



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TITULO:

**“Proyecto de Factibilidad para la Creación de una
Empresa dedicada a la Producción y Comercialización
de Pankeys de Banana en la Ciudad de Loja”**

TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

AUTORA:

María José Panamito Sánchez

DIRECTOR:

Ing. Mg. Sc. Juan Encalada Orozco

LOJA – ECUADOR

2016

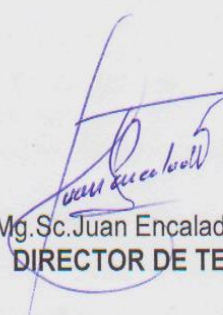
CERTIFICACIÓN

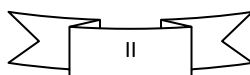
ING. JUAN ENCALADA OROZCO, DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, EN CALIDAD DE DIRECTOR DE TESIS:

CERTIFICA:

Haber realizado la dirección del trabajo de investigación de tesis denominado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACIÓN DE PANKEYS DE BANANA EN LA CIUDAD DE LOJA”** realizado por la estudiante: María José Panamito Sánchez, el mismo que cumple con los requerimientos técnicos y académicos para su presentación y sustentación. Para efectos de la obtención del título Ingeniera en administración de empresas, por lo que autorizo su presentación, sustentación y defensa pública de grado.

Loja, 10 Agosto del 2016


Ing. Mg. Sc. Juan Encalada Orozco
DIRECTOR DE TESIS



AUTORÍA

Yo, María José Panamito Sánchez, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes Jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido de la misma.

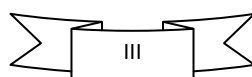
Adicionalmente declaro y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Bibliotecario Virtual.

Autora: María José Panamito Sánchez

Firma: 

Cédula: 110392924-4

Fecha: Loja, 11 de Agosto del 2016




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

Yo, **MARÍA JOSÉ PANAMITO SÁNCHEZ**, declaro ser la autora de la Tesis titulada "**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PANKEYS DE BANANA EN LA CIUDAD DE LOJA**" como requisito para optar al grado de **Ingeniera en Administración de Empresas** autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja, para 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 puedan consultar el contenido de este trabajo en Repositorio Digital Institucional, 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 realizara un tercero.

Para constancia de esta autorización en la ciudad de Loja, a los 11 días del mes de Agosto de dos mil dieciséis, firma la autora.

FIRMA:.....

AUTORA: MARÍA JOSÉ PANAMITO SÁNCHEZ

CÉDULA: 110392924-4

DIRECCIÓN: Loja, José Félix y Bolívar

CORREO ELECTRÓNICO: majo.1984@hotmail.com.ar

TELÉFONO: 072326-489-0982719478

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing.Mg.Sc. Juan Encalada Orozco

TRIBUNAL DE GRADO: Ing. Patricio Cuenca Ruiz, MAE (Presidente)

Ing. Patricio Gómez (Vocal)

Ing. Talía Quispe, MAE (Vocal)

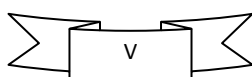
DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado A Dios por otorgarme la vida, sabiduría y salud, a mis queridos padres y hermano que con su apoyo incondicional he podido salir adelante, y me ayudaron a impulsar positivamente para la consecución de mis aspiraciones y fueron mi apoyo para cristalizar con éxito mis ideales.

A mi esposo Fernando, hijos Axel y Thiago, que son el motivo y la razón que me ha llevado a seguir superándome día a día, para alcanzar mis más apreciados ideales de superación, ellas fueron quienes en los momentos más difíciles me dieron su amor y comprensión para poderlos superar, quiero también dejar a cada uno de ellos una enseñanza que cuando se quiere alcanzar algo en la vida se lo puedo lograr.

A mis amigas y familia que siempre me acompañan y apoyan, Docentes que de una u otra manera me brindaron ese aliento necesario para poder llegar al cumplimiento de esta meta.

María José Panamito Sánchez



AGRADECIMIENTO

Primeramente agradezco a Dios por guiar y bendecir todo esfuerzo y dedicación en nuestras vidas y familia que siempre estuvieron apoyándome; así mismo mi sincero agradecimiento a la Ing. Juan Encalada Orozco, director de tesis, por la colaboración brindada en la realización del presente trabajo además a la Universidad Nacional de Loja, a la Modalidad de Estudios presencial por darnos la oportunidad de formarnos como profesionales, a los docentes de la Carrera de Administración de Empresas Modalidad de Estudios presencial, quienes desinteresadamente supieron compartir sus conocimientos oportunamente para alcanzar esta meta.

La Autora

a. TITULO:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PANKEYS DE BANANA EN LA CIUDAD DE LOJA”

b. RESUMEN

Actualmente en la ciudad y provincia de Loja se ve afectada por una notoria recesión en el campo productivo, siendo una barrera para su desarrollo sostenido y que permita competir con otras provincias del país.

Es por esto que las nuevas generaciones de profesionales tenemos que realizar esfuerzos en pro de crear pequeñas empresas innovadoras, ocupando la mano de obra local, con recursos de la zona y con productos que pueden salir al mercado en condiciones óptimas.

Por estas razones este proyecto tiene como propósito ayudar con la implementación de una empresa que permita crear algunas fuentes de trabajo, aprovechar los recursos naturales existentes, creando un valor económico agregado y poner en práctica los conocimientos adquiridos, en beneficio de una sociedad que necesita que sus nuevos profesionales se inserten en la vida productiva y económica.

De aquí la real necesidad de producir bienes y servicios, siendo emprendedores y afrontando la grave crisis que atraviesa nuestro país, siendo conveniente realizar y ejecutar nuestro proyecto de tesis denominado: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACIÓN DE PANKEYS DE BANANA EN LA CIUDAD DE LOJA.”** el mismo que contribuya al desarrollo de esta ciudad.

El análisis completo del proyecto se requiere de la realización de los siguientes estudios y análisis: estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y legal, estudio económico y financiero y finalmente la valuación del proyecto.

El estudio de mercado para todo esto se realizó una encuesta tanto a demandantes como oferentes, donde se cuantifico tres tipos de demandas la demanda potencial que es del 83 % de las familias lojanas consumen pankey, mientras que la demanda real es de 31% puesto que alguna vez si han consumen pankeys de banana y la demanda efectiva es de 86% de las familias que están dispuestas a comprar el producto , para luego determinar la demanda insatisfecha que es de 813.251 pankeys para el primer año, se determinó la capacidad instalada que es del 100% para el primer año y la capacidad utilizada del proyecto es del 100% solo para el primer año.

En el estudio técnico se presenta el tamaño de la planta en relación a su capacidad instalada y utilizada, se definió la macro localización y micro localización y el flujo grama de proceso de producción.

Estudio administrativo y legal de la empresa facilita determinar el grupo empresarial, organización y los manuales de funciones.

La empresa será legalmente constituida como una Compañía Limitada, su periodo de duración mínimo 5 años, su razón social: **EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAKEYS DE BANANA “MAJITO’S” Cía.Ltda. ”**. La misión será producir y comercializar pankeys de

banana, para satisfacer con calidad y precios competitivos la demanda de la ciudad de Loja. De igual manera se determinó los niveles jerárquicos y los organigramas con que iniciara a trabajar la empresa, además se definió los manuales de funciones correspondientes al personal de la empresa.

