



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
NIVEL DE POSTGRADO

TITULO

“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN
DE UNA EMPRESA DE PASTELERÍA Y
REPOSTERÍA -DELICIAS DE LA ABUELA- EN LA
CIUDAD DE LOJA”

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
TITULO DE MAGISTER EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORA:

PATRICIA LOAIZA AGUIRRE

DIRECTOR:

DR. CÉSAR JARAMILLO RODRÍGUEZ, MG. SC

LOJA – ECUADOR

2013

CERTIFICACIÓN

Dr. César Jaramillo Rodríguez, Mg. Sc

CATEDRÁTICO DE LA MAESTRIA DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Certifica:

Que la presente investigación realizada por la postulante Ingeniera Patricia Gabriela Loaiza Aguirre titulada ***“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PASTELERÍA Y REPOSTERÍA -DELICIAS DE LA ABUELA- EN LA CIUDAD DE LOJA”***, cumple con los requisitos de fondo y forma de acuerdo al Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja; la misma que revisada su estructura y contenido puede ser presentada para los trámites correspondientes.

Loja, julio de 2013

.....
Dr. César Jaramillo Rodríguez, Mg. Sc

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Patricia Gabriela Loaiza Aguirre declaro ser autor(a) del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

AUTORA: Patricia Gabriela Loaiza Aguirre

FIRMA.

CÉDULA: 1103375943

FECHA: Loja, diciembre de 2013

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

Yo Patricia Gabriela Loaiza Aguirre, declaro ser autor (a) de la Tesis titulada: **“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PASTELERÍA Y REPOSTERÍA -DELICIAS DE LA ABUELA- EN LA CIUDAD DE LOJA”**. Como requisito para optar al Grado de: MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS 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, 05 de Diciembre del dos mil trece, firma el autor.

FIRMA:.....

AUTOR: Patricia Gabriela Loaiza Aguirre

CÉDULA: 1103375943

DIRECCIÓN: Loja, Barrio Sauces de Yahuarcoma, Bugambillas y Gobernación de Mainas

CORREO ELECTRÓNICO: pgloaizaa@gmail.com

TELÉFONO: 2588981 **CELULAR:** 0992285819

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS:

Dr. César Jaramillo Rodríguez Mg. Sc.

PRESIDENTE DE TRIBUNAL:

Ing. Víctor Ríos MAE

MIEMBROS DEL TRIBUNAL.

Ing. Rocío Toral MAE

Ing. Juan Encalada MAE

AGRADECIMIENTO

Expreso mi sincero agradecimiento a las Autoridades de la Universidad Nacional de Loja, al personal del nivel de Postgrados del Área Jurídica, Social y Administrativa por la formación académica recibida.

De manera especial al Dr. César Jaramillo, Director de Tesis, quien con su profesionalismo supo dirigir el desarrollo y culminación del presente trabajo investigativo.

A todos quienes de una u otra manera aportaron positivamente para la culminación de esta investigación.

La Autora

DEDICATORIA

Con amor e infinito cariño a mis Padres, Esposo e hijos, quienes han sido pilares fundamentales de apoyo y motivación a lo largo de toda mi vida.

Patricia Loaiza

TITULO

1. TÍTULO

*“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA
CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
PASTELERÍA Y REPOSTERÍA -DELICIAS DE
LA ABUELA- EN LA CIUDAD DE LOJA”*



RESUMEN

RESUMEN

Esta tesis se enmarca en un **“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PASTELERÍA Y REPOSTERÍA - DELICIAS DE LA ABUELA- EN LA CIUDAD DE LOJA”**, con su creación se pretende brindar a la colectividad un producto diferente, personalizado que logre hacer especial cada momento que lo disfruten con su familia o amigos.

En el presente trabajo se consideró algunos aspectos cuya finalidad es obtener beneficios a través de la ejecución de una empresa de producción, creando fuentes de trabajo, contribuyendo a mejorar el desarrollo económico y productivo de la ciudad de Loja y servir como referente para nuevas empresas de características similares que desean incursionar en ésta actividad.

El objetivo principal planteado en este trabajo fue el de determinar la factibilidad para la creación de una empresa de pastelería y repostería –Delicias de la Abuela- en la ciudad de Loja.

La metodología que se utilizó fueron los métodos inductivo y deductivo, que permitieron identificar la población de estudio y conocer a través de la aplicación de las encuestas la factibilidad que tendrá la empresa.

El estudio parte de una revisión de literatura, donde se analizan los referentes conceptuales de los temas vinculados con el presente trabajo.

Inicialmente se realizó el estudio de Mercado, el cual fue desarrollado en la ciudad de Loja, en donde se cuantificó tres tipos de demandas: Demanda Potencial del 100% de las familias lojanas que consumen pasteles

regularmente resulta una demanda Real constituida por el 92% de las familias lojanas que adquieren pasteles actualmente y la demanda efectiva un 98% que están dispuestos a adquirir los productos.

Igualmente se determinó los niveles de demanda insatisfecha en el consumo de cakes y que asciende a 79 472 en el primer año y para el quinto de 94 342.

Con estos datos del estudio de mercado se procedió con el Estudio Técnico, el mismo que permitió determinar la capacidad instalada, dando como resultado que estará en capacidad de producir 70080 unidades producción constante en toda la vida útil de la empresa.

En el estudio técnico se analizó el tamaño de las instalaciones y la localización de la empresa: nuestra empresa estará ubicada en la Provincia de Loja, Cantón Loja, en el Barrio Yahuarcoma, calles Bugambillas 24 – 34 y Gobernación de Mainas, este lugar cuenta con las condiciones físicas necesarias para el normal funcionamiento de la Pastelería.

En el estudio organizacional se determinó que la empresa será legalmente constituida como microempresa unipersonal, contará con organigramas tanto estructural, funcional y sus respectivos manuales de funciones asignados a cada persona.

En el Estudio Económico se aprecia una inversión de USD 33100, dividida en activos fijos, diferidos y capital de trabajo, el financiamiento de esta inversión será solventada con capital propio de 23100,14 y un financiamiento de un Banco de la Ciudad del 30% correspondiente a \$10 000, con un plazo a 5 años.

La evaluación financiera permitió determinar los cinco indicadores de evaluación, los mismos que arrojaron los siguientes resultados el VAN \$42973,18 positivo, la TIR de 51,64% mayor al costo de oportunidad, la relación Beneficio Costo RBC 1,24 mayor a uno, el período de recuperación de capital es de 2 años, 2 meses, 19 días, y por último el análisis de sensibilidad el mismo que soporta un 13%de incremento en los costos mientras que en lo que se refiere a la disminución de los ingresos soporta un 10,5%.

SUMMARY

This thesis is framed in a "project of investment for the creation of a BAKERY company and PASTRY - DELIGHTS of the grandmother - in the city of LOJA", its creation is intended to provide a different, personalized product that manages to do special every moment that you enjoy with your family or friends to the collectivity. This work was considered some aspects whose purpose is to obtain benefits through the implementation of a production company, creating jobs, helping to improve the economic and productive development of the city of Loja and serve as a reference for new enterprises with similar characteristics who want to venture into this activity.

The main objective in this work was the determine feasibility for the creation of a company of confectionery and pastry - delights of the grandmother - in the city of Loja. The methodology used was the inductive and deductive, methods which allowed to identify the study population and meet the feasibility that will take the company through the implementation of surveys.

The study is based on a literature review, which examines the conceptual references of the subjects related to this work. Initially is the study of market, which was developed in the city of Loja, in where three types of demands were quantified: demand potential of 100% of the lojanas families who regularly eat cakes is a Real demand constituted 92% of lojanas families who currently acquire cakes and the effective demand of 98% who are willing to buy products. Equally determined the levels of unmet demand in consumption of cakes and

that amounts to 79 472 in the first year and for the fifth of 94 342. These market research data was the technical study, which allowed to determine the installed capacity, giving as a result will be able to produce 70080 units production constant in the life of the company.

The technical study analyzed the size of the facilities and the location of the company: our company will be located in the province of Loja, Loja Canton, in the Yahuaruncuna neighborhood, streets orange 24-34 and governorate of Mainas, this place has the necessary physical conditions for the normal functioning of the pastry. The organizational study determined that the company will be legally constituted as a one-man microenterprise, have flowcharts so structural, functional and their respective manuals of functions assigned to each person.

The economic study shows an investment of USD 33100, divided into fixed, deferred assets and working capital, the financing of this investment will be supported with capital of 23100,14 and financing from a bank in the city of 30% to \$10 000, with a term to 5 years. The financial evaluation allowed to determine five evaluation indicators, which yielded the following results the VAN \$42973,18 positive, the IRR of 51,64% higher than the cost of opportunity, the benefit cost RBC 1.24 more than one relationship, the capital recovery period is 2 years, 2 months, 19 days, and finally the sensitivity analysis which supports a 13% increase in costs while that in regard to the decrease in income support a 10.5%.

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se consideró algunos aspectos cuya finalidad es obtener beneficios a través de la ejecución de una empresa de producción, creando fuentes de trabajo y contribuyendo a mejorar el desarrollo económico y productivo de la ciudad de Loja.

Esta tesis se enmarca en un **“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PASTELERÍA Y REPOSTERÍA - DELICIAS DE LA ABUELA- EN LA CIUDAD DE LOJA”**, con su creación se pretende brindar a la colectividad un producto diferente, personalizado que logre hacer especial cada momento que lo disfruten con su familia o amigos.

El desarrollo de esta investigación partió con el estudio de mercado, técnico, organizacional y el estudio financiero, para lo cual se utilizó en primera instancia, la observación directa en el sector, donde se pudo constatar que en la ciudad de Loja no se oferta este tipo de pasteles decorados con una masa llamada “FONDANT”, y conociendo los deseos de consumirlos por su sabor y presentación exclusiva, se elaboró el presente estudio de factibilidad. Para ello se recurrió a la consulta bibliográfica, la aplicación de encuestas a consumidores. Como segunda parte la metodología que se utilizó: el método es inductivo y deductivo, ayudaron con el proceso de investigación.

El proyecto involucra el estudio de mercado, en donde se determina la población objeto de estudio, de igual forma el tamaño de la muestra, a quienes

se aplicaron las encuestas, se realizó la tabulación, análisis e interpretación de las mismas para luego analizar la oferta y la demanda. Adicionalmente se consideró un estudio del Marketing Mix, donde se especifica las características generales del producto, el precio de venta al público, el lugar de comercialización y la publicidad que se utilizará para posesionar el producto.

Con el afán de cubrir las necesidades de los consumidores se efectuó una estrategia de mercadeo que se ajusta a las 4 P's del Plan de Comercialización: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

En el Estudio Técnico se detalló el tamaño de la empresa, su capacidad instalada y utilizada, así como también la localización con su macro y micro localización, la ingeniería del proyecto con el componente tecnológico, el proceso de producción, los flujogramas de procesos; es decir todos los componentes tanto físicos, geográficos y técnicos que permitan la operatividad para el proyecto de inversión.

En el Estudio Organizacional se describe los elementos necesarios para la administración como: naturaleza, áreas principales, organigramas, niveles jerárquicos y manual de funciones. Dentro de los aspectos legales se distingue a la empresa como unipersonal, se menciona los requisitos legales obligatorios para el funcionamiento de la empresa.

Desde una perspectiva Económico-Financiera se resume las inversiones en activos fijos, diferidos y corrientes, detallando los cuadros de presupuestos para cada rubro, depreciaciones, amortizaciones, costos de producción, costos

de operación e ingresos totales, así mismo se determinó el punto de equilibrio y el estado de pérdidas y ganancias. De igual forma se ubican los indicadores de evaluación financiera como el flujo de caja, Valor Actual Neto, Período de Recuperación del capital, Relación Beneficio – Costo, Tasa Interna de Retorno y análisis de sensibilidad.

Luego se planteó las conclusiones y recomendaciones a las que se ha llegado luego de realizar la investigación. Finalmente se adicionó la bibliografía como referente de las fuentes teóricas consultadas que representan el sustento del presente proyecto.

REVISIÓN LITERATURA

4. REVISIÓN LITERATURA

MARCO TEÓRICO

4.1. PROYECTO

“Un proyecto es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas; la razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo previamente definido. La gestión de proyectos es la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas a las actividades de un proyecto para satisfacer los requisitos del proyecto”¹

4.1.1.PROYECTO DE INVERSIÓN

“Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias. Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el

¹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Proyecto>

término o puesta en operación normal. Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.”²

4.2. ESTUDIO DE MERCADO

Para desarrollar el presente proyecto de tesis se ha planteado realizar un estudio de mercado, según Randall lo define como “la recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing”³

Según Malhotra, los estudios de mercado “describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor”⁴

4.2.1. TEORIA DE OFERTA Y DEMANDA

Analizando una de las teorías fundamentales de Alfred Marshall⁵ sobre la Ley de la Oferta en la que establece que la oferta es directamente proporcional al precio, cuanto más alto sea el precio del producto, más unidades se ofrecerán a la venta. Por el contrario, la ley de la demanda indica que la demanda es inversamente proporcional al precio, cuanto más alto sea el precio, menos demandarán los consumidores.

² <http://www.monografias.com/trabajos70/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml>

³ RANDALL Geoffrey. Principios de Marketing, Segunda Edición, Thomson Editores Sapin, 2003.

⁴ Malhotra K. Naresh, Investigación de Mercados Un Enfoque Practico, Segunda Edición, Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997, Págs. 90 al 92.

⁵ Marshall Alfred. Principios de Economía

Para lograr que los clientes se sientan a gusto y con ello garantizar la supervivencia del negocio se trabajará con las 4 variables mercadológicas de Philip Kotler, expresadas en la cuatro P'S, Producto, Precio, Plaza y Promoción⁶.

DEMANDA: "Cantidad de un producto o servicio que los consumidores están dispuestos y pueden adquirir a precios alternativos. Variables relacionadas: precio del producto, ingreso de los consumidores, gustos, calidad, precio de bienes sustitutos, publicidad, expectativas."⁷

OFERTA: "Cantidad de un producto o servicio que los oferentes están dispuestos a vender a precios alternativos. Variables relacionadas: Precio del producto, Costo de factores, Expectativas, Tecnología."⁸

4.2.2. COMERCIALIZACIÓN

COMERCIALIZACIÓN: "Acciones realizadas para transferir la propiedad del producto desde el productor hasta el consumidor. Constituye la forma de transacción del producto."⁹

Entendiéndose como comercialización al conjunto de tareas realizadas por una empresa encaminadas a hacer llegar su producto a los consumidores, estableciendo mecanismos necesarios para lograr este objetivo.

⁶KOTLER Philip. 2003. Fundamentos de Marketing.

⁷[webdelprofesor.ula.ve/.../Tema_2_Estudio%20de%20Mercado.ppt](#)

⁸[webdelprofesor.ula.ve/.../Tema_2_Estudio%20de%20Mercado.ppt](#)

⁹[webdelprofesor.ula.ve/.../Tema_2_Estudio%20de%20Mercado.ppt](#)

MARCO REFERENCIAL

4.3. HISTORIA DE LOS PASTELES

La elaboración de pan y sus derivados se inició en el antiguo Egipto, los primeros panaderos de la civilización tuvieron alguna vez la idea de rellenar un molde de pasta con carne, pescado o fruta. Este avance culinario se registró en la antigua Grecia, donde se creó una tarta de carne picada con sólo una costra inferior de pan, gozó de varios siglos de popularidad. Dos características distinguían estos primeros pasteles o empanadas: no tenían un piso superior de pasta y el relleno nunca consistía en frutas o crema, sino tan sólo en carne o pescado.

Se puede considerar que el oficio de PASTELERO data de unos 5000 años antes de Cristo, ya en aquella época se variaba las composiciones de las fórmulas lo que encantaba a los residentes de los primeros Palacios Reales, los mismos que degustaban con placer cada una de las delicias preparadas. En Grecia se encontró el primer pastel que tomo el nombre de OBELIAS que significaba OFRENDA, tanto que en Francia a principios del siglo XI se los organizó a los Pasteleros y Panaderos y se les concedió el privilegio de fabricar OBLEAS (ostias) bajo el control y algunas exigencias de la Iglesia y es cuando se convierten en verdades escuelas de pastelería.

Luego los pasteleros se amparan en la iglesia, y fabrican OBLEAS para ser entregado a los Monjes a cambio les solicitaban estar presentes en

sus oraciones a favor de ellos, desde ese entonces se asocia a la pastelería con alegría, placer y fiestas sean éstas religiosas o no.

La Pastelería también conocida como Repostería tiene su historia en el año 1566, bajo el reinado de CARLOS IX, en donde nace la corporación de pasteleros.

En el siglo XVII llega el descubrimiento de la Levadura, que enriquece el mundo de los panaderos y pasteleros, sin dejar a un lado la levadura biológica que contribuye con mayor fuerza al sector.

En Francia en el siglo XVIII se inicia el desarrollo de las masas de hojaldre, más adelante de hojaldras y se fermenta y toma fuerza la bollería.

A principios del siglo XIX, los pasteleros ya tienen un gran repertorio de especialidades, el famoso cocinero y pastelero Antonin Careme, publica su obra titulada "EL PASTELERO REAL".

En el transcurso de este siglo se detallan algunas recetas, procedimientos, técnicas, utensilios, materias primas y algunos otros procesos para perfeccionar este arte culinario.¹⁰

En nuestra ciudad los cakes son muy necesarios ya que se ha hecho como una tradición el regalar cakes en ocasiones especiales como cumpleaños, bautizos, matrimonios y todo evento social por lo que no existen empresas o micro empresas dedicadas a la elaboración de pasteles en fondant, que será nuestra especialización.

¹⁰ <http://levapan.ejecom.com/noticias/la-pasteleria-su-origen-69.html>

NOMBRE CIENTÍFICO

La etimología de la palabra pastel, proviene de una arcaica palabra francesa watel que significa “alimento”, aunque algunos especialistas coinciden que proviene del latín tardío pasta que a su vez deriva del griego pasté que era como se les llamaba en la antigüedad clásica a la “mezcla de harina y salsa” ¹¹

4.4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.4.1. ORGANIZACIÓN LEGAL

La empresa “Delicias de la Abuela” procederá a constituirse de manera jurídica como una empresa Unipersonal acorde con la Legislación establecida en la Ley de empresas unipersonales, manteniendo de esa forma diferenciados sus bienes patrimoniales, empresariales de los bienes de uso particular.

Adicionalmente procederá con el registro en la Superintendencia de Compañías para regularizar su personería jurídica.

“Delicias de la Abuela”, como empresa unipersonal su gerente propietario será el titular del RUC, cumpliendo sus obligaciones tributarias.

Además se obtendrá los permisos tanto en el Ministerio de Salud Pública, Bomberos, Municipio de Loja.

¹¹ <http://www.buenastareas.com/ensayos/Historia-De-La-Pasteleria/1013200.html>

Se realizará la afiliación al Seguro Social de sus trabajadores, así como también se solicitará el registro del nombre comercial ante el Instituto Ecuatoriano de propiedad Intelectual.

4.4.2. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

La Organización Administrativa se refiere a los procedimientos o herramientas utilizadas para optimizar los resultados, es decir una mejora sustancial en los procesos y procedimientos administrativos relacionados a las industrias o negocios con la finalidad de obtener una mejor situación para el negocio.

4.5. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

En esta etapa se evalúa el proyecto por medio de diferentes métodos cuantitativos, comparando los resultados con la importancia relativa que se le asigne a cada uno de ellos. Se escoge el que posea mejor calificación.

4.5.1. ECONÓMICO

“La evaluación económica de proyectos, tiene por objetivo identificar las ventajas y desventajas asociadas a la inversión en un proyecto antes de la implementación del mismo.

Es frecuente confundir la evaluación económica con el análisis o evaluación financiera. En este segundo caso se considera la vertiente

monetaria de un proyecto con el objetivo de considerar su rentabilidad en términos de flujos de dinero. Mientras que la evaluación económica integra en su análisis tanto los costes monetarios como los beneficios expresados en otras unidades relacionadas con las mejoras en las condiciones de vida de un grupo.”¹²

4.5.2. SOCIAL

“La evaluación social persigue medir la verdadera contribución de los proyectos al crecimiento del país.

“Al realizar una evaluación social de un proyecto, se miden los efectos indirectos que se tendrán con la implementación de un proyecto.

