UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MED

TÍTULO:

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE COMIDA RÁPIDA PRODUCTORA DE COCHINITOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA".

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE INGENIERO COMERCIAL

AUTOR:

GUIDO JOEL HIDALGO JIMÉNEZ

DIRECTOR DE TESIS:

ING. MAE ÉDISON ESPINOSA BAILÓN

Loja - Ecuador

2014

Ing. MAE. Édison Espinosa, DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y DIRECTOR DE TESIS.

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación denominado, "***PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE COMIDA RÁPIDA PRODUCTORA DE COCHINITOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA***" elaborado por el aspirante Guido Joel Hidalgo Jiménez, previo a optar el grado de Ingeniero Comercial, ha sido realizado bajo mi dirección y luego de haberlo revisado autorizo su presentación ante el Honorable Tribunal de Grado.

Loja, 21 de Octubre del 2014

Ing. MAE. Édison Espinosa Bailón

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Todos los criterios, procedimientos, comentarios, ideas, opiniones y conclusiones difundidas en el presente trabajo de investigación titulado "Proyecto de Factibilidad para la creación de una microempresa de comida rápida productora de cochinitos y su comercialización en la ciudad de Loja"; son de exclusiva responsabilidad del autor.

Autor: Guido Joel Hidalgo Jiménez

Firma:

Cédula: 110370213-8

Fecha: Loja, 21 de Octubre del 2014

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

Yo, Guido Joel Hidalgo Jiménez declaro ser autor de la tesis titulada "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE COMIDA RÁPIDA PRODUCTORA DE COCHINITOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA", como requisito para optar al grado de Ingeniero Comercial; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga 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 nueve días del mes de enero del 2015. Firma El Autor

Firma:
Autor: Guido Joel Hidalgo Jiménez
Cédula: 110370213-8
Dirección: Bolívar 03-50 entre Quito y José Félix de Valdivieso
Correo: guidin.aridome@hotmail.com
Teléfono: 07 2578695 **Celular:** 0994859918

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director de Tesis: Ing. MAE. Edison Espinosa Bailón

Tribunal de Grado: Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE

Ing. Galo Salcedo López

Mg. Carlos Rodríguez Armijos

.AGRADECIMIENTO

Mi más sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, la Modalidad de Estudios a Distancia, y a la carrera de Administración de Empresas; a sus Autoridades y personal docente que me supieron impartir sus conocimientos facilitándome el desenvolvimiento en el transcurso de mi carrera, en especial al Ing. MAE Édison Espinosa Bailón Director de Tesis, quien ha sido mi guía y apoyo en el desarrollo del presente trabajo.

GUIDO JOEL HIDALGO JIMÉNEZ

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedico en primer lugar a Dios, y a mis queridos padres por todo su amor y apoyo incondicional para la culminación de este sueño, los cuales son generadores de esta energía que reconfortan en todos momentos y siempre han sido mi anhelo de superación e inspiración constante

A mí querida esposa Alexandra, por todo su esfuerzo desplegado a lo largo de todo este tiempo, con su apoyo incondicional para lograr esta meta deseada; a mis hijos Ariel y Doménica motivo principal de mi vida, gracias a ellos por permitirme seguir adelante y superarme, los Amo.

GUIDO JOEL

a. TÍTULO:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE COMIDA RÁPIDA PRODUCTORA DE COCHINITOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA”

b. RESUMEN:

El presente trabajo de tesis titulado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE COMIDA RÁPIDA PRODUCTORA DE COCHINITOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA**”, se desarrolló con el objeto de implementar un negocio rentable y a su vez de aportar con nuevas fuentes de trabajo en nuestra localidad.

Los resultados del proyecto de factibilidad inicia con el análisis de la encuesta aplicada a un segmento de mercado determinado por la aplicación de una muestra a la población de Loja 214.855 habitantes en donde el número de ciudadanos a ser encuestados fue de 383 personas. Posteriormente en la etapa de Discusión se desarrolla las fases del proyecto de factibilidad iniciando con el estudio de mercado, se realizó un análisis a categorías importantes como son: demanda real, correspondiendo a 214.855 habitantes de la ciudad de Loja, de los cuales según las encuestas aplicadas un 68,93% consumen productos que contienen embutidos los que equivalen a 148.100 personas constituyendo la demanda real, de los cuales un 82% responde a que estarían dispuestos a consumir el producto ofertado en este proyecto (Los Cochinitos) dando un resultado de 121.442; la oferta del mercado es considerada aquellos productos similares que contengan principalmente embutidos como ingrediente principal, tal es el caso de los hotdogs y perritos calientes, permitiendo así definir el producto, plaza, precio y promoción de los cochinitos.

En lo referente al estudio técnico se explica el proceso productivo del producto ofertado, así como aquellos materiales, y equipos a utilizarse en el proyecto, también se indica la ubicación y porcentaje de uso de la capacidad instalada en la planta, en donde se considera iniciar con un 50% de la producción, estableciendo como precio de penetración de mercado el primer año será de $1,00, para el año 2 incrementará a $1,10 y al año 3 a $1,20; posteriormente a partir del año 5 el valor unitario sería de $1,25.

Al considerar los costos de equipos dentro de activos fijos, el gasto corriente que involucra costos fijos y variables además del capital de trabajo, se pudo determinar un presupuesto de costos y gastos, así como también el presupuesto de ingresos producto de las ventas planificadas.

Con la información consignada en los Estados de Pérdidas y Ganancias se estructuro el flujo de caja, documento fundamental para realizar la evaluación financiera, en donde se puede apreciar que debido a que en el primer año no se logra llegar al punto de equilibrio, posteriormente ya se logra recuperar, al aumentar las ventas y superar el punto de equilibrio de $ 57.099,47 Anuales, dándose estas condiciones, se pudo determinar una tasa interna de retorno de 78,43% y un periodo de recuperación de 2 años, y 9 días, y que según los costos proyectados con un crecimiento similar a la tasa de inflación anual, determina un periodo de vida útil del proyecto en 10 años.

SUMMARY

This the thesis work entitled "PROJECT FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A SMALL BUSINESS OF FAST FOOD PRODUCER OF PIGS AND MARKETING IN THE CITY OF Loja", was developed in order to implement a profitable business and in turn provide new sources working in our town.

The results of the feasibility project starts with the analysis of the survey of a market segment determined by the application of a sample population of 214 855 inhabitants Loja where the number of people to be interviewed was 383 people. Later in the stage of discussion phases of the project feasibility starting with market research develops an analysis was performed important categories such as: real demand, corresponding to 214,855 inhabitants of the city of Loja, which polls 68.93% applied one consume products containing sausages which are equivalent to 148,100 persons constituting the actual demand, of which 82% said they would be willing to consume the product offered in this project (the Pigs) giving a result of 121 442 ; market supply is considered those similar products containing mainly sausages as a main ingredient, as in the case of hotdogs and hot dogs, allowing to define the product, place, price and promotion of pigs.

Regarding the technical study the production process of the product offered, as well as those materials and equipment used in the project is explained,

location and percentage use of installed plant capacity is also shown, where it is considered to start with 50% of production, price setting and market penetration in the first year will be $ 1.00, for year 2 will increase to $ 1.10 and year 3 to $ 1.20; thereafter from year 5 the unit value would be $ 1.25.

When considering the costs of equipment in fixed assets, current expenditure involving fixed and variable costs plus working capital, it was determined a budget of costs and expenses, as well as budget revenues resulting from planned sales.

With the information in the United Profit and Loss cash flow, essential for the financial evaluation document, where you can see that because in the first year does not reach the breakeven was structured, and subsequently is able to recover, increasing sales and exceed the breakeven point of $ 57,099.47 Annual, giving these conditions, it was determined an internal rate of return of 78.43% and a payback period of 2 years and 9 days , and according to projected costs with a similar annual inflation rate growth, determines a period of useful life of the project in 10 years.

c. INTRODUCCIÓN:

El comercio en alimentos actualmente ha tomado otras características influenciadas por la globalización, y la creciente competencia, en donde el mercado de la comida rápida a tomado su lugar en la preferencia de los consumidores, los cuales buscan una atención rápida y un producto a un costo accesible, por ello el presente trabajo de tesis titulado **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE COMIDA RÁPIDA PRODUCTORA DE COCHINITOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA**"**,** es importante para el desarrollo empresarial de la ciudad de Loja y a su vez aportará a disminuir la tasa de desempleo aportando con una nueva fuente de trabajo en la ciudad.

La estructura del proyecto de tesis inicia con un **Resumen**, seguidamente la **Revisión de literatura**, en donde se generaliza temas acordes al desarrollo del proyecto; los **Métodos de investigación** que sirven para presentar los resultados del proyecto; los **Resultados**, en el cual se analiza las encuestas aplicadas para posteriormente estructurarlas diferentes fases del proyecto en la **Discusión,** el Estudio de Mercado donde se muestran los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los consumidores, su respectivo análisis y sus proyecciones; así mismo el análisis de la oferta, las estrategias de marketing y de venta. Además se presenta el Estudio

Técnico en donde se expone la ingeniería del proyecto, la infraestructura física, la distribución de la planta, el proceso productivo, diseño del producto, el flujograma de procesos. En referencia al Estudio Legal y Administrativo, se muestra los aspectos legales y organizacionales como también el manual de funciones y los organigramas.

En el estudio financiero se presenta la inversión y financiamiento, a través del análisis de costos e ingresos y la evaluación del proyecto con los indicadores financieros como: El Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio/Costo, Periodo de Recuperación de Capital, Análisis de Sensibilidad, para determinar la factibilidad o no del proyecto.

Además se exponen las **Conclusiones y Recomendaciones** en donde se determinó luego del análisis de todas las fases del proyecto que éste es factible, por tanto se recomienda la puesta en marcha del mismo. En la parte de **Bibliografía** se presenta los referentes teóricos utilizados en el presente trabajo; finalmente se presentan los **Anexos** en los cuales se adjunta un formato de la encuesta utilizada para la recopilación de la información y las tablas de proyección de las depreciaciones.

d. Revisión de Literatura

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

COMIDAS RÁPIDAS

La comida rápida (del inglés conocido también como Fastfood) es un estilo de alimentación donde el alimento se prepara y sirve para consumir rápidamente en establecimientos especializados (generalmente callejeros) o a pie de calle. El ejemplo de locales más extendido a nivel mundial, es la multinacional McDonald's[1].

Imagen No. 1

[1]**FERNÁNDEZ**, Armesto Felipe, Historiador .- España 2009

Fuente: http://dementescreativas.com/

La comida rápida no es ninguna innovación ni un "vicio" de la sociedad actual, es tan antigua como que los romanos de clase baja compraban habitualmente sus raciones en kioscos de comida en la esquina de la calle.

El concepto de comida rápida aparecía en Europa durante las Guerras Napoleónicas cuando en el siglo XIX los mercenarios cosacos del Ejército Ruso en Francia solicitaban en los restaurantes que se les sirvieran lo antes posible, mencionando repetidas veces la palabra Bistro (en rusobystro = rápido).

Imagen No. 2

Fuente: http://dementescreativas.com/

A mediados del siglo XX un empresario de la alimentación en Estados Unidos denominado Gerry Thomas comercializa por primera vez lo que se denomina comida preparada (TV DINNER) con este inventouna persona sin mayores esfuerzos se encuentra en pocos minutos con un plato preparado en casa. Se hizo muy popular en los establecimientos de conveniencia y por esta razón se le conoce también al alimento preparado como “alimento de conveniencia”.

Imágen No. 3

Fuente: http://inventors.about.com/od/inventionsalphabet/a/tv_dinner

ALIMENTOS RÁPIDOS Y SU VALOR CALÓRICO

Imágen No. 4

CHORIPÁN

VALOR ENERGÉTICO: 538 CALORÍAS

Fuente: http://dementescreativas.com/

Nuestro viaje comienza a finales de los años 1800 con la invención de la famosa máquina de picar carne, este gran invento dio origen a la hamburguesa, según lo señala una infografía publicada en el blog de Medical Insurence, que se basa en datos obtenidos de la "Enciclopedia de comida chatarra y comida rápida"[2].

[2]www.padigital.com.pa/recetas/**comida-rapida**.html

En 1894, “Los Ángeles Times” publicó la primera nota en referencia a la hamburguesa. Pero hasta inicios del siglo XX se creía que era una comida contaminada, insegura y solo para los pobres.

Hacia el año 1921, White Castle abrió la primera cadena de restaurantes de hamburguesas, vendiéndolas a solo 50 centavos de dólar.

Imagen No. 6

BIG TASTY

VALOR ENERGÉTICO: 839 CALORÍAS

Fuente: https://www.google.com.ec/mcdonalds

El término “franquicia” apareció en el mismo año gracias al restaurante A&W Root Beer, quien registró su propio almíbar. Pero fue en 1930 que Howard Johnson convirtió en franquicia la fórmula de restaurante, menú, publicidad y arquitectura.

En la siguiente década, se puso de moda los locales con servicio al auto (en el Perú, el más claro ejemplo lo sigue siendo el tradicional Tip Top). Las meseras andaban en patines por los estacionamientos. Con eso, el diseño de los restaurantes se volvió más llamativo e imperó el uso de luces de neón. El objetivo era captar la atención de los comensales y brindarles el mejor servicio de comida rápida con la venta de una variedad de menús como: platillos al paso, piqueos, sánduches, hamburguesas, postres, etc

Imagen No. 7

RESTAURANTE TIP TOP

Es una cadena de restaurantes de comida rápida

Fuente: http://www.deperu.com/restaurantes-comida-rapida/tiptop

Gusto Globalizado

Veinte años después, la comida rápida ya estaba en prácticamente todo el mundo y en todas partes. Una muestra: los fabricantes de carros agrandaron los portavasos para que pudieran contener los vasos de gaseosa más grandes. El tamaño de las porciones crecía y crecía.

No todo era color de rosa. En 1990, clientes vegetarianos lanzaron excremento vacuno en una estatua de Ronald McDonald ubicada en un local de la India, cuando descubrieron que utilizaban grasa de vaca para darles más sabor a las papas fritas.

Pero eran más los que querían darle un mordisco a esa hamburguesa. Un año después, en la inauguración del local de los dos arcos en Kuwait los autos de los clientes formaron una cola de más de once kilómetros.

El mercado de la comida rápida en América Latina

Puede una hamburguesa ocasionar una disputa judicial entre dos empresas de dos diferentes países?

Pues, al parecer, sí. Y todo es por el nombre del negocio. En el país, la historia del negocio de comida rápida bajo el nombre Mc Donald’s se remonta a 1973, cuando Olga Romero regresó de los EEUU.

Allá aprendió de este negocio durante su estancia, hasta cuando su esposo le sugirió volver al país. Una vez en Quito, se puso un local de 14 mesas en el Centro Comercial Iñaquito (CCI), con un capital inicial de 10 mil sucres. Lo llamó Mc Donald’s. ¿Por qué lo hizo? Según Romero, porque era atractivo y porque ella creyó que el negocio original no iba a crecer tanto como para llegar al país.

En 1974, Romero solicitó la inscripción del nombre Mc Donald’s en la Dirección de Patentes y Marcas -que en ese entonces pertenecía al Ministerio de Industrias y Comercio. Y este fue concedido. Con este respaldo empezó su proceso de expansión con la meta de abrir un local por año.

En 1975, abrió otro local en el Centro Comercial América (CCA). Allí invirtió 15 mil sucres. Y así sus locales llegaron a 11.

Todo iba bien hasta 1996, cuando el CCI cambió de dueños. Perdieron ese local porque, según Romero, "un amigo de los accionistas del CCI quería poner un local Mc Donald"s Corporation".

Y empezó un juicio por problemas de propiedad intelectual, empujado por la transnacional de la comida rápida. Debido a ello, el Mc Donald"s criollo ahora tiene abierto tan solo un local, en el CCA.

"En 1968, Mc Donald"s Corporation es registrada en Brasil, en 1971 se hace en Panamá, y en 1977 en Colombia y Argentina.

Imagen No. 9

McDonald's Corporation	
Lema	*I'm lovin' it*™ (Me encanta)
Tipo	Privada
Fundación	15 de mayo de 1940 (71 años) en Sqan Bernardino, California. McDonald's Corporation, 1955 en Des Plaines, Illinois.
Fundador(es)	• Dick y Mac McDonald, fundadores del restaurante McDonald's • RayKroc, fundador de McDonald's Corporation
Sede	OakBrook, Illinois, Estados Unidos
Ámbito	Mundial
Industria	Restaurantes de Comida rápida
Productos	Comida rápida
Ingresos	▼22.744 millones de dólares[1]
Beneficio neto	▲4.551 millones de dólares[1]
Director general	Andrew J. McKenna
Empleados	400.000 (2010)
Sitio web	www.mcdonalds.com

Fuente: **https://www.mcdonalds.com**

McDonald's es una cadena de restaurantes de comida rápida. Sus principales productos son las hamburguesas, sándwiches, patatas fritas, menús para el desayuno, refrescos, batidos, postres y, recientemente, ensaladas y frutas. En la mayoría de los restaurantes se han incluido distintas áreas con juegos para niños. Atiende aproximadamente a 47 millones de clientes al día.

En 1940, los hermanos Dick y Mac McDonald decidieron crear la empresa, introduciendo la comida rápida 8 años después. Pero su salto cualitativo fue en 1955con la primera franquicia, asumida por el ejecutivo Ray Kroc.

A lo largo de los años se ha ido extendiendo hasta ser uno de los restaurantes con mayor presencia en el mundo, convirtiéndose en un símbolo de Estados Unidos, la comida rápida, el capitalismo y la globalización. McDonald's es la cadena de comida rápida más grande del mundo y provee una gran variedad de emparedados, bocadillos y otros productos.

Esa presencia global indujo a la publicación británica The Economist elaborar el índice Big Mac, que consiste en comparar el precio de una hamburguesa (la Big Mac, la más famosa de la cadena) en todos los países donde lo venden y así establecer un parámetro común de los costes de vida en cada país y saber si las monedas están sobrevaloradas con respecto al dólar estadounidense.

Imagen No. 10

McDonald's Plaza, en la sede central.

Fuente: https://www.mcdonalds.com

El 15 de mayo de 1940, Dick y Mac McDonald abrieron el primer restaurante McDonald's en San Bernardino (California), sobre la Ruta 66. El menú consistía en 20 artículos, sobre todo la barbacoa.

RayKroc, un empresario y vendedor de máquinas de malteadas, decidió visitar en 1955 aquel restaurante que le hizo un pedido de 8 máquinas de batidos, cuando el promedio era 1. Al llegar quedó fascinado por la limpieza y la rapidez del servicio. Entonces decidió unirse a esta empresa.

En 1975, McDonald's decidió incorporar el servicio Auto Mc. La gente puede pedir el pedido desde su automóvil, a través de una ventanilla situada en uno de los laterales. Así, además de que la sala esté llena, el servicio es, todavía, más rápido. Este concepto lo habían aplicado Wendy's y Pig Sandwich.

En el 2010, McDonald's tiene presencia en 119 territorios y países alrededor del mundo. Se estima que atienden a 58 millones de clientes al día en un total de 31.000 restaurantes que emplean a más de 1'5 millones de personas

Descartando Israel, desde 1997 el único McDonald's Kosher que existe en el mundo se encuentra en el llamado Mercado de Abasto de Buenos Aires.

Imagen No. 11

McDonald's en Buenos Aires, Argentina.

Fuente: **https://www.mcdonalds.com**

El primer país latinoamericano en tener un McDonald's fue Costa Rica, en 1970. El primer McDonald's en El Salvador se inauguró en 1971, en Panamá abrió sus puertas en 1971.En Managua (Nicaragua) en 1975. En México, Venezuela y Argentina abrió en 1985. En Chile abrió en noviembre de 1990. El 18 de noviembre de 1991 inauguró su primer restaurante en Uruguay. El primer McDonald's en Colombia fue inaugurado el 14 de julio

de 1995, mientras que en Paraguay y en Perú fue en 1996, y en Ecuador 1997. El único país latinoamericano donde no hay McDonald's es Bolivia[3].

Imagen No. 12

McDonald's en Gómez Palacio, Durango, México

Fuente: https://www.mcdonalds.com

La comida rápida ha creado controversia con la sanidad, debido a que contiene muchas grasas. La película *SuperSize Me* (2004), un documental

[3]**MAC DONALDS**, Corporatión , Memorias y Registros de negocios de la cadena de Comidas Rápidas

protagonizado por Morgan Spurlock en el que decide alimentarse únicamente de comida de los restaurantes McDonald's durante un mes, ha reabierto inquietudes sobre la calidad nutritiva de la comida rápida en general y de McDonald's en particular. Algunos nutricionistas opinan que la comida rápida puede formar parte de una dieta equilibrada más diversa.

Imagen No. 14

Fuente: https://www.google.com.ec/mcdonalds-sirviendo+comida+rapida

En España, el especialista en nutrición Francisco Grande Covián decía que se podía comer de todo pero con moderación, señalaba esta comida era importante en la dieta, al igual que otros productos, pero siempre con moderación y sin abandonar el equilibrio dietético. Debido a estos problemas, se está intentando crear una línea de alimentos más sanos, de modo que no sean perjudiciales para la salud[4].

[4]**GRANDE**, Covián, Francisco, Especialista en Nutrición

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN

Definición

"Es un conjunto de informaciones que permite tomar decisiones para la asignación de Recursos (Humanos, Materiales, Económicos) a una determinada actividad productiva que asegure una rentabilidad mayor que la tasa de interés de oportunidad, el costo de oportunidad de la inversión (CO), o el costo del capital (CK)".