Estudio económico y financiero para conocer sobre la inversión del proyecto (inversión en activos fijos \$21.144; Activos diferidos \$1.170 y activo circulante o capital de trabajo \$ 4529,17, teniendo un financiamiento de inversión de \$26.843,17), presupuesto de ingresos y egresos, análisis de costos, puntos de equilibrio y estudio y análisis de los estados financieros (estado de pérdidas y Ganancias y el flujo de caja).

Finalmente se realizó la evaluación del proyecto para establecer la conveniencia del proyecto y de su ejecución para cual se analizó los siguientes indicadores como el Valor Actual Neto de \$10764,28; Tasa Interna de Retorno de 56,01%; Relación Beneficio Costo es de \$1,25 por cada dólar invertido la empresa gana 25 centavos de dólar; Periodo de Recuperación de Capital es de 2 años, 8 meses y 5 días; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 5,04% dando un total del 0,9984 y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos del 4,03% dando un total del 0,997929, por lo cual el proyecto es factible, cuyas conclusiones y recomendaciones así lo determinan, adjuntándose la bibliografía consultada con sus respectivos anexos.

SUMMARY

Currently in the city and province of Loja it is affected by a marked downturn in the productive field, being a barrier to sustainable development and that can compete with other provinces.

That is why new generations of professionals have to make efforts to create small innovative companies, occupying the local workforce, with resources of the area and products that can go to market in optimal conditions.

For these reasons, this project aims to assist with the implementation of a company that allows create some jobs, exploit the natural resources, creating economic value added and implement the acquired knowledge for the benefit of a society that needs to their new professionals are inserted in the productive and economic life.

Hence the real need to produce goods and services, being entrepreneurs and facing the grave crisis facing our country, being convenient to carry out and execute our thesis project called "PROJECT FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A COMPANY DEDICATED TO THE PRODUCTION AND MARKETING PANKEYS oF BANANA iNtHEcITYoF LOJA. "the same that contributes to the development of this city.

The full analysis of the project requires the completion of the following studies and analysis: market research, technical study, administrative and legal study, economic and financial study and finally the valuation of the project.

Market research for this survey was conducted both plaintiffs and suppliers, where three types of claims are quantified the potential demand that is 83% of yojanas families consume Pankey, while real demand is 31% since ever if they consume pankeys banana and effective demand is 86% of families who are willing to buy the product, and then determine the unsatisfied demand is 813,251 pankeys for the first year, the installed capacity is determined 100% for the first year and capacity utilization of the project is 100% for the first year alone.

In the technical study the size of the plant is presented in relation to their installed and used capacity, macro and micro location and program production process flow was defined.

Administrative and legal study of the company facilitates determining business group, organization and functions manuals.

The company will be legally incorporated as a Limited Company, its minimum duration period of 5 years, its name: COMPANY produces and markets PAKEYS BANANA "MAJITO'S" Cia. Ltda. ". The mission will produce and market pankeys banana to meet quality and competitive prices demand of the city of Loja. Similarly hierarchical levels and organizational charts that began to work the company was determined also features manuals for the staff of the company was defined.

economic and financial study to learn about the project investment (investment in fixed assets \$ 21,144; \$ 1,170 Deferred tax assets and current assets or working capital \$ 4529.17, with investment funding \$ 26,843.17), budget revenue and expenses, cost analysis, break-even points and study and analysis of financial statements (income statement and cash flow).

Finally the project evaluation was performed to establish the suitability of the project and its implementation for which the following indicators such as net present value of \$ 10764.28 analyzed; Internal Rate of Return of 56.01%; Benefit Ratio Cost is \$ 1.25 for every dollar invested company earns 25 cents; Capital Recovery period is 2 years, 8 months and 5 days; Sensitivity analysis indicates that the project supports an increase in costs of 5.04% for a total of 0.9984 and sensitivity analysis in the decrease in revenues of 4.03% danto a total of 0.997929, by which the project is feasible, the conclusions and recommendations so determined, accompanied by the bibliography consulted with their respective annexes.

c. INTRODUCCIÓN

El desarrollo de nuevas empresas es uno de los ejes principales para el crecimiento de la economía y su principal generadora de trabajo, es muy importante que exista una amplia información sobre cómo crear empresas que impulsen el desarrollo, a través de una correcta administración y de esta manera contribuir a un mejor estilo de vida.

El presente proyecto de investigación tiene como principal objetivo determinar la factibilidad técnica, económica y financiera para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de pankeys de banana en la ciudad de Loja que ofrezca un producto de calidad y a un precio accesible para el consumidor.

El proyecto en mención se tomó en consideración varios aspectos importantes que han permitido analizar cualitativa y cuantitativamente la conveniencia de emprender un proyecto de inversión.

Esta investigación está estructurada de acuerdo a lo establecido en el Art. 151 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja en lo que consta lo siguiente:

Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de pankeys de banana en la ciudad de Loja, el presente

proyecto consta de un **Resumen**, en donde se especifica los aspectos más relevantes a los que se llegó con la investigación.

En la **Revisión de Literatura**, se especifica y conceptualiza cada una de las etapas que se utilizan para realizar un proyecto de inversión como son: **Estudio de Mercado, Técnico, Organizacional y Financiero; dentro de Materiales y Métodos**, se realizó una descripción de los métodos y técnicas que se utilizaron para el desarrollo de la investigación.

En los **Resultados** se presenta las encuestas realizadas tanto a los demandantes como a los oferentes, para determinar las preferencias del producto y su oferta en el mercado.

En el trabajo se presenta los detalles de los estudios, empezando por el **Estudio de Mercado**, cuya finalidad fue analizar el sector, la demanda, la oferta, conociendo la demanda insatisfecha.

El **Estudio Técnico** tuvo como finalidad determinar el tamaño de la empresa, distribución de la planta, proceso de producción, tecnología requerida, como también establecer la micro y macro localización.

En el **Estudio Legal y Administrativo** se propone la figura jurídica que va adoptar la empresa y se elabora en base a los requerimientos organizacionales específicos, los organigramas tanto estructural como funcional. Luego se realiza la descripción y análisis de cada uno de los puestos.

En el **Estudio Financiero** se considera todas las cantidades necesarias para determinar la inversión inicial, se da a conocer los gastos totales de operación y se estructura los presupuestos proyectados. Esta información proporcionó la elaboración del estado de partidas y ganancias y flujo de caja proyectados. Con los costos fijos y variables establecidos se determinó el punto de equilibrio en función de la capacidad instalada y las ventas.

Finalmente se realizó la **Evaluación del Proyecto** para establecer su eficacia y ejecución para lo cual se analizó los siguientes indicadores: el Valor Actual Neto (VAN); la Tasa Interna de Retorno (TIR); la Relación Beneficio Costo (RB/C); el Periodo de Recuperación del Capital (PRC); el Análisis de Sensibilidad en Aumento en los Costos y el Análisis de Sensibilidad en Disminución en los Ingresos los mismo que mostraron que es favorable la puesta en marcha del proyecto.