El criterio social busca maximizar los beneficios (no solo utilidades), crear empleo, nivelar la balanza comercial, incrementar el valor agregado, ayudar a un sector de la población con ciertas características, etc.”¹³

4.5.3. FINANCIERO

“La evaluación financiera es aquella que toma en consideración la manera como se obtengan y se paguen los recursos financieros necesarios para el proyecto, sin considerar el modo como se distribuyen las utilidades que genera.

¹² www.dhl.hegoa.ehu.es

¹³ www.aulafacil.com/proyectos

Los costos y beneficios constituyen el flujo financiero; y su valor residual es igual al valor residual de la evaluación económica”¹⁴

4.5.4. AMBIENTAL

“El propósito de la evaluación ambiental es asegurar, al planificador, que las opciones de desarrollo bajo consideración sean ambientalmente adecuadas y sustentables, y que toda consecuencia ambiental sea reconocida pronto en el ciclo del proyecto y tomada en cuenta para el diseño del mismo.

La evaluación ambiental identifica maneras de mejorar ambientalmente los proyectos y minimizar, atenuar o compensar los impactos adversos.

Las evaluaciones ambientales:

- Posibilitan tratar los problemas ambientales de manera oportuna y práctica;
- Reducen la necesidad de imponer limitaciones al proyecto,
- Ayudan a evitar costos y demoras en la implementación producidos por problemas ambientales no anticipados.¹⁵

Un proyecto muy rentable pero que genere gran contaminación al medio ambiente no es aconsejable.

¹⁴ www.monografias.com

¹⁵ www.wikipedia.org/wiki/Evaluaci3n_ambiental

4.6. ESTUDIO TECNICO

El estudio técnico de un proyecto de inversión consiste en diseñar la función de producción óptima, que utilice correctamente los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea éste un bien o un servicio.

“Se pretende resolver preguntas referentes a dónde, cuándo, cuánto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto”¹⁶

OBJETIVOS ESTUDIO TECNICO:

- Verificar la disponibilidad técnica de fabricación del producto que se pretende crear
- Analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos y las instalaciones requeridas para realizar la producción

4.6.1. LOCALIZACIÓN

“Este elemento consiste en identificar el lugar ideal para la implementación del proyecto, se toman en cuenta algunos elementos

¹⁶ www.slideshare.net

importantes que darán soporte a la decisión del lugar específico de la planta.”¹⁷

La selección de la localización se define en dos ámbitos:

- Macrolocalización, se elige la zona más atractiva para el proyecto, puede estar constituida por la ubicación del mercado de consumo; las fuentes de materias primas, y la mano de obra disponible; además, cuenta con todos los servicios básicos para el funcionamiento del proyecto.
- Microlocalización, determina el lugar específico donde se instalará el proyecto.

4.6.2. INGENIERIA DEL PROYECTO

“El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria; se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva”¹⁴

“La ingeniería del proyecto es una propuesta de solución a necesidades detectadas en el ámbito empresarial, social, individual, entre otros.”¹⁸

¹⁷ www.slideshare.net

¹⁸ <http://antiguo.itson.mx/publicaciones/contaduria/Julio2008/estudiotecnico.pdf>

4.6.3 TAMAÑO

“El tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año.

Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.

Otros indicadores: monto de la inversión, monto de ocupación efectiva de mano de obra o de algún otro efecto en la economía.”

4.7. EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación de un proyecto tiene como finalidad conocer su rentabilidad económica y social, la misma que asegure resolver la necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable para poder asignar los recursos económicos a la mejor alternativa.

4.7.1 ESTADOS FINANCIEROS

“Los estados financieros son los documentos contables que se elaboran con la finalidad de informar sobre la posición financiera de una entidad en una fecha dada, los resultados de operación y los cambios en la posición financiera para el ejercicio contable de manera fehaciente, veraz y oportuna”¹⁹

¹⁹ BACA URBINA, Gabriel. 1998. Evaluación de proyectos, Tercera Edición.

Para efectuar el análisis y la evaluación de los proyectos de inversión se analizará básicamente los siguientes:

Estado de Inversión Inicial del proyecto

Estado de Resultados del proyecto

Balance general del proyecto

4.7.2. INVERSIONES

Su objetivo es determinar el tiempo en el que se recupera la inversión.

Se utilizará la siguiente forma de cálculo²⁰:

- Flujos de ingresos uniformes: Dividiendo el valor de la inversión entre los flujos de ingresos anuales.
- Flujos de ingresos no uniformes: Sumando los flujos que se esperan sean generados a través de los años hasta que iguallen a la inversión.

4.7.3. FINANCIAMIENTO

“El financiamiento en un proyecto de inversión consiste en las fuentes de financiamiento que se van a utilizar para conseguir los recursos que permitan financiar el proyecto; a través del financiamiento se establecerá la estructura de financiamiento del proyecto, lo cual implica determinar el grado de participación de cada fuente de financiamiento.”²¹

Fuentes de financiamiento:

Internas, recursos propios, como por ejemplo aporte de socios.

20VAN HORNE, JAMES. 2002. Fundamentos de Administración Financiera, Onceava Edición, Pearson Education, México.

²¹ <http://www.emagister.com/curso-proyectos-inversion/inversion-financiamiento>

Externas, recursos de terceros, endeudamiento.

4.7.4. PRESUPUESTO: INGRESOS – GASTOS

“El presupuesto es una expresión cuantitativa de los objetivos gerenciales y un medio para lograr la consecución de tales objetivos”¹⁶

Se hará referencia al total de entradas y salidas que se efectuarán para determinar los costos y gastos iniciales en el momento de partida del proyecto.

Se considerará en forma detallada los ingresos y gastos que se esperan realizar durante la vida económica del proyecto.

4.7.5. FLUJO DE CAJA

“Deberá mostrar en forma detallada las operaciones de entrada y salida que se espera realizar durante la vida del proyecto.”²²

El flujo de caja es un informe financiero que presenta en detalle los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período determinado. Permite conocer en forma rápida la liquidez de la empresa.

El diagrama de flujo se lo puede elaborar para un nuevo proyecto de inversión y determinar el **VAN** y la **TIR**, considerando las tasas de interés bancarias y los costos de oportunidad.

²² http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lcp/castillo_f_fi/capitulo2.pdf

Así mismo, el adecuado registro de los ingresos y egresos, permite determinar los costos fijos, variables y margen de contribución para la obtención del **punto de equilibrio**.

MATERIALES Y MÉTODOS

5. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1 MATERIALES

– MATERIALES Y SUMINISTROS

Necesarios para la elaboración del presente trabajo de investigación

– EQUIPOS DE OFICINA Y COMPUTACIÓN:

- Computadora
- Impresora

5.2 MÉTODOS

5.2.1. MÉTODO INDUCTIVO

Este método permitió obtener conclusiones generales acerca de la factibilidad para la creación, producción y comercialización de pasteles, partiendo de la situación actual de la empresa “Delicias de la “Abuela”

Con la aplicación del método inductivo se logró generalizar gustos y preferencias de la demanda del producto, realizando la deducción correspondiente.

5.2.2. MÉTODO DEDUCTIVO

El método deductivo permitió explicar el estudio de mercado, análisis situacional de forma teórica para la creación de una empresa de producción y comercialización de Pasteles en Fondant.

A través del estudio de mercado, técnico, administrativo y financiero obtuvimos información general de la competencia, los oferentes,

demandantes, etc., información general como procesos de producción, planta, precios, producto elaborados, datos financieros, servicio que brindan a sus clientes, etc. que nos permitieron conocer las condiciones con las cuales entraría a competir la Pastelería.

5.2.2. MÉTODO ESTADÍSTICO

Este método se lo utilizó para la tabulación de datos, elaboración de cuadros y su representación gráfica.

El objetivo de utilizar este método fue el de obtener y clasificar la información de la forma más acertada para su aplicación.

Se recurrió a técnicas como la Recolección de la información, Organización, presentación, análisis e Interpretación que permitieron recabar información existente sobre el ámbito de la pastelería para suposterior análisis y dar las conclusiones enfocadas al tema de investigación.

5.3. TÉCNICAS

En cuanto a técnicas se utilizaron la **Revisión bibliográfica** con la cual se obtuvieron importantes conceptos e información del Internet, libros, textos, enciclopedias, manuales administrativos y demás documentos.

La técnica de **encuestas** se aplicó a las pastelerías que ofrecen productos similares a los nuestros así como también a las familias de la

ciudad de Loja, puesto que constituyen nuestro mercado objetivo, indicadores que ayudaron a proporcionar información conociendo sus opiniones, actitudes, preferencias de consumo y más elementos necesarios para dimensionar la oferta y demanda insatisfecha, y determinar entre otras variables, el nivel de aceptación de los pasteles de Fondant, adicionalmente nos permitió obtener la muestra respectiva.

6.3. Procedimiento

- **ESTUDIO DE MERCADO**

Para desarrollar el estudio de mercado se utilizará el **muestreo**, el cual permitirá establecer el número de encuestas a ser analizadas, tomando en cuenta como la población de estudio a las familias que tienen como domicilio la ciudad de Loja, que de conformidad con la información del censo poblacional realizado por el INEC en el año 2010, se establece una población en el cantón Loja de 214 855 habitantes que proyectados al presente año se determina que existen 222353, utilizando la tasa de crecimiento anual determinado por la misma institución que es del 1,15% y mediante la utilización del siguiente modelo matemático:

$$Pf = P_o (1 + i)^n$$

En donde:

Pf = Población final

P_0 = Población inicial

i = tasa de crecimiento anual

n = período de tiempo

Por lo tanto:

$$Pf = 214\ 855(1 + 0,0115)^3$$

$$Pf = 222\ 353$$

Una vez obtenida la población final se divide para cuatro miembros por familia para establecer la población de estudio de este proyecto, que es de **55588**, como la población es demasiado grande, para poder aplicar las encuestas es necesario utilizar una muestra significativa de la población, para ello se aplica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

En donde:

n = muestra significativa de la población

N = población de estudio

e = margen de error

Por lo tanto:

$$n = \frac{55588}{1 + 55588 * (0,05)^2}$$

$$n = 397 \text{ encuestas}$$

DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA PARA LOS OFERENTES

Para el cálculo de la muestra se consideró el número de locales que venden pasteles en la ciudad de Loja, según datos extraídos del SRI, considerando aquellas empresas que cuentan con la actividad económica “Venta de Pasteles” en el Registro único de contribuyentes, año 2013, variable que nos permitió determinar una muestra de 120 lugares (ver anexo 3), sean éstos panaderías, pastelerías, cafeterías, heladerías o micromercados de la ciudad de Loja.

Para el cálculo de la muestra para los oferentes se utilizó la siguiente fórmula:

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N= Población=120

e = error, se aplica el 5%

1 = Valor constante

Z = Nivel de confianza. 95% = 1,96

p = Probabilidad de éxito = 0,5

$q = \text{Probabilidad de fracaso} = 1 - p = 0,5$

Desarrollo de la Fórmula:

$$n = (1,96)^2 \frac{120 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2(120 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = 3,8416 \frac{30}{0,0025 * 119 + 0,9604}$$

$$n = 3,8416 \frac{30}{1,2579}$$

$$n = 3,8416 \frac{30}{1,2579}$$

$n = 92 \text{ Entrevistas}$

RESULTADOS

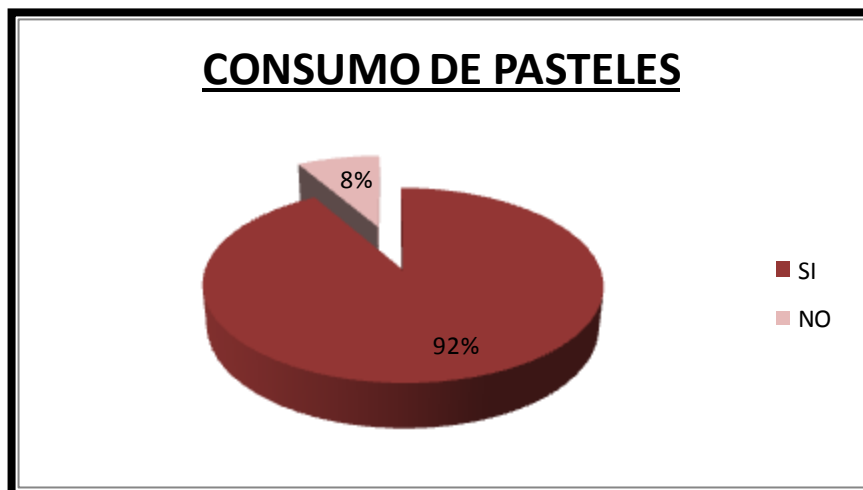
6. RESULTADOS

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

1. CONSUME USTED PASTELES?

CUADRO Nro. 1		
CONSUMO DE PASTELES		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	364	92%
NO	33	8%
TOTAL	397	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Las encuestas aplicadas nos dieron como resultado que el 92% de los hogares lojanos si consumen pasteles, en tanto que el 8% no lo hacen, esto nos demuestra que nuestro producto si contaría con la demanda necesaria.

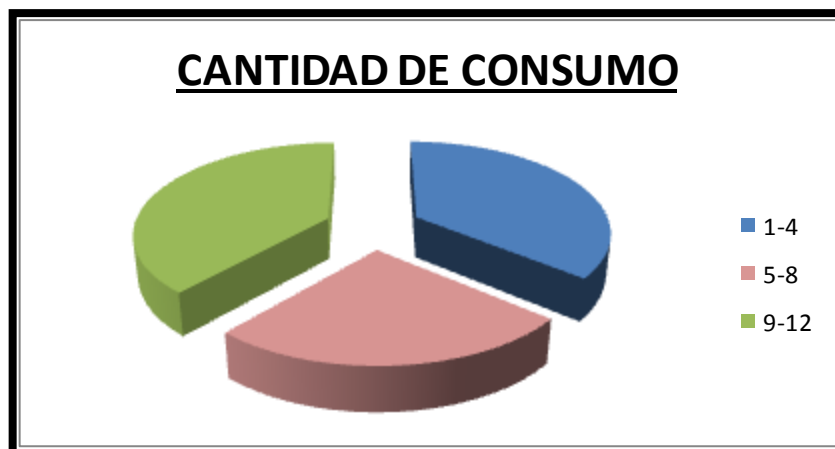
2. CUÁNTOS PASTELES CONSUME EN EL AÑO?

CUADRO Nro. 2				
CANTIDAD DE CONSUMO DE PASTELES				
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	Xm	f(Xm)
1-4	131	36%	2,5	327,5
5-8	93	26%	6,5	604,5
9-12	140	38%	10,5	1470
TOTAL	364	100%		2402

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

$$\text{CONSUMO PROMEDIO} = \frac{\sum f(Xm)}{N}$$

$$\text{CONSUMO PROMEDIO} = \frac{2402}{364} = 7 \text{ unidades}$$



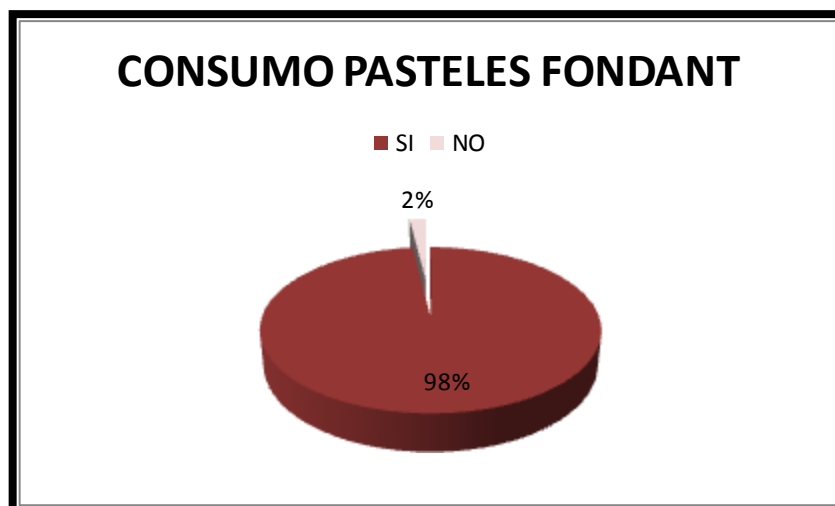
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

La mayoría de hogares lojanos con el 38% consumen de nueve a doce pasteles en el año, un 36% de uno a cuatro frente a un 26% lo hacen de 5 a 8 pasteles, lo que nos demuestra que la frecuencia de consumo si estaría dentro de nuestro plan de ventas anuales.

3. LE GUSTARÍA CONSUMIR PASTELES EN FONDANT? (Masa utilizada para decoración)

CUADRO Nro. 3		
CONSUMO DE PASTELES FONDANT		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	357	98%
NO	7	2%
TOTAL	364	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 98% de los hogares lojanos están dispuestos a consumir un producto diferente como son los pasteles decorados con una deliciosa masa de azúcar llamada FONDANT.

4. CUÁLES SERÍAN LAS RAZONES POR LAS QUE LE ATRAERÍA ESTE PRODUCTO?

CUADRO Nro. 4		
CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BUENA PRESENTACIÓN	88	25%
EXQUISITO SABOR	104	29%
PRECIO CÓMODO	357	100%
BUEN SERVICIO	281	79%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora



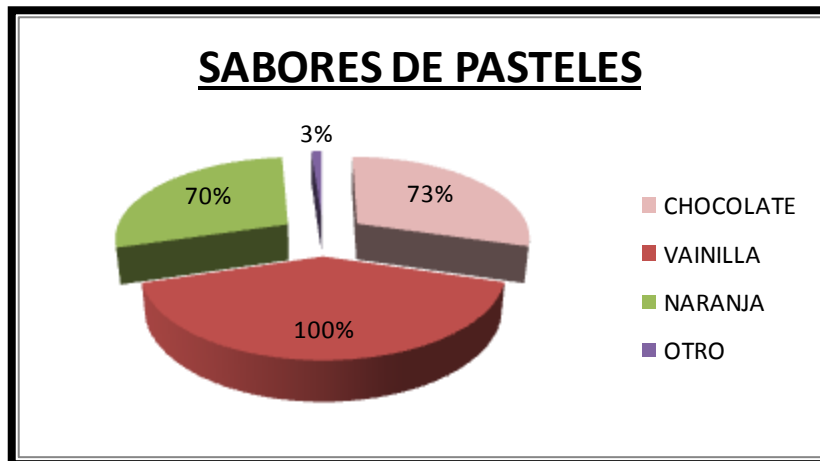
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos podemos deducir que el cliente busca en primer lugar un precio cómodo (100%) luego un buen servicio y atención al cliente (79%) acompañado de un exquisito sabor (29%) sin dejar a un lado la buena presentación (25%).

5. CUÁLES SON LOS SABORES DE SU PREFERENCIA?

CUADRO Nro. 5		
SABORES DE PASTELES		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CHOCOLATE	259	73%
VAINILLA	357	100%
NARANJA	250	70%
OTRO	10	3%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora



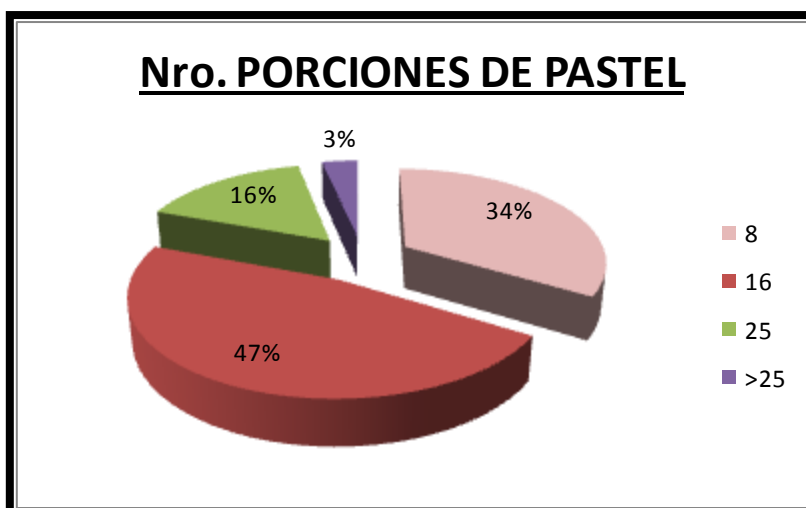
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a la encuesta realizada podemos determinar que el 100% de los encuestados prefieren los pasteles de vainilla, el 73% le gusta el sabor a chocolate, un 70% de naranja y un 3% se inclina a otro tipo de pasteles. Esto fortalecería a Delicias de la Abuela que ofrece estos y otros sabores a sus clientes.

