, es la línea que nos otorga La Corporación Financiera.

# ÍNDICE

CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORIA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
a. TITULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
SUMMARY.....	5
c. INTRODUCCIÓN.....	7
d. REVISIÓN LITERARIA.....	10
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	36
f. RESULTADOS.....	41
g. DISCUSIÓN.....	59
h. CONCLUSIONES.....	141
i. RECOMENDACIONES.....	143
j. BIBLIOGRAFÍA.....	144
k. ANEXOS.....	145
ÍNDICE.....	166