Las Conclusiones que detallan lo más destacado del proyecto como: que existe una demanda insatisfecha que se cubrirá con la nueva empresa, entre otras **y las Recomendaciones** a las cuales se llegaron con la investigación y las sugerencias necesarias para su posterior implementación. **La bibliografía** que sirvió como referente teórico para la culminación del proyecto, **los anexos** respectivos y el índice.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

1. MARCO REFERENCIAL

1.1. Definición de pankeys

Es una pequeña porción de torta para una persona. Se hornean en un molde igual que el de magdalenas y muffins. En el molde se colocan unos papeles llamados cápsulas.(Rosello, 2002)



1.1.1. Historia del pankeys

Su primera mención puede rastrearse hasta el año de 1796, cuando Amelia Simmons utilizó este término para una «tartaleta que se cocina en pequeñas tazas», en su libro *American Cookery*. La documentación más antigua en la que ya aparece el término pankeys o cupcakes fue en el recetario de Eliza Leslie *Seventy-five Recipes for Pastry, Cakes, and Sweetmeats* (Setenta y cinco recetas de pasteles, tortas y dulces) publicado en 1828.(Leslie, 1828)

Antes de que los moldes para pankeys y cupcakes estuvieran ampliamente disponibles, estos se cocinaban a menudo en recipientes de barro individuales o en copas. Por eso, el uso del nombre ha persistido en idioma inglés. El nombre de Fairy cake (torta de hadas) es una descripción fantasiosa de su tamaño, ya que según los pasteleros sería apropiado para una fiesta de hadas. (Leslie, 1828)

1.1.2. Beneficios de los pankeys o cupcakes.

- ✓ Además de ser un postre riquísimo, tiene la ventaja de adoptar diferentes diseños y sabores según la ocasión o el gusto personal.
- ✓ Mucha gente opta por recurrir a los cupcakes cuando se trata de regalar un pequeño detalle o en celebraciones de todo tipo, sustituyendo a la típica rebanada de pastel.
- ✓ Tienen el tamaño perfecto.
- ✓ Se pueden transportar fácilmente.
- ✓ No necesitan de cubiertos para comerlos.
- ✓ Son lo suficientemente grandes para satisfacer el apetito pero idealmente pequeños para no caer en la culpa por cuestiones de calorías.
- ✓ Por si fuera poco, son fáciles y rápidos de preparar.
- ✓ No suelen llevar muchos ingredientes.

1.2. La Banana



“Es una fruta muy completa, energética, rica en fibra, y en muchos otros nutrientes que nuestro organismo necesita para funcionar adecuadamente.

Es rica en triptófano, razón por la cual, según un estudio, se encontró útil en el tratamiento de depresión. El triptófano, es un antidepresivo natural, que actúa regulando los niveles de serotonina en el cerebro favoreciendo al estado de ánimo.

Además, **el plátano, o banana aporta potasio**, útil para prevenir los calambres musculares. Pero esto, son solo algunos ejemplos de los beneficios de consumirlo.(Perez-Cotapos, 2006)

1.2.1. Descripción

Se trata de una fruta, cuya pulpa es comestible. “**Musa sapientum**” es nombre botánico y se obtiene del platanero o bananero. Estos árboles suelen crecer en climas cálidos siendo en promedio 27° C su temperatura ideal para el crecimiento.

La fruta puede consumirse cruda o cocinada una vez que se cosecha.

1.2.2. Características nutricionales

La **banana es rica fuente de carbohidratos**, por lo que es considerada una fruta energética, es por ello que es ideal para deportistas, y personas que realizan actividad física extenuante.

Además de la energía, también es fuente de vitaminas tales como la vitamina A, vitamina C, ácido fólico, del complejo B, y vitamina E. Entre los minerales que aporta, se encuentra el potasio, el hierro y el magnesio.(Perez-Cotapos, 2006)

1.2.3. ¿Para qué es bueno consumir bananas?

Debido a su contenido en hidratos de carbono, las bananas se han ganado una mala fama, como fruta que promueve la obesidad, pero esto no necesariamente es así. Muy por el contrario, consumir banana en las porciones adecuadas, puede ser beneficiosa, y además útil en la prevención y tratamiento de algunos padecimientos.

Tensión arterial: Esta singular fruta tropical tiene un contenido muy alto de potasio, pero es baja en sal, haciéndola el alimento perfecto para ayudar a vencer la tensión arterial alta. Tan es así, que la Administración de Alimentos y Drogas de los Estados Unidos acaba de permitir que la industria bananera

afirme oficialmente que esta fruta es capaz de reducir el riesgo de la tensión arterial alta.

Úlceras: La banana es un alimento que forma parte de la dieta para los desórdenes intestinales por su textura blanda y su suavidad. Es la única fruta cruda que se puede comer sin sufrimiento en los casos de úlcera crónica. También neutraliza la Hiperacidez y reduce la irritación, ya que recubre las paredes del estómago.

Anemia: La banana tiene un alto contenido de hierro y puede estimular la producción de la hemoglobina en la sangre, mejorando de esta manera los casos de anemia.

Después de la ingesta de licores:Una de las maneras más rápidas de combatir una gran resaca de alcohol es tomarse un batido de banana endulzada con Miel de Abeja. La banana calma el estómago y, con la ayuda de la miel, aumenta los niveles reducidos de azúcar en la sangre, mientras la leche calma y rehidrata su sistema.

Acidez: La banana tiene un efecto antiácido natural en el cuerpo; así que, si usted sufre de acidez pruebe a comerse un cambur para obtener un alivio calmante.

Estreñimiento: Por su alto contenido de fibra, el incluir las bananas en la dieta puede ayudar a restaurar la acción intestinal normal, ayudando así a sobrevenir el problema sin necesidad de recurrir a los laxantes.

Síndrome Premenstrual (SPM): Olvídese de los medicamentos y cómase una banana. La vitamina B6 que contiene el cambur regula los niveles de glucosa en la sangre, los cuales pueden afectar su estado de ánimo.

Tratamientos para la Piel

Verrugas: Las personas entusiastas de las alternativas naturales afirman que, si se desea eliminar una verruga, coloque sobre ésta un pedazo de cáscara de banana con la parte amarilla hacia fuera. Mantenga la cáscara en su lugar con un emplasto o cinta quirúrgica.

Picaduras de mosquitos: En vez de untarse crema para picadas de insectos, pruebe con frotar el área afectada con la parte interior de la cáscara de una banana. Muchas personas encuentran que esto asombrosamente reduce la hinchazón y la irritación.

Afecciones Emocionales

Depresión: Según una encuesta reciente llevada a cabo por MIND entre personas que sufrían de la depresión, muchos se sentían mejor después de comer una banana. Esto se debe a que la banana contiene Triptófano, un tipo de proteína que el cuerpo convierte en Serotonina (neurotransmisor), la cual, como se sabe, le hace relajarse, mejora su estado de ánimo y en general, le hace sentirse más feliz.

Nervios: La banana tiene un alto contenido del Complejo Vitamínico B, el cual ayuda a calmar el sistema nervioso.

Control de la temperatura y del temperamento:

Muchas otras culturas consideran la banana una fruta refrescante que puede bajar tanto la temperatura física como el temperamento emocional de las mujeres embarazadas. En Tailandia, por ejemplo, las mujeres embarazadas comen bananas para asegurar que sus bebés nazcan con un temperamento tranquilo.

¿Exceso de peso y de trabajo?

Estudios efectuados en el Instituto de Psicología de Austria, encontraron que las presiones de trabajo originan el consumo excesivo de alimentos como el chocolate y las papitas fritas. Al observar a 5.000 pacientes hospitalizados, los investigadores encontraron que era más probable que los más obesos tuvieran trabajos con mucha presión. El informe concluyó que, a fin de evitar las ansias de comer inducidas por el pánico, necesitamos controlar el nivel de azúcar en nuestra sangre con meriendas cada dos horas de alimentos con un alto contenido de carbohidratos, tales como los cambures, a fin de mantener el nivel de azúcar estable.