6. DE CUÁNTAS PORCIONES REQUIERE USTED EL PASTEL

CUADRO Nro. 6		
Nro. PORCIONES DE PASTEL		
PORCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
8	120	34%
16	168	47%
25	57	16%
>25	12	3%
TOTAL	357	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora



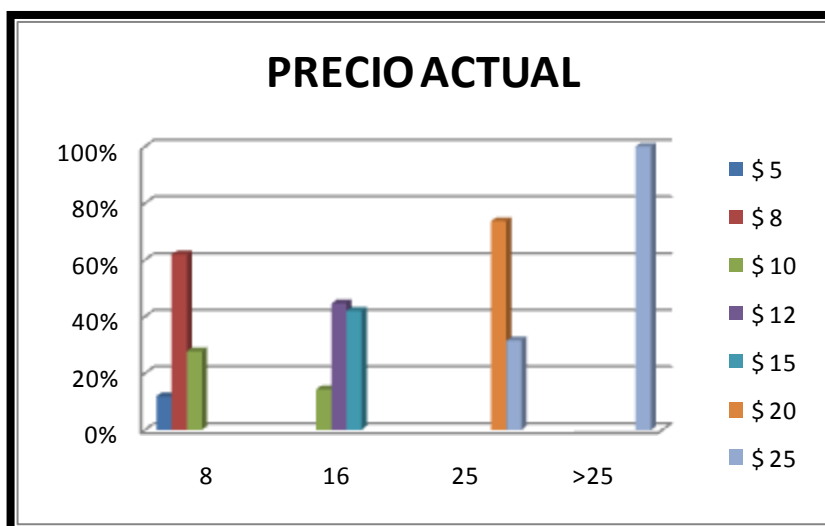
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Los resultados demuestran que el 47% de los encuestados consumen pasteles de 16 porciones, esto se debe al número de personas que conforman sus familias, un 34% adquiere pasteles de 8 porciones ya sea para sus oficinas o sus domicilios, frente a un 16% y un 3% que lo hacen para reuniones sociales con 25 o más porciones.

7. DE ACUERDO A LA PREGUNTA ANTERIOR CUÁL ES EL PRECIO QUE USTED PAGA POR UN PASTEL?

CUADRO Nro. 7								
PRECIO /PORCIONES	\$ 5	\$ 8	\$ 10	\$ 12	\$ 15	\$ 20	\$ 25	TOTAL
8	12%	62%	28%					126
16			14%	45%	42%			195
25						74%	32%	57
>25							100%	12

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Considerando los pasteles de 8 porciones el 62% de los encuestados cancelan \$8 por pastel, es decir \$1 por porción, en tanto que el 12% pagan \$5 y el 28% un total de \$10.

El 14% de los encuestados afirman que cancelan \$10 por pasteles de 16 porciones, mientras que el 45% por el mismo pastel cancelan \$12 y un 42% lo hacen por \$15.

Los clientes que desean pasteles de 25 porciones actualmente pagan \$20 el 74% y un 32% prefieren cancelar \$25.

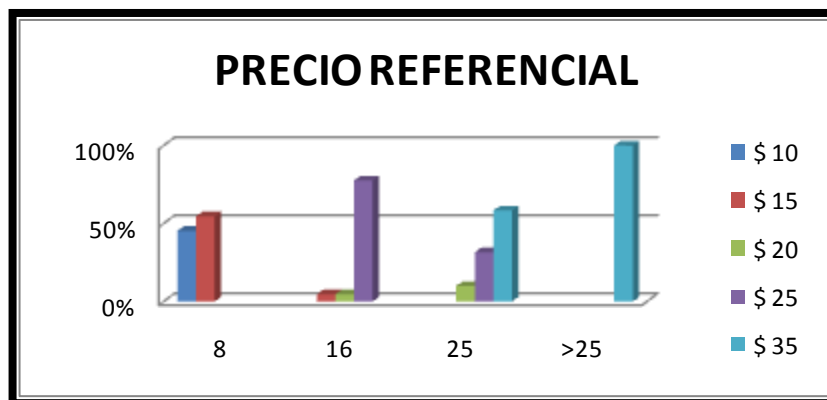
Para ocasiones especiales el 100% de los encuestados buscan precios bajos, es decir por lo menos \$1 por porción.

Esta pregunta se la hizo considerando pasteles sencillos es decir cuyo sabor es vainilla con un solo relleno.

8. CUÁL ES EL PRECIO QUE USTED ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UN PASTEL EN FONDANT?

CUADRO Nro. 8						
PRECIO /PORCIONES	\$ 10	\$ 15	\$ 20	\$ 25	\$ 35	TOTAL
8	45%	55%				128
16		5%	5%	78%		197
25			10%	32%	58%	60
>25					100%	12

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a la encuesta realizada el 55% contestó que están dispuestos a cancelar \$15 por un pastel de 8 porciones, frente a un 45% que lo harían por \$10.

Para aquellos pasteles de 16 porciones el 78% de los encuestados estarían dispuestos a cancelar \$25 mientras que sólo el 5% lo harían por \$15 y \$20.

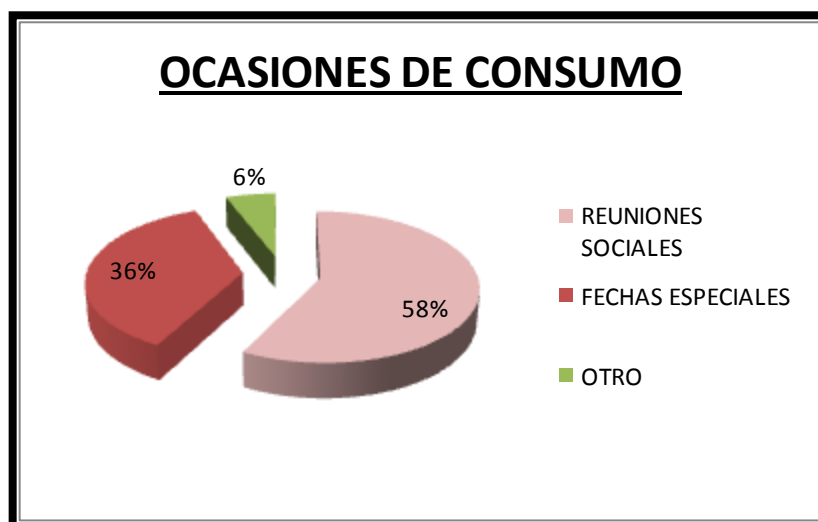
En ocasiones especiales cuando se necesitan pasteles de más de 25 porciones, la mayoría de los encuestados afirman que cancelarían \$35 por el pastel.

Se debe tomar en cuenta que se hizo esta pregunta en pastel en fondant y en masa especiales, es decir, en pasteles no sólo de Vainilla y un solo relleno.

9. EN QUÉ TIPO DE OCASIONES USTED CONSUME ESTOS PRODUCTOS?

CUADRO Nro. 9		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
REUNIONES SOCIALES (FIESTAS INFANTILES, CUMPLEAÑOS, QUINCE AÑOS, BAUTIZOS, MATRIMONIOS ETC)	206	58%
FECHAS ESPECIALES (ANIVERSARIOS, DÍA DEL AMOR, DÍA DE LA MADRE, ETC)	130	36%
OTRO	21	6%
TOTAL	357	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

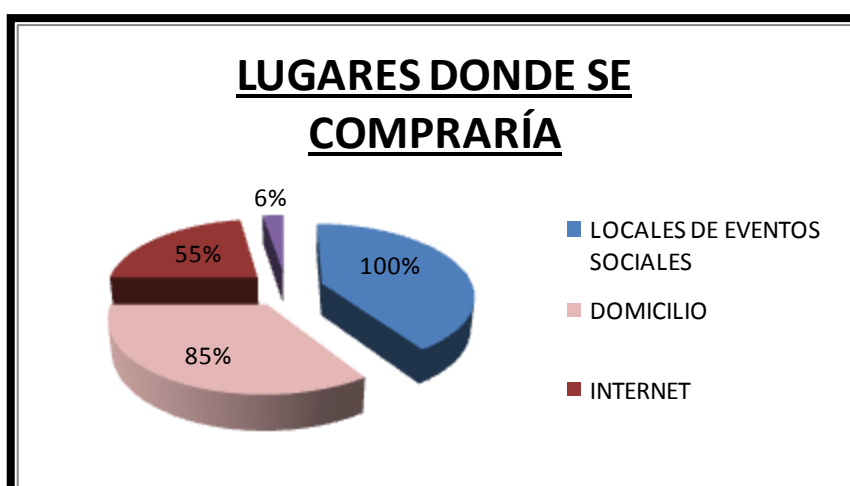
El 58% de los encuestados consume pasteles en reuniones sociales, ya sea, por cumpleaños, bautizos, primeras comuniones, matrimonios, etc.,

un 36% sólo lo hace en ocasiones especiales como aniversarios, día de la madre, 14 de Febrero, etc. y únicamente un 6% prefiere consumir cuando sea producto de un regalo ya que por motivos de salud no les es posible hacerlo con mayor frecuencia.

10. DÓNDE LE GUSTARÍA ADQUIRIR ESTE PRODUCTO?

CUADRO Nro. 10		
LUGAR DONDE SE COMPRARÍA		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LOCALES DE EVENTOS SOCIALES	357	100%
DOMICILIO	302	85%
INTERNET	196	55%
OTRO (PANADERIAS, ETC.)	23	6%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora



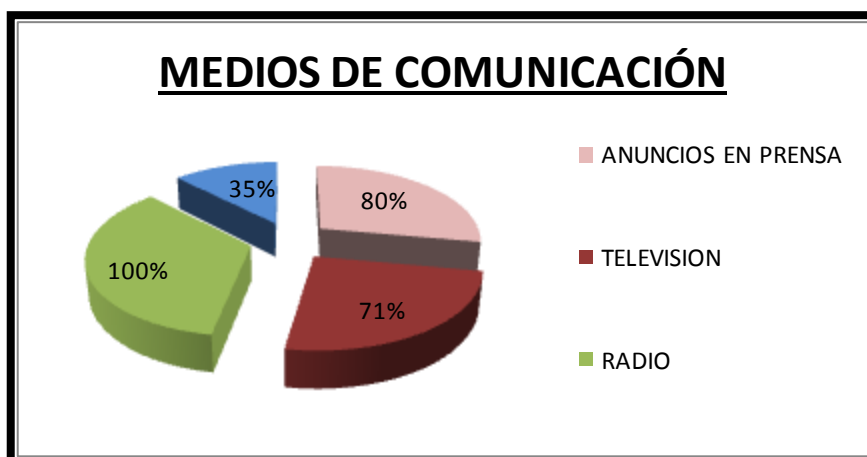
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En lo referente al sitio donde se compraría estos productos, tenemos que el 100% prefiere adquirirlo en locales de eventos sociales, el 85% prefiere comprarlo y con entrega a domicilio, frente a un 55% que lo haría a través medios electrónicos, como facebook, whatsapp, etc. y un 6% lo harían en panaderías y tiendas exclusivas.

11.A TRAVÉS DE QUÉ MEDIO O MEDIOS LE GUSTARÍA RECIBIR INFORMACIÓN SOBRE ESTOS PRODUCTOS?

CUADRO Nro. 11		
MEDIOS DE COMUNICACIÓN		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ANUNCIOS EN PRENSA	285	80%
TELEVISION	254	71%
RADIO	357	100%
INTERNET(REDES SOCIALES, CORREO ELECTRÓNICO,ETC.)	126	35%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Las encuestas realizadas nos demuestran que el 100% les gustaría recibir información a través de medios radiales, un 80% les gustaría conocer por la prensa, un 71% a través de medios televisivos y un 35% prefieren las redes sociales, internet y otros.

12. QUÉ TIPO DE PROMOCIÓN LE GUSTARÍA?

CUADRO Nro. 12		
PROMOCIONES		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DESCUENTOS EN EL PRECIO	357	100%
MAS PRODUCTO	110	31%
OFERTAS EN FECHAS ESPECIALES	158	44%
CORTESIA OTRO PRODUCTO	78	22%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos podemos deducir que el 100% de los encuestados prefieren que les den como promoción descuentos en el precio, el 44% quisieran ofertas en fechas especiales como navidad, día del niño, día de la madre, etc., el 31% desearían mas producto en su

pedido, mientras que el 22% les gustaría recibir otro producto como cortesía del local.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE OFERTANTES

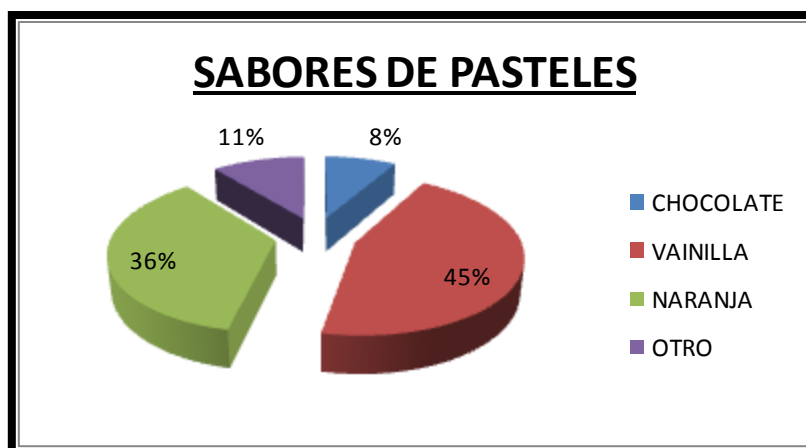
Para obtener los resultados y realizar este análisis se hace necesario primeramente identificar cuál será el segmento al cual van a estar dirigidos los esfuerzos de investigación.

Con estos datos se procede a presentar los siguientes resultados:

1. QUÉ SABORES DE PASTELES VENDE?

CUADRO Nro. 13		
SABORES DE PASTELES		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CHOCOLATE	10	8%
VAINILLA	54	45%
NARANJA	43	36%
OTRO	13	11%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a las encuestas realizadas podemos determinar que el 45% venden cakes de vainilla, el 36% de naranja, el 8% de chocolate y el 11% venden otros sabores.

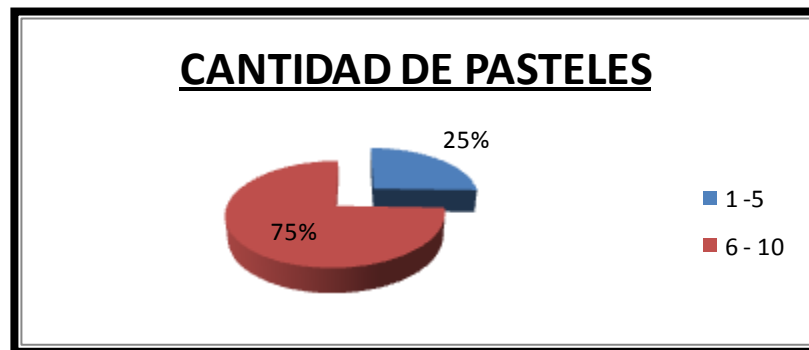
2. CUÁNTOS PASTELES VENDE DIARIAMENTE?

CUADRO Nro. 14				
CANTIDAD DE PASTELES				
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	Xm	f(Xm)
1 -5	26	25%	3	78
6 - 10	76	75%	8	608
TOTAL	102	100%		686

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

$$\text{VENTA ANUAL} = 686 * 365$$

$$\text{VENTA ANUAL} = 250\ 390 \text{ pasteles}$$



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Un 75% indica que vende diariamente de 6 a 10 pasteles, mientras que un 25% vende de 1 a 5 cakes.

3. CUÁL ES EL PRECIO DE VENTA POR PORCIÓN?

CUADRO Nro. 15		
PRECIO DE PASTELES		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 0,80	64	53%
\$ 1,00	45	38%
\$ 1,30	11	9%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora



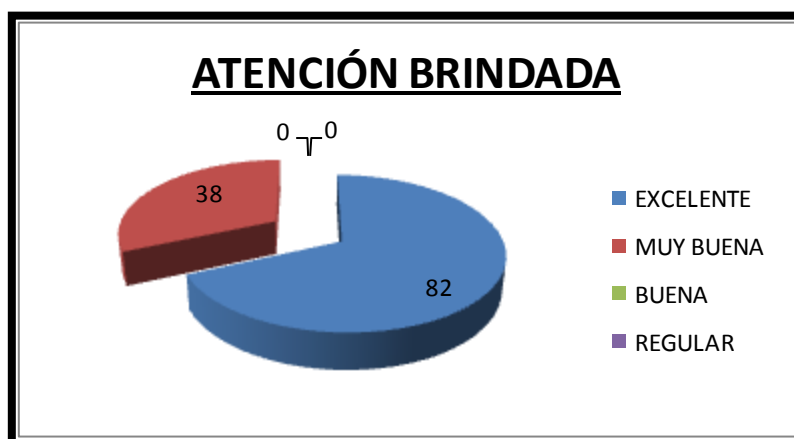
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos podemos deducir que el 53% de los ofertantes venden la porción de cake en \$0,80, el 38% lo hacen a \$1,00 mientras que un 9% lo hacen a \$1,30.

4. COMO ES LA ATENCIÓN QUE BRINDA USTED AL MOMENTO DE VENDER ESTE PRODUCTO?

CUADRO Nro. 16		
ATENCIÓN QUE BRINDA		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	82	68%
MUY BUENA	38	32%
BUENA	0	0%
REGULAR	0	0%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora



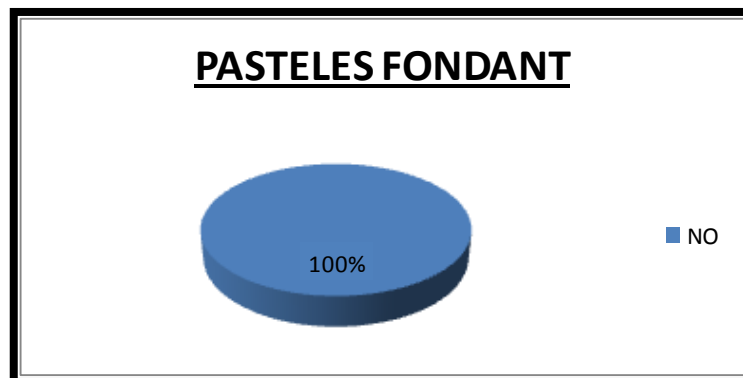
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 68% de los ofertantes contestan que ofrecen a sus clientes una atención excelente al momento de vender sus productos; el 32% muy buena, lo que indica que la mayoría de los ofertantes ofrece un buen servicio a los consumidores.

5. DECORA LOS PASTELES CON FONDANT?

CUADRO Nro. 17		
VALOR AGREGADO		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	120	100%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De la encuesta realizada hemos determinado que ninguna de las pastelerías que actualmente existen en el mercado trabaja con la masa de Fondant, utilizan la decoración tradicional que puede ser glasé, chantipak, chantilly, etc.

6. POR QUÉ MEDIOS DA A CONOCER EL PRODUCTO?

CUADRO Nro. 18		
MEDIOS COMUNICACIÓN		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRENSA	15	13%
RADIO	25	21%
TELEVISIÓN	3	3%
HOJAS VOLANTES	25	21%
NO APLICAN	52	43%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Solamente un 43% de los encuestados no utilizan los medios de comunicación para dar a conocer sus productos, el 21% utilizan radio y hojas volantes, un 13% lo hace a través de la prensa y un 3% por los medios televisivos.

7. QUÉ PROMOCIONES LES DA A SUS CLIENTES?

CUADRO Nro. 19		
PROMOCIONES		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DESCUENTOS	13	11%
MAS PRODUCTO	15	13%
NO TIENE	92	77%
TOTAL	120	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos se pudo determinar que el 77% no realiza ningún tipo de promociones a sus clientes, un 13% y un 11% si tiene descuentos y ofrecen más producto para incentivar el consumo de cakes, lo que podría aprovechar Delicias de la Abuela como una estrategia de ventas.