TIO = Mejor tasa de interés a que se puede colocar el capital.

CO = Tasa de rendimiento que ofrece una inversión alternativa

CK = Tasa de interés que se paga por un crédito que financia la inversión.

La tasa de interés de oportunidad está representada por la tasa más alta de rendimiento a que se podría colocar el dinero en una institución financiera. El costo de oportunidad de la inversión significa la tasa de rendimiento más alta que se podría conseguir al colocar el dinero en otra inversión alternativa. El Costo de capital representa la tasa de interés a que consigue el dinero que financia la inversión, es decir el costo por el préstamo de dinero.

ESTUDIO DE MERCADO

“Es el acápite en el cual se hace el diagnóstico de los principales factores que inciden sobre el producto en el mercado, esto es: Precio, Calidad, Canales de comercialización, Publicidad, Plaza, Promoción, todo esto permitirá conocer el posicionamiento del bien o servicio en su fase de introducción en el mercado.

En resumen, es el aspecto clave del proyecto y aquí se determina los bienes o servicios que serán demandados por la comunidad. Por tal motivo se necesita comprobar la existencia de un cierto número de agentes económicos que en ciertas condiciones de costos e ingresos ocasionen una demanda que justifique la puesta en marcha del proyecto”.[5]

DEMANDA

En cuanto a la demanda podemos decir que es la cantidad de bienes o servicios que requiere el mercado para satisfacer una necesidad específica.

En general, la ley de la demanda indica que existe una relación inversa entre el precio y la cantidad demandada por éste disminuye; por el contrario, si el precio del bien disminuye, la demanda tenderá a subir.

A la demanda se la debe analizar desde varios puntos de vista; así:

Por su cantidad:

[5]**MONTEALEGRE,** Tovar, Mauricio Andrés, Trabajo de Investigación

a. Demanda Potencial

b. Demanda Real

c. Demanda Efectiva

d. Demanda Insatisfecha

OFERTA.

"La oferta es la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado, Está determinada por factores como el precio del capital, la mano de obra y la mezcla óptima de los recursos mencionados, entre otros"[6].

.Se expresa gráficamente por medio de la curva de la oferta. La pendiente de esta curva determina cómo aumenta o disminuye la oferta ante una disminución o un aumento del precio del bien. Esta es la elasticidad de la curva de oferta.

Cómo analizar la oferta Es necesario conocer los factores cuantitativos y cualitativos que influyen en la oferta, entre los datos indispensables están:

- Número de productores
- Localización
- Capacidad instalada y utilizada

---

[6]**ILPES;** "Guía para la Presentación de Proyectos", Quinta Edición

- Calidad y precio de los productos
- Planes de expansión
- Inversión fija y número de trabajadores
- Proyección de la oferta, se utiliza los métodos que implica utilizar series históricas.

ANÁLISIS DEL MARKETING MIX

Es importante considerar en el proyecto, las variables del marketing como el precio, plaza y mezcla promocional (publicidad, fuerza de ventas, promoción de ventas, relaciones públicas, propaganda y el marketing directo)[7].

PRECIO

Precio es la cantidad monetaria a la que los productores ofertan sus bienes y servicios; y, los consumidores están dispuestos a pagar, ello determina el equilibrio de la oferta y demanda.

Conocer el precio es importante porque se constituye en la base para calcular los ingresos futuros y hay que distinguir exactamente de qué tipo de precio se trata y cómo se ve afectado al querer cambiar las condiciones en que se encuentra, principalmente el sitio de venta.

[7]**DEL PRIETO**, Mojica Pedro, Profesor Instructor del SENA

“Para determinar el precio de venta se sigue una serie de consideraciones, que se mencionan a continuación:

La base de todo precio de venta es el costo de producción, administración y ventas, más una ganancia. Este porcentaje de ganancia adicional es el que conlleva una serie de consideraciones estratégicas.

La segunda consideración es la demanda efectiva del producto y las condiciones económicas del país. La reacción de la competencia es el tercer factor importante a considerar. Si existen competidores muy fuertes del producto, su primera reacción frente a un nuevo competidor probablemente sea bajar el precio del producto para debilitar el nuevo competidor”[8].

PRODUCTO-SERVICIO

Los productos son cualquier cosa – ya sean productos físicos (bienes) o productos intangibles (servicios) – que pueden ofrecerse a un mercado para: atención, adquisición, uso o consumo, que podría satisfacer un deseo o una necesidad.

PLAZA

Puesto que la comercialización constituye el aspecto más descuidado de la mercadotecnia se hace necesario que los proyectistas incluyan en el

[8]**ILPES;** “Guía para la Presentación de Proyectos”, Quinta Edición

informe final de la investigación, todo el aspecto relacionado con la comercialización del producto de la empresa, destacando que la mejor forma es aquella en la que se coloca el producto en el sitio correcto y en el momento adecuado para dar la satisfacción que el consumidor o usuario desea, es decir es muy importante el conocer el mejor lugar donde nuestro proyecto tendrá la aceptación adecuada.

Es importante conocer que para la comercialización se utilizan los canales de distribución los cuales están concebidos como el camino que siguen los productos al pasar de manos del productor al consumidor o usuario final y, en función del cual se puede incrementar su valor.

PUBLICIDAD

"Se define como la comunicación de masa impersonal que incide sobre las actitudes de las personas. La publicidad ayuda a la venta personal, llega a personas de difícil acceso, conquista grupos de clientes, crea reconocimiento, mejora la imagen, penetra un mercado geográfico y sirve para introducir un nuevo producto"[9].

Los medios publicitarios más utilizados son: la televisión, la radio, la prensa, revistas, vallas, cine, internet.

Los pasos de una campaña publicitaria son:

---

[9]**BOLTEN,** Steven E. Manual de Administración Financiera , Tomo 2

- Definición de los objetivos publicitarios
- Diseño del mensaje
- Escogencia de los medios
- Elaboración del presupuesto de campaña

ESTUDIO TÉCNICO

En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcional. De ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda.

Finalmente con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad técnica y económica.

Palabras claves

- Estudio técnico
- Tamaño óptimo de la planta
- Localización de la planta

- Distribución de la planta

TAMAÑO DE LA PLANTA

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DEL PROYECTO

En éste acápite del estudio técnico 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.

LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

Este elemento consiste en identificar el lugar ideal para la implementación del proyecto, se debe tomar en cuenta algunos elementos importantes que darán soporte a la decisión del lugar específico de la planta. "La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macro localización donde se elige la región o zona más atractiva para el proyecto y el de la micro localización, que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto."[10] (Sapag,)

ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO

Organización del Recurso Humano

El estudio de organización no essuficientemente analítico en la mayoría de los casos, lo cual impide una cuantificación correcta, tanto de la inversión

[10]**NASSIR SAPAG Y REINALDO SAPAG; "**Preparación y Evaluación de Proyectos"

inicial como de los costos de administración. Se recomienda encargar el análisis a empresas especializadas, aunque esto dependerá del tamaño de la empresa y su estructura de organización.

Es decir se debe dotar a la organización de la flexibilidad suficiente para adaptarse rápidamente a los cambios de la empresa.

El diseño de la estructura organizativa requiere fundamentalmente de la definición de la naturaleza y contenido de cada puesto de la organización. Al caracterizar de esta forma cada cargo de ella, se podrá estimar el costo en remuneraciones administrativas del proyecto. Para esto será preciso diseñar las características del trabajo y las habilidades requeridas para asumir los deberes y responsabilidades que le corresponden.

Estructura Empresarial

Es la parte fundamental en la etapa de operación de la empresa, es la estructura organizativa con que ésta cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible que los recursos, especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa se presenta por medio de los organigramas a los

cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad[11].

Niveles Jerárquicos de Autoridad

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propias de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:

- Nivel Legislativo-Directivo
- Nivel Ejecutivo
- Nivel Asesor
- Nivel Operativo
- Nivel Auxiliar

ESTUDIO ECONÓMICO

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

[11]**ORTHETA** de L.; "La Organización y Estructura de la Empresa; Como organizar, como dirigir", Ediciones Comera, Madrid 1976

EVALUACIÓN FINANCIERA

Evaluar significa medir objetivamente ciertas magnitudes resultantes del estudio del proyecto y combinarlo en operaciones matemáticas, asistidas por computador, a fin de obtener los indicadores de evaluación que permitan ver la marcha y progreso del proyecto.

La evaluación se la realiza con dos fines posibles:

a) Tomar una decisión de aceptación o rechazo, cuando se estudia un proyecto específico; o,

b) decidir el ordenamiento de varios proyectos en función de su rentabilidad.

Cuando estos son mutuamente excluyentes o existe racionamiento de capitales. Cualquiera sea el caso, las técnicas empleadas son las mismas, aunque para estas últimas se requieren consideraciones especiales de interpretación de los resultados comparativos entre proyectos.

Los indicadores financiero utilizados para evaluar son:

VALOR ACTUAL NETO.

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

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

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

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

TASA INTERNA DE RETORNO

Se define a la "Tasa Interna de Retorno" TIR, como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial”[12]

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

[12]**BOLTEN,** Steven E. Manual de Administración Financiera , Tomo 2

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

- Si la TIR es mayor que el costo del capital se debe aceptar el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo de capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo de capital se debe rechazar el proyecto.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Es el número esperado de años que se requieren para recuperar la inversión inicial, consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, es decir es una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original del capital. Comúnmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas.

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

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

B/C > **1** Se puede realizar el proyecto

B/C < **1** Se debe rechazar el proyecto

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El aumento de costos y la disminución de ingresos provocan desajustes en la factibilidad de implementación de un negocio a futuro, el análisis de sensibilidad permite establecer la magnitud de los riesgos cuando estos se presentan.

"Según el análisis de sensibilidad, la aceptación de un proyecto se basa en:

- **Coeficiente de sensibilidad >a 1** el proyecto es sensible.
- **Coeficiente de sensibilidad = a 1** el proyecto no sufre ningún efecto.
- **Coeficiente de sensibilidad <a 1** el proyecto no es sensible."[13]

[13]**BOLTEN,** Steven E. Manual de Administración Financiera , Tomo 2

e. MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES

Los materiales utilizados para el desarrollo del presente trabajo de tesis, fueron los siguientes:

- **Equipos de oficina**

Computadora Portátil

Impresora

Calculadora

Flash memory

- **Materiales de oficina**

Papel Bond

Papel Periódico

Esferográficos

Carpetas folder

Portaminas

Bibliografía

Anillados

CD´s

MÉTODOS

MÉTODO CIENTÍFICO

Se utilizó para estructurar en forma lógica y sistematizada él plan de actividades a ejecutar en la propuesta de investigación, así como en la esquematización del presente trabajo investigativo

MÉTODO DEDUCTIVO.

Este método fue muy útil para conocer y analizar las generalidades aplicables a las empresas industriales, especialmente a las empresas productoras de alimentos y comida rápida.

MÉTODO INDUCTIVO.

Este método permitióhacer el análisis y estudio de los casos particulares de la realidad industrial de la provincia y particularmente de la ciudad de Loja.

MÉTODO ANALÍTICO SINTÉTICO

Se utilizópara hacer el análisis y ordenamiento bibliográfico de la información recopilada de: textos, folletos e Internet, etc. Así como también en el procesamiento de criterios obtenidos de los pequeños propietarios de negocios dedicados a la transformación de materia prima en productos terminados, en función de lo cual se determinó conclusiones y se planteó las correspondientes recomendaciones.

TÉCNICAS

OBSERVACIÓN DIRECTA

Técnica que se aplicó en forma permanente para definirdatos imprecisos, ventajas y limitaciones del sector de desarrollo objeto de investigación

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

Se utilizó en la recopilación de información necesaria para el desarrollo normal del trabajo de investigación, basándose lógicamente en algunos conceptos y categorías fundamentales concernientes al tema en investigación y relacionados con libros, revistas, folletos, Internet, entre otras.

ENCUESTA

Se aplicó como técnica principal de obtención de información sobre cuyos resultados se realizó el diagnóstico de la realidad investigada, cabe indicar que esta técnica se aplicó a un segmento de la población de la ciudad de Loja es decir al sector urbano comprendido por cuatro parroquias urbanas de las cuales se tiene un total de 214.855 habitantes según datos del INEC obtenidos en el último censo realizado en el 2010, el instrumento en referencia consiste en un cuestionario de varias preguntas planteadas en una boleta dirigida a los consumidores de comida rápida.

DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

Para el ordenamiento de la información se procedió a determinar el número de usuarios de comidas rápidas que habitan en la Ciudad, para determinar el universo se procedió a estratificar la muestra en base a la cual se infiere los resultados, aplicando la fórmula para calcular el tamaño de la muestra.

$$n = \frac{Z^{2.} N.p.q}{e^2 (N-1) + Z^2.p.q}$$

La fórmula tiene la siguiente nomenclatura:

n = tamaño de la muestra
Z = 95 % de confianza (1.96) (valor tomado de la tabla de curvas)
N = población Urbana del Cantón Loja = 214.855
P = Probabilidad que el evento ocurra 0.5
q = Probabilidad que el evento no ocurra 0.5
e = 5% Margen de error (0.05)

$$n = \frac{((1.96)^2\ (214.855)(0.5)(0.5))}{(0.05)^2\,(214.855\ - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{((3.8416)\ (214.855)(0.25))}{((0.0025)(214.854) + (3.84)(0.25))}$$

$$n = \frac{214.855}{527.82}$$

$$n = 383{,}30$$

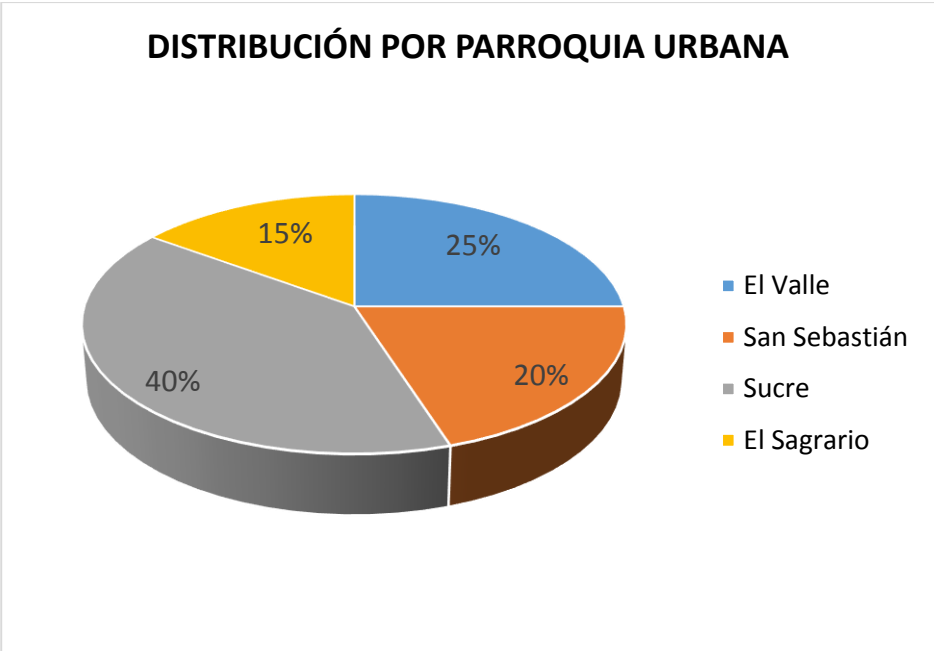
$$n = 383$$

CUADRO N° 1

DISTRIBUCIÓN DE PARROQUIAS URBANASDE LA CUIDAD DE LOJA				
ÍTEM	**PARROQUIA**	**POBLACIÓN**	**NÚMERO DE ENCUESTAS**	**PORCENTAJE**
1	El Valle	36.060	95	25%
2	San Sebastián	29.630	78	20%
3	Sucre	57.739	151	40%
4	El Sagrario	22.630	59	15%
TOTAL			**383**	**100%**

FUENTE: CENSOINEC 2010 Población de las parroquias urbanas de Loja
ELABORADO POR: El Autor

GRÁFICO N° 1



FUENTE: Cuadro N° 1
ELABORADO POR: El Autor

f. RESULTADOS

“Proyecto de Factibilidad para la creación de una microempresa de comida rápida productora de cochinitos y su comercialización en la ciudad de Loja”

GENERALIDADES

Con la implementación de la microempresa que se propone en este proyecto, tiene el objeto de generar ingresos además de contribuir al desarrollo de la pequeña industria y consecuentemente generar fuentes de trabajo, para lo cual se presenta a continuación los respectivos estudios que permitirán determinar si es factible o no el proyecto planteado.

Análisis de resultados de encuestas aplicadas a personas dentro del perímetro urbano de la Ciudad de Loja

Por lo que a continuación se presentan los resultados con el análisis de los datos obtenidos por medio de la encuesta aplicada, procediendo a realizar la interpretación de los mismos por medio de cuadros y gráficos estadísticos.

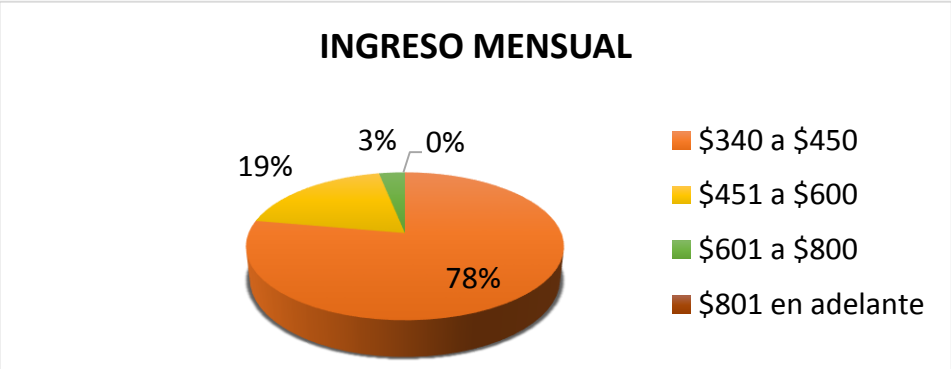
1. **¿Cuál es su ingreso mensual?**

CUADRO N° 2

INGRESO MENSUAL		
VARIABLE	**RESPUESTA**	**PORCENTAJE**
340 a 450	298	78%
451 a 600	73	19%
601 a 800	12	3%
801 en adelante	0	0%
TOTAL	**383**	**100%**

FUENTE: Encuesta
ELABORADO POR: El Autor

GRÁFICO N° 2



Interpretación:

El 78% de los encuestados mencionan que sus ingresos mensuales están dentro de los $ 340 y $ 450, un 19% entre $ 451 y $ 600, y un 3% entre $601 y $800, los resultados demuestran que las personas que menos ingresos perciben son quienes más atención e información brindan para poder obtener datos que permitan medir el nivel de factibilidad de este proyecto de inversión.

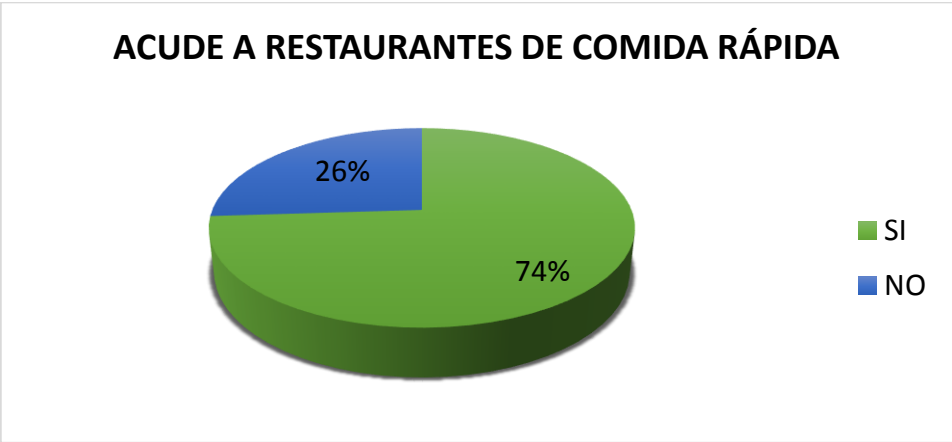
2. ¿Suele acudir a restaurantes de comida rápida?

CUADRO N° 3

ACUDE A RESTAURANTES DE COMIDA RÁPIDA		
VARIABLE	**RESPUESTA**	**PORCENTAJE**
SI	282	74%
NO	101	26%
TOTAL	**383**	**100%**

FUENTE: Encuesta
ELABORADO POR: El Autor

GRÁFICO N° 3



Interpretación:

Al aplicar la encuesta en las diferentes parroquias de la ciudad de Loja, se puede apreciar que un 74% de los encuestados acuden a restaurantes de comida rápida para degustar de este tipo de comida, siendo este un porcentaje favorable para continuar con el proyecto planteado ya que por el contrario el 26% indica que no acude a estos lugares.