ESTRÉS: El potasio es un mineral esencial que ayuda a normalizar el ritmo cardíaco, envía oxígeno al cerebro y regula el balance hídrico del cuerpo.

Cuando estamos estresados, nuestro índice metabólico aumenta, reduciendo nuestros niveles de potasio.

El Fumar: La banana puede ayudar a las personas a tratar de dejar de fumar, puesto que sus niveles altos de Vitamina C, A1, B6 y B12, así como de potasio y de magnesio, ayudan al cuerpo a recuperarse de los efectos de la abstinencia de la nicotina.

Capacidad intelectual: Las investigaciones han demostrado que el alto contenido de potasio de esta fruta puede ayudar en el aprendizaje, ya que hace a los alumnos más despiertos.

Como podemos ver, la banana es realmente un remedio natural para muchos males. Al compararlo con la manzana, tiene 4 veces más proteínas, el doble de carbohidratos, el triple de fósforo, cinco veces más Vitamina A y hierro y el doble de las otras vitaminas y minerales. Además, es rico en potasio y representa uno de los alimentos más económicos que existen.

Porción recomendada

La porción recomendada de la banana depende de sus variedades, ya que su tamaño también es variable.

La banana común, se recomienda media pieza como una porción de fruta, lo cual corresponde a 60 calorías aproximadamente, mientras que una pieza completa nos aporta alrededor de 120 calorías, la cual se puede consumir sin

temor de que afecte nuestro peso, en una dieta bien balanceada. Cuando es una variedad de banana pequeño, se puede consumir una pieza completa y considerarla una porción de fruta.

1.2.4. Beneficios de consumir bananas

Además de ser nutritiva, las bananas resultan muy beneficiosas para nuestra digestión. Si se consume cocida antes de cada comida, puede ayudarnos a neutralizar la acidez gástrica, prevenir dolor estomacal, y evitar o reducir el ardor por la acidez.

Su consumo también favorece la cicatrización de las úlceras estomacales. Su consumo habitual también es beneficioso para casos de colitis y hemorroides.

Recomendaciones para consumir la fruta

La banana es una fruta que puede resultar difícil de digerir cuando se consume verde, por lo que se recomienda que esté maduro antes de su consumo. Además, es recomendable retirarle los hilos fibrosos que posee, y masticar bien.

La fruta también puede comerse cocida, e incluso puede llegar a formar parte de deliciosos platillos. En el caso de diabéticos, es recomendable consumir con moderación, una porción al día, combinada con un alimento fuente de proteína como leche o yogurt “. (Rosello, 2002)

2. MARCO CONCEPTUAL

2.1. CONCEPTO DE EMPRESA

“Es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos”. El autor menciona que la empresa “es una organización social por ser una asociación de personas para la explotación de un negocio y que tiene por fin un determinado objetivo, que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social “. (CHIAVENATO, 1993)

2.2. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

“Los criterios más habituales para establecer una tipología de las empresas son los siguientes:

2.2.1. Según el Sector de Actividad:

- **Empresas del Sector Primario:** También denominado extractivo, ya que el elemento básico de la actividad se obtiene directamente de la naturaleza: agricultura, ganadería, caza, pesca, extracción de áridos, agua, minerales, petróleo, energía eólica, etc.
- **Empresas del Sector Secundario o Industrial:** Se refiere a aquellas que realizan algún proceso de transformación de la materia prima.
- **Empresas del Sector Terciario o de Servicios:** Incluye a las empresas cuyo principal elemento es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales.

2.2.2. Según el Tamaño:

Existen diferentes criterios que se utilizan para determinar el tamaño de las empresas, como el número de empleados, el tipo de industria, el sector de actividad, el valor anual de ventas, etc.

- **Grandes Empresas:** Se caracterizan por manejar capitales y financiamientos grandes, por lo general tienen instalaciones propias, sus ventas son de varios millones de dólares, tienen miles de empleados de confianza y sindicalizados, cuentan con un sistema de administración y operación muy avanzado y pueden obtener líneas de crédito y préstamos importantes con instituciones financieras nacionales e internacionales
- **Medianas Empresas:** En este tipo de empresas intervienen varios cientos de personas y en algunos casos hasta miles, generalmente tienen sindicato, hay áreas bien definidas con responsabilidades y funciones, tienen sistemas y procedimientos automatizados
- **Pequeñas Empresas:** En términos generales, las pequeñas empresas son entidades independientes, creadas para ser rentables, que no predominan en la industria a la que pertenecen, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que las conforman no excede un determinado límite
- **Microempresas:** Por lo general, la empresa y la propiedad son de propiedad individual, los sistemas de fabricación son prácticamente

artesanales, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos, los asuntos relacionados con la administración, producción, ventas y finanzas son elementales y reducidos y el director o propietario puede atenderlos personalmente

2.2.3. Según la Propiedad del Capital:

Se refiere a si el capital está en poder de los particulares, de organismos públicos o de ambos. En sentido se clasifican en:

- **Empresa Privada:** La propiedad del capital está en manos privadas
- **Empresa Pública:** Es el tipo de empresa en la que el capital le pertenece al Estado, que puede ser Nacional, Provincial o Municipal
- **Empresa Mixta:** Es el tipo de empresa en la que la propiedad del capital es compartida entre el Estado y los particulares

2.2.4. Según el Ámbito de Actividad:

Esta clasificación resulta importante cuando se quiere analizar las posibles relaciones e interacciones entre la empresa y su entorno político, económico o social. En este sentido las empresas se clasifican en:

- **Empresas Locales:** Aquellas que operan en un pueblo, ciudad o municipio
- **Empresas Provinciales:** Aquellas que operan en el ámbito geográfico de una provincia o estado de un país

- **Empresas Regionales:** Son aquellas cuyas ventas involucran a varias provincias o regiones
- **Empresas Nacionales:** Cuando sus ventas se realizan en prácticamente todo el territorio de un país o nación
- **Empresas Multinacionales:** Cuando sus actividades se extienden a varios países y el destino de sus recursos puede ser cualquier país.

2.2.5. Según el Destino de los Beneficios:

Según el destino que la empresa decida otorgar a los beneficios económicos (excedente entre ingresos y gastos) que obtenga, pueden categorizarse en dos grupos:

- **Empresas con Ánimo de Lucro:** Cuyos excedentes pasan a poder de los propietarios, accionistas, etc.
- **Empresas sin Ánimo de Lucro:** En este caso los excedentes se vuelcan a la propia empresa para permitir su desarrollo.(CHIAVENATO, 1993)

2.3. ESTUDIO DE MERCADO

2.3.1. Definición

“El mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y el precio.

Es un aspecto clave para el proyecto ya que determina los bienes o servicios que serán demandados por la comunidad, por tal motivo se necesita comprobar la existencia de un cierto número de agentes económicos que en ciertas condiciones de precios e ingresos ocasionen una demanda que justifique la puesta en marcha del proyecto. El estudio obliga por tanto a la realización de un análisis profundo de la oferta, demanda, precios, comercialización; es decir determinar: cuanto, a quien, como y donde se venderá el producto o servicio.

2.3.2. Objetivos del Estudio de Mercado

- Verificar que existe un mercado insatisfecho y que es viable desde el punto de vista operativo, introducir en ese mercado el producto objeto de estudio.

- Demostrar que tecnológicamente es posible producirlo, una vez que se verifíco que no existe impedimento alguno en el abastecimiento de todos los insumos necesarios para su producción.