DISCUSIÓN

7.1 ESTUDIO DE MERCADO

7.1.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El propósito principal es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan al mercado con respecto a nuestro producto, así como establecer la posibilidad que tiene el producto en la satisfacción de la demanda.

DATOS PARA PROYECTAR LA POBLACIÓN POR FAMILIAS

Población de la ciudad de Loja:	222353
Integrantes por familia:	4
Tasa de crecimiento:	1,15%
Número de familias:	55 588

DESARROLLO DE LA FÓRMULA:

$$Df = Db(1 + i)^n$$

$$Df = 55588 (1 + 0,115)^3$$

$$Df = 57 528$$

7.1.1.1. DEMANDA POTENCIAL

Permite determinar la cantidad del producto que podrían consumir en el mercado, en un tiempo determinado.

CUADRO NRO. 20		
DEMANDA POTENCIAL		
PERÍODOS	AÑOS	# FAMILIAS
0	2013	55588
1	2014	56228
2	2015	57528
3	2016	59536
4	2017	62322
5	2018	65989

Fuente: Datos INEC
Elaborado por: La Autora

7.1.1.2. DEMANDA REAL

Está constituida por la cantidad de bienes y servicios que consumen o utilizan un producto en el mercado.

La ciudad de Loja es un mercado acogedor para nuestro producto, puesto que las familias lojanas casi en su totalidad consumen pasteles. Para el proyecto se ha estimado que nuestros consumidores serán el 92% de los hogares lojanos.

CUADRO NRO. 21				
DEMANDA REAL				
PERÍODOS	AÑOS	# FAMILIAS	PORCENTAJE	DEMANDANTES REALES
0	2013	55588	92%	50968
1	2014	56228	92%	51554
2	2015	57528	92%	52746
3	2016	59536	92%	54587
4	2017	62322	92%	57142
5	2018	65989	92%	60504

Fuente: Encuestas Cuadro Nro. 1
Elaborado por: La Autora

7.1.1.3. DEMANDA EFECTIVA

Es la cantidad de bienes y servicios que los consumidores realmente adquieren en el Mercado en un tiempo determinado y a un precio dado, ya que existen restricciones producto de la situación económica, el nivel de ingresos, gustos y preferencias y otros factores que impedirán que puedan acceder al mismo.

CUADRO NRO. 22				
DEMANDA EFECTIVA				
PERÍODOS	AÑOS	DEMANDA REAL	PORCENTAJE	DEMANDA EFECTIVA
0	2013	50968	98%	49987
1	2014	51554	98%	50562
2	2015	52746	98%	51732
3	2016	54587	98%	53537
4	2017	57142	98%	56043
5	2018	60504	98%	59340

Fuente: Encuestas Cuadro Nro. 3
Elaborado por: La Autora

7.1.1.4. CONSUMO PROMEDIO

Es un indicador que nos permite conocer el consumo histórico de una producto en un tiempo determinado, además nos permite determinar el consumo en unidades de un producto en específico, para determinar el consumo promedio de pasteles anuales se realizó lo siguiente:

CUADRO NRO. 23			
CONSUMO PROMEDIO			
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	P.M	F * X
1-4	131	2,5	327,5
5-8	93	6,5	604,5
9-12	140	10,5	1470
TOTAL	364		2402

Fuente: Encuestas Cuadro Nro. 2
Elaborado por: La Autora

$$\bar{X} = \frac{\sum f \cdot x}{\sum f} = \frac{2402}{364} = 7 \text{ unidades}$$

7.1.1.5. DEMANDA EFECTIVA EN UNIDADES

CUADRO NRO. 24				
DEMANDA EFECTIVA EN UNIDADES				
PERÍODOS	AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	CONSUMO PROMEDIO	DEMANDA UNIDADES
0	2013	49987	7	329862
1	2014	50562	7	333656
2	2015	51732	7	341374
3	2016	53537	7	353287
4	2017	56043	7	369821
5	2018	59340	7	391580

Fuente: Encuestas Cuadro Nro. 15 – 16
Elaborado por: La Autora

7.1.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA

OFERTA.- considerada como la cantidad de bienes y servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado a un precio determinado.

Para determinar la oferta consideramos los datos obtenidos en la encuesta:

VENTAS DIARIAS				
ALTERNATI	FRECUENCIA	P.M	Xm	f(Xm)
1 -5	26	25%	3	78
6-10	76	75%	8	608
TOTAL	102	100%		686

Fuente: Encuestas Cuadro Nro. 14
Elaborado por: La Autora

$$X=686 * 365= 250390$$

Proyección para los cinco años subsiguientes:

329862 100%

250390 x

$$X = (250390 * 100\%)/ 329862$$

$$X = 76\%$$

CUADRO Nro. 26		
OFERTA		
PERÍODOS	AÑOS	OFERTA
0	2013	250390
1	2014	253269
2	2015	259128
3	2016	268171
4	2017	280722
5	2018	297239

Fuente: Encuestas Cuadro Nro. 25
Elaborado por: La Autora

7.1.3. DEMANDA INSATISFECHA

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la población, los mismos que son demostrados a continuación:

CUADRO Nro. 27				
PERIODOS	AÑOS	D. UNIDADES	OFERTA	D. INSATISFECHA
0	2013	329862	250390	79472
1	2014	333656	253269	80386
2	2015	341374	259128	82246
3	2016	353287	268171	85116
4	2017	369821	280722	89099
5	2018	391580	297239	94342

Fuente: Encuestas Cuadro Nro. 26
Elaborado por: La Autora

7.1.4. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

MARKETING MIX

Una vez determinado el análisis del Mercado es importante que la Empresa “Delicias de la Abuela” se enfoque en algunas estrategias como por ejemplo: producto, precio, plaza, promoción, más la posventa, que le permitan diferenciarse de la competencia.

El análisis del mercado y sus necesidades, la determinación del producto adecuado, sus características, el precio, la selección del segmento, los canales de comunicación, así como la logística del despacho, son parte de las estrategias de mercadeo dentro de este proyecto de inversión.

✓ PRODUCTO

Son tres los aspectos que definen el producto (o servicio): Sus características y atributos, Las necesidades que satisface.

Su posicionamiento; es decir, su diferenciación sobre la oferta de la competencia.

Un producto puede ser definido atendiendo a los siguientes aspectos:

El producto esencial, que es el beneficio que el producto da al consumidor. Realmente los consumidores compran beneficios y no productos. Son los beneficios aportados y no los productos lo que debe ser comercializado.

Las características físicas del producto como la funcionalidad, la calidad, el estilo, las dimensiones, el envase, etc. Son también valores diferenciadores del producto. En definitiva, esto es lo que llamamos el producto tangible.

Por último, podemos dar al producto mayores garantías de servicio, acuerdos de devolución, entregas gratis, que también pueden ser valores diferenciadores. Esto recibe el nombre de producto aumentado.

“Delicias de la Abuela”, elaborará pasteles decorados en una masa especial denominada fondant, bajo estrictos controles de calidad con materia prima seleccionada que garantice el contenido del mismo.

Se debe tener presente cuales son los requerimientos del consumidor en cuanto a la presentación del producto, pues ello permitirá diseñar empaques, etiquetas, logotipo; todo ello hace una verdadera diferenciación del producto.

Objetivos del Producto

- Posicionarnos con excelente imagen en la mente del consumidor
- Crear lealtad del consumidor hacia nuestro producto
- Lograr que los cliente vinculen a “Delicias de la Abuela” con calidad, buen sabor y excelente presentación.

ESTRATEGIAS DEL PRODUCTO:

✓ MARCA

La Marca Comercial que nuestra empresa identificará al producto que ofreceremos será:

“DELICIAS DE LA ABUELA”

✓ LOGO

La imagen que usaremos en la publicidad para que las personas puedan identificar nuestro producto, será:



✓ **SLOGAN**

El slogan es la frase clave con el cual nuestros consumidores recordarán a nuestro producto.

DELICIAS DE LA ABUELA

la verdadera tradición de hogar...

Prueba la diferencia!!!

Este slogan indica que la empresa brindará productos tradicionales de nuestra tierra y con el sabor único de casa.

✓ **CALIDAD**

Nuestro producto será de gran calidad ya que contaremos con la evaluación permanente y con el mejor personal capacitado en la rama de la producción pastelera.

✓ **ETIQUETA**

La etiqueta es una parte importante del producto estará visible, con la finalidad de brindarle al cliente información que le permita conocer sus características establecidas: marca, fecha de fabricación, fecha de Vencimiento; y otros necesarios para su identificación en el mercado.

✓ **PRESENTACIÓN**

El producto a ofrecer en el mercado será de forma redonda con decoración en fondant, estará dispuesto en un platillo desechable, envuelto en papel celofán y con su respectiva etiqueta.

FONDANT:

Pasta laminada empleada como recubrimiento de ciertas preparaciones como bollo, pasteles, cupcakes, pasteles, etc. En la mayoría de los casos el Fondant es una decoración repostería. La denominación Fondant (que en francés significa: que se funde) hace referencia a la característica física del recubrimiento: que se funda en la boca.

INGREDIENTES:

La forma más simple es una mezcla de agua, azúcar impalpable, CMC, glucosa y esencia o saborizante al gusto.

Existen tres maneras de preparar el Fondant:

FONDANT LÍQUIDO:

Su proceso inicial es la mezcla de agua, azúcar y glucosa a una temperatura de 100 a 120 grados, el cual mezclamos hasta obtener una consistencia de crema líquida de color blanco brillante y dulce. Se utiliza generalmente como recubrimiento, al secarse su acabado es liso y brillante.

FONDANT ELÁSTICO:

Su proceso inicial es la mezcla de agua, azúcar, gelatina, glicerina y glucosa a una temperatura de 100 a 120 grados, el cual se satura de azúcar, se amasa hasta provocar su cristalización y obtener una pasta blanca, suave y flexible. Se utiliza estirándola para cubrir y decorar pasteles, al secarse su acabado es liso y mate.

FONDANT EXTENDIDO (FRÍO)

Se utiliza azúcar glass, glucosa, agua y miel de maíz, las coberturas son una parte esencialísima en la decoración artística de pasteles.

La aplicación básica del fondant es cubrir el bizcocho y que tenga una presentación suave, uniforme y dulce. Pero también puede tener otras aplicaciones, tales como en la elaboración de pequeñas figuras y algunos recubrimientos que no requieren la consistencia final de una estructura.

✓ CALIDAD E HIGIENE

El producto elaborado en la Empresa se lo realizará siguiendo normas y controles de calidad técnicamente especificados para este producto y teniendo en cuenta la higiene durante el proceso de producción.

✓ USOS DEL PRODUCTO

Los pasteles decorados en Fondant son utilizados para el consumo entre familiares y amigos, especialmente en ocasiones especiales, garantizando

la satisfacción de los clientes en cuanto a sabor y presentación por su exclusividad.

✓ **DIFERENCIACIÓN**

Nuestro producto se diferenciará por la innovación, calidad, variedad en sabores y sobre todo por la elaboración de pasteles personalizados y únicos para cada cliente.

✓ **PRECIO**

Considerando el tipo de producto que se va a elaborar, el precio se lo definió tomando en cuenta los costos totales de producción, en que se incurre durante el proceso de elaboración del mismo, el margen de utilidad y los precios de la competencia en la ciudad de Loja.

Los pasteles en fondant nos permitirán competir con los pasteles decorados de la forma tradicional, por lo que se ha estimado los siguientes precios:

CUADRO Nro. 28	
PORCIONES	PRECIO USD
8	\$ 10,00
16	\$ 20,00
25	\$ 30,00

Elaborado por: La Autora

Factores que condicionan el precio

Estudio y análisis

- Gastos
- Descuentos
- Condiciones de pago
- Términos de la venta

Métodos fijación de precios:

- Basados en los costos
- Basados en la demanda
- Basados en la competencia

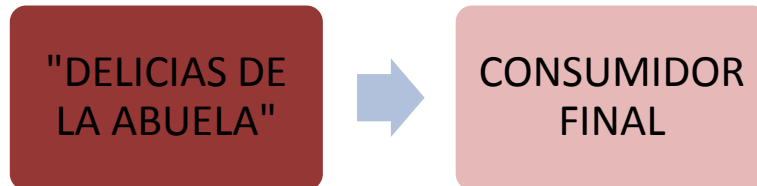
✓ PLAZA

Se ha considerado la ciudad de Loja el lugar donde se comercializará nuestro producto, en donde se llevará a cabo un proceso comercial con el único objetivo de trasladar el producto hasta el consumidor final.

De acuerdo a la investigación de mercado las familias lojanas que adquieren el producto de pasteles para el consumo de su hogar lo hacen en panaderías, heladerías, micromercados y lugares especiales.

Por lo tanto se utilizará dos canales de comercialización definidos de la siguiente manera:

a) CANAL DIRECTO



En este canal la empresa se encargará de la venta del producto directamente al consumidor final.

b) CANAL INDIRECTO



En este canal se determina que la empresa utilizará distribuidores como locales de eventos sociales, panaderías especializadas, que llegarán con el producto al consumidor final.

✓ **PUBLICIDAD**

La publicidad es el componente imprescindible para la venta de un producto, ya que no basta con dirigirlo al mercado correcto, a un precio atractivo; sino que debemos crear interés en el producto que ofrecemos,

comunicando sus beneficios y atributos, logrando persuadir a los clientes para que lo adquieran.

“Delicias de la Abuela” difundirá el producto a través de los diferentes medios de comunicación masivos como TV y radio, con el fin de hacer conocer los productos que ofrece.

Los costos de anuncios publicitarios son:

CUADRO Nro. 29				
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
10	CUÑAS TELEVISIVAS	20	200	2400
10	CUÑAS RADIALES	2	20	240
TOTAL			220	2640

Fuente: TV y radio
Elaborado por: La Autora

7.2 ESTUDIO TÉCNICO

Este estudio definirá todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad en el proyecto de inversión, determinando el tamaño, localización e ingeniería.

7.2.1. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

El tamaño de la planta se determina por la capacidad nominal de producción, tomando como base el equipo y maquinaria identificado para el proceso de producción y las unidades a producir por cada año.

Con la determinación del tamaño de la planta industrial se conforma el estudio económico del proyecto de factibilidad, puesto que incide sobre el nivel de inversiones y costos que se calcularán, así como sobre la rentabilidad que podría generar la implementación del proyecto.

7.2.2. CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada es la capacidad máxima de rendimiento que tienen las maquinarias y los equipos instalados para el proceso de producción, combinados con el recurso humano disponibles por ello realizamos el siguiente análisis:

La producción por hora considerando un horno industrial de 8 latas es de 8 cakes de 10 porciones, trabajando las 24 horas del día, los 365 días del año, hemos determinado que la capacidad máxima de producción es de 70080 unidades, y la capacidad utilizada será de 15360 cubriendo

el 22% el primer año de vida útil, mientras que para el quinto año llegará a cubrir el 35%, los resultados se muestran a continuación:

CUADRO Nro. 30				
UNIDADES POR HORA	HORAS DIARIAS	DIAS ANUAL TOTAL	PRODUCCIÓN DIARIA	TOTAL PRODUCCIÓN
8	24	365	192	70080

7.2.3. CAPACIDAD UTILIZADA

Se refiere al nivel de producción que alcanzará la empresa, por lo que se procedió a realizar el siguiente estudio:

CUADRO Nro. 31				
UNIDADES POR HORA	HORAS DIARIAS	DIAS ANUAL TOTAL	PRODUCCIÓN POR JORNADA	TOTAL UNIDADES
8	8	240	64	15360

RESUMEN DE LAS CAPACIDADES

CUADRO Nro. 32				
PERÍODOS	AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA	% CAPACIDAD UTILIZADA
0	2013	70080	15360	22%
1	2014	70080	16896	24%
2	2015	70080	18586	27%
3	2016	70080	20444	29%
4	2017	70080	22489	32%
5	2018	70080	24737	35%

PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

CUADRO Nro. 33				
PERÍODOS	AÑOS	UNIDADES	D. INSATISFECHA	% PARTICIPACIÓN
0	2013	15360	79472	19%
1	2014	16896	80386	21%
2	2015	18586	82246	23%
3	2016	20444	85116	24%
4	2017	22489	89099	25%
5	2018	24737	94342	26%

7.2.4. LOCALIZACIÓN

El estudio de la localización tiene como propósito seleccionar la ubicación más conveniente para el proyecto.

La localización del proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital y obtener el costo unitario mínimo. El objetivo es determinar el sitio donde se instalará la planta considerando algunos factores.

7.2.4.1. MACROLOCALIZACIÓN

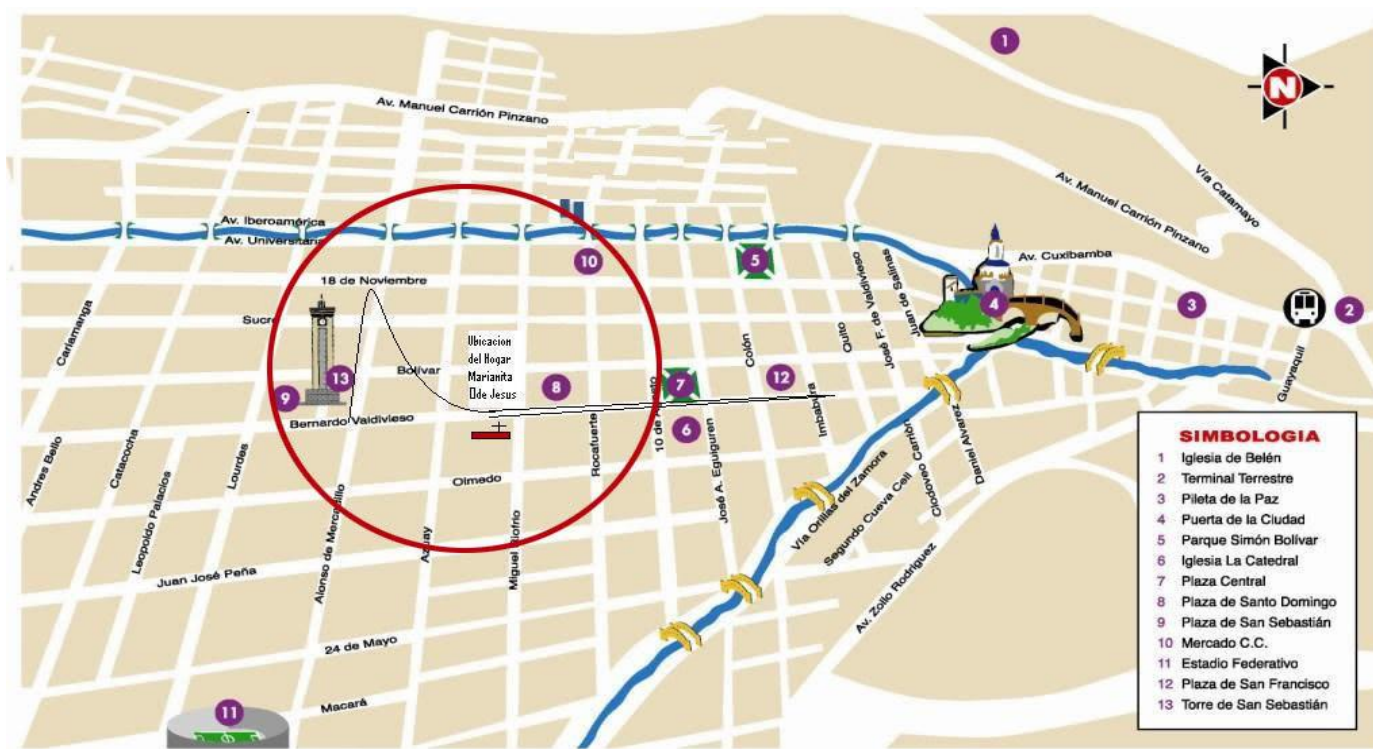
Es el estudio que tiene por objeto determinar la región o territorio en el que se tendrá influencia con el medio.