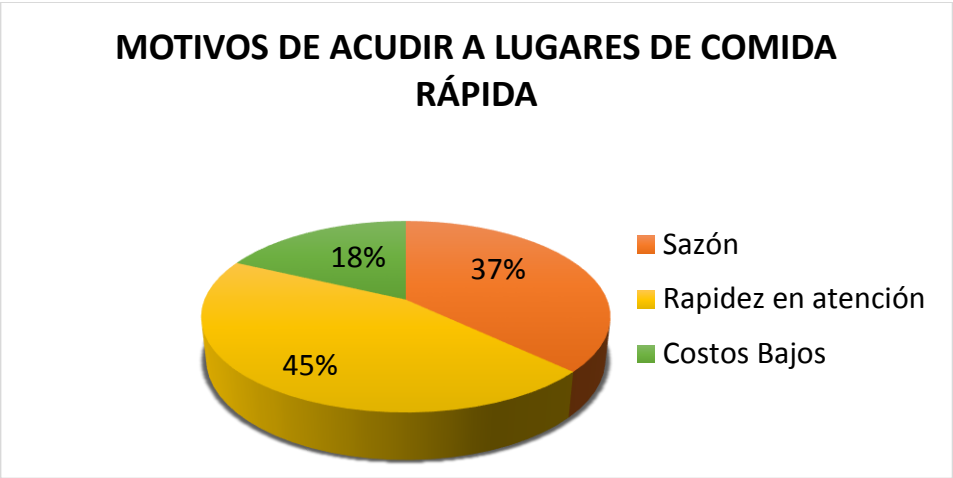
3. **¿Qué le motiva a acudir a lugares de comida rápida?**

CUADRO N° 4

MOTIVOS DE ACUDIR A LUGARES DE COMIDA RÁPIDA		
VARIABLE	**RESPUESTA**	**PORCENTAJE**
Sazón	104	37%
Rapidez en atención	126	45%
Costos Bajos	52	18%
TOTAL	**282**	**100%**

FUENTE: Encuesta
ELABORADO POR: El Autor

GRÁFICO N° 4



Interpretación:

La rapidez en la atención es el principal motivo por el cual el 45% de las personas prefieren acudir a lugares de comida rápida, seguidamente del 37% que comentan que es por la sazón, es decir porque su gusto es agradable, y un 18% por el bajo costo.

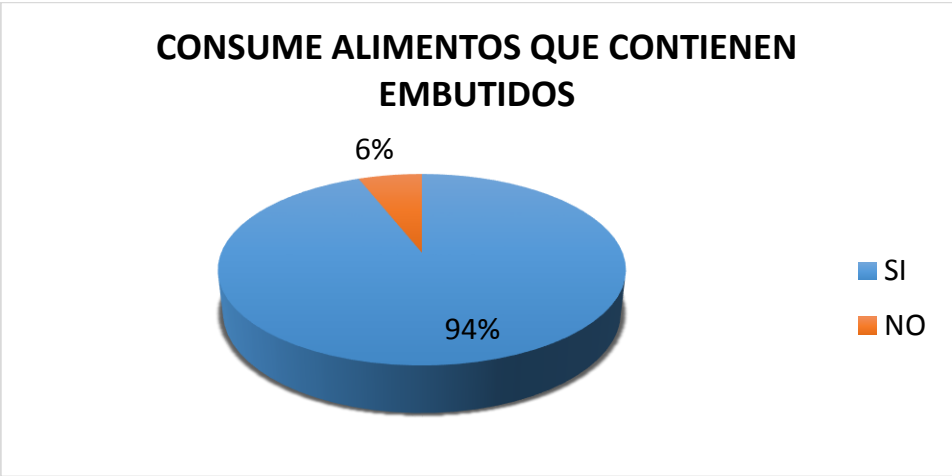
4. **¿Consume usted alimentos que contienen embutidos como las salchichas?**

CUADRO N° 5

CONSUME ALIMENTOS QUE CONTIENEN EMBUTIDOS		
VARIABLE	**RESPUESTA**	**PORCENTAJE**
SI	264	94%
NO	18	6%
TOTAL	**282**	**100%**

FUENTE: Encuesta
ELABORADO POR: El Autor

GRÁFICO N° 5



Interpretación:

Como se puede observar el 94% de las personas que acuden a comidas rápidas consumen productos que contienen embutidos como la salchicha, por el contrario el 6% no les gusta consumir embutidos.

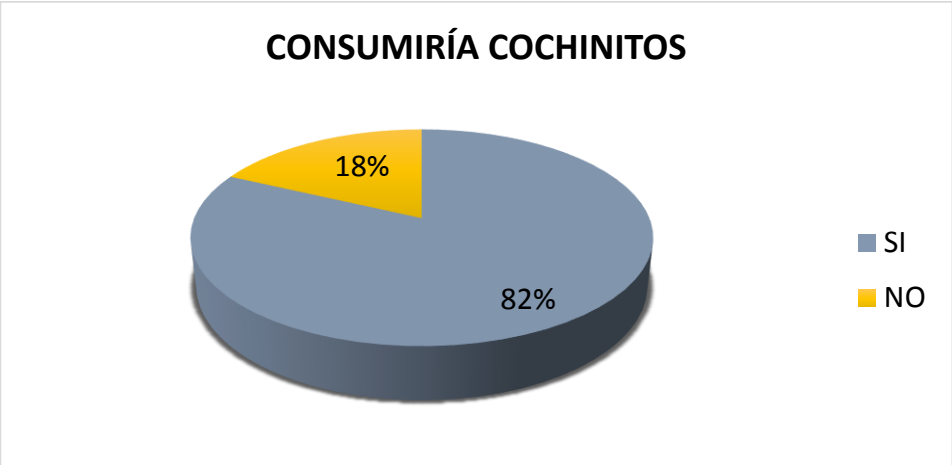
5. **¿Consumiría Usted COCHINITOS (un nuevo producto en nuestra ciudad en la comida rápida que contiene principalmente una salchicha recubierta de una masa de queso, harina y huevo)?**

CUADRO N° 6

CONSUMIRÍA COCHINITOS		
VARIABLE	**RESPUESTA**	**PORCENTAJE**
SI	216	82%
NO	48	18%
TOTAL	**264**	**100%**

FUENTE: Encuesta
ELABORADO POR: El Autor

GRÁFICO N° 6



Interpretación:

Un apreciable 82% de los encuestados demuestran un interés en consumir COCHINITOS contra un 18% que no expresan intención en conocerlos y consumirlos.

6. **¿Apoyaría Usted la creación de una microempresa de comida rápida productora de cochinitos?**

CUADRO N° 7

APOYO A LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE COCHINITOS		
VARIABLE	**RESPUESTA**	**PORCENTAJE**
SI	216	100%
NO	0	0%
TOTAL	**216**	**100%**

FUENTE: Encuesta
ELABORADO POR: El Autor

GRÁFICO N° 7

Interpretación:

Del total de los encuestados, el 100% de las personas demuestran un buen interés en consumir COCHINITOS, por lo que manifiestan que si apoyarían la creación de una microempresa productora de COCHINITOS.

7. ¿Cuánto pagaría Usted por un COCHINITO?

CUADRO N° 8

PRECIO DISPUESTO A PAGAR POR UN COCHINITO		
VARIABLE	**RESPUESTA**	**PORCENTAJE**
$ 0,50 a $ 0,75	178	82%
$ 0,76 a $ 0,99	34	16%
$ 1,00 a $ 1,25	2	2%
Más de $ 1,25	0	0%
TOTAL	**216**	**100%**

FUENTE: Encuesta
ELABORADO POR: El Autor

GRÁFICO N° 8

Interpretación:

Con una amplia diferencia, el 82% de los encuestados, sostienen que $0,50 centavos es un precio razonable y accesible para un cochinito, debiéndose a comparaciones que realizan con los hot-dogs, posteriormente con un 16% consideran que el precio sería $0,75 centavos y solo un 2% lo considera $1,00.

8. ¿Cuánto pagaría por una porción de dos COCHINITOS más salsas y bebida?

CUADRO N° 9

PRECIO DISPUESTO A PAGAR POR PORCIÓN DE COCHINITOS MAS SALSAS Y BEBIDA		
VARIABLE	**RESPUESTA**	**PORCENTAJE**
$ 1,00 a $ 1,24	41	19%
$ 1,25 a $ 1,49	158	73%
Más de $ 1,50	17	8%
TOTAL	**216**	**100%**

FUENTE: Encuesta
ELABORADO POR: El Autor

GRÁFICO N° 9

Interpretación:

El precio sugerido por el 73% de los encuestados para una porción de dos cochinitos más salsas y bebida es de $1,25, mientras un 19% sugiere $1,00 y un 8% $1,50.

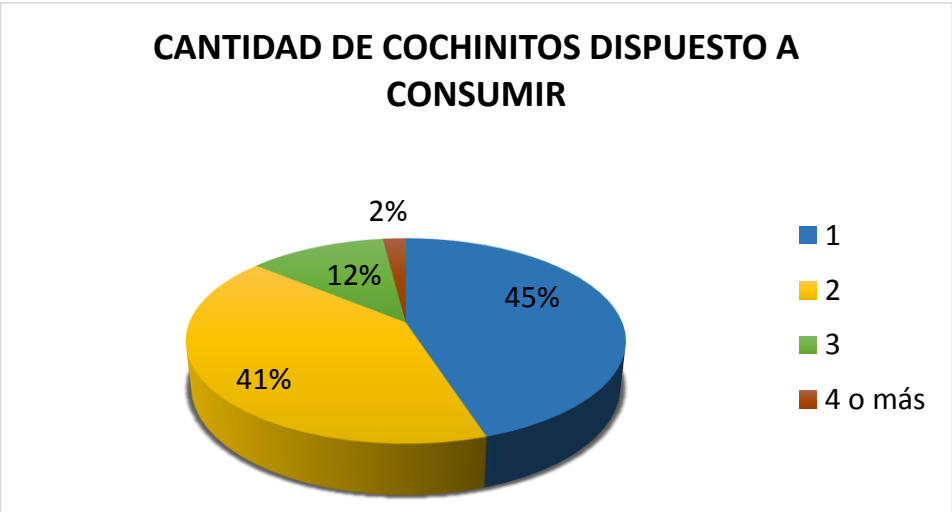
9. ¿Qué cantidad de COCHINITOS está dispuesto a consumir?

CUADRO N° 10

CANTIDAD DE COCHINITOS DISPUESTO A CONSUMIR		
VARIABLE	**RESPUESTA**	**PORCENTAJE**
1	97	45%
2	89	41%
3	26	12%
4 o más	4	2%
TOTAL	**216**	**100%**

FUENTE: Encuesta
ELABORADO POR: El Autor

GRÁFICO N° 10



Interpretación:

La cantidad de cochinitos que los encuestados están dispuestos a consumir en un día está entre 1 con 45% y 2 con el 41%, mientras que 3 lo manifiesta el 12% y 4 o más un 2%.

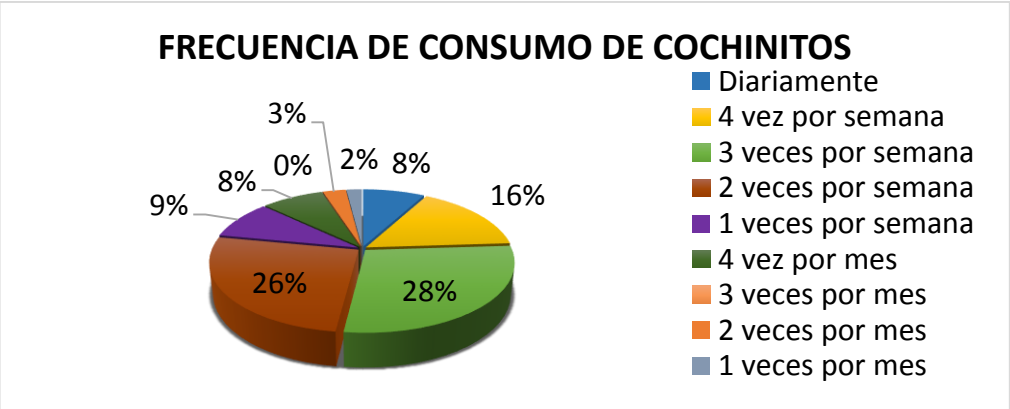
10. ¿Con qué frecuencia acudiría a consumir COCHINITOS?

CUADRO N° 11

FRECUENCIA DE CONSUMO DE COCHINITOS		
VARIABLE	**RESPUESTA**	**PORCENTAJE**
Diariamente	17	8%
4 vez por semana	35	16%
3 veces por semana	61	28%
2 veces por semana	56	26%
1 veces por semana	19	9%
4 vez por mes	17	8%
3 veces por mes	0	0%
2 veces por mes	7	3%
1 veces por mes	4	2%
TOTAL	**216**	**100%**

FUENTE: Encuesta
ELABORADO POR: El Autor

GRÁFICO N° 11



Interpretación:

La frecuencia de consumo obtenida es de 3 veces por semana mayoritariamente con 28%, seguido de 2 veces por semana con el 26% y 4 veces por semana con el 16%, posteriormente le siguen en menor porcentaje 1 vez por semana con el 9% y 4 veces al mes con el 8% al igual que diariamente.

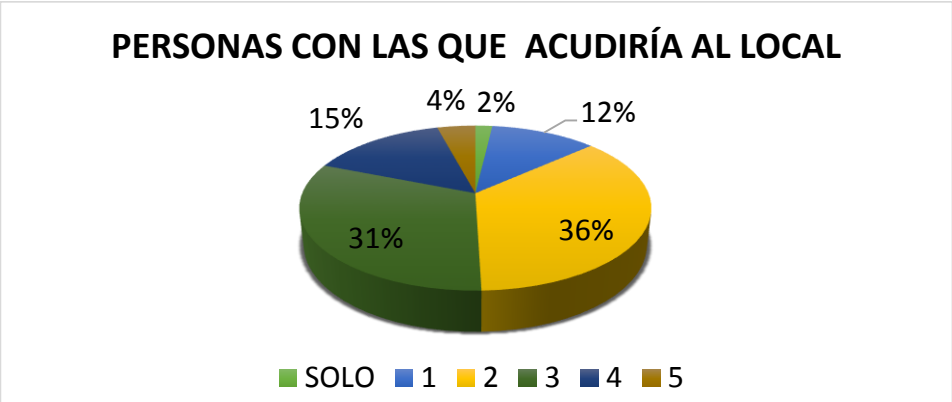
11. ¿Con cuántas personas acudiría al local de comida rápida?

CUADRO N° 12

PERSONAS CON LAS QUE ACUDIRÍA AL LOCAL		
VARIABLE	**RESPUESTA**	**PORCENTAJE**
SOLO	4	2%
1	25	12%
2	78	36%
3	68	31%
4	32	15%
5	9	4%
TOTAL	**216**	**100%**

FUENTE: Encuesta
ELABORADO POR: El Autor

GRÁFICO N° 12



Interpretación:

Del total de encuestados, un 36% manifiesta que acudiría al local de cochinitos con 2 personas más, seguidamente de un 31% que acudiría con 3, un 15% lo haría con 4, un 12% con un(a) acompañante y finalmente un 4% con 5 más y un 2% solo.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que requiere el mercado para satisfacer una determinada necesidad por un precio fijado.

El análisis de la demanda, comprende el cálculo que se realiza para determinar la demanda actual, la demanda efectiva y la proyección de la demanda, con el objeto de cuantificar cuales serían las ventas posibles del proyecto y poder realizar una evaluación financiera.

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL

La demanda potencial comprende al total de los ciudadanos de Loja que según el último censo del INEC realizado el 2010, indica que la población de Loja asciende 214.855 habitantes, existiendo una tasa de crecimiento de la población de aproximadamente el 1,76% anual.

A continuación se presenta el cuadro en donde se puede apreciar los datos de la demanda potencial, siendo los siguientes:

CUADRO N° 13

DEMANDA POTENCIAL

AÑO	POBLACIÓN	PORCENTAJE	DEMANDA POTENCIAL	TASA DE CRECIMIENTO
0	214.855	100%	214.855	
1	218.636	100%	218.636	1,76%
2	222.484	100%	222.484	1,76%
3	226.400	100%	226.400	1,76%
4	230.385	100%	230.385	1,76%
5	234.440	100%	234.440	1,76%
6	238.566	100%	238.566	1,76%
7	242.764	100%	242.764	1,76%
8	247.037	100%	247.037	1,76%
9	251.385	100%	251.385	1,76%
10	255.809	100%	255.809	1,76%

FUENTE: Censo 2010 - INEC.
ELABORADO POR: El Autor

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA REAL

Para la consideración de este cálculo, se toma como referencia la pregunta 4 4. (*¿Consume usted alimentos que contienen embutidos como las salchichas?*), teniendo como resultado 264 respuestas positivas resultantes de la segmentación de mercado considerando un total de 383 encuestados como muestra de la población Urbana de Loja, dando como resultado un 68,93%

CUADRO N° 14

DEMANDA REAL

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	PORCENTAJE	DEMANDA REAL	TASA DE CRECIMIENTO
0	214.855	68,93%	148.100	
1	218.636	68,93%	150.706	1,76%
2	222.484	68,93%	153.358	1,76%
3	226.400	68,93%	156.058	1,76%
4	230.385	68,93%	158.804	1,76%
5	234.440	68,93%	161.599	1,76%
6	238.566	68,93%	164.444	1,76%
7	242.764	68,93%	167.337	1,76%
8	247.037	68,93%	170.283	1,76%
9	251.385	68,93%	173.280	1,76%
10	255.809	68,93%	176.329	1,76%

FUENTE: Cuadro N° 13
ELABORADO POR: El Autor

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA

Para determinar la demanda efectiva de los COCHINITOS, se procede a cuantificar el promedio de las respuestas de los encuestados, su intención de consumo y apoyo a la creación de una microempresa productora de cochinitos que según la respuesta obtenida en la pregunta 5 (*¿Consumiría Usted COCHINITOS (un nuevo producto en nuestra ciudad en la comida rápida que contiene principalmente una salchicha recubierta de una masa de queso, harina y huevo)?*), teniendo como resultado 216 respuestas al

igual que en la pregunta 6, en donde el porcentaje resultante es del 82% de la demanda real, dando como resultado lo siguiente:

CUADRO N° 15

CÁLCULO DE LA DEMANDA EFECTIVA ANUAL DE COCHINITOS		
CONSUMO DIARIO (A)	**RESPUESTA CUADRO N° 10 (B)**	**DEMANDA EFECTIVA COCHINITOS (A x B) = C**
1	97	97
2	89	178
3	26	78
4 o más	4	16
TOTAL	**216**	**369**
DEMANDA EFECTIVA SEMANAL		**1.107**

*** DEMANDA EFECTIVA SEMANAL =** Promedio de cuadro N°11 (3 veces por semana)

FUENTE: Cuadro N°10,11 y 12
ELABORADO POR: El Autor

Promedio de consumo per cápita anual.- Para determinar el promedio de consumo, se divide la demanda semanal para el número de encuestados que respondieron la pregunta 10, y posteriormente se multiplica por 52 semanas que tiene un año, dando como resultado lo siguiente:

$$\textbf{Promedio de consumo} = \frac{\textbf{Demanda efectiva semanal}}{\textbf{Personas encuestadas}} * 52 \textbf{ semanas}$$

$$\textbf{Promedio de consumo} = \frac{1107}{216} * 52$$

Promedio de consumo = 266 cochinitos anuales por persona

CUADRO N° 16

DEMANDA EFECTIVA

AÑO	DEMANDA REAL	PORCENT.	DEMANDA EFECTIVA
0	148.100	82%	121.442
1	150.706	82%	123.579
2	153.358	82%	125.754
3	156.058	82%	127.968
4	158.804	82%	130.219
5	161.599	82%	132.511
6	164.444	82%	134.844
7	167.337	82%	137.216
8	170.283	82%	139.632
9	173.280	82%	142.090
10	176.329	82%	144.590

FUENTE: Cuadro N° 14 y 15
ELABORADO POR: El Autor

ANÁLISIS DE LA OFERTA

"Oferta se refiere a la cantidad de bienes o servicios que cierto número de oferentes o productores están dispuestos a ofrecer al mercado a un precio determinado en espacio de tiempo definido"[14]

En la ciudad de Loja, no se expende en ningún local de comida rápida los cochinitos, por los que la implementación de la microempresa de comida rápida productora de cochinitos y su comercialización en la ciudad de Loja,

[14]**BARRENO,** Luis, "Compendio de Proyectos" Quito, 2004 pág. 44

se torna un tanto ventajosa ya que es un producto nuevo en la ciudad y por consiguiente no tendrá competencia directa.

OFERTA DE PRODUCTOS SIMILARES EN EL MERCADO

En la ciudad de Loja existen más de 120 locales a nivel de las parroquias urbanas de comida rápida concentrándose estos en el centro de la ciudad, convirtiéndose en oferta indirecta, debido a que proveen alimentos que contienen embutidos como los perros calientes (hot-dogs) sánduches, salchipapas, etc.