- Demostrar que es económicamente rentable llevar acabo su realización.

Variables

- Análisis del contexto o del entorno
- Análisis del producto o servicio
- Análisis de la demanda
- Análisis de la oferta
- Análisis del precio

- Análisis del plan de mercadeo o comercialización “(Padilla, Formulación y Evaluación de Proyectos Segunda Edición Autor: , 2011)

2.3.3. DEMANDA

“Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o demanda de mercado”

2.3.3.1. Tipos de Demanda

- **“Demanda Potencial.-**Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto, en el mercado.
- **Demanda Real.-** Esta constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consume o utiliza de un producto.
- **Demanda Efectiva.-** La cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado.
- **Demanda Insatisfecha.-**Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad”(Mora, 2004)

2.3.4. LA OFERTA

“La oferta es una relación que muestra las cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos a ofrecer para cada precio disponible durante un periodo de tiempo dado si todo lo demás permanece constante”.

- **De libre mercado:** En ella existe tal cantidad de oferentes del mismo producto que su aceptación depende básicamente de la calidad, el beneficio que ofrece y el precio. No existe dominio de mercado.
- **Oligopólica:** En la cual el mercado se encuentra dominado por unos pocos productores, los mismos que imponen sus condiciones de cantidad, calidad y precios.
- **Monopólica:** En la cual existe un productor que domina el mercado y por tanto el impone condiciones de cantidad, calidad y precio del producto”(Kotler Philip, 2004)

2.3.5. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

- **Producto**

“Producto es la comercialización del bien, cualquier cosa que pueda ofrecerse para satisfacer una necesidad o deseo. Abarca objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas.

La política de producto incluye el estudio de 4 elementos fundamentales:

- La cartera de productos
- La diferenciación de productos
- La marca
- La presentación

- **Precio**

Al precio se lo define como “la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios, o como la cantidad de dinero que es necesario entregar para adquirir un bien.

- Los costes de producción, distribución.
- El margen que desea obtener.

- **Plaza o Distribución**

Es la transferencia de un bien o servicio del productor al consumidor o usuario industrial. Las decisiones sobre el canal de distribución o comercialización se encuentran entre las más importantes que debe tomar la administración, pues afecta de manera directa todas las demás decisiones de mercadotecnia.

- **Canales de distribución.** Los agentes implicados en el proceso de mover los productos desde el proveedor hasta el consumidor.

- **Planificación de la distribución.** La toma de decisiones para implantar una sistemática de cómo hacer llegar los productos a los consumidores y los agentes que intervienen (mayoristas, minoristas).
- **Distribución física.** Formas de transporte, niveles de stock, almacenes, localización de plantas y agentes utilizados.
- **Promoción**

La comunicación persigue difundir un mensaje y que éste tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado. Los objetivos principales de la comunicación son:

- Comunicar las características del producto.
- Comunicar los beneficios del producto.

Que se recuerde o se compre la marca/producto”.(Padilla, Formulación y Evaluación de Proyectos Segunda Edición Autor: , 2011)

2.4. ESTUDIO TÉCNICO

2.4.1. Definición

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

2.4.2. Objetivo

El objetivo central de estudio técnico es determinar si es posible elaborar y vender el producto/servicio con la calidad, cantidad y costo requeridos. Para ello, es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, suministros, consumos unitarios, procesos, recursos humanos en cantidad y calidad, proveedores, etc.

2.4.3. Ingeniería o Diseño del Producto o Servicio

La ingeniería del producto se define las especificaciones técnicas en la elaboración del producto o prestación del servicio y establece un conjunto de pautas o pasos que sirven de guía general para hacer realidad la idea empresarial.

2.4.4. Tamaño del Proyecto

Mide la capacidad de producción de bienes o prestación de servicios, definido con relación con el tiempo; o cantidad de productos por unidad de tiempo que se puede obtener con los factores de producción elegidos. Tenemos los siguientes factores:

- ✓ Tamaño del Mercado
- ✓ Capacidad Financiera
- ✓ Disponibilidad de Insumos Materiales y Humanos
- ✓ Transporte”

2.4.5. Proceso Productivo

Según(Urbina., 2010)” Es la descripción sistemática de la secuencia de operaciones a que se someten los insumos en su estado inicial, para llegar a obtener los productos en su estado final. (VARELA R. , 2008)

Tenemos las siguientes variables:

- ✓ Insumos o Estado Inicial
- ✓ Proceso Productivo o de Transformación
- ✓ Resultado final o Producto

2.4.6. PROCESO DE PRODUCCIÓN:

El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos.(URBINA G. B., 2006)

2.4.6.1. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.

“Para representar y analizar el proceso productivo existen varios métodos, el empleo de cualquiera de ellos dependerá de los objetivos de estudio. Algunos son muy sencillos como:

- ✓ **Diagrama de bloques:** es el método más sencillo para representar un proceso, consiste en que cada operación unitaria ejercida sobre la materia prima se encierra en un rectángulo: cada rectángulo o bloque se

une con el anterior y posterior por medio de flechas que indican tanto la secuencia de las operaciones como la dirección del flujo.

- ✓ **Diagrama de flujo de procesos:** aunque el diagrama de bloques también es un diagrama de flujo, no posee tantos detalles e información como el diagrama de flujo, donde se utiliza un simbología internacionalmente aceptada para representar las operaciones efectuadas.

2.4.6.2. Ingeniería de la Planta

Es la forma técnica de disponer la mejor ubicación de los equipos y demás elementos físicos en la empresa, para facilitar la circulación de los materiales y de las personas.

2.4.6.3. Localización de la Planta

En el estudio de la localización de la empresa se analizan los siguientes factores que contribuyen a la toma de decisiones, por que minimizan los costos de inversión y de operación del proyecto:

➤ Legislación

- ✓ Reglamentos de Urbanización vigentes tanto a nivel regional como local.
- ✓ Impuestos Nacionales y distritales

➤ **Topografía**

- ✓ Naturaleza del Terreno
- ✓ Riesgos de Inundación
- ✓ Humedad

➤ **Condiciones Locales**

- ✓ Características de la vecindad (Clase social, seguridad).
- ✓ Riesgos (Posibles incendios).
- ✓ Espacio disponible para nuevas ampliaciones.

➤ **Servicios Públicos**

- Alcantarillado
- Medios de Comunicación
- Energía (Para Uso Industrial)
- Agua

➤ **Vías de Comunicación**

Cercanía a los puestos de comercialización del producto y proveeduría de materia prima e insumos.

➤ **Costos**

- Transporte
- Arriendo
- Servicios Públicos “

2.5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

2.5.1. ORGANIZACIÓN DEL RECURSO HUMANO Y ORGANIZACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

“El estudio organizacional no es suficientemente analítico en la mayoría de los casos. Lo cual impide una cuantificación correcta, tanto de la inversión inicial como de los gastos de administración.

2.5.2. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

En toda actividad organizada se plantea una división del trabajo y una coordinación de esas tareas para llegar al trabajo final. Todo esto nos lleva a distribuir, asignar y coordinar las tareas dentro de la organización.

2.5.3. Filosofía

Es la estructura conceptual que la organización define para orientar o inspirar el comportamiento de la misma y que responde a las cuestiones fundamentales de la existencia de la empresa. Se la desarrolla de acuerdo a 3 elementos fundamentales que son:

- Misión
- Visión
- Valores
- Objetivos
- Políticas

2.5.4. Base Legal

Es la constitución de una empresa bajo los preceptos de la ley de compañías.