La Empresa “DELICIAS DE LA ABUELA” estará ubicada en la Provincia de Loja, Cantón Loja, Ciudad de Loja, Barrio Sauces de Yahuarcoma, Parroquia San Sebastián, sur de la ciudad, ya que se cuenta con mano de obra calificada e idónea para la elaboración de los productos, de igual

forma existe facilidad para acceder a la materia prima, zona que posee las condiciones adecuadas para la producción.

MAPA DE LA CIUDAD DE LOJA

GRAFICO Nro. 1



7.2.4.1. MICROLOCALIZACIÓN

Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la planta industrial, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo.

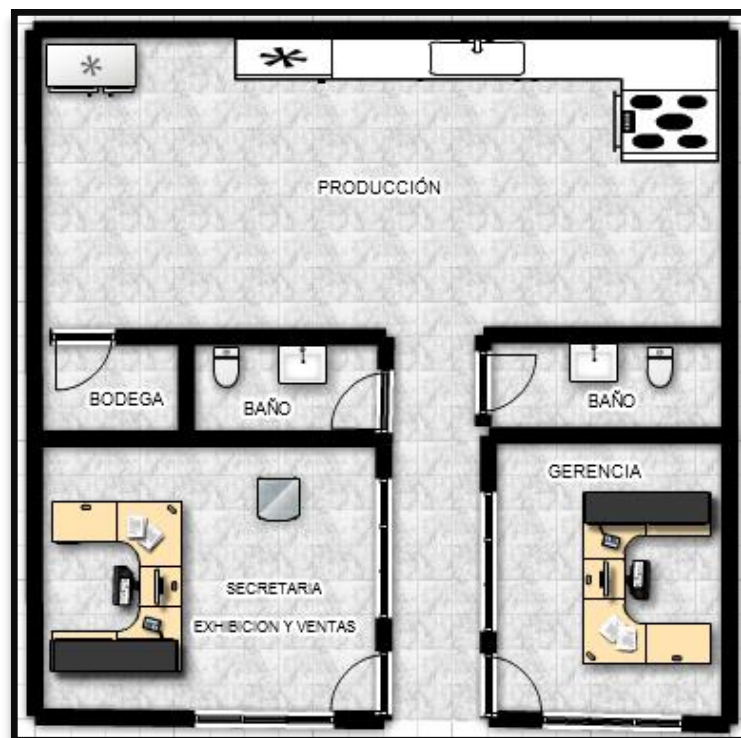
“DELICIAS DE LA ABUELA”, estará ubicada en la Ciudad de Loja, en las calles Bugambillas 24 -34 y Gobernación de Mainas, (junto al Centro de Salud “LA PRADERA”), barrio Yahuarcuna, al sur de la ciudad, zona que

7.2.5. INGENIERIA DEL PROYETO

7.2.5.1. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

ESPACIO FÍSICO: Para el normal funcionamiento de la empresa, se requiere de un área de trabajo de 110 m².















DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA PLANTA



7.2.5.2. DIAGRAMA DE PROCESOS






Es una representación gráfica de los pasos que se siguen en toda una secuencia de actividades, dentro de un proceso o un procedimiento, identificándolos mediante símbolos de acuerdo con su naturaleza.

**FLUJO DE PROCESO PARA LA ELABORACIÓN Y DECORACIÓN DE
PASTELES “DELICIAS DE LA ABUELA”**

ACTIVIDADES	SIMBOLOGIA					TIEMPO MINUTOS
						
1. SELECCION DE MATERIA PRIMA						15
2. PREPARACIÓN DE INGREDIENTES						30
3. BATIDO DE INGREDIENTES						30
4. ENGRASADA Y ENHARINADA DE MOLDES						10
5. HORNEADO						180
6. REPOSO						60
7. DECORADO FONDANT						90
8. EMPAQUETADO Y ETIQUETADO						50
9. ALMACENAMIENTO PRODUCTO TERMINADO						15
TIEMPO TOTAL						480

NOTA: El presente flujo de proceso está diseñado para trabajar 8 horas diarias produciendo 64 pasteles

SIMBOLOGÍA

-  OPERACIÓN
-  TRANSPORTE
-  INSPECCIÓN
-  DEMORA
-  ALMACENAMIENTO

7.2.5.3. COMPONENTE TECNOLÓGICO

- **MAQUINARIA, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS**

La tecnología es el componente del proyecto que se preocupa por el diseño, instalación, puesta en marcha y operación del sistema productivo.

HORNO INDUSTRIAL PANORÁMICO

El horno industrial producirá 64 cakes al día de 25 porciones (ó 128 cakes de 12 porciones ó256 de 6 porciones) siendo ésta la maquinaria principal y necesaria para poder competir.



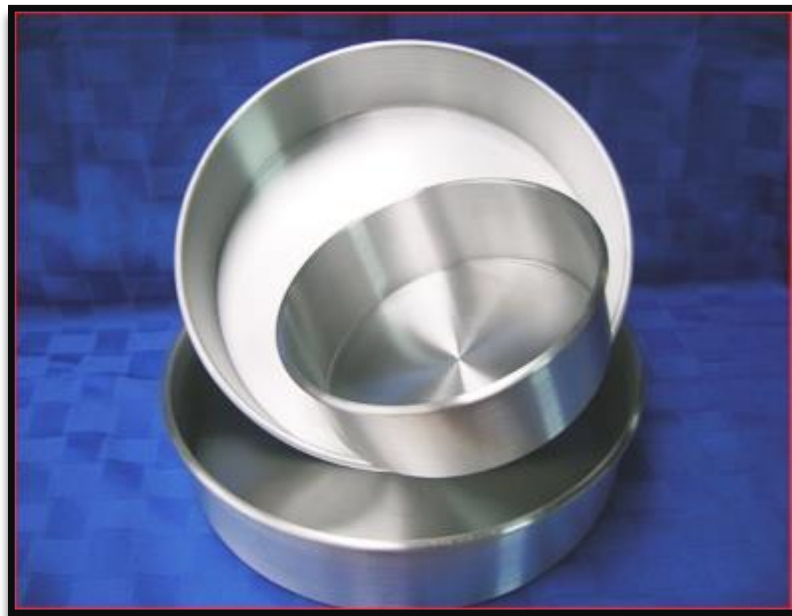
BATIDORAS

Servirán para mezclar los ingredientes necesarios para elaborar el producto.



MOLDES

Los moldes sirven para colocar la masa y dar el diseño que desee el cliente.



PERCHAS METÁLICAS

Las perchas metálicas sirven para colocar las latas de depósito del producto para el horneado y el reposo.



LATAS DE ALUMINIO

Nos ayudarán a colocar los moldes de los pasteles para ser trasladados al horno y al reposo.



CILINDROS DE GAS INDUSTRIAL

Los cilindros de gas industrial nos sirven para hacer funcionar el mecanismo del horno que trabaja a través de luz y a gas.



FRIGORÍFICO

Servirá para conservar en refrigeración los pasteles y mantener en buen estado los productos perecibles que sirven para la elaboración de los productos.



MESA DE TRABAJO

La mesa de trabajo servirá para mezclar los ingredientes y poder realizar algunas maniobras para el proceso de producción.



BALANZA DE PESO

Que nos ayudará a pesar todos los ingredientes necesarios en el proceso de producción.



7.3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

7.3.1. BASE LEGAL

“**DELICIAS DE LA ABUELA**”, al ser pensada como una microempresa se constituirá como una estructura unipersonal, en la cual su representación legal recaerá sobre el propietario, quien solicitará a nombre propio los permisos correspondientes y será el titular de todos los derechos y responsabilidades que se generen en la misma.

- **PERMISOS**

Los permisos necesarios para el funcionamiento de un negocio de esta índole son:

RUC

El Registro Único de Contribuyentes, consistente en el sistema de Identificación tributaria será gestionado por la Gerente con la razón comercial de ella mismo y con el nombre de fantasía de “**DELICIAS DE LA ABUELA**”

Al ser pensada “**DELICIAS DE LA ABUELA**” como una microempresa, la misma se acogerá al Régimen Impositivo General, el cual se lo especificará en el momento de la inscripción del Registro único de Contribuyentes. Este sistema impositivo consiste en la declaración y pago de tributos al Valor Agregado y a la Renta, los cuales se realizarán de manera mensual y anual respectivamente, en base de los datos de la contabilidad de la empresa.

Para obtener el RUC es necesario lo siguiente:

- ✓ Copia de cédula de Ciudadanía
- ✓ Copia de certificado de Votación
- ✓ Copia de planilla de servicio básico: Agua, Luz o Teléfono

PERMISO DE BOMBEROS

Para obtener el permiso respectivo se requiere:

- ✓ Solicitud dirigida al Jefe de Bomberos en papel valorado (\$0,50); en el que se especifica el negocio y su localización
- ✓ Inspección correspondiente por un Perito de la Institución
- ✓ Cancelación de la tasa fijada para este tipo de negocio
- ✓ Emisión respectiva del permiso por el Jefe de bomberos de la Ciudad de Loja.

PERMISO MUNICIPAL

Los requisitos para obtener el permiso Municipal son los siguientes:

- ✓ Solicitud dirigida al Jefe del Departamento de Higiene Municipal, en la que se indique el tipo de negocio y la localización exacta de la misma
- ✓ Fotocopia del Ruc
- ✓ Pago de la tasa respectiva fijada para este tipo de empresa
- ✓ Emisión del permiso correspondiente

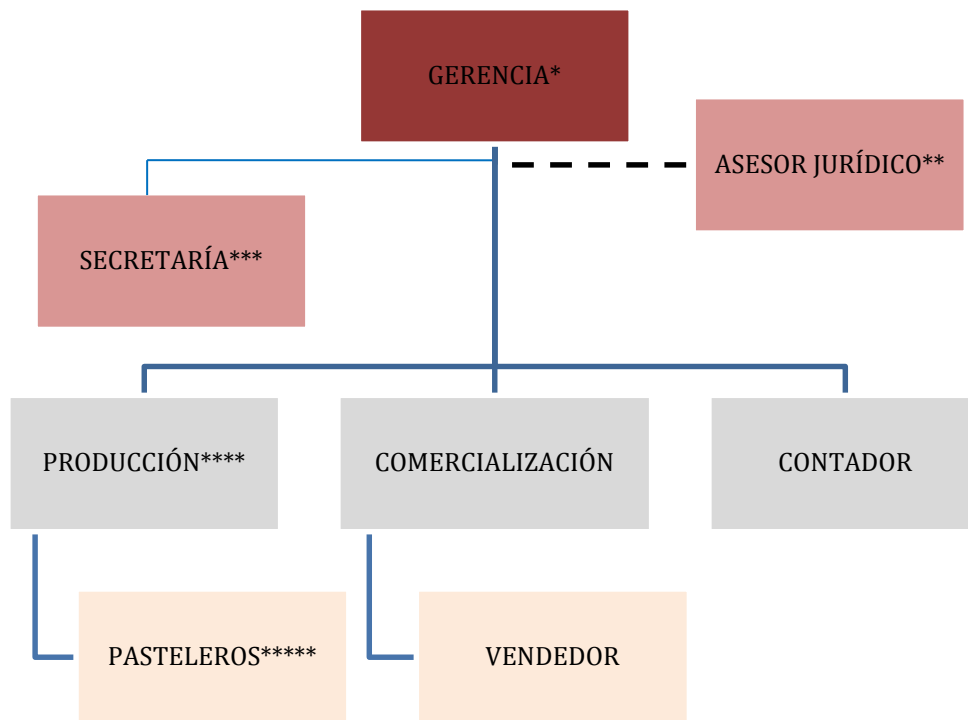
7.3.2. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

Organigrama estructural

El organigrama estructural es una representación gráfica de la conformación administrativa de la empresa, que permite conocer de una forma objetiva los puestos y jerarquías dentro de la empresa.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

“DELICIAS DE LA ABUELA”



LEYENDA

— Autoridad

↳ Dependencia

- - - Asesoría Temporal

* Nivel Directivo

** Nivel Asesor

*** Nivel Nivel de Apoyo

**** Nivel Ejecutivo

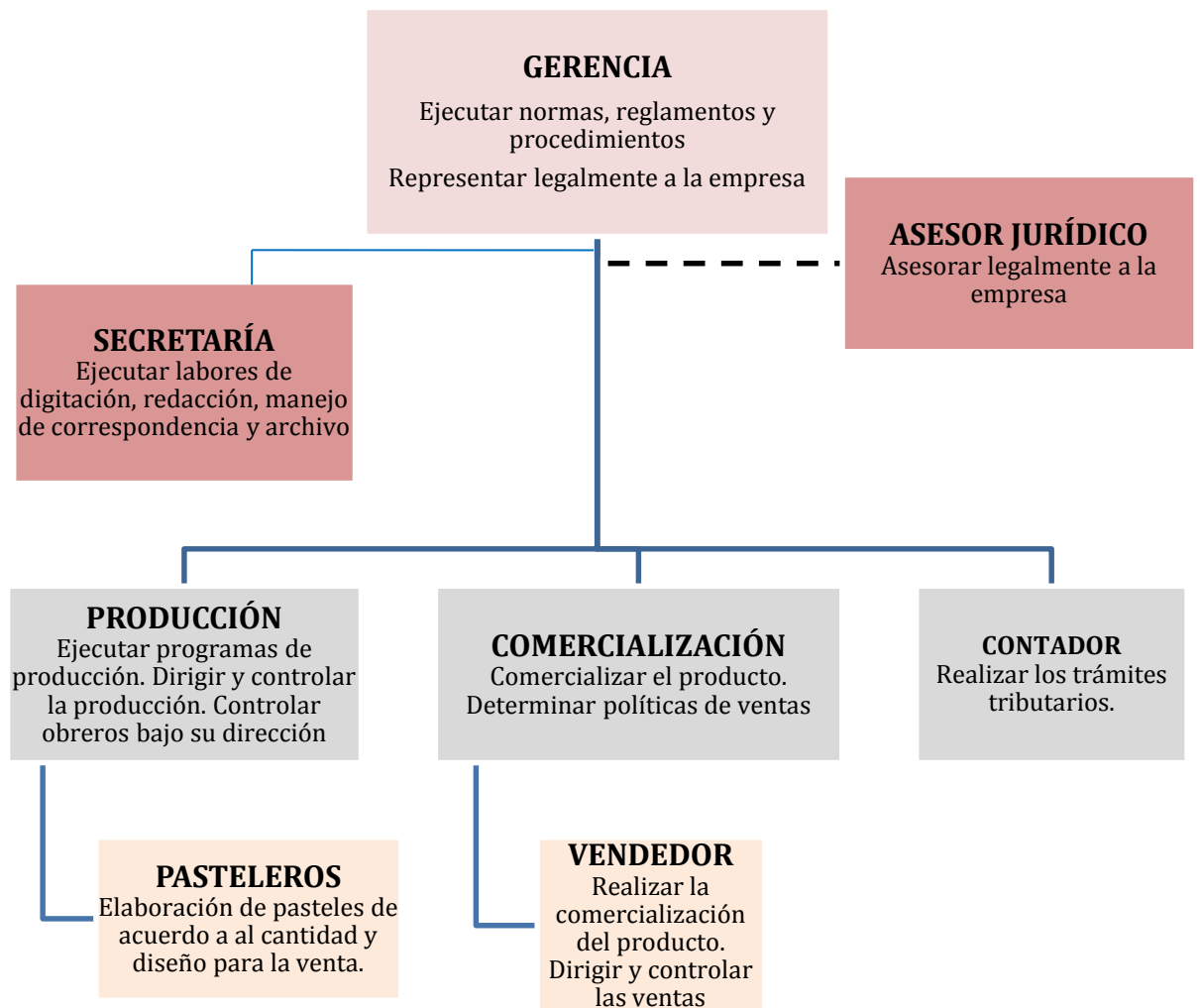
***** Nivel Operativo

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

El organigrama funcional es la representación gráfica de las funciones principales o básicas de la unidad administrativa, se define las funciones en todos los niveles jerárquicos.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

“DELICIAS DE LA ABUELA”



MANUAL DE FUNCIONES

En este Manual se describen las tareas que debe cumplir el personal en cada departamento de la empresa, el mismo que facilita una correcta selección del personal para los distintos cargos.

En el manual se detallan las funciones de cada uno de los empleados y el uso del mismo se hace fundamental para la empresa.

Se delimita el campo de acción, funciones, atributos y responsabilidad de cada departamento.

El Manual ayuda a la clasificación y valoración de los puestos de trabajo.

MANUAL DE FUNCIONES
“DELICIAS DE LA ABUELA”

□ **NIVEL EJECUTIVO**

DENOMINACIÓN DEL CARGO: GERENTE	
	CÓDIGO: 001
	PERSONAS BAJO SU RESPONSABILIDAD <ul style="list-style-type: none">•SECRETARIA•JEFE DE PRODUCCIÓN•CONTADOR•PASTELEROS•EJECUTIVO DE VENTAS
	Naturaleza del puesto: <ul style="list-style-type: none">•Representado por la Gerencia de la empresa, se constituye en el representante judicial y extrajudicial de la misma. Tiene la responsabilidad de planificar, organizar, dirigir, controlar y tomar las decisiones correctas.
	Descripción de Funciones: <ul style="list-style-type: none">•Representar legalmente a la empresa•Cumplir y hacer cumplir con las políticas de la empresa•Tomar decisiones para obtener créditos a corto y largo plazo para el cumplimiento de los planes de producción•Planificar cursos de capacitación para el personal en los temas de producción, servicio al cliente, entorno laboral, ventas, etc.•Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos•Sostener buenas relaciones con los clientes y proveedores de la empresa.•Ser responsable, tener don de Gente, buen líder, poseer ideas innovadoras, ser de carácter activo y colaborador.

□ NIVEL AUXILIAR

DENOMINACIÓN DEL CARGO: SECRETARIA

CODIGO: 002

NATURALEZA DEL PUESTO:

- Realizar labores de secretaría, manejo de la correspondencia, actividades varias

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:

- Redacción y ditación
- Llevar el archivo general en orden y custodia
- todas aquellas que le competen y le confieren de acuerdo a la Ley

REQUISITOS DEL PUESTO:

- Título de Tercer nivel en Secretariado
- Experiencia mínima de dos años en cargos similares.

□ NIVEL OPERATIVO

DENOMINACIÓN DEL CARGO: JEFE DE PRODUCCIÓN

CODIGO: 003

PERSONAS BAJO SU RESPONSABILIDAD

- PASTELERO

NATURALEZA DEL PUESTO:

- Planificar, coordinar y controlar los procesos de producción.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:

- Supervisar y controlar el proceso de producción de la pastelería
- Organizar, distribuir y controlar las actividades diarias de los trabajadores
- Elaborar informes sobre el proceso productivo
- Revisar la materia prima e insumos a procesar
- Supervisar y controlar el producto terminado
- Vigilar la existencia suficiente de materia prima para evitar demoras en el proceso de producción
- Coordinar actividades diarias con los subordinarios

REQUISITOS DEL PUESTO:

- Título de Tercer nivel en Ingeniería en Industrias Alimenticias, Chef profesional
- Experiencia mínima de tres años en cargos similares.

□ **NIVEL OPERATIVO**

DENOMINACIÓN DEL CARGO: PASTELERO

CODIGO: 004

NATURALEZA DEL PUESTO:

- Se responsabiliza del mantenimiento y el proceso productivo en el área de producción
- Su grado de experiencia en modelos y diseño de innovación de pastelería debe ser elevado y de alta categoría para optimizar esfuerzos y recursos

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:

- Garantizar prueba y calidad del producto
- Seleccionar la materia prima
- Trasladar el material a los procesos correspondientes
- Realizar la limpieza diaria de instrumentos utensilios y materiales

REQUISITOS DEL PUESTO:

- Tener título de artesano en pastelería
- Experiencia mínima de dos años en cargos similares.