CUADRO N° 17

CÁLCULO DE LA OFERTA (PRODUCTOS SIMILARES)		
POBLACIÓN URBANA	**PERSONAS QUE CONSUMEN COMIDA RÁPIDA**	**OFERTA**
163.290	74%	120.834

FUENTE: Cuadro N° 3
ELABORADO POR: El Autor

ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA

El análisis de la oferta y demanda se hace para determinar la demanda insatisfecha del producto, la misma que resulta de la resta de la demanda total menos la oferta en el sector de análisis, para el cálculo del crecimiento de la oferta se considera una tasa del 1,28% determinado por el SRI en el 2013, como tasa de crecimiento de negocios dedicados al expendio de alimentos, resultando así el siguiente cuadro:

CUADRO Nº 18

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA				
AÑOS	**DEMANDA EFECTIVA**	**OFERTA**	**DEMANDA INSATISFECHA**	**DEMANDA INSATISFECHA EN UNIDADES**
0	121.442	120.834	608	161.728
1	123.579	122.381	1.198	318.754
2	125.754	123.947	1.807	480.623
3	127.968	125.534	2.434	647.531
4	130.219	127.141	3.078	818.880
5	132.511	128.768	3.743	995.664
6	134.844	130.416	4.428	1.177.813
7	137.216	132.085	5.131	1.364.725
8	139.632	133.776	5.856	1.557.656
9	142.090	135.488	6.602	1.756.003
10	144.590	137.223	7.367	1.959.692

DEMANDA INSATISFECHA EN UNIDADES= DEMANDA INSATISFECHA x Promedio de consumo de cochinitos por año

FUENTE: Cuadro N° 15, 16 y 17
ELABORADO POR: El Autor

ANÁLISIS DEL MARKETING MIX

Tener un plan de marketing es una herramienta fundamental en cualquier proyecto ya que permite alcanzar en lo posible a llegar a la mayor parte de demanda insatisfecha del producto, para ello se analizará el precio adecuado, considerando sugerencias de los encuestados; el producto; la plaza; y la Publicidad.

PRECIO

La fijación del precio es muy delicado en un proyecto, ya que depende mucho de este la rentabilidad del proyecto y definirá el nivel de ingresos, es así que si se fija un precio bajo, se corre el riesgo de generar pocos ingresos en función al tiempo y esfuerzo dedicado, por lo contrario un precio alto limitará las ventas, por tanto se verán más afectados los ingresos debido al costo fijo que hay que cubrir mes a mes.

El precio sugerido en las encuestas corresponde entre $0,50 y $0,75 centavos por COCHINITO y $1,25 y $1,50 por la porción de dos cochinitos más salsas y bebida, los cuales se respetarán y analizarán en la fase de Evaluación Financiera.

PRODUCTO

Cochinitos: Son alimentos dentro de la categoría de comida rápida ya que se los prepara y consume rápidamente. Sus principales ingredientes son harina, salchicha y queso.

Imagen N° 14

Cochinitos (Producto de este proyecto)

PLAZA

Los potenciales clientes por su ubicación son los estudiantes, debido a que en horas pico se aglomeran en el parque Bolívar, así como los transeúntes del lugar.

Factores de localización.- Constituyen todos aquellos aspectos que facilitan el funcionamiento de la empresa, tales como: vías de comunicación adecuadas, disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos indispensables como (agua, luz, teléfono, alcantarillado, etc.), y; fundamentalmente el mercado hacia el cual está orientado el producto.

Canales de Distribución

Una vez determinado ya el tipo de producto que se ofrecerá, la distribución, o vías que el producto recorre hasta llegar al consumidor final se realizará mediante un canal directo, es decir del momento en que se procede a la preparación del producto, tiene ese mismo día para llegar al Consumidor final, que serán las familias de la ciudad de Loja.

GRÁFICO N° 13

Canal de Distribución directo

Elaborado por: El autor

PUBLICIDAD

La principal publicidad se la haría por radio, redes sociales y en ciertos días por medio del Diario La Hora, que es el periódico de mayor circulación en Loja. Posteriormente y de manera constante se lo haría mediante valla publicitaria o lonas que llamarían la atención de los consumidores.

Imagen y Exposición Visual

Imagen N° 15

Logotipo

Elaborado por: El Autor

Imagen N° 16

Valla publicitaria

Elaborado por: El Autor

ESTUDIO TÉCNICO

Tamaño del proyecto

Es la capacidad productiva que tiene la empresa durante un periodo considerado. Los factores determinantes son: cobertura del mercado, nivel tecnológico aplicado en el proceso productivo, abastecimiento de insumos, localización, que además están ligados estrechamente con la oferta y demanda, así como también con los demás aspectos del proyecto.

Capacidad Instalada

La capacidad productiva del proyecto es 530 cochinitos al día, debido a que en las horas en las que más hay concentración de personas son entre las 12h00 y las 14h00, y de 17h00 a 19h00 en donde por hora la máxima producción que se puede alcanzar es de 100 cochinitos; en las horas restantes del día, se estima que las ventas alcancen un total de 130 cochinitos adicionales; posteriormente el día sábado se prevé que las ventas haciendan a 150 cochinitos, dando como resultado 2.800 cochinitos semanales.

CUADRO Nº 19

CAPACIDAD INSTALADA			
AÑOS	**DEMANDA INSATISFECHA EN UNIDADES**	**CAPACIDAD INSTALADA**	**COBERTURA**
0	161.728	145.600	90,03%
1	318.754	145.600	45,68%
2	480.623	145.600	30,29%
3	647.531	145.600	22,49%
4	818.880	145.600	17,78%
5	995.664	145.600	14,62%
6	1.177.813	145.600	12,36%
7	1.364.725	145.600	10,67%
8	1.557.656	145.600	9,35%
9	1.756.003	145.600	8,29%
10	1.959.692	145.600	7,43%

CAPACIDAD INSTALADA= 2.800 cochinitos semanales x 52 semanas al año
FUENTE: Cuadro N° 18
ELABORADO POR: El Autor

Capacidad Utilizada

Constituye el rendimiento que puede generar los equipos instalados en el negocio, es siempre menos del 100% de su capacidad instalada debido a ciertos factores como: introducción del producto en el mercado, selección de la mano de obra, materiales a utilizarse, etc., es por eso que en el presente proyecto para el primer año de vida útil se utilizará el 50%, para el segundo año el 60%, el tercer año el 70% y para el cuarto año el 80%, para el quinto el 90% de su capacidad instalada y a partir del sexto año estará utilizándose el 100% de la capacidad instalada.

CUADRO N° 20

CAPACIDAD UTILIZADA

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA %	VOLUMEN PRODUCCIÓN
1	145.600	50	72.800
2	145.600	60	87.360
3	145.600	70	101.920
4	145.600	80	116.480
5	145.600	80	116.480
6	145.600	100	145.600
7	145.600	100	145.600
8	145.600	100	145.600
9	145.600	100	145.600
10	145.600	100	145.600

Fuente : Cuadro Nro. 19
Elaboración : El Autor

Esta etapa es muy importante ya que permite medir la factibilidad logística de un proyecto, en la cual se expone el proceso productivo, así como el tamaño óptimo de la planta, su localización de la planta y como está distribuida.

Macro localización

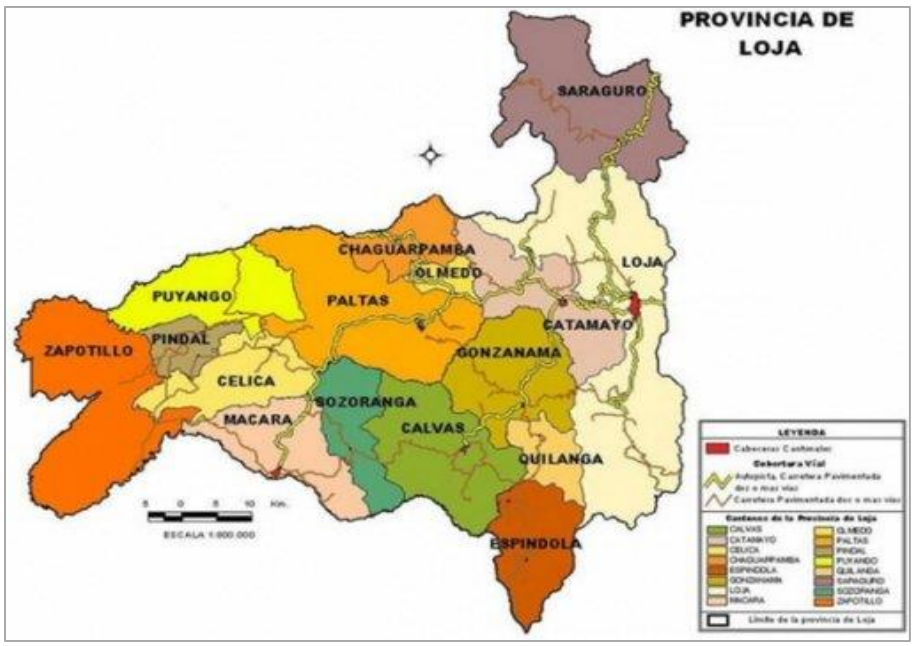
El ámbito de acción o cobertura que tiene el proyecto, está previsto ubicar la empresa en la ciudad de Loja en la cabecera cantonal, el cual cuenta con la infraestructura necesaria para la instalación de la empresa apegándose en todo momento a la Normativa legal vigente, así como en las Ordenanzas Municipales correspondientes.

UBICACIÓN DE LA PROVINCIA DE LOJA

Imagen N° 17

Fuente: lugareslojanos.blogspot.com

Imagen N° 18



Fuente: www.mapasecuador.net

Micro localización

Por la afluencia de potenciales consumidores que pasan por el sector, se cree muy conveniente establecer el local en las calles Imbabura entre Av. Universitaria y 18 de Noviembre (Frente al parque Bolívar), Lugar que no cuenta con grandes competidores como lo es en la calle Mercadillo o Bolívar, en donde existen muchos locales de comida rápida.

Imagen N° 19

Fuente: Google maps

FACTORES DE LOCALIZACIÓN

La macro y micro localización indicadas responden a los siguientes factores que fueron analizados para captar a la mayor cantidad de clientes posibles.

Ubicación Geográfica.- La ubicación en el sector centro o casco urbano, que se ha considerado es un buen factor para este y otros negocios, debido a la cantidad de personas que circulan por el lugar.

Movilidad y afluencia de potenciales clientes.- Al estar cerca de Instituciones Educativas, de un Parque Turístico (Parque Bolívar) y de paradas de buses urbanos, estos factores son muy beneficiosos para este tipo de negocio.

Vías de acceso.- La calle Imbabura es una vía amplia y dispone de espacios de estacionamiento, las calles transversales 18 de noviembre y Av. Universitaria son muy conocidas, por lo que el llegar a la microempresa por parte de los clientes es de fácil acceso, esto es un buen factor de localización.

Proximidad a mercados.- La ubicación establecida está muy cerca al Mercado Centro Comercial de Loja, a autoservicios como Romar, Tía, además de algunas bodegas de abastos, situación que mejora la capacidad de abastecimiento al local.

Mano de Obra.- La disponibilidad de personal para que trabaje en el sector es amplia, existe gran cantidad de oferta laboral, que permitirá tener una amplia gama de selección de personal y la posibilidad de que con esta la

creación y funcionamiento de esta microempresa se contribuya a incrementar fuentes de trabajo para la ciudadanía lojana.

Servicios básicos.- En la ciudad de Loja, la mayoría de sectores cuenta con todos los servicios básicos, como (agua, luz, teléfono e internet), lo que es una buena alternativa para brindar un mejor servicio

Posibilidad de eliminación y tratamiento de desechos.- La recolección de basura en la ciudad de Loja es constante y bien planificada, siendo esta de lunes a domingo.

MATRIZ DE PONDERACIÓN DE FACTORES DE LOCALIZACIÓN

FACTOR DE LOCALIZACIÓN	IMPORTANCIA RELATIVA	VALOR ASIGNADO
Movilidad y afluencia de potenciales clientes	25	25
Ubicación Geográfica	20	20
Servicios básicos	15	15
Mano de Obra	15	15
Proximidad a mercados	10	9
Vías de acceso	10	10
Eliminación y tratamiento de derecho	5	5
TOTAL	**100**	**99**

Elaborado por: El Autor

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Proceso Productivo

Los cochinitos que se proveerán en el local de comida rápida, básicamente contienen los ingredientes y su preparación expuestos a continuación:

Ingredientes (para preparar 10 cochinitos)

- 10 salchichas
- ½ litro leche
- 2 huevos
- 2 cucharadas de azúcar
- 2 cucharadas de levadura
- 2 tazas de harina de maíz
- 2 tazas de harina de trigo
- 1/2 cucharadita de sal
- Aceite

Preparación:

- En un recipiente amplio, añadimos la leche y los huevo, batimos, añadimos el Aceite y se continúa batiendo.

Imagen N° 20

Fuente: www.mundorecetas.com

- Incorpora la sal y el azúcar. Añadimos tamizados, la levadura, la harina de maíz y la harina de trigo. Batimos de manera constante hasta conseguir una masa homogénea.

Imagen N° 21

Fuente: www.mundorecetas.com

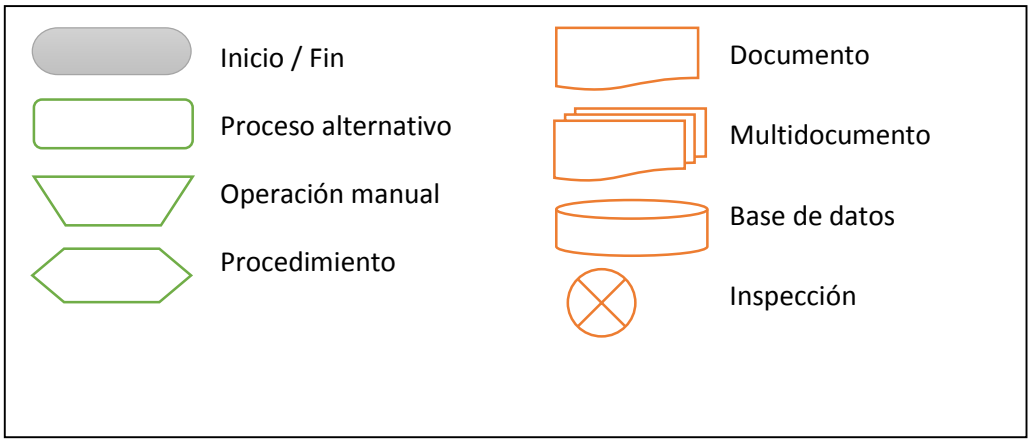
- Atravesamos las salchichas con los palillos. Calentamos abundante Aceite. Pasamos las salchichas por la masa y freímos de 3 a 5 minutos.

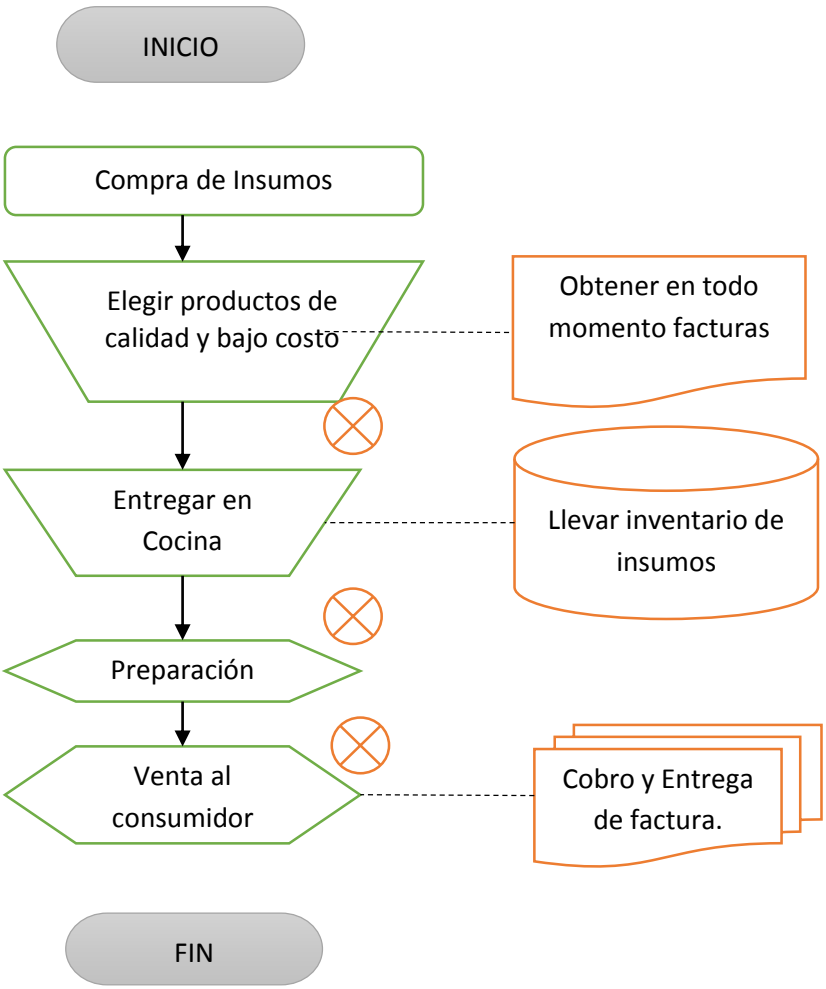
Imagen N°22

Fuente: www.mundorecetas.com

Flujograma del proceso operativo

Simbología:





Elaborado por: El Autor

La **compra de insumos** es una operación alternativa, ya que la compra se realiza en el caso de que no se cuente con el stock necesario o mínimo.

Elegir productos de calidad y bajo costo es una operación manual ya que se basa en el criterio de la persona responsable de la adquisición; el control en esta actividad se basa en comprobar el estado de los insumos adquiridos y el costo en el que incurrieron, considerando tres proformas, las cuales se deben actualizar cada mes y en diferentes locales comerciales

Entregar en Cocina los insumos, requiere de un control de inventarios, para evitar desperdicios y a su vez controlar el buen uso de los mismos.

Preparación y venta al Consumidor, son procedimientos que deben llevarse bajo normas sanitarias, al igual que la actividad anterior, en donde la higiene es la mejor publicidad.

Equipos necesarios.- Los equipos y demás herramientas necesarias para ejecutar el proyecto son:

- Cocina industrial de tres quemadores

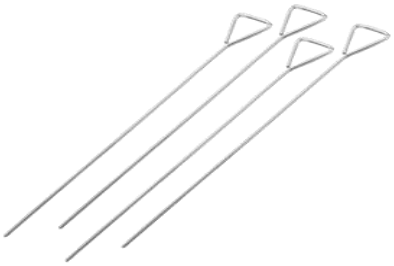
- Freidora Industrial

- Olla de acero inoxidable de 15 lts

- Tres Tinas de acero inoxidable capacidad 20 lts

- Una mesa de acero inoxidable de 2m x 1m, c/ garruchas 1

- Pinchos metálicos



- Tres cilindros de gas de 45Kg.

- Espátulas, tenedores y más utensilios menores de cocina.

- Dos Mesas tipo comedor capacidad de 4 personas

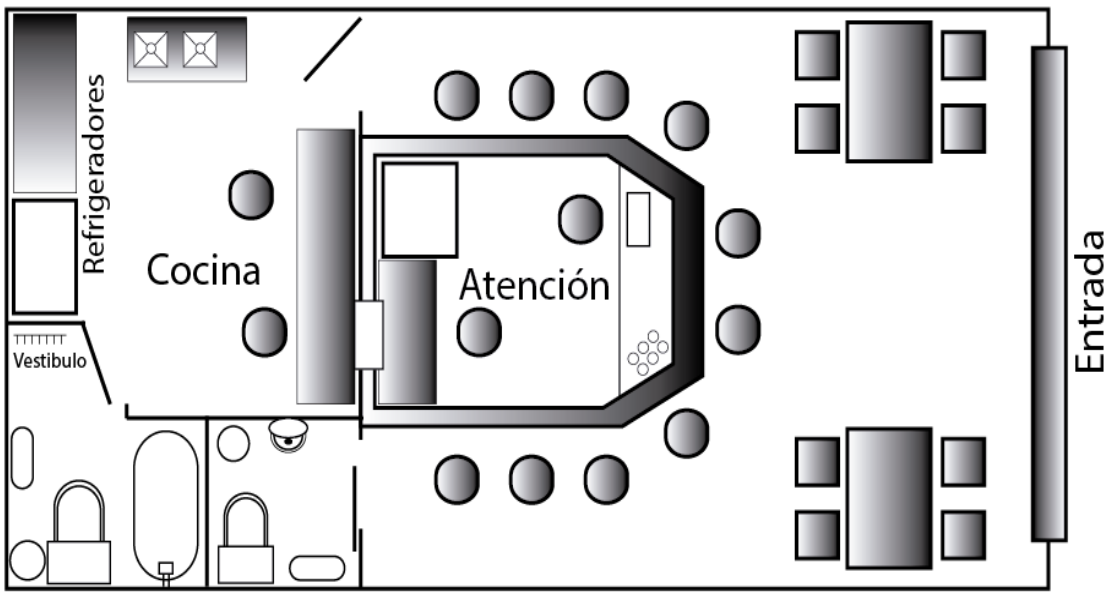
- Mueble personalizado para atención al público y facturación con sus respectivos banquillos.

Imagen N° 23

Fuente: Recursos de AutoCAD 2013

Distribución física de la planta

Imagen N° 24



Elaborado por: EL Autor

Recursos Humanos

Para una atención óptima al inicio del proyecto el personal mínimo es:

- Gerente (Propietario)
- Secretaría Contadora
- Jefe de producción
- Ayudante de cocina
- Cajero Recaudador(a)
- Auxiliar de venta y atención al público

ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO

Aspectos Legales y Organizacionales.

La empresa se regirá y amparará sobre la siguiente base legal, la Constitución de la República, Ley de Compañías, Código de trabajo, Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, Ley de Seguridad Social, Reglamentos Internos y otras Leyes y ordenanzas vigentes.

Tipo de Empresa:

Unipersonal, bajo el RUC de Persona Natural

Actividad:

CPC (Clasificador Presupuestario de Compras) 63320.00.01
CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) I5610.02
Servicios de comida rápida

Nombre Comercial: Cochinitos Express

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

La organización administrativa de un proyecto de inversión forma parte de su estructura por ser su ámbito de acción muy amplio y que realiza una actividad humana básica, en la que forman parte varias personas que giran en torno a un objetivo común que es la de producir bienes y servicios.