Está compuesta por:

- Minuta
- Acta de Constitución de la Empresa

2.5.5. Áreas es las que se Estructura una Empresa

Son los diferentes departamentos que posee una empresa.

- Área Administrativa
- Área Financiera
- Área Operativa

2.5.6. Organización en Función de los Niveles Jerárquicos

Es la estructura organizativa con que esta cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma, en ella se establece los siguientes niveles jerárquicos de autoridad.

2.5.6.1. Niveles Jerárquicos de Autoridad

La jerarquía cuando se individualiza podría definirse como el status o rango que posee un trabajador dentro de una empresa, así el individuo que desempeña como gerente goza indudablemente de un respetable status dentro

de la misma, pero la diferencia de este individuo en su cargo también condicionará su mayor o menor jerarquía dentro de una empresa.

- **Nivel legislativo-directivo**

El máximo nivel de dirección de la empresa son los que dictan la políticas y reglamentos bajo los cuales opera, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomara el nombre de junta general de socios o junta general de accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se haya constituido. Es el órgano máximo de dirección de empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos. Para su actuación está representado por la presidencia.

- **Nivel ejecutivo**

Este nivel está conformado por el gerente administrador, el cual será nombrado por el nivel legislativo directo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

- **Nivel asesor**

Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como es el caso por ejemplo de las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes. Generalmente toda empresa cuenta con un asesor jurídico sin que por ello se descarte la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales de otras áreas en caso de requerirlo.

- **Nivel de apoyo**

Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directamente con las actividades administrativas de la empresa.

- **Nivel operativo**

Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo.

Para que Sirven los Organigramas

- División de Funciones
- Los Niveles Jerárquicos
- Las Líneas de Autoridad y Responsabilidad
- La Naturaleza lineal o staff del departamento

Las relaciones Existentes entre los Diversos Puestos de Trabajo y en cada Departamento o Sección”.(Mora, 2004)

2.5.7. Organigramas

Es la representación gráfica de la estructura orgánica que muestra la composición de las unidades administrativas que la integran y sus respectivas relaciones.

Comprende las funciones o responsabilidades de cada área de la empresa.

2.5.7.1. Manuales de Funciones

Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos:

- Relación de Dependencia (Ubicación interna)

- Dependencia Jerárquica. (Relaciones de autoridad)
- Tareas Principales
- Tareas Secundarias
- Responsabilidades
- Requerimiento para el Puesto.

2.6. ESTUDIO ECONOMICO- FINANCIERO

2.6.1. Definición

“El estudio económico trata, de determinar cuál será la cantidad de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realice, es decir, cuánto dinero se necesita para que la planta opere.

2.6.2. Fases

Las fases del estudio económico financiero son:

2.6.2.1. Inversiones

Representan colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro, ya sea, por la realización de un interés, dividendo o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición.

2.6.2.2. Activos Fijos

Bienes de propiedad de la empresa dedicados a la producción y distribución de los productos o servicios por ellas ofrecidos. Adquiridos por un considerable tiempo y sin el propósito de venderlos.

2.6.2.3. Activos Diferidos

Son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados por la empresa.

2.6.2.4. Capital de Trabajo

Es la inversión de dinero que realiza la empresa o negocio para llevar a efectos su gestión económica y financiera a corto plazo.

2.6.3. Presupuesto

El presupuesto permite a la empresa establecer planes de acción de gastos para periodos futuros.

2.6.3.1. Tipos de presupuesto

- ✓ **Presupuesto de Ventas:** La elaboración de este presupuesto precisa determinar las unidades a vender de cada producto y los precios de venta.
- ✓ **Presupuesto de Producción:** Contiene el número de unidades que se producirán en el período considerado. Para determinarlo, es preciso conocer el número de unidades que se venderán y el nivel inicial y el deseable como final de existencias de artículos terminados, con el fin de determinar las unidades a producir.

✓ **Presupuesto de Gastos Administrativos**

Son gastos relacionados directamente con la actividad administrativa de la empresa.

✓ **Presupuesto de Gastos de Ventas**

Son aquellos valores estimados que se los empleara para dar a conocer los bienes o servicios que ofrece la empresa.

✓ **Presupuesto Financiero**

Comprende todos los gastos relacionados con el financiamiento del proyecto.

2.6.4. Análisis de Costos

2.6.4.1. Costos

Es la suma de recursos y esfuerzos que se han invertido para producir algo útil.

2.6.4.2. Análisis de Costos

Es una disciplina formal (técnica) a utilizarse para evaluar, o ayudar a evaluar, en el caso de un proyecto o propuesta, que en sí es un proceso conocido como evaluación de proyectos; o un planteamiento informal para tomar decisiones.

2.6.4.3. Costos Fijos

Son gastos que no cambian con el volumen total de las ventas o la cantidad de modificaciones que se realizan en la producción.

2.6.4.4. Costos Variables

Son aquellos que se modifican de acuerdo con el volumen de producción

2.6.4.5. Costos Total de Producción

Son todos los costos relacionados con la producción de un bien, es decir son la suma de los costos fijos y los costos variables.

2.6.4.6. Costo Unitario de Producción

Es el valor que se obtiene dividiendo el costo total para el número de unidades producidas al año.

2.6.4.7. Precio de Venta al Público

Se lo calcula dividiendo el costo unitario para en % del margen de utilidad.

2.6.5. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es un indicador financiero con el cual se puede analizar hasta donde una empresa debe producir para no tener ni pérdidas ni ganancias.

Se lo analiza de la siguiente manera.

EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que genera; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula.

$$PE (Ventas) = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{Ventas}}$$

✓ **EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

Se basa en la capacidad de producción de la planta; determina el % de capacidad al que debe trabajar la máquina para que su producción pueda cubrir los costos. Para su cálculo se aplica la siguiente fórmula.

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} * 100 =$$

2.6.6. Análisis Financiero

Es una herramienta que permite realizar comparaciones relativas de distintos negocios y facilita la toma de decisiones de inversión, financiación, planes de acción, control de operaciones, reparto de dividendos, entre otros.

2.6.6.1. Financiamiento

Son fuentes con las que se contara para la inversión estas son: Capital propio y Capital externo.

2.6.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

Es el que muestra los productos, rendimientos, ingresos, rentas, utilidades, ganancias, costos, gastos y pérdidas correspondientes a un periodo determinado, con objeto de calcular la utilidad neta o la pérdida líquida obtenida durante dicho periodo.

2.6.6.3. Flujo de Caja

El flujo de fondos o flujo de caja consiste en un esquema que presenta sistemáticamente los costos e ingresos registrados año por año (o período por período). Estos se obtienen de los estudios técnicos de mercado, administrativo”.(Marcial, 2005)

2.6.7. EVALUACIÓN FINANCIERA

“La Evaluación Financiera es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto.

2.6.7.1. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) es uno de los métodos básicos que toma en cuenta la importancia de los flujos de efectivo en función del tiempo. Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor también actualizado de las inversiones y otros egresos de efectivo.

2.6.7.1.1. IMPORTANCIA:

El valor actual neto es muy importante para la valoración de inversiones en activos fijos, a pesar de sus limitaciones en considerar circunstancias imprevistas o excepcionales de mercado; es decir si su valor es mayor a cero, el proyecto es rentable, considerándose el valor mínimo de rendimiento para la inversión.