NIVEL OPERATIVO

DENOMINACIÓN DEL CARGO: CONTADOR

CODIGO: 004

NATURALEZA DEL PUESTO:

- Llevar y controlar la contabilidad general de la empresa

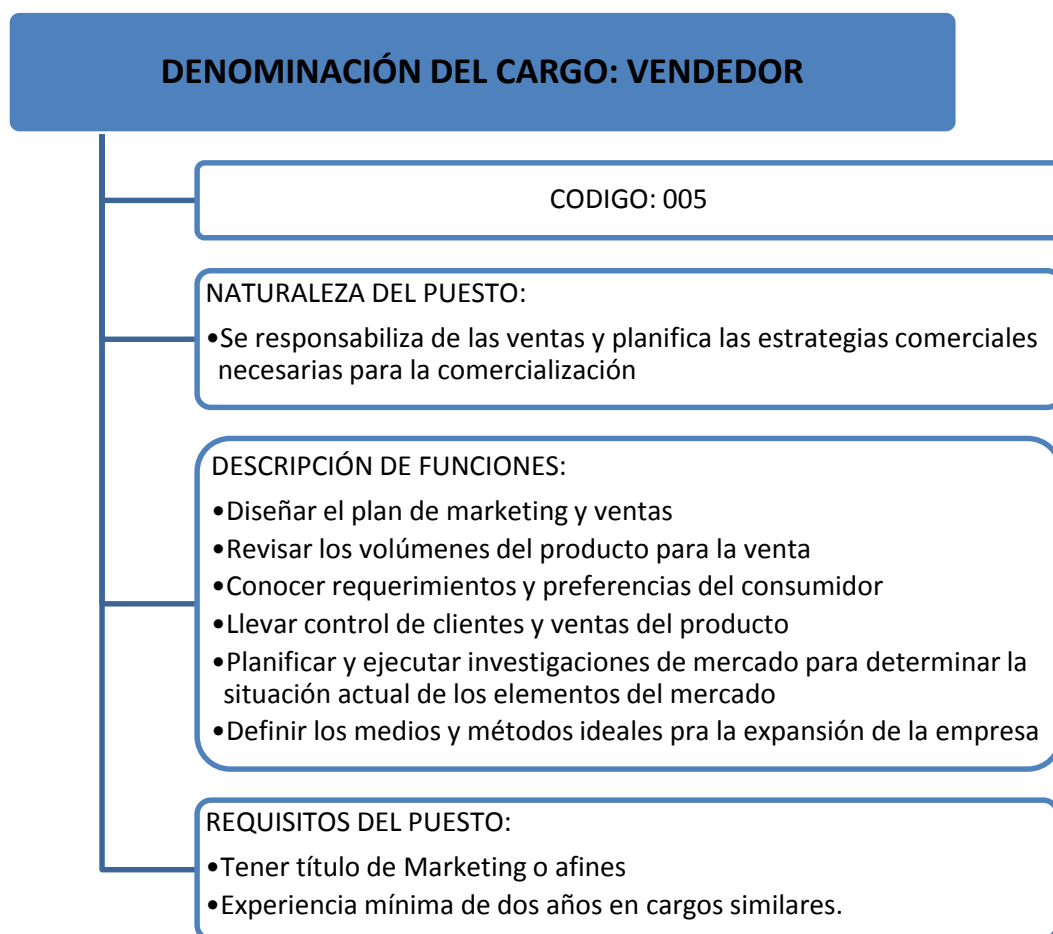
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:

- Preparar los estados financieros
- Manejo de inventarios
- Declaración de impuestos
- Mantener correctamente los libros contables

REQUISITOS DEL PUESTO:

- Título de Tercer nivel en Contabilidad y Auditoría
- Experiencia mínima de tres años en cargos similares.

□ **NIVEL OPERATIVO**



7.4. ESTUDIO FINANCIERO

El Estudio financiero es la etapa en donde se determina la viabilidad del proyecto, incluye el análisis de todas las inversiones y financiamiento que se deberá enfrentar para determinar si el proyecto es rentable o no.

7.4.1. INVERSIONES DEL PROYECTO

Se refiere a los activos, sean éstos fijos, diferidos y el capital de trabajo. Constituyen las inversiones necesarias para llevar a cabo la puesta en marcha del proyecto.

7.4.1.1 ACTIVOS FIJOS

Este estudio representa las inversiones que se realizan en bienes tangibles y que se utilizaran en el proceso productivo o son el complemento necesario para el proceso productivo de la empresa.

a) MAQUINARIA Y EQUIPO

Se ha presupuestado la maquinaria necesaria para el proceso productivo de los pasteles.

CUADRO Nro. 34			
MAQUINARIA Y EQUIPO			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	HORNO (8 LATAS)	1300,00	1300,00
1	BATIDORA INDUSTRIAL (20 LITROS)	1200,00	1200,00
1	TANQUE DE GAS INDUSTRIAL	80,00	80,00
1	MESA DE TRABAJO	400,00	400,00
1	BALANZA	60,00	60,00
40	MOLDES DE ALUMINIO	5,00	200,00
1	FRIGORIFICO	800,00	800,00
5	ESPATULAS	5,00	25,00
TOTAL			4065,00

DEPRECIACIÓN DE LA MAQUINARIA Y EQUIPOS

Hace referencia al desgaste que sufren los bienes en función del tiempo y uso del mismo.

Valor Actual: \$ 4065

Vida Útil: 10 años

Valor Residual: 0

Porcentaje de depreciación: 10%

DP = (VALOR ACTUAL – VALOR RESIDUAL) / VIDA UTIL

DP = (\$4065 – 0) /10

DP = 406,5 Dólares anuales

CUADRO Nro.35				
DEPRECIACIÓN DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO				
AÑOS	VALOR DEL BIEN	VALOR RESIDUAL	DEP.ANUAL	VALOR ACTUAL
0	4065,00	406,50		3658,50
1			365,85	3292,65
2			365,85	2926,80
3			365,85	2560,95
4			365,85	2195,10
5			365,85	1829,25
6			365,85	1463,40
7			365,85	1097,55
8			365,85	731,70
9			365,85	365,85
10			365,85	0,00

b) EQUIPO DE CÓMPUTO

Equipos necesarios en el área Administrativa de la empresa.

El equipo de cómputo tiene una vida útil de 3 años y se deprecia al 33,33%.

CUADRO Nro. 36			
EQUIPO DE CÓMPUTO			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	COMPUTADORES	800,00	1600,00
2	IMPRESORA CANON	95,00	190,00
TOTAL			1790,00

DEPRECIACIÓN EQUIPO DE CÓMPUTO

Valor Actual: \$ 1790

Vida Útil: 3 años

Valor Residual: 0

Porcentaje de depreciación: 33,33%

DP = (VALOR ACTUAL – VALOR RESIDUAL) * % DEPRECIACIÓN ANUAL

DP = (1790 – 0) * 33,33%

DP = 596 Dólares mensuales

CUADRO Nro. 37				
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTO				
AÑOS	VALOR DEL BIEN	VALOR RESIDUAL	DEP. ANUAL	VALOR ACTUAL
0	1790,00	596,61		1193,39
1			397,80	795,60
2			397,80	397,80
3			397,80	0,00

c) EQUIPO DE OFICINA

Bienes que serán utilizados por el personal Administrativo para todas las actividades de la Empresa.

CUADRO Nro. 38			
EQUIPO DE OFICINA			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	SUMADORAS	30,00	30,00
2	GRAPADORAS	6,00	12,00
1	TELEFONO FAX	100,00	100,00
2	PERFORADORAS	5,00	10,00
TOTAL			152,00

DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE OFICINA

Valor Actual: \$ 152

Vida Útil: 10 años

Valor Residual: 0

Porcentaje de depreciación: 10%

DP = (VALOR ACTUAL – VALOR RESIDUAL) * % DEPRECIACIÓN ANUAL

DP = (152 – 0) * 10%

DP =15,2

CUADRO Nro. 39				
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE OFICINA				
AÑOS	VALOR DEL BIEN	VALOR RESIDUAL	DEP. ANUAL	VALOR ACTUAL
0	152	15,20		136,80
1			13,68	123,12
2			13,68	109,44
3			13,68	95,76
4			13,68	82,08
5			13,68	68,40
6			13,68	54,72
7			13,68	41,04
8			13,68	27,36
9			13,68	13,68
10			13,68	0,00

d) MUEBLES Y ENSERES

Se refiere a los implementos necesarios que serán utilizados para el desarrollo del trabajo administrativo.

CUADRO Nro. 40			
MUEBLES Y ENSERES			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	ESCRITORIO EJECUTIVO	220,00	220,00
2	ESCRITORIOS TIPO SECRETARIA	180,00	360,00
3	SILLAS GIRATORIAS	140,00	420,00
1	ARCHIVADORES	100,00	100,00
TOTAL			1100,00

DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES

Valor Actual: 1100

Vida Útil: 10 años

Valor Residual: 0

Porcentaje de depreciación: 10%

DP = (VALOR ACTUAL – VALOR RESIDUAL) * % DEPRECIACIÓN ANUAL

DP = (1100 – 0) * 10%

DP = \$110

CUADRO Nro. 41				
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES				
AÑOS	VALOR DEL BIEN	VALOR RESIDUAL	DEP. ANUAL	VALOR ACTUAL
0	1100	110,00		990,00
1			99,00	891,00
2			99,00	792,00
3			99,00	693,00
4			99,00	594,00
5			99,00	495,00
6			99,00	396,00
7			99,00	297,00
8			99,00	198,00
9			99,00	99,00
10			99,00	0,00

e) **VEHICULO**

Vehículo que servirá para trasladar el producto hacia los distintos lugares de consumo.

CUADRO Nro. 42			
VEHICULO			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	CHEVROLET VAN N200	12000,00	12000,00
TOTAL			12000,00

DEPRECIACIÓN VEHICULO

Valor Actual: \$ 12000

Vida Útil: 5 años

Valor Residual: 0

Porcentaje de depreciación: 20%

DP = (VALOR ACTUAL – VALOR RESIDUAL) * % DEPRECIACIÓN ANUAL

DP = (12000 – 0) * 20%

DP = \$ 2400

CUADRO Nro. 43				
DEPRECIACIÓN VEHICULO				
AÑOS	VALOR DEL BIEN	VALOR RESIDUAL	DEP. ANUAL	VALOR ACTUAL
0	12000	2400,00		9600,00
1			1920,00	7680,00
2			1920,00	5760,00
3			1920,00	3840,00
4			1920,00	1920,00
5			1920,00	0,00

7.4.1.2. ACTIVOS DIFERIDOS

Son aquellos gastos realizados al constituirse la empresa, se registran en la fase pre operativa o en el período correspondiente al año 0. Se detallan a continuación:

CUADRO Nro. 44		
ACTIVOS DIFERIDOS		
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO
1	ESTUDIOS PRELIMINARES	1000,00
1	CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	200,00
1	ADECUACIONES E INSTALACIONES	1500,00
1	PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	120,00
TOTAL		2820,00

AMORTIZACIÓN

La amortización determina el costo de un bien determinado en períodos, de manera que al final del período la suma de las amortizaciones sea igual al costo del bien.

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

$$\text{Amortización de Activos Diferidos} = \frac{\textit{Total de los Activos Diferidos}}{\textit{Vida útil del proyecto}}$$

$$\text{Amortización de Activos Diferidos} = \frac{\$ 2820}{5}$$

$$\text{Amortización de Activos Diferidos} = \$ 564 \text{ anuales}$$

7.4.1.3. ACTIVOS CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

Materia Prima Directa

Son todos los materiales sujetos a transformación, que se puedan identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados. Se consideró todos los ingredientes principales y básicos para la elaboración de los pasteles.

CUADRO Nro. 45				
PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA				
CANTIDAD MENSUAL	DETALLE	VALOR UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
4	QUINTALES HARINA	40,00	160,00	1920,00
960	HUEVOS	0,12	115,20	1382,40
4	QUINTALES AZUCAR	35,00	140,00	1680,00
10	FUNDAS MAICENA	25,00	250,00	3000,00
40	FUNDAS POLVO HORNEAR	35,00	1400,00	16800,00
4	QUINTALES AZUCAR IMPALPABLE	40,00	160,00	1920,00
50	CAJAS MASMELOS	44,00	2200,00	26400,00
TOTAL			4425,20	53102,40

MATERIA PRIMA INDIRECTA

Aquella que afecta el costo de producción total, pero no constituye una parte integral del mismo.

CUADRO Nro. 46				
PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA				
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
3	GAS	19,50	58,50	702,00
1408	BASE PARA TORTAS	0,15	211,20	2534,40
1408	BASE ESPUMA FLEX	0,30	422,40	5068,80
TOTAL			692,10	8305,20

ARRIENDO

Corresponde al pago del local donde se realizará el proceso de producción.

CUADRO Nro. 47			
PRESUPUESTO DE ARRIENDO			
CANTIDAD	DETALLE	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
1	LOCAL PARA LA PRODUCCIÓN	250,00	3000,00
TOTAL		250,00	3000,00

MANO DE OBRA DIRECTA

La Mano de Obra directa influye en la transformación de la materia prima, en un principio se contratará a 2 personas (pasteleros), mientras transcurre el proyecto y en base al volumen de producción se incrementará el personal que sea necesario.

CUADRO Nro. 48												
ROL DE PAGOS												
CARGO	NOMBRE	BASICO	DECIMO TERCER SUELDO 1/12	DECIMO CUARTO SUELDO SB/12	FONDOS RESERVA 1/12	VACACIONES 1/24	APORTE PATRONAL 11,35%	TOTAL INGRESOS	APORTE PERSONAL 9,35%	TOTAL EGRESOS	LIQUIDO A PAGAR	TOTAL A PAGAR
PASTELERO 1	PASTELERO	318,00	26,50	26,50	26,50	13,25	36,09	446,84	29,73	29,73	417,11	476,58
PASTELERO 2	PASTELERO	318,00	26,50	26,50	26,50	13,25	36,09	446,84	29,73	29,73	417,11	476,58
TOTAL											834,22	953,15

CUADRO Nro. 49			
PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA			
CANTIDAD	DETALLE	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
1	PASTELERO 1	476,58	5718,91
1	PASTELERO 2	476,58	5718,91
TOTAL		953,15	11437,82

MANO DE OBRA INDIRECTA

Comprende los salarios y beneficios de ley pagados en el área administrativa de la empresa, que sirven de apoyo a la producción del producto terminado.

CUADRO Nro. 50												
ROL DE PAGOS												
CARGO	NOMBRE	BASICO	DECIMO TERCER SUELDO 1/12	DECIMO CUARTO SUELDO SB/12	FONDOS RESERVA 1/12	VACACIONE S 1/24	APORTE PATRONAL 11,35%	TOTAL INGRESOS	APORTE PERSONAL 9,35%	TOTAL EGRESOS	LIQUIDO A PAGAR	TOTAL A PAGAR
1	JEFE PRODUCCION	500,00	41,67	41,67	41,67	20,83	56,75	702,58	46,75	46,75	655,83	749,33
TOTAL											655,83	749,33

CUADRO Nro. 51			
PRESUPUESTO MANO DE OBRA INDIRECTA			
CANTIDAD	DETALLE	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
1	JEFE PRODUCCION	749,33	8992,00
TOTAL		749,33	8992,00

SERVICIOS BÁSICOS

Se refiere al pago por el uso por servicios de agua, luz, teléfono e internet.

CUADRO Nro. 52			
PRESUPUESTO DE SERVICIOS BÁSICOS			
CANTIDAD	DETALLE	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
1	AGUA	30,00	360,00
1	LUZ	30,00	360,00
1	TELÉFONO	40,00	480,00
1	INTERNET	28,00	336,00
TOTAL		128,00	1536,00

ÚTILES DE OFICINA

Implementos necesarios en las diferentes áreas de la empresa.

CUADRO Nro. 53				
PRESUPUESTO DE UTILES DE OFICINA				
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
1 RESMA	PAPEL BOND	5,00	5,00	60,00
3	ESFEROS	0,30	0,90	10,80
5	CARPETAS	0,25	1,25	15,00
1	ESTILETES	1,00	1,00	12,00
1	REGLA	0,60	0,60	7,20
3	BORRADOR	0,50	1,50	18,00
3	LAPIZ	0,50	1,50	18,00
TOTAL			11,75	141,00

UTENSILLOS DE ASEO Y LIMPIEZA

Mantiene en condiciones de limpieza las instalaciones de la empresa, otorgando un ambiente agradable y limpio.

CUADRO Nro. 54				
PRESUPUESTO DE UTILES DE ASEO Y LIMPIEZA				
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
2	TOALLAS	2,00	4,00	48,00
2	JABON	0,40	0,80	9,60
3	ESCOBAS	2,00	6,00	72,00
3	BASUREROS	5,00	15,00	180,00
2	PAPEL HIGIENICO	0,50	1,00	12,00
2	DESINFECTANTE	3,00	6,00	72,00
1	GUANTES	1,80	1,80	21,60
1	GORRAS	1,50	1,50	18,00
1	MASCARILLAS	1,50	1,50	18,00
TOTAL			37,60	451,20

PUBLICIDAD

Servirá para llegar con un mensaje al consumidor, para ello se utilizará los datos del estudio de mercado, basados en las cuñas publicitarias de radio y televisión.

CUADRO Nro. 55				
PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD				
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
10	CUÑAS TELEVISIVAS	20,00	200,00	2400,00
10	CUÑAS RADIALES	2,00	20,00	240,00
TOTAL			220,00	2640,00

COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES

Gastos necesarios para el normal funcionamiento del vehículo.

CUADRO Nro. 56				
PRESUPUESTO DE COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES				
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
20	GASOLINA	1,50	30,00	360,00
1	ACEITE	24,00	24,00	288,00
1	GRASA	1,25	1,25	15,00
TOTAL			55,25	663,00

SUELDOS Y SALARIOS

Se refiere a los sueldos para el personal que trabajará en la parte administrativa de la empresa.

CUADRO Nro. 57												
ROL DE PAGOS												
CARGO	NOMBRE	BASICO	DECIMO TERCER SUELDO 1/12	DECIMO CUARTO SUELDO SB/12	FONDOS RESERVA 1/12	VACACIONE S 1/24	APORTE PATRONAL 11,35%	TOTAL INGRESOS	APORTE PERSONAL 9,35%	TOTAL EGRESOS	LIQUIDO A PAGAR	TOTAL A PAGAR
GERENTE	GERENTE	1000,00	83,33	83,33	83,33	41,67	113,50	1405,17	93,50	93,50	1311,67	1498,67
SECRETARIA	SECRETARIA CONTADORA	318,00	26,50	26,50	26,50	13,25	36,09	446,84	29,73	29,73	417,11	476,58
JEFE COMERCIALIZAC ION	JEFE COMERCIALIZACIÓN	800,00	66,67	66,67	66,67	33,33	90,80	1124,13	74,80	74,80	1049,33	1198,93
VENDEDOR	VENDEDOR	318,00	26,50	26,50	26,50	13,25	36,09	446,84	29,73	29,73	417,11	476,58
TOTAL											3195,22	3650,75

CUADRO Nro. 58			
PRESUPUESTO SUELDOS Y SALARIOS			
CANTIDAD	DETALLE	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
1	GERENTE	1498,67	17984,00
1	SECRETARIA	476,58	5718,91
1	JEFE COMERCIALIZACION	1198,93	14387,20
1	VENDEDOR	476,58	5718,91
TOTAL		3650,75	43809,02

7.4.2. RESUMEN DE LA INVERSIÓN

Es importante realizar el resumen de las inversiones a efectuarse para conocer el financiamiento necesario para poner en funcionamiento la Empresa.

CUADRO Nro. 59		
RESUMEN DE LA INVERSIÓN		
DETALLE	TOTAL	
ACTIVOS FIJOS		
MAQUINARIA Y EQUIPO	4065,00	
EQUIPO DE COMPUTO	1790,00	
EQUIPO DE OFICINA	152,00	
VEHICULO	12000,00	
MUEBLES Y ENSERES	1100,00	
TOTAL ACTIVOS FIJOS		19107,00
ACTIVOS DIFERIDOS		
ESTUDIOS PRELIMINARES	1000,00	
CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	200,00	
ADECUACIONES E INSTALACIONES	1500,00	
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	120,00	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		2820,00
ACTIVO CIRCULANTE		
MATERIA PRIMA DIRECTA	4425,20	
MATERIA PRIMA INDIRECTA	692,10	
MANO DE OBRA DIRECTA	953,15	
MANO DE OBRA INDIRECTA	749,33	
SERVICIOS BASICOS	128,00	
ARRIENDO	250,00	
UTILES DE OFICINA	11,75	
UTILES DE ASEO Y LIMPIEZA	37,60	
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	220,00	
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	55,25	
SUELDOS Y SALARIOS	3650,75	
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE		11173,14
TOTAL DE LA INVERSIÓN		33100,14

7.4.3. FINANCIAMIENTO

Es el conjunto de recursos monetarios para llevar a cabo una actividad económica, son recursos económicos financiados que se complementan con los recursos propios.