Nivel Directivo o Administrativo

La propuesta organizativa para la presente empresa nos hace pensar en la necesidad de implementar niveles administrativos que cumplan con la función y responsabilidades establecidas por ley, orientados siempre al cumplimiento de metas y objetivos, para la empresa se considera los siguientes niveles:

Nivel Ejecutivo

Lo constituye el Gerente, este nivel toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas, ejerciendo la autoridad para garantizar su fiel cumplimiento.

Nivel Asesor

Lo constituye el profesional que contratará la Empresa eventualmente a merced de las necesidades de orden legal y base legal de la misma el perfil

del profesional será titulado en Leyes o en cualquier rama según sea la necesidad

Nivel Operativo

Aquí se describen los departamentos que estarán al frente de la operatividad de la fábrica y/o empresa o sea es la parte misma de la producción.

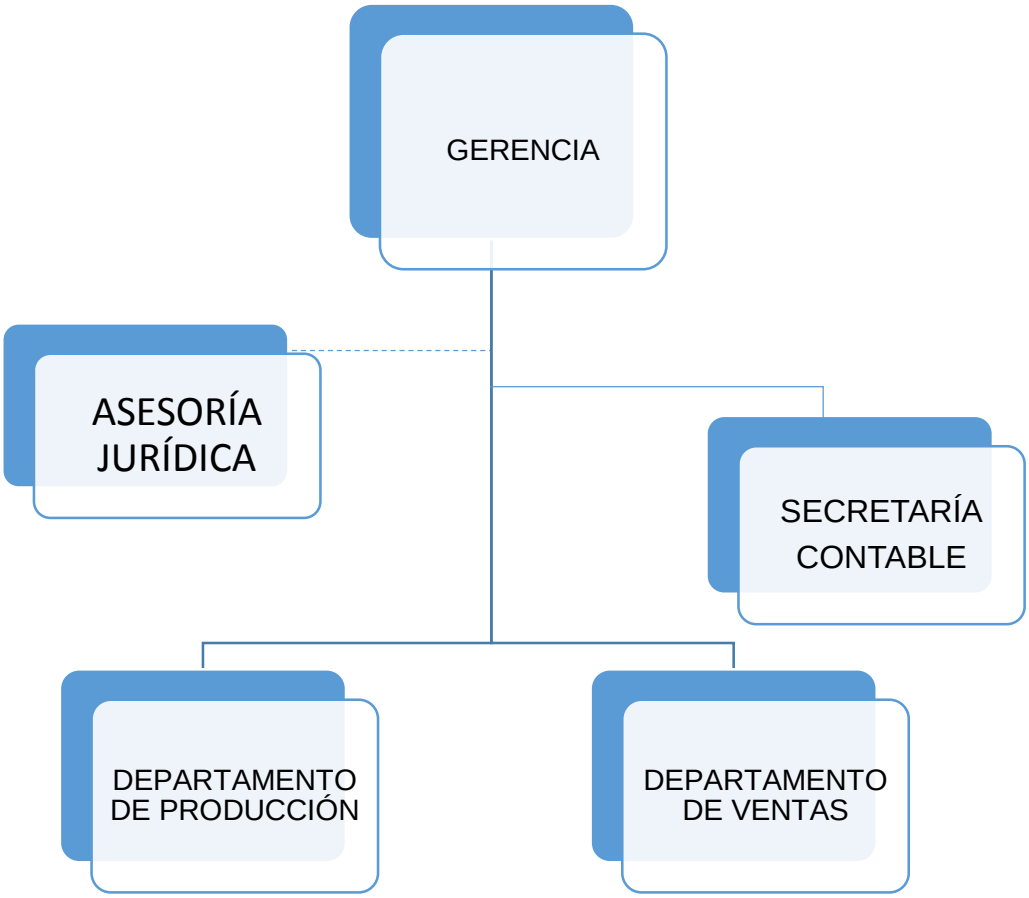
Este nivel se encarga de la transformación de materia prima en producto terminado apto para su comercialización y a su vez se encarga de la provisión de las materias primas necesarias, dependerá de la cantidad y calidad del producto para que la sección de ventas disponga de las unidades necesarias para satisfacer los requerimientos del mercado.

La jerarquización y funcionalidad de los niveles propuestos para la nueva empresa quedan definidos de tal manera que no se permitan vacíos de orden de mando. La definición clara del sistema organizacional de la empresa permite a los ejecutivos la toma de decisiones oportunas y adecuadas, evitando la duplicidad de funciones, caos administrativo que pueden retrasar la buena marcha de la empresa.

ORGANIGRAMAS PARA LA EMPRESA COCHINITOS EXPRESS

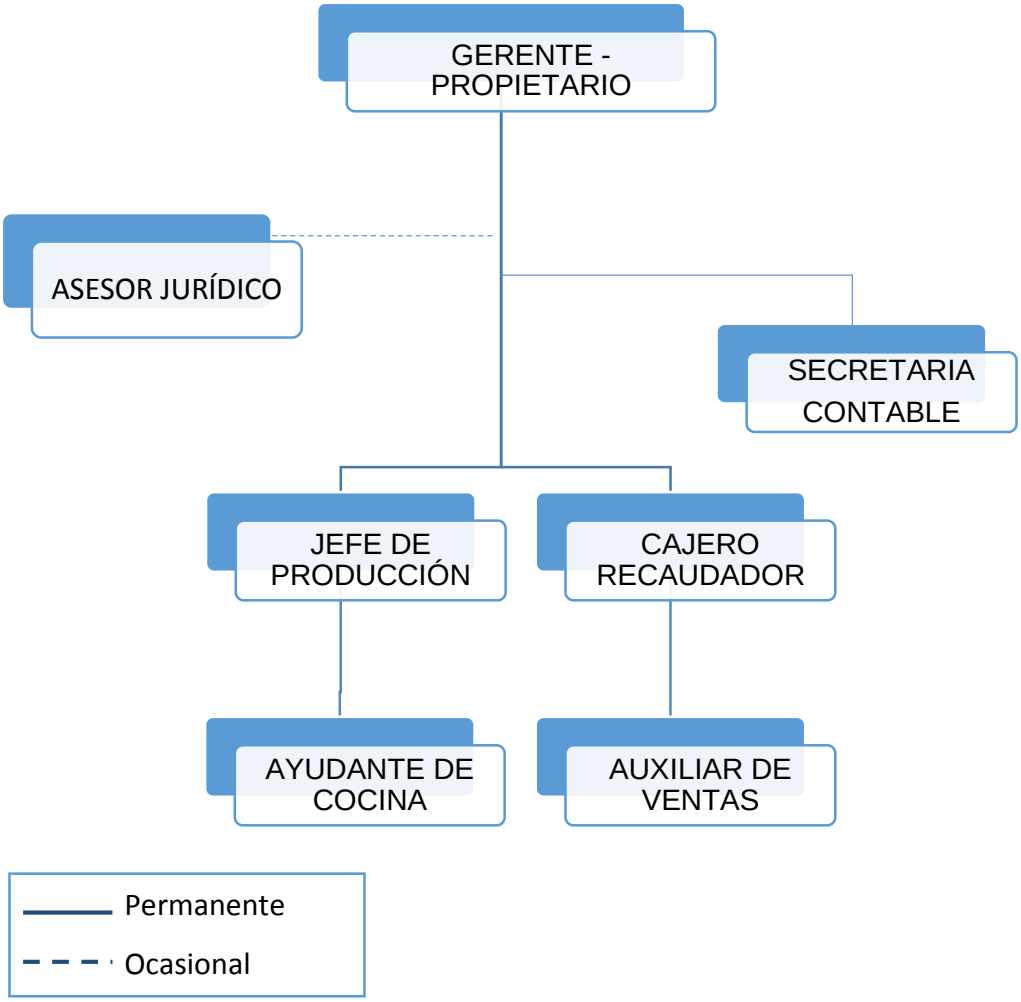
Es la representación en su más básico esquema conocido mediante los diagramas, denominados Organigramas Estructural, Funcional y Posicional en donde se describen las diferentes unidades y los niveles administrativos de la empresa.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Elaborado por: El Autor

ORGANIGRAMA ORGANIZACIONAL



Elaborado por: El Autor

Manual de Funciones

El manual de funciones se constituye en una fuente de información de todos los cargos de la empresa con que contará, en el mismo se realizará la descripción precisa de las diferentes actividades y obligaciones que deben desempeñar cada uno quienes laboran en la empresa.

CÓDIGO: RRHH-001

TITULO DEL PUESTO: Gerente

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Planificar, programar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en la empresa a fin de lograr los objetivos propuestos. Supervisar, guiar y planificar el proceso operativo.

ACTIVIDADES:

- Planificar, las diferentes actividades de la empresa.
- Organizar, en forma coordenada los recursos y actividades materiales, técnicas y humanas.
- Ejecutar, los diferentes planes de acción trazados.
- Controlar la ejecución de los planes para realizar los ajustes correspondientes.
- Representar, judicial y extrajudicial a la empresa.
- Seleccionar el personal idóneo para que trabaje en la empresa que representa.

PERFIL:

- Responsabilidad administrativa, económica y técnica en la ejecución de las tareas.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- **Educación**: Título en Ingeniería Comercial
- **Experiencia:** Cuatro años en funciones similares.

CÓDIGO: RRHH-002

TITULO DEL PUESTO: Asesoría Jurídica

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Aconsejar, asesorar e informar sobre proyectos relacionados con el aspecto legal de la empresa.

ACTIVIDADES:

- Aconsejar sobre asuntos de carácter jurídico respecto al cumplimiento de ordenanzas municipales.
- Asesorar la legalización de contratos.
- Informar sobre las nuevas reformas legales.

PERFIL REQUERIDO:

- El puesto requiere de gran responsabilidad y conocimiento de las leyes y ordenanzas vigentes

REQUISITOS MÍNIMOS:

- **Educación:** Título de Abogado o Doctor en jurisprudencia.
- **Experiencia:** Dos años en funciones inherentes al cargo.

CÓDIGO: RRHH-003

TITULO DEL PUESTO: Secretaria Contable

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Diseñar, implementar y mantener el sistema integrado de contabilidad y archivo de la documentación de la empresa.

ACTIVIDADES:

- Mantener un archivo de los documentos de la empresa
- Llevar la contabilidad general de la empresa.
- Mantener un correcto manejo de los libros contables.
- Revisar y autorizar la cancelación de las declaraciones de pagos por conceptos de retención de impuestos, seguro social, impuestos a la renta y otras obligaciones legales y tributarias.
- Preparar los estados financieros correspondientes.
- Presentar informes y análisis de tipo contable, económico y financiero de las labores que realiza al gerente de la empresa.

PERFIL REQUERIDO:

- El puesto requiere de gran responsabilidad y conocimiento de normas y procedimientos contables que llevará la empresa.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- **Educación:** Título a nivel universitario de Contabilidad y Auditoria
- **Experiencia:** Dos años en funciones inherentes al cargo.

CÓDIGO: RRHH-004

TITULO DEL PUESTO: Jefe de Producción

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Planificar, organizar, dirigir y controlar el funcionamiento del área de producción en la empresa.

ACTIVIDADES:

- Supervisar y controlar las actividades diarias de los trabajadores
- Elaborar y hacer ejecutar los programas de producción.
- Mantener los niveles de producción correctamente para evitar el desabastecimiento del producto.
- Supervisar la entrega y recepción de implementos de su departamento.
- Presentar informes de los requerimientos de departamento.
- Establecer sistemas de medidas, de tiempos y movimientos para efectivizar al máximo su producción.
- Controlar inventarios de materias primas e insumos.
- Controlar el buen uso de la maquinaria y equipos.
- Realizar un correcto control de calidad del producto.

PERFIL REQUERIDO:

- Responsabilidad para supervisar y controlar las existencias de materias primas y el cuidado de las mismas para evitar paralizaciones de las actividades.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- **Educación:** Título en Gastronomía o Similares
- **Experiencia:** Dos años en labores afines.

CÓDIGO: RRHH-005

TITULO DEL PUESTO: Auxiliar de Cocina

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Manipular con diligencia y cuidado los equipos para el procesamiento de la materia prima.

ACTIVIDADES:

- Cumplir las disposiciones emanadas por los superiores
- Medir, controlar y verificar la cantidad y calidad de la materia prima y alimentosa procesar
- Vigilar el proceso productivo.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- **Educación:** Título bachiller mínimo
- **Experiencia:** Un año en labores afines
- **Adicional:** Haber participado en cursos de prácticas alimenticias o de higiene en alimentos

CÓDIGO: RRHH-006

TITULO DEL PUESTO: Cajero Recaudador

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Coordinar y Organizar los pedidos de clientes, mantener un nivel de caja adecuado.

TAREAS TÍPICAS:

- Hacer contacto directo con el cliente, promocionar el producto en todas sus características y concretar ventas efectivas diariamente.
- Informar a producción la necesidad de entrega de producto para su despacho.
- Realizar actividades de caja como recibir dinero en efectivo, emitir comprobantes de venta y recibir los de retención de ser el caso
- Llevar las consignaciones a los bancos de la localidad que ordene su superior, responder por los recursos que se le encomiende en el cumplimiento de esta función.
- Llevar un control de caja.

PERFIL REQUERIDO:

- Buenas Relaciones humanas y atención al cliente.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- **EDUCACIÓN:** Bachiller
- **EXPERIENCIA:** 1año en puesto similares

CÓDIGO: RRHH-007

TITULO DEL PUESTO: Auxiliar de ventas

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Utilizar los recursos a su disposición de manera recursiva y oportuna, a fin de atender las labores operativas de correspondencia, mensajería y mantenimiento del área de administración y ventas.

ACTIVIDADES:

- Velar porque los equipos a su cargo, se mantengan en buen estado de funcionamiento y limpieza y proponer mecanismos para garantizar la salvaguarda de los bienes de la empresa.
- Efectuar labores de mensajería, llevando el debido control en el libro de envío de correspondencia.
- Informar oportunamente los requerimientos de elementos de aseo y cafetería, así como de los que requiera para el cumplimiento eficaz de sus funciones.
- Ayudar con la atención al cliente.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- Buenas Relaciones humanas y atención al cliente.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- **EDUCACIÓN:** Bachiller
- **EXPERIENCIA:**6 meses

ESTUDIO FINANCIERO

Para poder determinar si el proyecto es factible o no, es en esta etapa en donde por medio de indicadores se evalúa las inversiones en:

Activos Fijos o Tangibles,

Activos Diferidos o Intangibles; y

Activo Corriente o Capital de Trabajo

Con los resultados de los ingresos y egresos generados de proyecciones de ventas y presupuestos que posteriormente se desarrollarán:

Inversión en Activos fijos

Son los gastos que se efectúan durante el período de montaje y corresponden a valores destinados a la adquisición de terrenos, maquinaria y equipos necesarios para la producción, vehículos, etc. y que serán de propiedad de la empresa en formación.

CUADRO N° 21

MAQUINARIA Y EQUIPO
(COSTO EN DÓLARES)

DESCRIPCIÓN	Nro.	V. UNITARIO	V. TOTAL
Cocina industrial 3 quemadores de parrillas individuales con frente y espaldar en acero inoxidable	1	275,00	275,00
Frigoríficos verticales de una puerta, refrigerantes 4 repisas panorámicas, ruedas giratorias, con capacidad para 100 lts, Cada uno.	2	1.350,00	2.700,00
Olla de acero inoxidable Cap. 15lts	1	100,00	100,00
Tina de acero inoxidable, doble camisa, capacidad 20lts	1	80,00	80,00
Mesa de trabajo en acero inoxidable 2 x 1 x 0.95 mts, con garruchas	1	480,00	480,00
Cilindros para gas 45 kg.	3	150,00	450,00
Mueble tipo módulo para cobrar y atención al cliente	1	2500,00	2500,00
Mesas tipo comedor para cuatro personas	2	250,00	500,00
Freidora Industrial	1	1.200,00	1.200,00
TOTAL			**8.285,00**

Fuente : Locales comerciales de Loja y LOJAGAS
Elaboración : El Autor

CUADRO N° 22

EQUIPO DE OFICINA

(COSTO EN DÓLARES)

DESCRIPCIÓN	Nro.	V. UNITARIO	V. TOTAL
Teléfonos	2	35,00	70,00
Calculadora sumadora	2	15,00	30,00
Reloj	1	30,00	30,00
TOTAL			**130,00**

Fuente : Locales comerciales de Loja
Elaboración : El Autor

CUADRO N° 23

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

(COSTO EN DÓLARES)

DESCRIPCIÓN	Nro.	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computador	1	800,00	800,00
Impresora	1	100,00	100,00
TOTAL			**900,00**

Fuente : Locales comerciales de Loja
Elaboración : El Autor

CUADRO N° 24

HERRAMIENTAS Y EQUIPO DE SEGURIDAD

(COSTO EN DÓLARES)

DESCRIPCIÓN	Nro.	V. UNITARIO	V. TOTAL
Juego de herramientas	1	100,00	100,00
Equipo de seguridad	1	250,00	250,00
TOTAL			**350,00**

Fuente : Locales comerciales de Loja
Elaboración : El Autor

CUADRO N°25
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA
(COSTO EN DÓLARES)

DESCRIPCIÓN	Nro.	V. UNITARIO	V. TOTAL
Archivador de madera 4 gavetas	1	50,00	50,00
Sillas metálicas circulares	14	20,00	280,00
TOTAL			**330,00**

Fuente : Locales comerciales de Loja
Elaboración : El Autor

ACTIVOS DIFERIDOS O INTANGIBLES

Son rubros que se relacionan con las inversiones realizadas en el proceso de constitución de la empresa, como son: Marcas y patentes, Gastos pre-operacionales, Registro mercantil; los que son susceptibles de amortización y afectan en forma indirecta al flujo de caja, para el proyecto se considera los siguientes rubros:

CUADRO No. 26
ACTIVOS DIFERIDOS

DESCRIPCIÓN	MONTO TOTAL
Estudio de Factibilidad	1.000,00
Permisos de funcionamiento	150,00
Marcas y patentes	180,00
Instalaciones y adecuaciones	900,00
Imprevistos	200,00
TOTAL	**2.430,00**

Fuente : Precios de Mercado Mayo 2014
Elaboración : El Autor

ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO

Estos gastos son los que se deben realizar al iniciar el funcionamiento de la empresa productora de cochinitos, pago de personal administrativo y suministros varios. El capital de operación se ha calculado para el primer mes, considerando que al inicio aún no existe producción y que la empresa empezará a producir luego del inicio de sus actividades económicas.

CUADRO N° 27
MATERIA PRIMA DIRECTA

Requerido para producir 280* cochinitos (Producción diaria primer año)

AÑO 1

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO DÓLARES	COSTO DÍA	COSTO MENSUAL (22 DÍAS)	COSTO ANUAL
salchichas	280.00	0,15	42,00	924,00	11088
leche	10	0,70	7,00	154,00	1848
huevos	Cubeta	3,00	3,00	66,00	792
azúcar	0,2 Kg	1,20	0,24	5,28	63,36
levadura	0,2 Kg	4,00	0,80	17,60	211,2
harina de maíz	12 lb	0,24	2,88	63,36	760,32
harina de trigo	12 lb	0,50	6,00	132,00	1584
Aceite	2 lt.	1,00	2,00	44,00	528
TOTAL			**63,92**	**1406,24**	**16874,88**

Fuente : Precios Mayo 2014 ROMAR
Elaboración :El Autor

*Los 280 cochinitos, resultan de:

$$\frac{\text{Producción semanal}}{\text{5 días}} * 50\% \text{ capacidad utilizada} = 2.800/5 = 560 * 50\% = \mathbf{280}$$

Los costos de la presente tabla son relativos y susceptibles a cambios de acuerdo a las tendencias de mercado.

CUADRO N° 28

MANO DE OBRA DIRECTA

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	RMU	APORTE PATRONAL 12,15%	BENEFICIOS SOCIALES			COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL - AÑO 1	FONDOS DE RESERVA*
			DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES			
JEFE DE PRODUCCIÓN	400,00	48,60	33,33	28,33	16,67	526,93	6.323,20	400,00
AUXILIAR DE COCINA	340,00	41,31	28,33	28,33	14,17	452,14	5.425,72	340,00
TOTAL	**740,00**	**89,91**	**61,67**	**56,67**	**30,83**	**979,08**	**11.748,92**	**740,00**

*FONDOS DE RESERVA: Se suman al costo de mano de obra a partir del segundo año de operación

Elaborado Por: El Autor

Se considera mano de obra directa al personal que interviene de manera directa en la preparación de los cochinitos, en el cual figuran dos personas que dan un total de $ 11.748,93 anuales.

CUADRO N° 29
COSTOS DE PRODUCCIÓN ADICIONALES

CONCEPTO	AÑO 1		
	CONSUMO	C. UNITARIO	C. TOTAL
Consumo energía eléctrica Kw. Gas industrial	80 12	0.18 18	46,40 216.00
TOTAL			**262,40**

Fuente : Costos establecidos por EERSSA y Loja Gas
Elaboración : **El Autor**

Se considera costos de producción adicionales aquellos que son de manera directa dentro de la elaboración del producto, pero que no son considerados como ingredientes, los cuales dan un total de $262,40 en un año.