2.6.7.1.2. DETERMINACIÓN DEL VALOR ACTUAL NETO:

Para determinar el VAN se consideran los siguientes criterios:

- Si el VAN de un proyecto es Positivo, el proyecto Crea Valor.
- Si el VAN de un proyecto es Negativo, el proyecto Destruye Valor.
- Si el VAN de un proyecto es Cero, el Proyecto No Crea ni Destruye Valor.

Formula:

$$VAN = \sum F.N.A - I$$

2.6.7.2. FACTOR DE ACTUALIZACIÓN:

El Factor de actualización permite actualizar periódicamente el tipo de monto a pagar, tomando en cuenta la variación del precio del bien o servicio durante el período contratado. Este factor será aplicable a cada período y por todos los períodos transcurridos desde la integración del consumidor al grupo.

-Formula: $F.A = \frac{1}{(1+i)^n}$

2.6.7.3. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

“La tasa interna de rentabilidad (TIR) de un proyecto de inversión es la tasa de descuento que es el rendimiento del proyecto calculado en el tiempo de vida útil del mismo.

2.6.7.3.1. IMPORTANCIA:

La Tasa Interna de Retorno es de gran importancia, ya que por medio de ella nos permitirá conocer si el proyecto se lo aceptara, dependiendo si el costo de capital es mayor, o se lo rechazara si el costo de capital es menor, ya que estos dos factores permitirán determinar si el proyecto es rentable o no.

2.6.7.3.2. DETERMINACIÓN DE LA TASA INTERNA DE RETORNO:

Para determinar la TIR se da a conocer lo siguiente:

-Si la TIR es mayor al costo de capital se acepta el proyecto.

-Si la TIR es menor al costo de capital se rechaza el proyecto.

-Si la TIR es igual al costo de capital será indiferente llevar a cabo el proyecto.

-Formula: $TIR = t_m + Dt \left(\frac{VAN_m}{VAN_m - VANM} \right)$

2.6.7.4. RELACIÓN BENEFICIO COSTO (R/BC)

El indicador beneficio costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido.

2.6.7.4.1. IMPORTANCIA:

La relación beneficio costo es de gran importancia, puesto que permite determinar la viabilidad del producto, y conocer cuánto se va a ganar por cada dólar invertido, con el fin de saber las ganancias que se tendrá por el producto comercializado.

2.6.7.4.2. DETERMINACIÓN DE LA RELACIÓN BENEFICIO COSTO:

“Para determinar la R/BC se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

-Si la R/BC es mayor a 1 se puede realizar el proyecto.

-Si la R/BC es menor a 1 se debe rechazar el proyecto.

-Si la R/BC es igual a 1 es indiferente el proyecto.

-Formula:

$$R/BC = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

2.6.7.5. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL (P/RC)

El periodo de recuperación de una inversión es el tiempo que tardará en recuperarse el capital que fuera invertido para iniciar las actividades de la empresa.

2.6.7.5.1. IMPORTANCIA:

El periodo de recuperación de capital nos ayudara a conocer el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial de efectivo de la empresa.

2.6.7.5.2. DETERMINACIÓN DEL PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Para determinar el P/RC se dará a conocer el tiempo en que la empresa recuperara lo invertido.

$$\text{-Formula: P/RC} = \left(\frac{\sum \text{F.N.A} - \text{Inversión}}{\text{F.N.A (Ultimo periodo)}} \right)$$

2.6.7.6. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD:

“El análisis de sensibilidad permite determinar cuándo una solución sigue siendo óptima, dados algunos cambios ya sea en el entorno del problema; puesto que este análisis consiste en determinar qué tan sensible es la

respuesta óptima del proyecto al cambio de algunos datos como las ganancias o costos unitarios o la disponibilidad de los recursos.

I2.9.7.6.1. MPORTANCIA: El análisis de sensibilidad es una de las partes más importantes, sobre todo para la toma de decisiones; pues permite determinar cuándo una solución sigue siendo óptima, dados algunos cambios, ya sea en el entorno del problema, en la empresa o en los datos del problema mismo. (Padilla, Formulación y Evaluación de Proyectos Segunda Edición Autor: , 2011)

Formula:
$$TIR = Tm + Dt\left(\frac{VANMenor}{VANMenor - VANMayor}\right)$$

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR

Porcentaje de Variación = Dif. TIR / TIR del Proyecto

Coefficiente de Sensibilidad = Porcent. Var. / Nueva TIR

e. MATERIALES Y METÓDOS

1. MATERIALES

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se aplicó diferentes materiales, métodos y técnicas de investigación, los mismos que nos proporcionaron información veraz y oportuna de acuerdo al proyecto investigativo propuesto. Así tenemos:

- Suministros de Oficina: carpetas, esferográficos, papel bond, lápices, tinta para impresora, copias.
- Equipos de Oficina como: Computadora, sumadora, impresora, Grapadora, Perforadora, Flash memory, Cd.

2. MÉTODOS

Para el desarrollo de la investigación se utilizó algunos métodos, técnicas y procedimientos que coadyuvaron al buen término de la misma.

Método Inductivo

Este método me sirvió al realizar el estudio de mercado para definir el grado de aceptación del pankeys por el segmento de la población encuestada, lo que permitió analizar las opiniones y el comportamiento de los clientes sobre el consumo del producto en la ciudad de Loja, así como también para conocer la demanda y oferta generada de pankeys.

En el estudio técnico este método se aplicó cuando se realizó el análisis de la capacidad utilizada, también al realizar el diseño de las instalaciones de la empresa productora y comercializadora de pankeys de banana, el cual permitió visualizar las áreas en donde se desarrollaron las diferentes actividades del proyecto y por otro lado en la organización del proyecto en donde se estableció los organigramas tanto estructural y funcional así como el manual de funciones.

En el estudio financiero se lo aplicó cuando se hizo el análisis de la evaluación financiera, la cual sirvió para determinar no sólo la inversión que requiere el proyecto sino también su factibilidad.

Método Deductivo

Este método se lo aplicó al realizar el análisis general del mercado existente en la ciudad de Loja llegando así a identificar el mercado meta.

En el estudio técnico sirvió para analizar la macro y micro localización de la empresa; en el estudio organizacional sirvió para conocer los diferentes tipos de compañías y determinar cuál es la más conveniente para el proyecto; en el estudio financiero para analizar los costos que debe someterse la empresa y terminar con los diferentes indicadores de evaluación del proyecto como: VAN, TIR, RBC, PRC y el Análisis de Sensibilidad.

Método Descriptivo- Analítico

El mismo que permitió describir la realidad de la demanda oferta y resultados reflejados en el análisis e interpretación de los resultados, así como también describir como se efectuara el plan de comercialización y estructura administrativa de la empresa.

La utilización del método analítico nos facilitó el interpretar los hechos de la realidad del mercado al desintegrar por variables los componentes del mismo, esto es gustos, preferencias, hábitos de compras y en definitiva la amplia gama de factores intervinientes en la decisión de compra y venta en el mercado.

Dicha interpretación se plasma en la estructuración de encuestas, entrevistas, observaciones y delineamiento de las técnicas apropiadas para afrontar dicho análisis.

3. TÉCNICAS

Observación Directa.- Esta técnica sirvió para poder observar los actores que participan en la comercialización del producto y de esta forma se obtuvo información relevante del caso en estudio.