CUADRO Nro. 60		
FINANCIAMIENTO		
CAPITAL PROPIO	70%	23100,14
CAPITAL EXTERNO	30%	10000,00
TOTAL	100%	33100,14

TABLA DE AMORTIZACIÓN

En la que se detalla el financiamiento que se va a realizar y la forma como se van a efectuar los pagos, y el interés del préstamo que se nos va a otorgar, cuya tasa es del 11,83% a 5 años plazo con pagos anuales:

CALCULO DE LA AMORTIZACIÓN CON CUOTA FIJA

Total de Inversión = **\$33100,14**

Capital Propio = \$ 23100,14

Plazo = 5 años

Interés = 11,83%

CALCULO DEL INTERÉS

Interés = $10000 * 11,83\%$

Interés = \$ 1183

CALCULO DEL DIVIDENDO

$$\text{Dividendo} = \frac{C * i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

$$\text{Dividendo} = \frac{10000 * i(1+11,83\%)^5}{(1+11,83\%)^5 - 1}$$

$$\text{Dividendo} = 2762,42$$

CÁLCULO DE LA AMORTIZACIÓN

$$\text{Amortización} = \text{Dividendo} - \text{Interés}$$

$$\text{Amortización} = 2762,42 - 1183$$

$$\text{Amortización} = 1579,42$$

CUADRO Nro. 61					
TABLA DE AMORTIZACIÓN					
PERIODO	SALDO ANTERIOR	INTERES	AMORTIZACION	DIVIDENDOS	SALDO FINAL
0					10000,00
1	10000,00	1183,00	1579,42	2762,42	8420,58
2	8420,58	996,15	1766,27	2762,42	6654,31
3	6654,31	787,20	1975,22	2762,42	4679,09
4	4679,09	553,54	2208,89	2762,42	2470,20
5	2470,20	292,22	2470,20	2762,42	0,00

PRESUPUESTOS PROYECTADOS O PROFORMADOS

Es un instrumento financiero necesario para la toma de decisiones en el cual se estiman los costos en que se incurrirá en un período de tiempo determinado, para lo cual se utilizó una tasa de inflación del 2,68% anual.

A) COSTO PRIMO

Se tomará en cuenta la materia Prima Directa y Mano de Obra Directa.

B) COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN

Son todos aquellos gastos que por su naturaleza no inciden directamente sobre el proceso de fabricación y están formados por materia prima y mano de obra que redundan en la producción general y no sobre un producto en especial, así como también gastos generales como energía eléctrica, combustibles, etc.

C) COSTOS DE OPERACIÓN

Constituidos por los costos variables de operación y los costos fijos de operación. Comprenden los Gastos de Administración, Gastos de Ventas y los Gastos Financieros.

CUADRO Nro. 62					
PRESUPUESTOS PROFORMADOS O PROYECTADOS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO PRIMO					
MATERIA PRIMA DIRECTA	53102,40	54525,54	55986,83	57487,28	59027,93
MANO DE OBRA DIRECTA	11437,82	11744,36	12059,11	12382,29	12714,14
COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN					
MATERIA PRIMA INDIRECTA	8305,20	8527,78	8756,32	8990,99	9231,95
MANO OBRA INDIRECTA	8992,00	9232,99	9480,43	9734,51	9995,39
DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO	365,85	365,85	365,85	365,85	365,85
TOTAL GASTOS DE FABRICACIÓN	73211,27	75163,53	77168,11	79226,41	81339,87
GASTOS DE OPERACIÓN					
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
SUELDOS Y SALARIOS	43809,02	44983,11	46188,65	47426,51	48697,54
ARRIENDO	3000,00	3080,40	3162,95	3247,72	3334,76
AGUA	360,00	369,65	379,55	389,73	400,17
ENERGIA ELECTRICA	360,00	369,65	379,55	389,73	400,17
TELEFONO	480,00	492,86	506,07	519,64	533,56
INTERNET	336,00	345,00	354,25	363,74	373,49
UTILES DE OFICINA	141,00	144,78	148,66	152,64	156,73
UTILES DE ASEO	451,20	463,29	475,71	488,46	501,55
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE OFICINA	13,68	13,68	13,68	13,68	13,68
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTO	397,80	397,80	397,80	397,80	397,80
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00
AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS	564,00	564,00	564,00	564,00	564,00
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	50011,70	51323,22	52669,89	54052,64	55472,46
GASTOS DE VENTA					
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	2640,00	2710,75	2783,40	2858,00	2934,59
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	663,00	680,77	699,01	717,75	736,98
DEPRECIACIÓN DE VEHICULO	1920,00	1920,00	1920,00	1920,00	1920,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS	5223,00	5311,52	5402,41	5495,74	5591,57
GASTOS FINANCIEROS					
INTERESES POR PRESTAMO	1183,00	1214,70	1247,26	1280,69	1315,01
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	1183,00	1214,70	1247,26	1280,69	1315,01
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	56417,70	57849,44	59319,56	60829,07	62379,04
COSTO TOTAL DE PRODUCCION	129628,98	133012,98	136487,67	140055,48	143718,91

7.4.4. COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

Determinamos el Costo Total teniendo en cuenta el número de unidades producidas durante el período.

$$\text{Costo Unitario de Producción} = \frac{\text{Costo total de la Producción}}{\# \text{ de Unidades a producir}}$$

$$\text{CUP} = \frac{129628,98}{153600}$$

CUP = \$ 0,84 la proporción de pastel

CUADRO Nro. 63			
COSTO UNITARIO DE PRODUCCION			
AÑOS	COSTO DE PRODUCCIÓN	UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN
1	129628,98	153600,00	0,84
2	133012,98	153600,00	0,87
3	136487,67	153600,00	0,89
4	140055,48	153600,00	0,91
5	143718,91	153600,00	0,94

7.4.5. PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

Para establecer el Precio de Venta al Público se consideró como base al costo unitario de producción, al cual se le agrega un margen de utilidad que será del 18%

$$\text{PVP} = \text{Costo Unitario de Producción} * \text{Margen de Utilidad}$$

$$\text{PVP} = 0,84 * 18\%$$

PVP = \$1,00

CUADRO Nro. 64			
PRECIO DE VENTA AL PUBLICO			
AÑOS	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD	PVP
1	0,84	18%	1,00
2	0,87	21%	1,05
3	0,89	24%	1,10
4	0,91	26%	1,15
5	0,94	28%	1,20

7.4.6. INGRESOS POR VENTAS

Es el ingreso que se obtiene por las ventas de los productos que la empresa desea introducir en el mercado.

CUADRO Nro. 65			
INGRESO POR VENTAS			
AÑOS	UNIDADES PRODUCIDAS	PRECIO DE VENTA	INGRESO POR VENTAS
1	153600,00	1,00	153600,00
2	153600,00	1,05	161280,00
3	153600,00	1,10	168960,00
4	153600,00	1,15	176640,00
5	153600,00	1,20	184320,00

7.4.7. CLASIFICACIÓN DE COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES

CUADRO Nro. 66						
CLASIFICACIÓN DE COSTOS						
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	C. FIJOS	C. VARIABLES	AÑO 5	C. FIJOS	C. VARIABLES
COSTO PRIMO						
MATERIA PRIMA DIRECTA	53102,40		53102,40	59027,93		59027,93
MANO DE OBRA DIRECTA	11437,82		11437,82	12714,14		12714,14
COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN						
MATERIA PRIMA INDIRECTA	8305,20		8305,20	9231,95		9231,95
DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO	365,85	365,85		365,85	365,85	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN						
SUELDOS Y SALARIOS	43809,02	43809,02		48697,54	48697,54	
ARRIENDO	3000,00	3000,00		3334,76	3334,76	
AGUA	360,00	360,00		400,17	400,17	
ENERGIA ELECTRICA	360,00	360,00		400,17	400,17	
TELEFONO	480,00	480,00		533,56	533,56	
INTERNET	336,00	336,00		373,49	373,49	
UTILES DE OFICINA	141,00	141,00		156,73	156,73	
UTILES DE ASEO	451,20	451,20		501,55	501,55	
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE OFICINA	13,68	13,68		13,68	13,68	
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTO	397,80	397,80		397,80	397,80	
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES	99,00	99,00		99,00	99,00	
AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS	564,00	564,00		564,00	564,00	
GASTOS DE VENTA						
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	2640,00	2640,00		2934,59	2934,59	
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	663,00	663,00		736,98	736,98	
DEPRECIACIÓN DE VEHICULO	1920,00	1920,00		1920,00	1920,00	
GASTOS FINANCIEROS						
INTERESES POR PRESTAMO	1183,00	1183,00		292,22	292,22	
COSTO TOTAL DE PRODUCCION	129628,98	56783,55	72845,42	142696,13	61722,10	80974,02

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el punto en el cual se determina el volumen mínimo de ventas que la empresa debe realizar para no perder ni ganar.

Se lo puede calcular por medio de los siguientes métodos:

En función de las Ventas: se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que él genera, se utiliza la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{1 - \frac{COSTO VARIABLE}{VENTAS TOTALES}}$$

En función de la Capacidad Instalada: Se basa en la capacidad de producción de la planta, determina el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la maquinaria para que su producción pueda generar ventas que permitan cubrir los costos.

$$PE = \frac{COSTOS FIJOS}{VENTAS TOTALES - COSTO VARIABLE TOTAL} * 100$$

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1

MÉTODO MATEMÁTICO

❖ En función de las ventas

$$PE = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{1 - \frac{COSTO VARIABLE}{VENTAS TOTALES}}$$

$$PE = \frac{56783,55}{1 - \frac{72845,42}{153600}}$$

PE = 108006 porciones de pastel

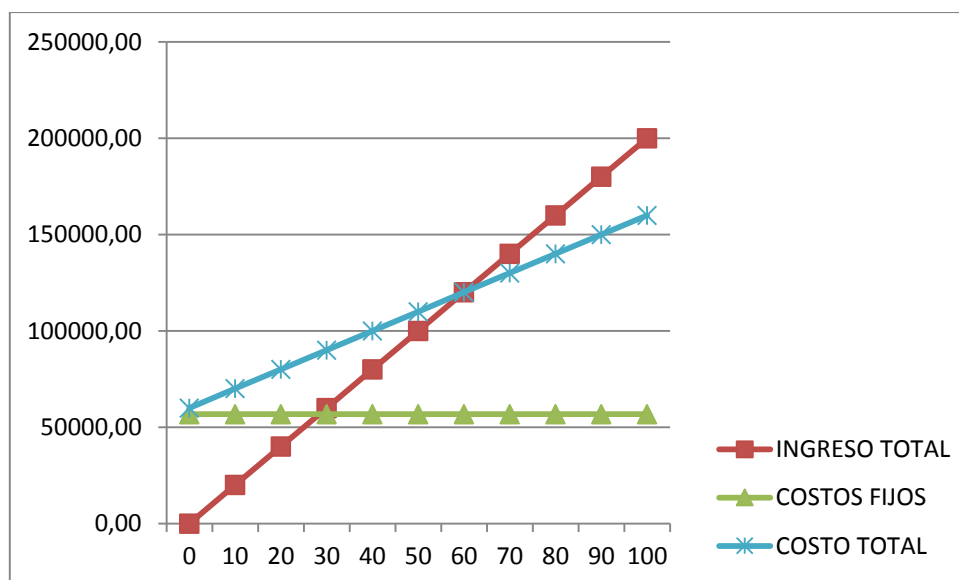
❖ **En función de la capacidad instalada**

$$PE = \frac{COSTOSFIJOS}{VENTASTOTALES - COSTOVARIABLE TOTAL} * 100$$

$$PE = \frac{56783,55}{153600 - 72845,42} * 100$$

PE = 70%

Método Gráfico



PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5

MÉTODO MATEMÁTICO

❖ **En función de las ventas**

$$PE = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{1 - \frac{COSTO VARIABLE}{VENTAS TOTALES}}$$

$$PE = \frac{61722,10}{1 - \frac{80974,02}{184320}}$$

PE = 110083 porciones de pastel

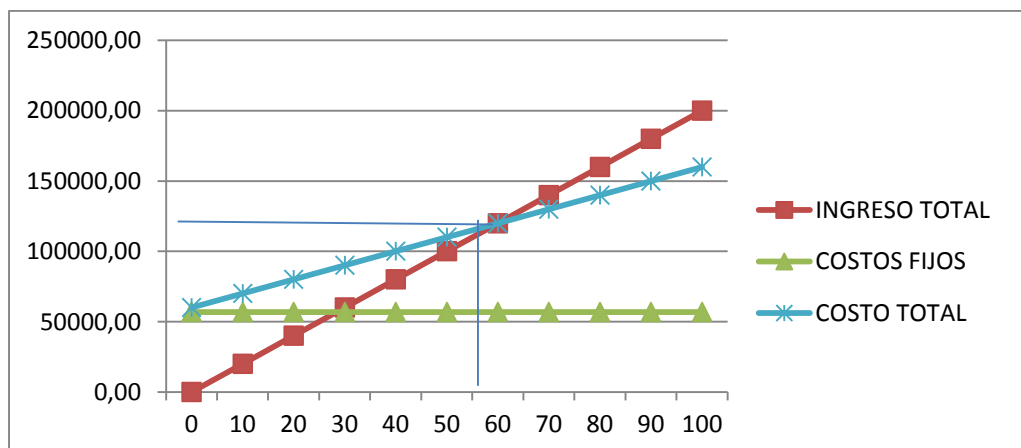
❖ **En función de la capacidad instalada**

$$PE = \frac{COSTOS FIJOS}{VENTAS TOTALES - COSTO VARIABLE TOTAL} * 100$$

$$PE = \frac{61722,10}{184320 - 80974,02} * 100$$

PE = 60%

Método Gráfico



ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El Estado de Pérdidas y Ganancias es un documento contable que muestra detallada y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio, durante un período determinado.

CUADRO Nro. 67					
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. INGRESOS					
VENTAS	153600,00	161280,00	168960,00	176640,00	184320,00
TOTAL INGRESOS	153600,00	161280,00	168960,00	176640,00	184320,00
2. EGRESOS					
COSTO DE PRODUCCIÓN	73211,27	75163,53	77168,11	79226,41	81339,87
COSTO DE OPERACIÓN	56417,70	57849,44	59319,56	60829,07	62379,04
TOTAL EGRESOS	129628,98	133012,98	136487,67	140055,48	143718,91
(1-2) GANANCIAS GRAVABLES	23971,02	28267,02	32472,33	36584,52	40601,09
(-)15% TRABAJADORES	3595,65	4240,05	4870,85	5487,68	6090,16
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	20375,37	24026,97	27601,48	31096,84	34510,93
(-) TABLA IMPUESTO A LA RENTA PERSONAS NATURALES	5585,64	8701,67	12325,89	16618,26	21040,88
(=) UTILIDAD ANTES DE RESERVA LEGAL	14789,73	15325,30	15275,59	14478,58	13470,05
(-) 10% DE RESERVAS	1478,97	1532,53	1527,56	1447,86	1347,00
(=) UTILIDAD LIQUIDA	13310,76	13792,77	13748,03	13030,72	12123,04

EVALUACIÓN FINANCIERA

FLUJO DE CAJA

Se refiere al análisis de las entradas y salidas de dinero que se producen en una empresa, representa la diferencia entre los ingresos y los egresos, inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activos.

CUADRO Nro. 68					
FLUJO DE CAJA					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. INGRESOS					
VENTAS	153600,00	161280,00	168960,00	176640,00	184320,00
VALOR RESIDUAL					3528,31
TOTAL INGRESOS	153600,00	161280,00	168960,00	176640,00	187848,31
2. EGRESOS					
COSTO DE PRODUCCIÓN	73211,27	75163,53	77168,11	79226,41	81339,87
COSTO DE OPERACIÓN	56417,70	57849,44	59319,56	60829,07	62379,04
AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO	1183,00	1214,70	1247,26	1280,69	1315,01
TOTAL EGRESOS	130811,98	134227,68	137734,92	141336,16	145033,92
(1-2) GANANCIAS GRAVABLES	22788,02	27052,32	31225,08	35303,84	42814,39
(-)15% TRABAJADORES	3418,20	4057,85	4683,76	5295,58	6422,16
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	19369,82	22994,47	26541,31	30008,26	36392,23
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	4842,46	5748,62	6635,33	7502,07	9098,06
(=) UTILIDAD ANTES DE RESERVA LEGAL	14527,37	17245,85	19905,99	22506,20	27294,17
(-) 10% RESERVA LEGAL	1452,74	1724,59	1990,60	2250,62	2729,42
(=) UTILIDAD NETA	13074,63	15521,27	17915,39	20255,58	24564,76
(+) DEPRECIACIONES	2796,33	2796,33	2796,33	2796,33	2796,33
(+)AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS	564,00	564,00	564,00	564,00	564,00
FLUJO DE CAJA	16434,96	18881,60	21275,71	23615,90	27925,08

VALOR ACTUAL NETO

El Valor Actual Neto (VAN), es un indicador financiero que busca el valor que resulta de la diferencia entre el valor presente de los futuros ingresos netos esperados y el desembolso de la inversión.

1. Costo de Oportunidad es del 11,83%
2. Calculo del factor de actualización:

$$FA = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

3. Calculo del VAN:

$$VAN = \sum \text{flujos Netos Actualizados} - \text{Inversión}$$

CUADRO Nro. 69			
VALOR ACTUAL NETO			
AÑOS	FLUJOS NETOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	33100,14		
1	16434,96	0,894214433	14696,3754
2	18881,60	0,799619452	15098,0917
3	21275,71	0,715031254	15212,8008
4	23615,90	0,639391267	15099,8025
5	27925,08	0,571752899	15966,2479
TOTAL			76073,3183
VAN			42973,18

De acuerdo al resultado obtenido que es de 42973,18 podemos concluir que se acepta el proyecto ya que el beneficio es mayor que la inversión realizada, el VAN es mayor a 1 por lo tanto el proyecto puede ser puesto en marcha.

TASA INTERNA DE RETORNO

Segundo indicador financiero que se define como la tasa de descuento que da al proyecto un valor actual neto de los flujos, es decir aquella que iguala el valor presente de los flujos de efectivo con la inversión inicial.

CUADRO Nro. 70					
TASA INTERNA DE RETORNO					
AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 51%	VAN MENOR	FACTORES DE ACTUALIZACIÓN 53%	VAN MAYOR
0	33100,14				
1	16434,96	0,663834563	10910,09	0,65513652	10767,14
2	18881,60	0,440676327	8320,67	0,42920386	8104,05
3	21275,71	0,292536177	6223,92	0,28118712	5982,46
4	23615,90	0,194195625	4586,11	0,18421595	4350,43
5	27925,08	0,128913768	3599,93	0,1206866	3370,18
TOTAL			33640,71		32574,26
			540,58		-525,88

$$TIR = 51,64\%$$

La tasa Interna de Retorno es del 51,64% es mayor al costo de oportunidad 12% que nos brinda el mercado, por lo tanto se acepta el proyecto.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial realizada.

$$PRI = \text{Año que se supera a la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}$$

CUADRO Nro. 71			
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL			
AÑOS	FLUJOS NETOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 12%	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	33100,14		
1	16434,96	0,894214433	14696,38
2	18881,60	0,799619452	15098,09
3	21275,71	0,715031254	15212,80
4	23615,90	0,639391267	15099,80
5	27925,08	0,571752899	15966,25
TOTAL			76073,32

De acuerdo a los datos obtenidos podemos deducir que la inversión se recuperará en 2 años 2 meses 19 días.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

La relación Beneficio Costo, toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de Resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto.

$$RBC = \frac{\sum \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\sum \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

$$RBC = \frac{607470,53}{491590,76}$$

$$RBC = 1,24$$

CUADRO Nro. 72					
RELACIÓN BENEFICIO COSTO					
AÑOS	INGRESOS ORIGINALES	EGRESOS ORIGINALES	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	153600,00	129628,98	0,89	137351,34	115916,10
2	161280,00	133012,98	0,80	128962,63	106359,76
3	168960,00	136487,67	0,72	120811,68	97592,95
4	176640,00	140055,48	0,64	112942,07	89550,25
5	187848,31	143718,91	0,57	107402,81	82171,70
TOTAL				607470,53	491590,76

En base a este resultado de 1,24 podemos deducir que por cada dólar invertido la empresa obtendrá un beneficio de 0,24 centavos

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El Análisis de Sensibilidad, indica el grado de riesgo que se pueda presentar en su trayectoria, para luego ver las posibilidades de cambio de acuerdo a las diferentes variables que intervienen en el mismo. Estas variables pueden ser los costos y los ingresos, esto se da debido a la situación económica cambiante de nuestro país.