CUADRO N° 30
MATERIA PRIMA INDIRECTA

DESCRIPCIÓN	AÑO 1		
	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Salsa de Tomate	40 gl	5,60	224,00
Mayonesa (Cacera)	40 gl	8,00	320,00
Fundas plásticas	100.000	0,002	200,00
TOTAL			**744,00**

Fuente : **Mercado local**
Elaboración : **El Autor**

La materia prima indirecta son los insumos que intervienen en forma complementaria y contribuyen positivamente a la elaboración y presentación del producto terminado, lo cual genera un costo de 744,00 por año aproximadamente.

CUADRO N° 31
DEPRECIACIONES

DESCRIPCIÓN	ANEXOS	DEPRECIACIÓN ANUAL
Maquinaria y equipo	2	745,65
Equipo de oficina*	3	11,7
Equipo de Computación*	4	200
Equipo de Seguridad y herramientas	5	31,50
Muebles y enseres de oficina y planta	6	29,70
TOTAL		**1018,55**
Depreciación Bienes Administrativos*		**211,70**
Depreciación Bienes de Producción		**806,85**

Fuente : Cotizaciones realizadas en Mayo 2014
Elaboración : El Autor

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

Son los desembolsos de dinero que tendrán que hacerse para mantener operativa el área de administración en este rubro se detallan, las remuneraciones, servicios básicos y demás gastos dentro del área administrativa.

CUADRO N° 32
SUELDOS DE ADMINISTRACIÓN

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	RMU	APORTE PATRONAL 12,15%	BENEFICIOS SOCIALES			COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL - AÑO 1	FONDOS DE RESERVA
			DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES			
GERENTE	600,00	72,90	50,00	28,33	25,00	776,23	9.314,80	600,00
SECRETARIA CONTABLE	340,00	41,31	28,33	28,33	14,17	452,14	5.425,72	340,00
CAJERO RECAUDADOR	340,00	41,31	28,33	28,33	14,17	452,14	5.425,72	340,00
AUXILIAR DE COCINA	340,00	41,31	28,33	28,33	14,17	452,14	5.425,72	340,00
TOTAL	**1.620,00**	**196,83**	**135,00**	**113,33**	**67,50**	**2.132,66**	**25.591,96**	**1.620,00**

Elaboración : El Autor

CUADRO N° 33
GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Teléfono	37,00	444.00
Agua	20,00	240.00
Útiles de aseo	20,00	240,00
Total	**47,00**	**924,00**

Fuente : CNT, Almacenes de la localidad y observación directa
Elaboración : El Autor

CUADRO N° 34
ARRIENDOS

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Arriendo de local	300,00	3.600,00
Total	**300,00**	**3.600,00**

Fuente : Cotizaciones realizadas en el sector
Elaboración : El Autor

CUADRO N° 35
AMORTIZACIÓN INVERSIÓN DIFERIDA

DESCRIPCIÓN	TOTAL	ANUAL
Activo Diferido	2430,00	486,00
Total	2430,00	486,00

Fuente : Cuadro N° 26
Elaboración : El Autor

Los gastos diferidos según la Ley de Régimen Tributario Interno, hay como amortizarlos hasta por 5 años, por lo cual se ha dividido el valor total para 5, obteniéndose como resultado $486,00

CUADRO N° 36

PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

DESCRIPCIÓN	TOTAL	ANUAL
Promoción en ventas	30,00	360,00
Periódico	12,00	144,00
Radio	30,00	360,00
Total	**72,00**	**864,00**

Fuente : Programación publicitaria y aplicación presupuestaria
Elaboración : El Autor

RESUMEN DE LAS INVERSIONES

Activo Fijo, Son las inversiones objeto de depreciación y se requieren para la implementación de la empresa.

CUADRO N° 37

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

DESCRIPCIÓN	MENSUAL
Maquinaria y Equipo	8.285,00
Equipo de Oficina	130,00
Equipo de Computación	900
Equipo de Seguridad y Herramientas	350,00
Muebles y Enseres de Oficina y Planta	330,00
Total	**9.995,00**

Fuente : Cuadros N° 21, 22, 23, 24 y 25
Elaboración : El Autor

Activo Diferido, comprende los gastos realizados en la formulación del estudio del proyecto y más otros gastos efectuados en la fase de pre inversión.

CUADRO N° 38

INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

DESCRIPCIÓN	MENSUAL
Activos diferidos	**2.430,00**
Total	**2.430,00**

Fuente : Cuadro 26
Elaboración : El Autor

Activo Circulante, en éste acápite se considera todos los costos necesarios para la operación normal y desarrollo del proyecto, durante determinado ciclo productivo. El proyecto considera como capital de trabajo el monto de $14.238,68 dólares Americanos, valor necesario para desarrollar las operaciones previstas en los tres primeros meses, tomando en cuenta que el producto genera ingresos en forma inmediata, dinero que a su vez se reinvierte en el proceso.

CUADRO N° 39

INVERSIONES EN ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO PARA TRES MESES

DESCRIPCIÓN	MENSUAL
Materia prima directa	16.874,88
Mano de obra directa	11.748,93
Costos de producción adicionales	262,40
Materia prima indirecta	744,00
Sueldos de administración	25.591,96
Gastos generales de administración	924,00
Arriendos	3.600,00
Publicidad y propaganda	864,00
Subtotal	**60.610,17**
Total (Subtotal/12 x 3 meses)	**15.152,54**

Fuente : Cuadro N° 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34 y 35
Elaboración : El Autor

El total de la inversión prevista para el proyecto, se resume en el siguiente cuadro:

CUADRO N°40

TOTAL DE INVERSIONES

RUBROS	MONTO
Activo fijo	9.995,00
Activo diferido	2.430,00
Activo circulante o capital de trabajo	15.152,54
TOTAL	**27.577,54**

Fuente : Cuadro N° 35, 36 y 37
Elaboración : El Autor

FINANCIAMIENTO

La realización del proyecto contará con dos fuentes de financiamiento que son:

- **Fuentes Internas.-** constituidas por aportes o fondos propios de aproximadamente un 63,74% de la inversión requerida, es decir $17.577,54
- **Fuentes Externas.-** las mismas que se refieren a un micro crédito bancario de 10.000,00 pagaderos a 5 años plazo a través del Banco de Fomento, el cual cuenta con programas de apoyo al emprendedor, otorgando créditos a la tasa más baja del sector. (15%).

CUADRO N° 41

FORMA DE FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

DESCRIPCIÓN	CRÉDITO	CAPITAL PROPIO	TOTAL
Activo fijo	9.995,00		9.995,00
Activo diferido	5,00	2.425,00	2.425,00
Activo circulante o capital de trabajo		15.152,54	15.152,54
TOTAL	**10.000,00**	**17.577,54**	**27.577,54**
APORTE PORCENTUAL %	**36,78%**	**63,22%**	**100.00**

Fuente : Cuadro N° 39
Elaboración : El Autor

CUADRO N° 42

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
CAPITAL	**10.000**		FORMA DE PAGO: **BIMESTRAL**		
INTERÉS	15%				
PLAZO		**5 AÑOS**			
Cuota	**Saldo Inicial**	**Interes**	**Cuota de Amort**	**Capital Amoritzado**	**Valor a Pagar**
1	10000,00	250,00	333,33	333,33	583,33
2	9666,67	241,67	333,33	666,67	575,00
3	9333,33	233,33	333,33	1000,00	566,67
4	9000,00	225,00	333,33	1333,33	558,33
5	8666,67	216,67	333,33	1666,67	550,00
6	8333,33	208,33	333,33	2000,00	541,67
7	8000,00	200,00	333,33	2333,33	533,33
8	7666,67	191,67	333,33	2666,67	525,00
9	7333,33	183,33	333,33	3000,00	516,67
10	7000,00	175,00	333,33	3333,33	508,33
11	6666,67	166,67	333,33	3666,67	500,00
12	6333,33	158,33	333,33	4000,00	491,67
13	6000,00	150,00	333,33	4333,33	483,33
14	5666,67	141,67	333,33	4666,67	475,00
15	5333,33	133,33	333,33	5000,00	466,67
16	5000,00	125,00	333,33	5333,33	458,33
17	4666,67	116,67	333,33	5666,67	450,00
18	4333,33	108,33	333,33	6000,00	441,67
19	4000,00	100,00	333,33	6333,33	433,33
20	3666,67	91,67	333,33	6666,67	425,00
21	3333,33	83,33	333,33	7000,00	416,67
22	3000,00	75,00	333,33	7333,33	408,33
23	2666,67	66,67	333,33	7666,67	400,00
24	2333,33	58,33	333,33	8000,00	391,67
25	2000,00	50,00	333,33	8333,33	383,33
26	1666,67	41,67	333,33	8666,67	375,00
27	1333,33	33,33	333,33	9000,00	366,67
28	1000,00	25,00	333,33	9333,33	358,33
29	666,67	16,67	333,33	9666,67	350,00
30	333,33	8,33	333,33	10000,00	341,67
TOTAL		**3.875,00**	**10.000,00**		**13.875,00**

Fuente : Banco Nacional de Fomento
Elaboración : El Autor

PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

Engloba todos aquellos costos en los que incurre la realización del proyecto y puesta en marcha, comprende los siguientes rubros:

- **Costos de Producción**
  - Materia prima directa (Se considera un incremento anual del 5%, que representa el incremento en precios de acuerdo a la inflación promedio de los últimos años)
  - Mano de obra directa (Se considera un 10% de incremento de sueldos, en promedio al incremento que ha venido realizando el MRL)
  - Costos de producción adicionales
  - Materia prima indirecta
  - Depreciación
- **Gastos Operacionales**
  - Gastos de administración y Ventas (Se considera un 10% de incremento de sueldos, en promedio al incremento que ha venido realizando el MRL)
  - Gastos Generales de Administración
  - Gastos de Arriendo
  - Amortización diferida
  - Gastos de Publicidad y Propaganda
  - Gastos Financieros

CUADRO N°43

PRESUPUESTO DE COSTOS

CONCEPTO	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Costos de Producción										
Materia prima directa	16.874,88	19.406,11	22.317,03	25.664,58	29.514,27	30.989,98	32.539,48	34.166,46	35.874,78	37.668,52
Mano de obra directa*	11.748,93	13.663,86	15.770,29	18.087,36	20.636,13	23.439,79	26.523,81	29.916,23	33.647,89	37.752,72
Costos de producción adicionales	262,40	262,40	262,40	262,40	262,40	262,40	262,40	262,40	262,40	262,40
Materia prima indirecta	744,00	744,00	744,00	744,00	744,00	744,00	744,00	744,00	744,00	744,00
Depreciación bienes de Producción	806,85	806,85	806,85	806,85	806,85	806,85	806,85	806,85	806,85	806,85
Total Costos de Producción	**30.437,06**	**34.883,23**	**39.900,57**	**45.565,19**	**51.963,65**	**56.243,02**	**60.876,54**	**65.895,93**	**71.335,92**	**77.234,49**
Gastos Operacionales										
Gastos de administración y Ventas**	25.591,96	29.771,16	32.748,27	36.023,10	39.625,41	43.587,95	47.946,74	52.741,42	58.015,56	63.817,12
Gastos Generales de Administración	924,00	1.164,00	1.164,00	1.164,00	1.164,00	1.164,00	1.164,00	1.164,00	1.164,00	1.164,00
Gastos de Arriendo	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Amortización diferida	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	-	-	-	-	-
Gastos de Publicidad y Propaganda	864,00	864,00	864,00	864,00	864,00	864,00	864,00	864,00	864,00	864,00
Gastos Financieros	1.375,00	1.075,00	775,00	475,00	175,00	-	-	-	-	-
Depreciación bienes Administrativos	211,70	211,70	211,70	219,70	219,70	219,70	228,02	228,02	228,02	236,67
Total Gastos Operacionales	**33.052,66**	**37.171,86**	**39.848,97**	**42.831,80**	**46.134,11**	**49.435,65**	**53.802,76**	**58.597,44**	**63.871,58**	**69.681,79**
TOTAL DE COSTOS	**63.489,72**	**72.055,08**	**79.749,54**	**88.396,99**	**98.097,76**	**105.678,67**	**114.679,30**	**124.493,37**	**135.207,50**	**146.916,28**

Elaboración: El Autor

PRESUPUESTO DE INGRESOS

El presupuesto de ingresos se hace en función de las ventas que se realizaran considerando para el primer año un precio introductorio, es decir aplicando como técnica de penetración de mercado iniciar con un costo bajo, a fin de que sea conocido nuestro producto por la mayor parte de los ciudadanos de Loja.

Fijación del Precio de Venta al Público

Precio Unitario = $\frac{\text{MPD + MOD + CP+ MPI+ GASTOS OPERATIVOS}}{\text{CANTIDAD PRODUCIDA}}$ + % UTILIDAD

Precio Unitario = $\frac{16874{,}88 + 11.748{,}92 + 262{,}40 + 744{,}00 + 33.052{,}66}{72.800}$ + 40% (Margen de Utilidad)

Precio Unitario = $\frac{62682{,}86}{72.800}$+40% (Margen de Utilidad)

Precio Unitario = 0,861 + 0,34

Precio Unitario = 1,20 Ctvs.

FUENTE:

MPD: Cuadro N° 27

MOD: Cuadro N° 28

CP: Cuadro N° 29

MPI: Cuadro N° 30

GASTOS OPERATIVOS: Cuadro N° 43

CANTIDAD PRODUCIDA: Cuadro N° 20

CUADRO N° 44

PRESUPUESTO DE INGRESOS

PRESUPUESTO DE INGRESOS TOTALES										
(DÓLARES AMERICANOS)										
DENOMINACIÓN	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Producción	72.800,00	87.360,00	101.920,00	116.480,00	116.480,00	145.600,00	145.600,00	145.600,00	145.600,00	145.600,00
Ingresos	**72.800,00**	**96.096,00**	**122.304,00**	**139.776,00**	**145.600,00**	**182.000,00**	**182.000,00**	**182.000,00**	**182.000,00**	**182.000,00**

El incremento de la producción está relacionado a la capacidad Utilizada del cuadro N° 20

Elaboración : El Autor

El Precio Unitario resultante del proyecto es de 1,20 ctvs., como precio de penetración de mercado el primer año será de $1,00, para el año 2 incrementará a $1,10 y al año 3 a $1,20; posteriormente a partir del año 5 el valor unitario sería de $1,25.

PUNTO DE EQUILIBRIO.

Esta herramienta es importante ya que permite conocer el volumen de ventas con el cual ni se pierde ni se gana (no existen ni pérdidas ni ganancias)

Costos fijos y variables

Fijos, son los que permanecen constantes durante el ejercicio completo del ciclo productivo.

Variables, son los que varían directamente con los cambios en el volumen de producción, para el proyecto el punto de equilibrio se calculará aplicando el método matemático en función de las ventas.

CUADRO N° 45

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS FIJOS Y VARIABLES						
DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 5		AÑO 10	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
COSTOS DIRECTOS						
Materia Prima Directa		16.874,88		29.514,27		37.668,52
Mano de Obra Directa		11.748,93		20.636,13		37.752,72
Costos de producción adicionales		262,40		262,40		262,40
Materiales Indirectos		744,00		744,00		744,00
Depreciaciones	806,85		806,85		806,85	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS						
Sueldo de Personal	25.591,96		39.625,41		63.817,12	
Gastos generales de Administración	924,00		1.164,00		1.164,00	
Gastos de Arriendos	3.600,00		3.600,00		3.600,00	
Amortización Activo Diferido	486,00		486,00		-	
Gastos de Publicidad y Propaganda	864,00		864,00		864,00	
Gastos Financieros	1.375,00		175,00		-	
Deprecioacion de bienes Administrativos	211,70		219,70		236,67	
TOTAL	**33.859,51**	**29.630,21**	**46.940,96**	**51.156,80**	**70.488,64**	**76.427,64**

Elaboración : El Autor

DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

ANÁLISIS DEL PRIMER AÑO

- **EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS**

$$\boldsymbol{Punto\ de\ Equilibrio} = \frac{\text{Costo fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$\boldsymbol{Punto\ de\ Equilibrio} = \frac{33.859{,}41}{1 - \frac{29.630{,}21}{72800}}$$

$$\boldsymbol{Punto\ de\ Equilibrio} = \frac{33.858{,}98}{1 - 0{,}407}$$

$$\boldsymbol{Punto\ de\ Equilibrio} = \$\ 57.099{,}47$$

- **EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

$$\boldsymbol{Punto\ de\ Equilibrio} = \frac{\text{Costo fijo Total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costo Variable Total}}\ x\ 100$$

$$\boldsymbol{Punto\ de\ Equilibrio} = \frac{33.858{,}98}{72800 - 29.630{,}21}\ x\ 100$$

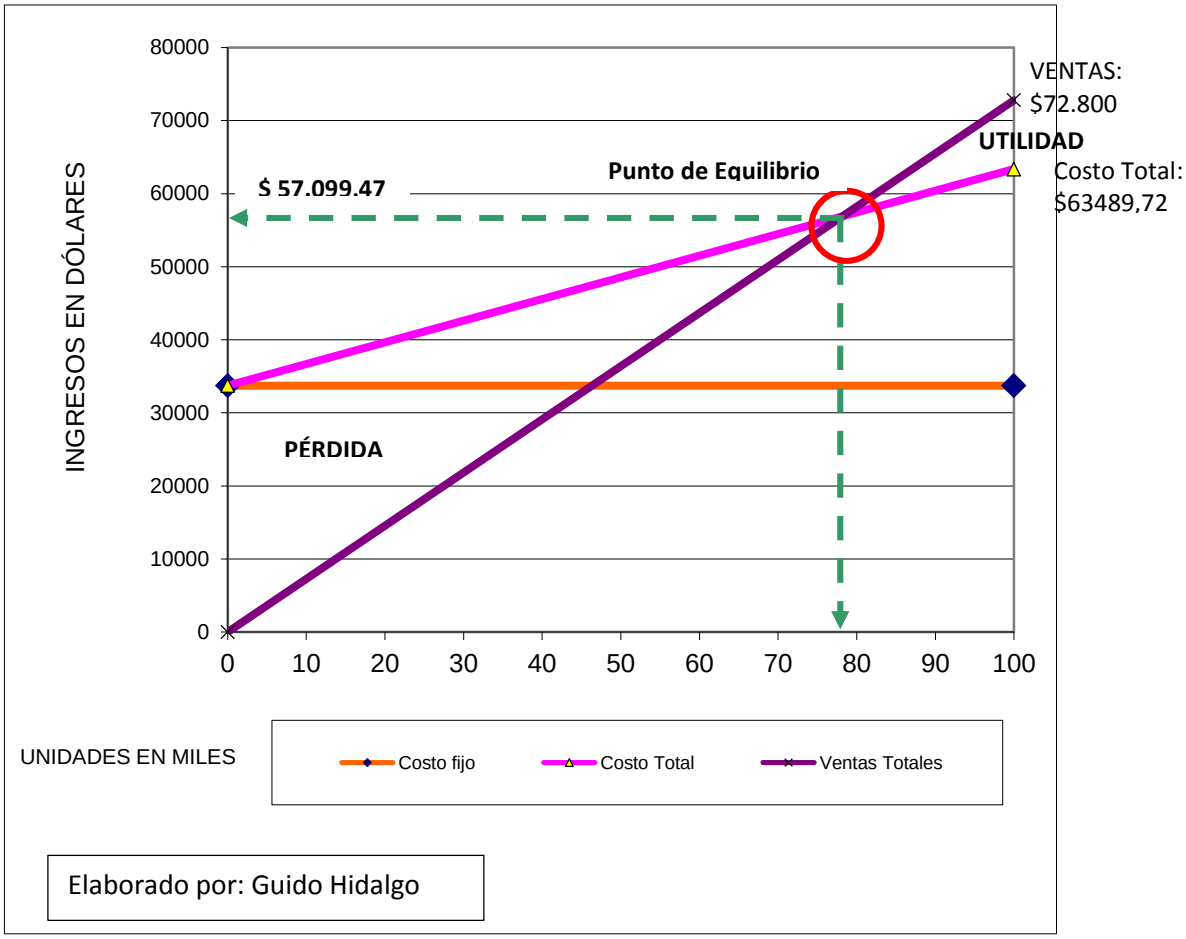
$$\boldsymbol{Punto\ de\ Equilibrio} = \frac{33.858{,}98}{43.169{,}79}\ x\ 100$$

$$\boldsymbol{Punto\ de\ Equilibrio} = 0{,}7843\ x\ 100$$

$$\boldsymbol{Punto\ de\ Equilibrio} = 78{,}43\%$$

GRÁFICO Nº 14

PUNTO DE EQUILIBRIO PRIMER AÑO



Elaborado por: Guido Hidalgo

Interpretación: En el primer año la empresa obtendrá su punto de equilibrio, cuando el volumen de ventas sea de $ 57.099,47 Anuales para llegar al punto de equilibrio se debe utilizar el 78,43% de la capacidad instalada.

ANÁLISIS DEL QUINTO AÑO

- **EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS**

$$\boldsymbol{Punto\ de\ Equilibrio} = \frac{\text{Costo fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$\boldsymbol{Punto\ de\ Equilibrio} = \frac{46.940{,}96}{1 - \frac{51.156{,}80}{145.600{,}00}}$$

$$\boldsymbol{Punto\ de\ Equilibrio} = \frac{46.940{,}96}{1 - 0{,}351}$$

$$\boldsymbol{Punto\ de\ Equilibrio} = \$\ 72.367{,}35$$

- **EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

$$\boldsymbol{Punto\ de\ Equilibrio} = \frac{\text{Costo fijo Total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costo Variable Total}}\ x\ 100$$

$$\boldsymbol{Punto\ de\ Equilibrio} = \frac{46.940{,}96}{145.600{,}00 - 51.156{,}80}\ x\ 100$$

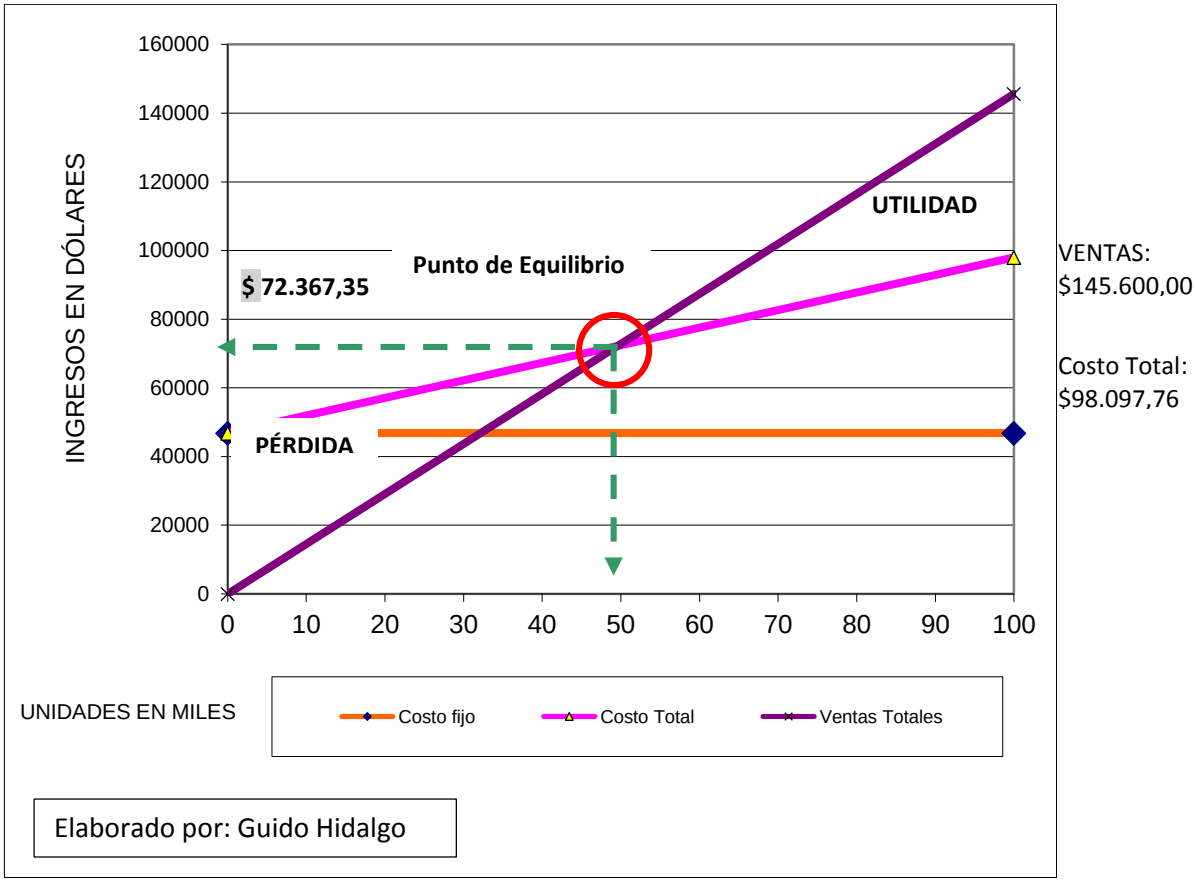
$$\boldsymbol{Punto\ de\ Equilibrio} = \frac{46.940{,}96}{94.443{,}20}\ x\ 100$$

$$\boldsymbol{Punto\ de\ Equilibrio} = 0{,}4970\ x\ 100$$

$$\boldsymbol{Punto\ de\ Equilibrio} = 49{,}70\%$$

GRÁFICO Nº 15

PUNTO DE EQUILIBRIO QUINTO AÑO



Interpretación: En el quinto año la empresa obtendrá su punto de equilibrio, cuando el volumen de ventas sea de $72.367,35 Anuales y se utilice el 49,70% de la capacidad instalada.

ANÁLISIS DEL DÉCIMO AÑO

- **EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS**

$$\boldsymbol{Punto\ de\ Equilibrio} = \frac{\text{Costo fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$\boldsymbol{Punto\ de\ Equilibrio} = \frac{70.488{,}64}{1 - \frac{76.427{,}64}{182.000{,}00}}$$

$$\boldsymbol{Punto\ de\ Equilibrio} = \frac{70.488{,}64}{1 - 0{,}419}$$

$$\boldsymbol{Punto\ de\ Equilibrio} = \$\ \mathbf{121.517{,}91}$$

- **EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

$$\boldsymbol{Punto\ de\ Equilibrio} = \frac{\text{Costo fijo Total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costo Variable Total}}\ x\ 100$$

$$\boldsymbol{Punto\ de\ Equilibrio} = \frac{70.488{,}64}{182.000{,}00\quad - 76.427{,}64}\ x\ 100$$

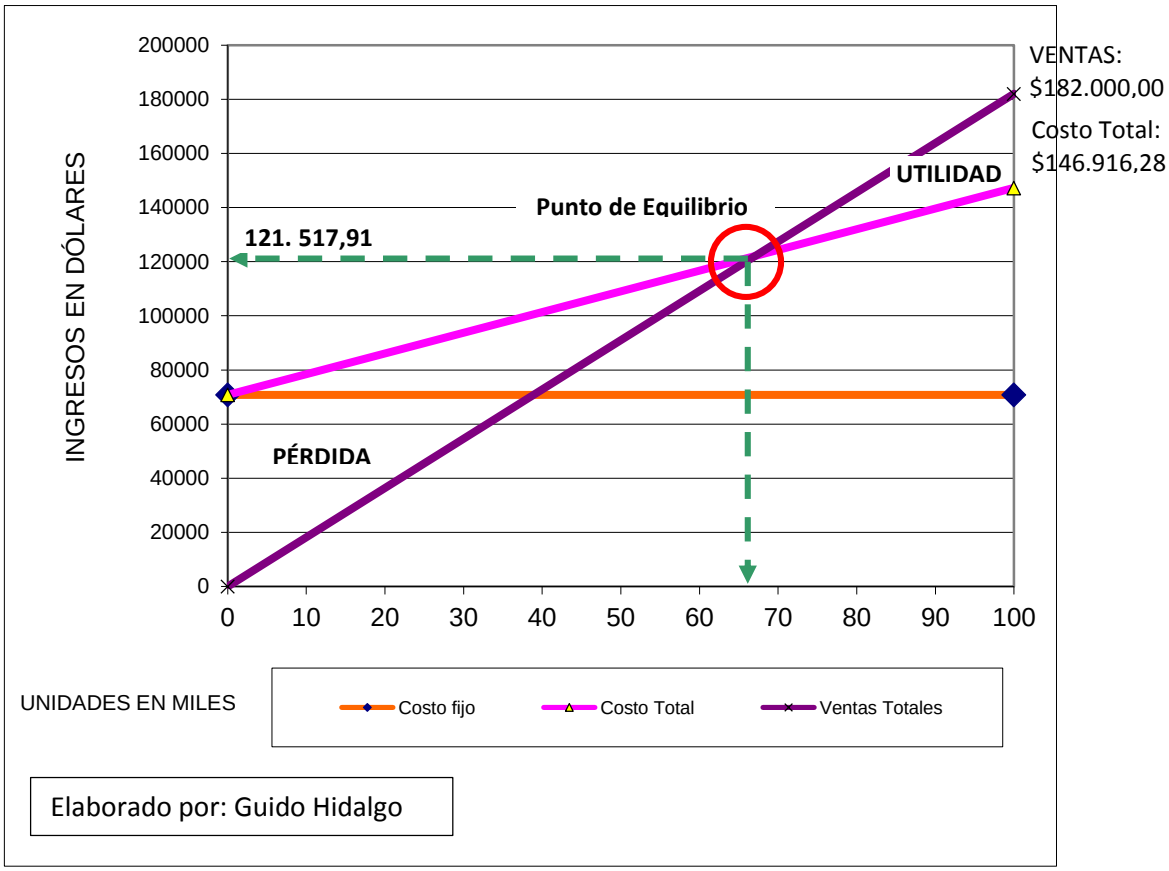
$$\boldsymbol{Punto\ de\ Equilibrio} = \frac{70.488{,}64}{105.5072{,}36}\ x\ 100$$

$$\boldsymbol{Punto\ de\ Equilibrio} = 0{,}6677\ x\ 100$$

$$\boldsymbol{Punto\ de\ Equilibrio} = \mathbf{66{,}77}\%$$

GRÁFICO Nº 16

PUNTO DE EQUILIBRIO DÉCIMO AÑO



Interpretación: En el décimo año la empresa obtendrá su punto de equilibrio cuando las ventas superen los $121.517,91 en ventas, con el uso del 66,77% de la capacidad instalada.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es el documento de control contable que refleja los resultados alcanzados durante el periodo económico, sean pérdidas o ganancias, para lo cual hace comparaciones entre los rubros que generan ingresos y los desembolsos ocasionados durante el periodo.

El estado de pérdidas y ganancias cuenta con dos grupos contables muy importantes, **INGRESOS**, que son generados por la venta del producto u otros ingresos; y los **EGRESOS**, que está constituido por la sumatoria del Costo Primo, Gastos en el Proceso Productivo, Gastos de Operación y Gastos Financieros.

CUADRO N° 46

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

RUBRO	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por Ventas	72.800,00	96.096,00	122.304,00	139.776,00	145.600,00	182.000,00	182.000,00	182.000,00	182.000,00	182.000,00
(-) Costos de producción	**63.489,72**	**72.055,08**	**79.749,54**	**88.396,99**	**98.097,76**	**105.678,67**	**114.679,30**	**124.493,37**	**135.207,50**	**146.916,28**
(=) Utilidad Bruta en ventas	**9.310,28**	**24.040,92**	**42.554,46**	**51.379,01**	**47.502,24**	**76.321,33**	**67.320,70**	**57.506,63**	**46.792,50**	**35.083,72**
(-) 15% Utilidad a trabajadores	1.396,54	3.606,14	6.383,17	7.706,85	7.125,34	11.448,20	10.098,10	8.625,99	7.018,87	5.262,56
(=) Utilidad antes del Imp. a la Ren	**7.913,74**	**20.434,78**	**36.171,29**	**43.672,16**	**40.376,90**	**64.873,13**	**57.222,59**	**48.880,63**	**39.773,62**	**29.821,16**
(22%) Impuesto a la Renta	1.741,02	4.495,65	7.957,68	9.607,87	8.882,92	14.272,09	12.588,97	10.753,74	8.750,20	6.560,66
(=)Utilidad antes de reserva	**6.172,72**	**15.939,13**	**28.213,61**	**34.064,28**	**31.493,98**	**50.601,04**	**44.633,62**	**38.126,89**	**31.023,43**	**23.260,51**
(-) 10% Capitalización para reserva	617,27	1.593,91	2.821,36	3.406,43	3.149,40	5.060,10	4.463,36	3.812,69	3.102,34	2.326,05
(=) Utilidad liquida del Ejercicio	**5.555,44**	**14.345,22**	**25.392,25**	**30.657,86**	**28.344,58**	**45.540,94**	**40.170,26**	**34.314,20**	**27.921,08**	**20.934,46**

Elaboración : El Autor

EVALUACIÓN FINANCIERA

En esta etapa se logra obtener datos cuantificables que permiten tomar la decisión de invertir o no en el proyecto; en otras palabras, de que si el proyectos es factible.

Flujo de Caja

El criterio de evaluar de acuerdo a las Matemáticas Financieras, consiste en que el dinero solo por transcurrir el tiempo debe ser remunerado con una rentabilidad que el inversionista exige, por su no utilización actual y postergar su uso para el futuro.

Para aplicar ciertos criterios de evaluación, es necesario determinar el flujo de caja, mismo que permite identificar la cobertura de necesidades de efectivo durante el horizonte del proyecto. El flujo de caja, refleja la forma de saldar los requerimientos de efectivo del proyecto, facilitando al inversionista cuente con suficiente disponibilidad de recursos para solventar las necesidades de efectivo, evaluar los flujos de caja, permite observar lo que afecta o impide que la empresa pueda pagar compromisos o pagos de compras de activo

CUADRO N° 47

FLUJO DE CAJA

RUBRO	AÑOS										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS											
Ventas		72.800,00	96.096,00	122.304,00	139.776,00	145.600,00	182.000,00	182.000,00	182.000,00	182.000,00	182000,00
Crédito	10.000,00										
Capital propio	17.577,54										
Valor de Rescate				300,00			312,00			324,48	1018,55
TOTAL DE INGRESOS	**27.577,54**	**72.800,00**	**96.096,00**	**122.604,00**	**139.776,00**	**145.600,00**	**182.312,00**	**182.000,00**	**182.000,00**	**182.324,48**	**183.018,55**
EGRESOS											
Activo Fijo	9995										
Reinversión en Activo Fijo					936			973,44			1.012,38
Activo Diferido	2430										
Activo Circulante	15.152,54										
Presupuesto de Operación		63.489,72	72.055,08	79.749,54	88.388,99	98.089,76	105.670,67	114.662,98	124.477,05	135.191,18	146891,30
Cuotas de crédito		2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00					
(-) Amortización diferida		486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00
(-) Depreciación		899,55	899,55	899,55	899,55	899,55	899,55	899,55	899,55	899,55	899,55
TOTAL DE EGRESOS	**27.577,54**	**66.875,27**	**75.440,63**	**83.135,09**	**92.710,54**	**101.475,31**	**107.056,22**	**117.021,97**	**125.862,60**	**136.576,73**	**149.289,23**
FLUJO DE CAJA	**0**	**5.924,73**	**20.655,37**	**39.468,91**	**47.065,46**	**44.124,69**	**75.255,78**	**64.978,03**	**56.137,40**	**45.747,75**	**33.729,32**

*El valor de rescate y la reinversión en activo fijo, corresponde al equipo de computación, el cual su vida útil es de 3 años, además reconoce un incremento del costo del bien a lo largo del proyecto.

Fuente : Registros Contables
Elaborado: El Autor

Valor Actual Neto

Consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos, generados durante la vida útil del proyecto; esto refleja los valores actuales, del total de recursos entregados a disponibilidad de la empresa al término de la vida útil, o sea es el retorno neto traído a valor presente generado por el proyecto.

Cuando el VAN es mayor a 0, la inversión en el proyecto se recomienda, caso contrario debe realizarse ciertos ajustes, o desechar la propuesta

CUADRO N°48

VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR Actualización 12%	VALOR ACTUALIZADO
0	- 27.577,54	1,00	- 27.577,54
1	5.924,73	0,89	5.289,94
2	20.655,37	0,80	16.466,33
3	39.468,91	0,71	28.093,19
4	47.065,46	0,64	29.910,95
5	44.124,69	0,57	25.037,53
6	75.255,78	0,51	38.126,92
7	64.978,03	0,45	29.392,76
8	56.137,40	0,40	22.672,95
9	45.747,75	0,36	16.497,10
10	33.729,32	0,32	10.859,94
			194.770,07

VAN : Sumatoria flujo neto – inversión

VAN : 222.347,61 – 27.577,54

VAN : **194.770,07**

El resultado obtenido en el cálculo de VAN nos permite obtener como resultado un valor positivo, en donde se puede observar que al termino de los 10 años el proyecto se encuentra en la etapa de declive, debido a que los flujos de efectivo comienzan a ir disminuyendo.

Periodo de recuperación de capital

Para recuperar la inversión, al implementar el proyecto en estudio, se refleja en el siguiente cuadro

CUADRO N° 49

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑOS	INVERSION	FLUJO NETO	F. ACUMULADO
0	- 27.577,54		
1		5.924,73	5.924,73
2		20.655,37	26.580,10
3		39.468,91	66.049,01
4		47.065,46	113.114,47
5		44.124,69	157.239,16
6		75.255,78	232.494,93
7		64.978,03	297.472,96
8		56.137,40	353.610,36
9		45.747,75	399.358,11
10		33.729,32	433.087,42
		433.087,42	

FORMULA

PRI = Año anterior para cubrir la Inversión + (Inversión - ∑Primeros lujos) / Flujo del año que supera la inversión

PRI = 2 + (27.577,54 – 26.580,10) / 39.468,91

PRI = 2 + 0,0253

PRI = 2, 0253 — **2 Año**

PRI = 0,0253 * 12 = 0,304 — **0 Meses**

PRI = 0,304 x 30 = 9,11 — **9 Días**

De acuerdo a los resultados se determina que el periodo de recuperación del capital invertido es al haber pasado 2 años, y 9 días, en donde los flujos netos superan el monto de la inversión.

Tasa Interna De Retorno

La tasa interna de retorno o TIR se define como la tasa de descuento que hace que el valor actual neto sea cero; o dicho de otro modo, es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Criterios para la toma de decisiones

- Si la TIR es mayor que el costo de oportunidad del capital, el proyecto es aceptable

- Si la TIR es igual al costo de oportunidad del capital, el proyecto es indiferente

- Si la TIR es menor que el costo de oportunidad del capital, el proyecto se rechaza.

CUADRO N° 50

CALCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		F.ACTUALIZAC. 79%	VAN MENOR	F.ACTUALIZAC. 80%	VAN MAYOR
0					
1	5.924,73	0,559	3.309,91	0,556	3.291,52
2	20.655,37	0,312	6.446,54	0,309	6.375,11
3	39.468,91	0,174	6.881,70	0,171	6.767,65
4	47.065,46	0,097	4.584,48	0,095	4.483,45
5	44.124,69	0,054	2.401,13	0,053	2.335,17
6	75.255,78	0,030	2.287,82	0,029	2.212,61
7	64.978,03	0,017	1.103,56	0,016	1.061,35
8	56.137,40	0,009	532,63	0,009	509,42
9	45.747,75	0,005	242,49	0,005	230,63
10	33.729,32	0,003	99,88	0,003	94,47
TOTAL			**312,61**		**- 216,17**

TIR = tm + dt*((Van tasa menor)/Van menor-Van tasa mayor)

TIR = 79 + 1(312.61(312.61-(-216.17)))

TIR = 79,59%

La tasa es mayor que el costo de capital, por lo tanto se recomienda su ejecución.

Relación Beneficio / Costo

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto.

Criterios para la toma de decisiones

- **B/C > 1** El proyecto es factible su ejecución
- **B/C = 1** El proyecto es indiferente su implementación
- **B/C < 1** El proyecto se rechaza

El cálculo se realiza actualizando los ingresos y costos a un factor de actualización igual a la tasa de interés que influye en el proyecto mediante el préstamo (15%), en donde los resultados de esta operación se dividen entre sí. (Ingresos / costos) y se obtiene la razón beneficio costo.

CUADRO N° 51

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

AÑOS	ACTUALIZACIÓN DE COSTOS			ACTUALIZACIÓN DE INGRESOS		
	COSTO ORIGINAL	FACTOR 15%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR 15%	INGRESO ACTUALIZADO
1	66.875,270	0,870	58.152,41	72.800,00	0,870	63.304,35
2	75.440,631	0,756	57.043,96	96.096,00	0,756	72.662,38
3	83.135,090	0,658	54.662,67	122.604,00	0,658	80.614,12
4	92.710,540	0,572	53.007,55	139.776,00	0,572	79.917,38
5	101.475,313	0,497	50.451,16	145.600,00	0,497	72.388,93
6	107.056,221	0,432	46.283,36	182.312,00	0,432	78.818,51
7	117.021,974	0,376	43.992,89	182.000,00	0,376	68.420,54
8	125.862,603	0,327	41.144,71	182.000,00	0,327	59.496,12
9	136.576,731	0,284	38.823,63	182.324,48	0,284	51.828,00
10	149.289,232	0,247	36.902,02	183.018,55	0,247	45.239,39
			480.464,36			**672.689,72**

Elaboración : El Autor

B/Costo = Ingresos Actualizados / Costos Actualizados

B/Costo = 672.689,72 / 480.464,36

B/Costo = 1,4

El resultado obtenido demuestra que por cada dólar invertido genera un beneficio de 0,40 ctvs, por tanto el resultado obtenido demuestra que el proyecto es factible.

Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad es el termómetro para medir el grado de afectación que tiene un proyecto ante dos situaciones presentes en una economía de libre mercado. El análisis de sensibilidad no es otra cosa que la interpretación de incertidumbre en lo referente a posibilidades de implementar un proyecto, en razón del desconocimiento de las condiciones futuras para el inversionista. Los parámetros que alteran la planificación son las variables identificadas con los ingresos y gastos, por lo tanto el análisis se basa en la disminución de ingresos en un 14,6% y un incremento en los costos del 19,7% referente al promedio de inflación en los últimos años. Para la toma de decisiones se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que 1, el proyecto es sensible

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a 1, el proyecto no sufre ningún efecto

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor a 1, el proyecto no es sensible.