CUADRO Nro. 73								
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD INCREMENTO DEL 13% EN LOS EGRESOS								
AÑOS	COSTO ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESOS TOTALES	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 12%	VAN MENOR	FACTOR ACTUALIZACIÓN 14%	VAN MAYOR
0	33100,14							
1	129628,98	146480,74	153600,00	7119,26	0,89285714	6356,47991	0,87719298	6244,96272
2	133012,98	150304,66	161280,00	10975,34	0,79719388	8749,47207	0,76946753	8445,16602
3	136487,67	154231,06	168960,00	14728,94	0,71178025	10483,7664	0,67497152	9941,61292
4	140055,48	158262,69	176640,00	18377,31	0,63551808	11679,1119	0,59208028	10880,842
5	143718,91	162402,37	187848,31	25445,94	0,56742686	14438,7095	0,51936866	13215,8237
TOTAL						51707,5398		48728,4074
						18607,40		15628,27

a) Se calcula la nueva TIR

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

$$TIR = 34,79\%$$

b) Se calcula la TIR resultante

$$TIR.R = TIRO - NTIR$$

$$TIR.R = 51,64\% - 35,76\%$$

$$TIR.R = 16,85\%$$

c) Se calcula el porcentaje de variación

$$\% V = (TIR.R / TIRO) * 100$$

$$\% V = 32,64\%$$

d) Se calcula la sensibilidad

$$S = \%V / N.TIR$$

$$S = 0,9382$$

Nota: De acuerdo a los datos obtenidos podemos concluir que el proyecto soporta un 13% de incremento en los costos.

CUADRO Nro. 74								
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 10,5% EN LOS INGRESOS								
AÑOS	COSTO ORIGINAL	INGRESOS TOTALES	INGRESO TOTAL ORIGINAL	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 10%	VAN MENOR	FACTOR ACTUALIZACIÓN 12%	VAN MAYOR
0	33100,14							
1	129628,98	153600,00	137472	7843,02	0,91324201	7162,5793	0,89686099	7034,10254
2	133012,98	161280,00	144345,6	11332,62	0,83401097	9451,53318	0,80435963	9115,50569
3	136487,67	168960,00	151219,2	14731,53	0,76165385	11220,3293	0,72139877	10627,3102
4	140055,48	176640,00	158092,8	18037,32	0,69557429	12546,2968	0,64699441	11670,0459
5	143718,91	187848,31	168124,235	24405,33	0,63522767	15502,938	0,58026405	14161,533
TOTAL						55883,6766		52608,4974
						22783,54		19508,36

a) Se calcula la nueva TIR

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

$$TIR = 35,95\%$$

b) Se calcula la TIR resultante

$$TIR.R = TIRO - NTIR$$

$$TIR.R = 15,69\%$$

c) Se calcula el porcentaje de variación

$$\% V = (TIR.R / TIRO) * 100$$

$$\% V = 30,38\%$$

d) Se calcula la sensibilidad

$$S = \%V / N.TIR$$

$$S = 0,8449$$

Nota: De acuerdo a los datos obtenidos podemos concluir que el proyecto soporta un 10,5% de disminución en los ingresos.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

- ❖ Una vez efectuado el Estudio de Mercado de la ciudad de Loja, se demostró que existe una demanda insatisfecha de 79 472 cakes en el primer año, mientras que para el quinto año es de 94342.
- ❖ En base al Estudio Técnico se llegó a establecer una capacidad instalada de 70080 pasteles que representa el 45,87%, de la cual se producirá 15360 pasteles, teniendo una capacidad utilizada del 22% en el primer año.
- ❖ La inversión asciende a USD \$ 33100,14 en el que se incluyen Activos Fijos, Diferidos y Capital de Trabajo, ésta inversión será financiada el 30% con capital propio y un 70% financiado por un banco de la Ciudad.
- ❖ El proceso de producción está diseñado de acuerdo a las características de la máquina, la tecnología implementada y la naturaleza del producto.
- ❖ Según la evaluación financiera se evidencia la factibilidad del proyecto por los siguientes indicadores:
 - ✓ El valor actual neto representa una cantidad positiva de USD \$ 42 973,18.
 - ✓ La tasa interna de retorno es igual a 51,64% mientras que el costo de oportunidad existente en el mercado financiero es del 11,83% anual lo que significa que el

rendimiento del proyecto es mayor al costo de oportunidad por ende se aprueba el mismo.

- ✓ La relación beneficio-costo es de 1,24 dólares, valor que indica que por cada dólar invertido se obtendrá una ganancia de 0,24 centavos de dólar.
 - ✓ Por último el análisis de sensibilidad indica que nuestro proyecto soporta un incremento del 13% en los costos y una disminución del 10,5% en los ingresos.
- ❖ La implementación de esta empresa “**DELICIAS DE LA ABUELA**” contribuirá al desarrollo socio-económico de nuestra ciudad puesto que genera nuevas fuentes de trabajo e impulsa la producción de la ciudad.

RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES

- ❖ Ejecutar este proyecto debido a los resultados financieros obtenidos, aprovechando las oportunidades que prometen y aportan de esta manera al desarrollo socio-económico de la ciudad de Loja.
- ❖ Realizar una acertada estrategia de comunicación, con el fin de difundir las características del producto utilizando los medios locales de mayor aceptación.
- ❖ Efectuar revisiones semestrales del análisis de costos para poder realizar los ajustes necesarios en el precio de venta al público, de manera que se produzca los ingresos suficientes para solventar los costos de operación y obtener las utilidades esperadas; así como también es importante que la empresa trabaje por encima de los puntos de equilibrio establecidos para obtener mayores beneficios.
- ❖ Aprovechar el posicionamiento en el mercado local de pastelerías, debido a la característica única que ofrece el FONDANT, masa decorativa que permite personalizar cada pastel con un diseño exclusivo para sus clientes.

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFÍA

- FRED R. David. 2003. **Conceptos de Administración Estratégica**. Pearson Educación. Decimoprimer Edición. México.
- KOTLER Philip. 2003. **Fundamentos de Marketing**. Prentice Hall Hispanoamericana. Octava Edición. México.
- PORTER Michael. 1998. **Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la Competencia**. Editorial Continental. México.
- PORTER Michael. 1998. **Estrategias Competitivas**. Editorial Continental. México.
- MARSHALL, Alfred. **Principio de economía**.
- RANDALL Geoffrey. 2003. **Principios de Marketing**, Segunda Edición, Thomson Editores Sapin.
- Malhotra K. Naresh. 1997. **Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico**, Segunda Edición, Prentice-Hall Hispanoamericana.
- <http://www.mailxmail.com/curso/empresa/inversion/capitulo1.htm>
- webdelprofesor.ula.ve/.../Tema_2_Estudio%20de%20Mercado.ppt
- VAN HORNE, James. 2002. **Fundamentos de Administración Financiera**, Onceava Edición, Pearson Education, México.
- BACA URBINA, Gabriel. 1998. **Evaluación de proyectos**, Tercera Edición.

- www.inec.gob.ec
- www.aulafacil.com/proyectos
- www.wikipedia.org/wiki/Evaluaci3n_ambiental
- [www.antiguo.itson.mx/publicaciones/contaduria/Julio2008/estudiote
cnico.pdf](http://www.antiguo.itson.mx/publicaciones/contaduria/Julio2008/estudiote
cnico.pdf)
- www.slideshare.net
- [http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lcp/castillo_f_fi/ca
pitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lcp/castillo_f_fi/ca
pitulo2.pdf)
- [http://www.emagister.com/curso-proyectos-inversion/inversion-
financiamiento](http://www.emagister.com/curso-proyectos-inversion/inversion-
financiamiento)

ANEXOS

ANEXO 1



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

ENCUESTA DE LANZAMIENTO DE PASTERIA “DELICIAS DE LA ABUELA”

Queremos expresarle nuestro reconocimiento por llenar esta pequeña encuesta. La información que nos proporcione será utilizada para conocer el grado de aceptación en el mercado de una empresa dedicada a la elaboración de pasteles en fondant denominada “DELICIAS DE LA ABUELA”.

1. CONSUME USTED PASTELES?

SI () NO ()

2. CUÁNTOS PASTELES CONSUME EN EL AÑO?

.....

3. LE GUSTARÍA CONSUMIR PASTELES EN FONDANT? (Masa utilizada para decoración)

SI () NO ()

4. CUÁLES SERÍAN LAS RAZONES POR LAS QUE LE ATRAERÍA ESTE PRODUCTO?

- BUENA PRESENTACION (PASTELES PERSONALIZADOS)
- EXQUISITO SABOR
- PRECIO COMODO
- BUEN SERVICIO

5. CUÁLES SON LOS SABORES DE SU PREFERENCIA?

- CHOCOLATE

- VAINILLA
- NARANJA
- OTRO
(ESPECIFIQUE).....
.....

6. DE CUÁNTAS PORCIONES REQUIERE USTED EL PASTEL?

- 8 PORCIONES
- 16 PORCIONES
- 25 PORCIONES
- MAYOR A 25 PORCIONES

7. DE ACUERDO A LA PREGUNTA ANTERIOR CUÁL ES EL PRECIO QUE USTED PAGA POR UN PASTEL?

PASTELES (PORCIONES)	\$5	\$8	\$10	\$12	\$15	\$20	\$25
8							
16							
25							
>25							

8. DE ACUERDO A LA PREGUNTA 6 CUÁL ES EL PRECIO QUE USTED ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UN PASTEL EN FONDANT?

PASTELES (PORCIONES)	\$10	\$15	\$20	\$25	\$35
8					
16					
25					
>25					

9. EN QUÉ TIPO DE OCASIONES USTED CONSUME ESTOS PRODUCTOS?

- REUNIONES SOCIALES (FIESTAS INFANTILES, CUMPLEAÑOS, QUINCE AÑOS, ETC)
- FECHAS ESPECIALES (ANIVERSARIOS, DÍA DEL AMOR, DÍA DE LA MADRE, ETC)
- CUMPLEAÑOS

- OTRO (Por favor especifique)

.....
.....

10. DÓNDE LE GUSTARIA ADQUIRIR ESTE PRODUCTO?

- LOCALES DE EVENTOS SOCIALES
- DOMICILIO
- INTERNET
- OTRO (Por favor especifique)

.....
.....

11. A TRAVÉS DE QUÉ MEDIO O MEDIOS LE GUSTARÍA RECIBIR INFORMACIÓN SOBRE ESTOS PRODUCTOS?

- ANUNCIOS EN PRENSA
- TELEVISIÓN
- RADIO
- INTERNET (Redes Sociales, Correo electrónico, etc)
- OTRO (Por favor especifique)

.....
.....

12. QUÉ TIPO DE PROMOCIÓN LE GUSTARÍA?

- DESCUENTOS EN EL PRECIO
- MAYOR CANTIDAD DE PRODUCTO
- OFERTAS EN FECHAS ESPECIALES
- CORTESIA OTRO PRODUCTO

13. TIENE ALGUN COMENTARIO O SUGERENCIA SOBRE ESTE PRODUCTO?

.....
.....
.....
.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 2



1859

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

1. QUÉ SABOR DE PASTELES VENDE?

CHOCOLATE ()
VAINILLA ()
NARANJA ()
OTRO ()

2. CUÁNTOS PASTELES VENDE DIARIAMENTE?

.....

3. CUÁL ES EL PRECIO DE VENTA POR PORCIÓN?

.....

4. QUÉ ATENCIÓN BRINDA USTED AL MOMENTO DE VENDER ESTE PRODUCTO?

EXCELENTE
MUY BUENA
BUENA
REGULAR

5. DECORA LOS PASTELES CON FONDANT?

SI () NO ()

6. POR QUÉ MEDIOS DA A CONOCER EL PRODUCTO?

PRENSA ()
RADIO ()

TELEVISIÓN	()
HOJAS VOLANTES	()
NO APLICAN	()

7. QUÉ PROMOCIONES LES DA A SUS CLIENTES?

DESCUENTOS	()
MAS PRODUCTO	()
NO TIENE	()

ANEXO 3

OFERENTES	
Nro.	Razón Social
1	CUEVA PICOITA MIRTA PAOLA
2	HURTADO ERREIS MAGALI DEL CISNE
3	ORTEGA GUAMAN TATIANA ELIZABETH
4	INFANTE AÑAZCO BETHI PIEDAD
5	CANGO CARLA PAULINA
6	VERA ATARIHUANA MARY DEL CARMEN
7	ROJAS CRUZ MARIA ANGELICA
8	RUMIPULLA TEPAN JUAN CARLOS
9	AMBULUDI AMBULUDI MARY DEL PILAR
10	ARMIJOS JIMENEZ NESTOR GABRIEL
11	HERRERA OCHOA MARY ELIZABETH
12	PRADO CANO JESSICA MARIA
13	ARMIJOS CHAMORRO EVA MARUJA
14	UCHUARI GAONA JOSE DANIEL
15	CUEVA VELEZ MERCEDES PIEDAD
16	ZHUNAUULA GUELDEDEL MAYRA ELIZABETH
17	YAGUACHI DIAZ CECILIA OLANDA
18	ELIZALDE PAREDES BYRON ROBERTO
19	PARDO MAZA JUAN PABLO
20	MORALES SIVISACA VERONICA JANETH
21	LOAYZA ARMIJOS LUIS JOSE
22	SAAVEDRA TORRES POEMA
23	CONTENTO UCHUARI ROSA MARIA
24	CABRERA PICOITA CARMEN ALEJANDRINA
25	SUCUNUTA CHIMBO ROSA VIRGINIA
26	POZO CASTRO DORA CECILIA
27	PINEDA SARMIENTO MERCEDES CARMELINA
28	UCHUARI SANCHEZ ENMA TERESA
29	CASTILLO CASTILLO MANUEL FAVIAN
30	GONZALEZ SALINAS ISAAC DANIEL
31	QUILLE CARMEN VICENTA
32	MONCADA VILLEGAS MELVA ELOISA
33	MORA SERRANO LIDA MARIA DEL CISNE
34	MEJICANO ANGAMARCA JUAN CARLOS

35	VEGA URGILES MARIANA DE JESUS
36	CHIRIBOGA ZHUNLAULA FRANKLIN FABIAN
37	CASTILLO RENTERIA ORFA DE FATIMA
38	LOPEZ ORTEGA DIEGO VINICIO
39	CORREA NARANJO ALBA GABRIELA
40	CONTENTO CORDOVA SANDRA MERCEDES
41	CASTILLO GUAMAN ANDREA MARILIN
42	ORDOÑEZ JARAMILLO MACLOVIA MARCIA SARBELIA
43	MALDONADO SUAREZ LINA SHIRLEY
44	DE SAEGER JOSE GERMAINE J P
45	VEGAS CALVA MARIA LUCRECIA
46	PARDO GONZAGA VICENTE ABRAHAN
47	CASTILLO ROJAS MARIA ELOIZA
48	PUERTAS COELLO MIREYA DE LOS DOLORES
49	ROMAN CARRION SUBLEMA AIDE
50	AGUIRRE RIOFRIO LUIS ALFREDO
51	JARAMILLO ALVARADO MARIA GABRIELA
52	HUANG JIN
53	LARA ARTEAGA EDUARDO ROGELIO
54	SISALIMA TORRES NOEMI DEL CISNE
55	BAO SANCHEZ MAGDALENA DEL ROCIO
56	MALDONADO VALLE MELVA ROSARIO
57	QUEZADA EUDOMILIA
58	MORA OLIVA FELIX MIGUEL
59	ORTEGA MALACATOS VICENTA EMPERATRIZ
60	VERA CABRERA ANGEL VICENTE
61	SOTOMAYOR ARMIJOS LILIANA PAULINA
62	MORA AGUIRRE MARIA MAGDALENA
63	TORRES SANCHEZ DONALD FRANCISCO
64	SANCHEZ QUIZHPE MARIA BALBINA
65	GUTIERREZ MELECIO SALUSTINO
66	TORRES FLORES BLANCA BEATRIZ
67	FERNANDEZ BUELE, DELIA
68	ONTANEDA GARCIA RODOLFO VICENTE
69	PAGUAY CHOLANGO MANUEL ANGEL
70	PANIFICADORA ROYAL CIA LTDA
71	CASTILLO PAGUAY GERARDO ARNULFO
72	ORTIZ PULLAGUARI Y OTRO, NORBERTO

73	JIMENEZ OCHOA ROSA LETICIA
74	JARAMILLO JARAMILLO JOSE FRANCISCO
75	ONTANEDA SOLANO MARIA TERESA DE JESUS
76	VELEPUCHA GUERRA JESSICA PAULINA
77	ROMERO TENESACA MARIANITA DEL CISNE
78	BENAVIDEZ AMARI CARMEN BELISA
79	POMA QUIZHPE JOSE MANUEL
80	ROMERO MOLINA JEFFERSON RAFAEL
81	ARMIJOS ARMIJOS PAULINA MARIBEL
82	ESPINOSA CABRERA CARLOS SANTIAGO
83	JARA NEIRA GONZALO
84	IÑIGUEZ SILVA RODRIGO PATRICIO
85	GOMEZ QUISHPE NANCY EMPERATRIZ
86	SUCUNUTA CHIMBO SANDRA ISABEL
87	JARAMILLO CARRION ZOILA
88	JIMENEZ JIMENEZ LIDER ALFREDO
89	VALAREZO MONTANO LUIS FELIPE
90	ERRAEZ MARTINEZ ZOILA DORA
91	RIOFRIO CANGO SALOMON SILVINO
92	JIMENEZ GARRIDO MANNY DEL CISNE
93	CAMPOVERDE ENCALADA PAULINA ELIZABETH
94	QUINDE SERRANO OSCAR EFREN
95	CHAMBA SANCHEZ JHOANNA ELIZABETH
96	VARGAS MONTENEGRO GUADALUPE MARGARITA
97	CORREA CAMPOVERDE YULIANA MARICELA
98	CUENCA MOTOCHÉ PATRICIA JAQUELINE
99	GUTIERREZ BANDA DIEGO XAVIER
100	NAULA MONCAYO DAVID GEOVANY
101	MENDOZA LUIS ALFREDO
102	GAONA TORRES AMARO ORLANDO
103	SALINAS SALINAS MARIA FRANCISCA ELENA
104	VERA FERIA ROSANA ELCIDA
105	OBACO ZATAMA CLARA OLIVIA
106	CHAMBA CASTILLO CARMEN BREMILDA
107	HURTADO COBOS JUDITH PAULINA
108	AGUILAR CASTILLO RICARDO OMAR
109	PERALTA MEDINA ROSA ELENA
110	RUEDA SARANGO MYRIAM JANETH
111	CUESTA VASQUEZ SABA IVANOVA

112	PARDO PALADINES MARJORIE ENITH
113	OVIEDO BALCAZAR VICTOR MANUEL
114	SANCHEZ OLMEDO LUZ ALBERTINA
115	ENCALADA ARMIJOS ARNULFO MANUEL
116	PARDO GONZAGA VICENTE ABRAHAM
117	JATIVA SUBIA JORGE BOLIVAR
118	MORA JARAMILLO FELIX VICENTE
119	ESPINOZA SUAREZ DELIA JULIA
120	MEDINA QUIZHPE MARIA ANGELICA

INDICE

INDICE

CARATULA	I
CERTIFICACIÓN	II
AUTORIA	IV
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA	XIII
TITULO	1
RESUMEN	3
INTRODUCCIÓN	9
REVISIÓN DE LITERATURA	13
MATERIALES Y MÉTODOS	29
RESULTADOS	36
DISCUSIÓN	61
CONCLUSIONES	139
RECOMENDACIONES	142
BIBLIOGRAFIA	144
ANEXOS	147