CUADRO N° 52

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD AFECTANDO CON EL 19,7% EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTOS ORIGINAL	COSTO ACTUALIZAD	INGRESO ORIGINAL	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
					FACTOR	VALOR	FACTOR	VALOR
		19,7%			44%	ACTUAL	45%	ACTUAL
						-27.577,54		-27.577,54
1	66.875,27	80.049,70	72.800,00	(7.249,70)	0,69	(5.034,51)	0,69	(4.999,79)
2	75.440,63	90.302,44	96.096,00	5.793,56	0,48	2.793,96	0,48	2.755,56
3	83.135,09	99.512,70	122.604,00	23.091,30	0,33	7.733,23	0,33	7.574,33
4	92.710,54	110.974,52	139.776,00	28.801,48	0,23	6.698,30	0,23	6.515,43
5	101.475,31	121.465,95	145.600,00	24.134,05	0,16	3.897,78	0,16	3.765,22
6	107.056,22	128.146,30	182.312,00	54.165,70	0,11	6.075,04	0,11	5.827,96
7	117.021,97	140.075,30	182.000,00	41.924,70	0,08	3.265,37	0,07	3.110,96
8	125.862,60	150.657,54	182.000,00	31.342,46	0,05	1.695,25	0,05	1.603,94
9	136.576,73	163.482,35	182.324,48	18.842,13	0,04	707,73	0,04	664,99
10	149.289,23	178.699,21	183.018,55	4.319,34	0,03	112,67	0,02	105,13
TOTAL						**367,29**		**-653,81**

$$\boldsymbol{nTIR} = Tm + Diferencia\ de\ Tasas\ \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor}\right)$$

NTIR = 44 +(1*367,29/(367,29– (-653,81)))

NTIR **44,36** **TIR PROYECTO = 86,61**

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif.Tir = TirProy - Nueva Tir

Dif.Tir = 79,59–44,36= 35,23 **%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var = (Dif. Tir / Tir del Proyect)*100

% Var = 35,23/79,59 = **44,18%**

3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var / Nueva Tir

Sensibilidad = 44,18% / 44,36% = **0,99**

CUADRO N° 53

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD AFECTANDO CON EL 14,6% EN LA DISMINUCIÓN DE INGRESOS

AÑOS	COSTOS ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ACTUALIZADO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
					FACTOR	VALOR	FACTOR	VALOR
			14,60%		44%	ACTUAL	45%	ACTUAL
						- 27.577,54		- 27.577,54
1	66.875,27	72.800,00	62.171,20	- 4.704,07	0,69	- 3.266,72	0,69	- 3.244,19
2	75.440,63	96.096,00	82.065,98	6.625,35	0,48	3.195,10	0,48	3.151,18
3	83.135,09	122.604,00	104.703,82	21.568,73	0,33	7.223,32	0,33	7.074,90
4	92.710,54	139.776,00	119.368,70	26.658,16	0,23	6.199,84	0,23	6.030,57
5	101.475,31	145.600,00	124.342,40	22.867,09	0,16	3.693,16	0,16	3.567,56
6	107.056,22	182.312,00	155.694,45	48.638,23	0,11	5.455,10	0,11	5.233,23
7	117.021,97	182.000,00	155.428,00	38.406,03	0,08	2.991,31	0,07	2.849,86
8	125.862,60	182.000,00	155.428,00	29.565,40	0,05	1.599,13	0,05	1.513,00
9	136.576,73	182.324,48	155.705,11	19.128,38	0,04	718,48	0,04	675,10
10	149.289,23	183.018,55	156.297,84	7.008,61	0,03	182,81	0,02	170,59
TOTAL						**414,00**		**- 555,74**

$$\boldsymbol{nTIR} = Tm + Diferencia\ de\ Tasas\ \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor}\right)$$

NTIR = 44 + (1*(414/(414– (-555,74)))

NTIR	**44,42**	**TIR PROYECTO**	**79,59**

DIFERENCIA DE TIR	PORCENTAJE DE VARIACIÓN	SENSIBILIDAD
Dif.Tir = TirProy - Nueva Tir	% Var = (Dif. Tir / Tir del Proyect)*100	Sensib. = % Var / Nueva Tir
Dif.Tir = **79,59 – 44,42 = 35,16**	% Var = **35,16 / 79,59 = 44,18**	**Sensibilidad = 44,18 / 44,42 = 0,99**

Análisis de sensibilidad: La presente evaluación determina que el proyecto puede soportar las siguientes variaciones:

- Hasta un **incremento de 19,7% en los costos** manteniendo la misma cantidad de ingresos, como también;
- Puede soportar hasta un **14,6% en la disminución de sus ingresos** sin variación en sus costos

Una vez obtenido estos resultados, se puede apreciar que son superiores a la inflación que ya está considerada en los costos por lo que demuestra que es factible la creación de la microempresa de comida rápida productora de cochinitos propuesta en el presente trabajo de tesis.

h. CONCLUSIONES:

Las conclusiones a las que se puede llegar, luego de realizado el estudio correspondiente sobre la investigación planteada, se resume en las siguientes:

- Se realizó un estudio de mercado en base a los resultados de haber encuestado de 383 ciudadanos de Loja de los cuales se determinó que un 56% consumiría el producto ofertado en este proyecto, (Cochinitos).

- Se planteó un estudio técnico, en el cual se menciona el proceso productivo del producto, los materiales y equipos necesarios para la puesta en marcha, así como la macro localización la cual será en la Ciudad de Loja, provincia de Loja, y como micro localización, se indica las calles Imbabura entre Av. Universitaria y 18 de Noviembre, frente al parque Bolívar.

- En la elaboración del estudio legal y administrativo, se menciona como normativa de la empresa, la Ley de Régimen tributario Interno, la misma que norma los tributos y plazos para cancelar y cumplir con la calidad de contribuyente, de la misma forma se encuentra el código del trabajo y la ley de seguridad social.

- En el estudio y evaluación financiera, se obtuvo como resultado que el punto de equilibrio corresponde a $ 57.099,47 en ventas al año con una capacidad utilizada del 78,43%, adicionalmente con los flujos proyectados se prevé un VAN positivo de 194.770,07; una tasa Interna de Retorno (TIR) de 79,6% y un periodo de recuperación de 2 años, y 9 días.

- Adicionalmente se determinó que existe un beneficio de 1,4 es decir 0,40 centavos de dólar por cada dólar comprometido con los costos y gastos, de la misma forma existe una ligera sensibilidad del proyecto con el aumento de costos, que puede soportar hasta un incremento del 19,7% pero esta es aún mayor con la disminución de las ventas, soportando una baja hasta el 14,6%.

- Una vez concluidas las fases de la evaluación de proyectos, se pudo cumplir con todos los objetivos planteados en este trabajo investigativo.

i. RECOMENDACIONES:

En observación a las conclusiones realizadas en el presente trabajo de tesis, es pertinente indicar como recomendaciones lo siguiente:

- Considerando un 56% de aceptación de la población, los más importantes es aplicar técnicas de marketing para dar énfasis y aumentar rápidamente el nivel de venta.

- Para mejorar los costos de implementación de materiales y Equipos, sería aconsejable buscar otros elementos de similar características, o buscarlas en otras ciudades tales como Guayaquil, Quito o Cuenca, de la misma forma para aprovechar la ubicación es aconsejable aplicar medios visuales que sean llamativos.

- El cumplimiento de las normativas legales es obligatorio, por tanto los permisos, inscripción en el RUC, patentes municipales, registros de contratos y afiliaciones son prioridades al iniciar cualquier actividad.

- La Evaluación financiera aplicada en el presente trabajo, determina que el proyecto es factible, como también determina que en condiciones normales de mercado, la vida útil del proyecto

de 10 años en donde ya se encuentra en etapa de declive, y donde los ingresos son totalmente disminuidos en relación a años anteriores.

j. BIBLIOGRAFÍA:

- **BOLTEN,** Steven E. Manual de Administración Financiera , Tomo 2

- **CÁRDENAS**, Cutiño, Gustavo, (2002) Diccionario de *Ciencias* Económico-Administrativas**,** Centro Universitario de Ciencias Económicas – Administrativas, Pg.234

- **COHEN** Erik, (1984) "La sociología del turismo", Vol. 10, pp. 3732-3735

- **DE LA TORRE PADILLA**, Oscar, (1980) Turismo, fenómeno social, Fondo de Cultura Económica, México.

- **DEL PRIETO**, Mojica Pedro, Profesor Instructor del SENA

- **FERNÁNDEZ**, Armesto, Felipe, Historiador .- España 2009

- **GRANDE**, Covián, Francisco, Especialista en Nutrición

- **ILPES;** "Guía para la Presentación de Proyectos", Quinta Edición; Editorial El Siglo XXI, Chile 1970.

- **KOSS RUBINSTEIN** Manuel; "Evaluación de Proyectos agroindustriales: Evaluación Financiera", CUFAIN; San José – Costa Rica

- **MAC DONALD'S**, Corporatión , Memorias y Registros de negocios de la cadena de Comidas Rápidas
- **MONTEALEGRE,** Tovar, Mauricio Andrés, "Trabajo de Investigación"

- **NACIONES UNIDAS;** “Manual de Proyectos de Desarrollo Económico”, Editorial – MC – GRAW – HILL; Colombia 1985

- **NASSIRSAPAG Y REINALDO SAPAG; “**Preparación e Evaluación de Proyectos” 5ta Edición

- **ORTHETA** de L.; “La Organización y Estructura de la Empresa; Como organizar, como dirigir”, Ediciones Comera, Madrid 1976

- **PORTALECUADOR.**ec/module- Guía Comercial- categoría – umt – restaurantes

Citas de Internet:

- http://www.planloja.gov.ec

- www.padigital.com.pa/recetas/**comida**-**rapida**.html

k. ANEXOS

ANEXO 1

Ficha resumen del Proyecto Aprobado

A. TEMA

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE COMIDA RÁPIDA PRODUCTORA DE COCHINITOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA.

B. PROBLEMATIZACIÓN

Cuántos trabajamos lejos de casa? Muchas veces el tiempo que invertimos en ir de casa al trabajo y viceversa, es tanto que nos impide comer en casa. Otras veces los horarios de trabajo no dejan tiempo para comer relajadamente. Entonces nos preguntamos. ¿Dónde almorzar o cenar cuando hay poco tiempo, pero además, tampoco se quieren olvidar de la salud personal y la calidad de lo que se come? Buscamos comida rápida y saludable, un fastfood (comida rápida), los llamados fastgood (rápido y bueno).

En el Ecuador la normativa laboral establece una jornada única de trabajo, con horario de 8 horas al día, comprendido entre las 08h00 a 16H30, con

media hora destinada a Lunch, lo que implica que el servidor público en general en ese espacio de tiempo debe almorzar y fuera del hogar.

En la Ciudad de Loja como no puede ser de otra manera toda la administración pública se acoge a éste horario de trabajo y como tal debe cumplir con lo establecido en función de tiempo y su alimentación debe hacerla en el lugar más cercano a su centro de trabajo.

A ello se agrega la distancia de las viviendas de los funcionarios a sus diferentes lugares de trabajo, el servicio de transporte a cada área, barrio o zona de influencia de los asentamientos humanos hacia dónde y desde donde deben movilizarse las personas que laboran en las diferentes entidades del Estado o empresas de servicio público.

La visión por satisfacer la demanda de comida rápida conlleva a crear un concepto novedoso basado en comida ligera y sana. Fundamentado en ideales esenciales, como son: sano, fresco, sin químicos y hecho hoy.

Los platos preferidos en la dieta alimenticia como comida rápida en la Ciudad de Loja sobresalen ante todo los pollos a la brasa y papas fritas. Las hamburguesas, Perros calientes o hotdogs, empanadas fritas y artículos de panadería, complementan la gama de productos que

satisfacen las necesidades de las familias, privadas de compartir el almuerzo familiar en cada uno de sus hogares.

En la Ciudad de Loja, la oferta de comida rápida se hace a través de cafeterías, bares y servicios a domicilio en motocicletas o pequeños transportes adaptados para brindar el servicio de puerta a puerta.

La infraestructura para receptiva no es la adecuada para ofertar servicio de calidad en condiciones higiénicas aptas para el consumo humano, considerándose generalmente la mal llamada comida rápida como “comida chatarra”

Como se puede apreciar en el análisis del problema se observa que la oferta del servicio no cumple con los estándares de calidad e higiene óptimas para el consumo humano, por lo que se hace necesario **LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE COMIDA RÁPIDA PRODUCTORA DE COCHINITOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA**, dispuesta a diversificar sus productos combinándolos la harina con porciones de queso, mortadela y salchicha.

D. OBJETIVOS

D.1 GENERAL.

Determinar la factibilidad para implementar UNA MICROEMPRESA DE COMIDA RÁPIDA PRODUCTORA DE COCHINITOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA

D2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Realizar estudio de mercado que permita determinar la oferta y demanda del servicio de comida rápida.
2. Formular el estudio técnico para determinar el tamaño de la planta, localización e ingeniería del proyecto
3. Estudio organizacional de la empresa.
4. Evaluación Financiera del Proyecto.

F. METODOLOGÍA.

F1 MÉTODOS

MÉTODO CIENTÍFICO

Es el conjunto de procedimientos que se utilizarán para estructurar en forma lógica y sistematizada él plan de actividades a ejecutar en la propuesta de investigación

MÉTODO DEDUCTIVO.

Se utilizará para hacer el estudio y análisis de las generalidades aplicables a las empresas industriales

MÉTODO INDUCTIVO.

Se utilizará para hacer el análisis y estudio de los casos particulares de la realidad industrial de la provincia y particularmente de la ciudad de Loja

MÉTODO ANALÍTICO SINTÉTICO

Se utilizará para hacer el análisis y ordenamiento bibliográfico de la información recopilada de: textos, revistas, folletos e Internet, etc. Así como también para procesar los criterios de los pequeños propietarios de negocios dedicados a la transformación de materia prima en productos terminados, en función de lo cual se determina conclusiones y se plantea las correspondientes recomendaciones.

MÉTODO HIPOTÉTICO DEDUCTIVO

Servirá de apoyo para contrastar la hipótesis planteada para ser comprobada posteriormente

F.2 TÉCNICAS

ENCUESTA, que

Se utilizará para la recopilación de información sobre cuyos resultados se realiza el diagnóstico de la realidad investigada, técnica que se aplicará a un segmento de la población de la ciudad de Loja, el instrumento en referencia consiste en un cuestionario de preguntas planteadas en una boleta dirigida a los consumidores de comida rápida.

OBSERVACIÓN DIRECTA

Técnica que se aplicará en forma permanente para precisar datos imprecisos, ventajas y limitaciones del sector de desarrollo objeto de investigación

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

La revisión bibliográfica ayudará a recopilar la información necesaria para el desarrollo normal del trabajo de investigación, basándose lógicamente en algunos conceptos y categorías fundamentales concernientes al tema en investigación y relacionados con libros, revistas, folletos, Internet, entre otras.

F.3 PROCEDIMIENTOS

Para el ordenamiento de la información se procederá a determinar el número de usuarios de comidas rápidas asentados en la Ciudad.

Para determinar el universo se procede a estratificar la muestra en base a la cual se infiere los resultados, aplicando la fórmula para calcular el tamaño de la muestra.

1. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

$$n = \frac{Z^{2.} N.p.q}{e^2(N-1) + Z^2.p.q}$$

La fórmula tiene la siguiente nomenclatura:

n = tamaño de la muestra

Z = 95 % de confianza (1.96) (valor tomado de la tabla de curvas)

N = población del Cantón Loja = 214.885

P = Probabilidad que el evento ocurra 0.5

q = Probabilidad que el evento no ocurra 0.5

e = 5% Margen de error (0.05)

$$n = \frac{((1.96)^2\ (214.855)(0.5)(0.5))}{(0.05)^2\,(214.855 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{((3.8416)\ (214.855)(0.25))}{((0.0025)(214.854) + (3.84)(0.25))}$$

$$n = \frac{214.855}{527.82}$$

$$n = 383{,}30$$

$$n = 383$$

DISTRIBUCIÓN POR PARROQUIA URBANA			
ITEM	**PARROQUIA**	**NÚMERO ENCUESTAS**	**PORCENTAJE**
1	El Valle	100	26
2	San Sebastián	100	26
3	Sucre	100	26
4	El Sagrario	83	22
TOTAL		**383**	**100%**

Anexo 2

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Modalidad de Estudios a Distancia
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA A CONSUMIDORES

1. **¿Cuál es su ingreso mensual?**

   340 a 450 …….
   451 a 600 …….
   601 a 800 …….
   801 en adelante …….

2. **¿Suele acudir a restaurantes de comida rápida?**

   SI …….
   NO …….

3. **¿Qué le motiva a acudir a lugares de comida rápida?**

   Sazón …….
   Rapidez en atención …….
   Costos Bajos …….

4. **¿Consume usted alimentos que contienen embutidos como las salchichas?**

   SI …….
   NO …….

5. **¿Consumiría Usted COCHINITOS (un nuevo producto en nuestra ciudad en la comida rápida que contienen principalmente una salchicha recubierta de una masa de queso, harina y huevo)?**

   SI …….
   NO …….

6. **¿Apoyaría Usted la creación de una microempresa de comida rápida productora de cochinitos?**

   SI .....
   NO .....

7. **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un COCHINITO?**

   $ 0,50 a $ 0,75 …….
   $ 0,76 a $ 0,99 …….
   $ 1,00 a $ 1,25 …….
   Más de $ 1,25 …….

8. **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una porción de dos COCHINITOS más salsas y gaseosa?**

   $ 1,00 a $ 1,24 …….
   $ 1,25 a $ 1,49 …….
   Más de $ 1,50 …….

9. **¿Qué cantidad de COCHINITOS está dispuesto a consumir?**

   Diariamente

   1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 o más ( )

10. **¿Con qué frecuencia acudiría a consumir COCHINITOS?**

    Diariamente ( )

    Veces por semana

    4 ( ) 3 ( ) 2 ( ) 1 ( )

    Veces al mes

    4 ( ) 3 ( ) 2 ( ) 1 ( )

11. ¿Con cuántas personas acudiría al local de comida rápida?

Solo…….

1 ……..

2 ……..

3 ……..

4 ……..

5 ……..

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3

DEPRECIACIONES DE MAQUINARIA Y EQUIPO

VALOR DEL ACTIVO $ 8.285,00			10% DEPRECIACIÓN	
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL				
AÑOS	**VALOR ACTIVO**	**VALOR RESCATE**	**DEPRECIACIÓN**	**VALOR ACTUAL**
0	8.285,00	828,5		7.456,50
1	7.456,50		745,65	6.710,85
2	6.710,85		745,65	5.965,20
3	5.965,20		745,65	5.219,55
4	5.219,55		745,65	4.473,90
5	4.473,90		745,65	3.728,25
6	3.728,25		745,65	2.982,60
7	2.982,60		745,65	2.236,95
8	2.236,95		745,65	1.491,30
9	1.491,30		745,65	745,65
10	745,65		745,65	0,00

Elaborado por: El autor

ANEXO 4

DEPRECIACIONES DE EQUIPO DE OFICINA

VALOR DEL ACTIVO $ 130,00 **10% DEPRECIACIÓN**

10 AÑOS DE VIDA ÚTIL

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESCATE	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	130,00	13		117,00
1	117,00		11,7	105,30
2	834,3		11,7	93,60
3	741,6		11,7	81,90
4	648,9		11,7	70,20
5	556,2		11,7	58,50
6	463,5		11,7	46,80
7	370,8		11,7	35,10
8	278,1		11,7	23,40
9	185,4		11,7	11,70
10	92,7		11,7	0,00

Elaborado por: El autor

ANEXO 4
DEPRECIACIONES DE EQUIPO DE OFICINA

VALOR DEL ACTIVO $ 900,00 **33,33% DEPRECIACIÓN**

3 AÑOS DE VIDA ÚTIL

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESCATE	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	900	300		600
1	400		200	400
2	200		200	200
3	0		200	0

Elaborado por: El autor

ANEXO 5

DEPRECIACIONES DE EQUIPO DE SEGURIDAD Y HERRAMIENTAS

VALOR DEL ACTIVO $ 350,00 **10% DEPRECIACIÓN**

10 AÑOS DE VIDA ÚTIL

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESCATE	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	350,00	35		315,00
1	315,00		31,5	283,50
2	283,50		31,5	252,00
3	252,00		31,5	220,50
4	220,50		31,5	189,00
5	189,00		31,5	157,50
6	157,50		31,5	126,00
7	126,00		31,5	94,50
8	94,50		31,5	63,00
9	63,00		31,5	31,50
10	31,50		31,5	0,00

Elaborado por: El autor

ANEXO 6

DEPRECIACIONES MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA Y PLANTA

VALOR DEL ACTIVO $ 330,00 **10% DEPRECIACIÓN**

10 AÑOS DE VIDA ÚTIL

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESCATE	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	330,00	33		297,00
1	297,00		29,7	267,30
2	267,30		29,7	237,60
3	237,60		29,7	207,90
4	207,90		29,7	178,20
5	178,20		29,7	148,50
6	148,50		29,7	118,80
7	118,80		29,7	89,10
8	89,10		29,7	59,40
9	59,40		29,7	29,70
10	29,70		29,7	0,00

Elaborado por: El autor

ÍNDICE

Contenido **Pág.**

Certificación..... ii

Autoría.....iii

Carta de Autorización..... iv

Agradecimiento v

Dedicatoria vi

a. Titulo 1

b. Resumen 2

Sumary 4

c. Introducción 6

d. Revisión de Literatura 8

e. Materiales y Métodos 36

f. Resultados 41

g. Discusión 53

h. Conclusiones 128

i. Recomendaciones 130

j. Bibliografía……..132

k. Anexos..... 134

Índice 149