Encuesta: Esta técnica me sirvió para recopilar información, para el estudio de mercado, a través de preguntas abiertas y cerradas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

Las encuestas se aplicaron a 397 familias de la ciudad de Loja para conocer si el producto va tener acogida en el mercado; y otra encuesta a los oferentes, los mismos que según la Dirección de Higiene Municipal de Loja tiene registradas a 819 panaderías (que abastecen a las tiendas barriales) que funcionan en la ciudad, de acuerdo al tamaño de la muestra se aplicara a 269 panaderías comercializadoras de pankeys.

PROYECCIÓN DE LA MUESTRA PARA LOS DEMANDANTES

Segmentación Demográfica:

Según los datos publicados por INEC en el último censo poblacional del 2010, la ciudad de Loja cuenta con una población de 180617 habitantes, con una tasa de crecimiento del 2.65%. La misma que proyectada para el año 2015 se obtuvo una población de 205851 habitantes, cuyos datos se describen:

Proyección de la Población

FÓRMULA

$$Pf = Po(1 + r)^n$$

$$Pf_{2015} = Po_{2010}(1 + 0.0265)^5$$

$$Pf_{2015} = Po_{180617} (1.0265)^5$$

SIMBOLOGÍA

Pf: Población final
Po: Población inicial
r: tasa de crecimiento poblacional
n: Número de años a proyectar
1: Constante

$$Pf_{2015} = P_o 180617 (1.13971)$$

$$Pf_{2015} = 205851 \text{ Habitantes}$$

Esta población de 205851 habitantes se divide para 4 que es el promedio de miembros por familia en la región 7; obteniendo un total de 51463 familias para el año 2015, siendo esta la población del universo para el presente estudio, cuyos cálculos se describen a continuación:

$$205851 / 4 = 51463 \text{ familias}$$

Muestra

Una vez definido el mercado al que se piensa cubrir, se procede a aplicar una de las fórmulas para una muestra o población finita, la misma que permitirá conocer el número de encuestas que se deben realizar en el mercado meta de la ciudad de Loja.

Tamaño de la Muestra:

$$n = \frac{N}{1 + N(E)^2}$$

$$n = \frac{51463}{1 + 51463(0.05)^2}$$

$$n = \frac{51463}{129.6575} = 396,9 \cong 397$$

n = tamaño de la muestra

1 = constante

N = tamaño de la población

Por tanto se aplica un total de 397 encuestas a las familias de la ciudad de Loja, cuya población y muestra es la siguiente:

Distribución Muestral:

Población y Muestra

Cuadro N° 1

Parroquias	Habitantes 2010	Tasa de Crecimiento	Porcentaje	Proyección 2015	Familias	Número Encuestas
EL VALLE	32511	2,65%	18.00%	37053	9263	71
EL SUCRE	63216	2,65%	35.00%	72048	18012	139
EL SAGRARIO	25286	2,65%	14.00%	28819	7205	56
SAN SEBASTIÁN	59604	2,65%	33.00%	67931	16983	131
TOTAL	180617	2,65%	100%	205851	51463	397

Fuente: INEC 2010 (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)

Elaboración: La Autora

Proyección de la Muestra para los Oferentes: Las Panificadoras de la Ciudad de Loja

Además a fin de establecer la oferta de este producto se realizó una encuesta a los oferentes, los mismos que según la Dirección de Higiene Municipal tiene registradas a 819 panaderías (que abastecen a las tiendas barriales) que funcionan en la ciudad, se estima que en el centro de la urbe existen dos y hasta tres panaderías por cuadra.

Fórmula para el Tamaño de la Muestra

$$n = \frac{N}{1+N(E)^2}$$

$$n = \frac{819}{1 + 819(0.05)^2}$$

n = tamaño de la muestra
1 = constante
N = tamaño de la población

$$n = \frac{819}{3,0475} = 268,7 \cong 269$$

Se aplicara a 269 panaderías comercializadoras de pankeys que serán encuestadas en la ciudad de Loja.

4. PROCEDIMIENTO

- Recopilada la información a través de la aplicación de los Instrumentos de Investigación como son la Encuesta; se procedió a organizar la información para presentarla mediante cuadros y gráficos estadísticos con su respectivo análisis e interpretación, información que permitió realizar el análisis de la oferta, la demanda , demanda insatisfecha y proponer estrategias de mercado.
- En base al estudio de mercado se procedió a realizar el análisis del tamaño y localización óptima del proyecto, considerando los factores que influyen para el estudio; así mismo se estableció el análisis de la ingeniería del proyecto considerando aspectos como: el componente tecnológico, el proceso productivo, los flujogramas de procesos entre otros; y se presentara una propuesta de la estructura Orgánica – Funcional de la empresa objeto de estudio.
- Posterior a ello se realizó un análisis económico – financiero para determinar el monto de la inversión y la forma de cómo se va a financiar la empresa: así mismo se procedió a elaborar en base a esta información los presupuestos de ingresos y gastos.

- Una vez que se realizó el estudio financiero se realizó los cálculos de los indicadores financieros como son: VAN, TIR, PRC y Análisis de Sensibilidad los mismos que se los realiza en base al flujo de caja.
- Por último se determinó las conclusiones y recomendaciones.

f. RESULTADOS

ENCUESTA APLICADA A LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE LOJA.

1. ¿Dentro de su alimentación consumen pankeys?

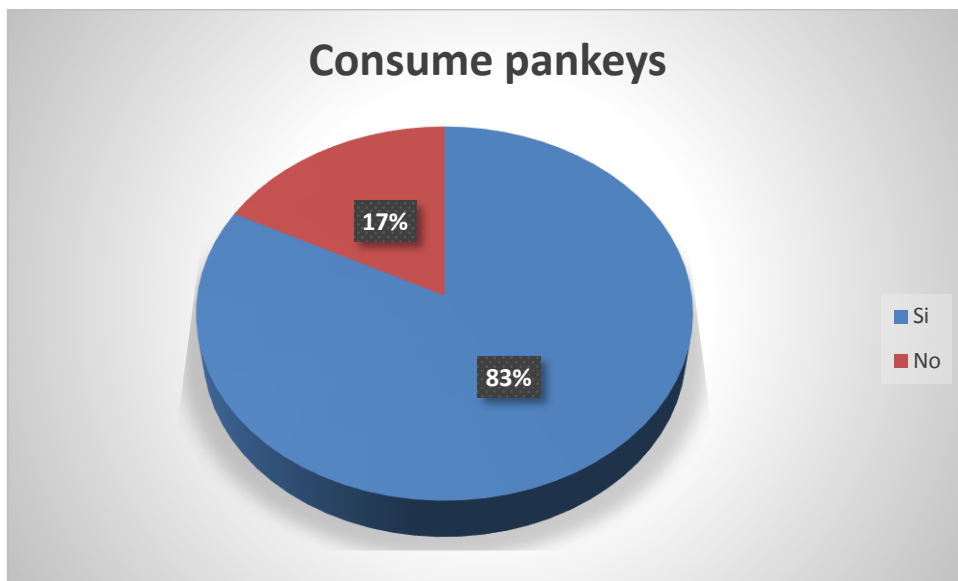
Cuadro Nº 2

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	328	83
No	69	17
Total	397	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 1



Análisis: De las 397 familias el 83% indicaron que si consumen pankeys y el 17% de las familias manifestaron que no consumen.

2. ¿Con qué cantidad y con qué frecuencia consume usted pankeys?

Cuadro N° 3

Variable	Cantidad	Frecuencia	xm	xm.f	Total anual	Porcentaje
Semanal	1 - 4	36	2,5	90	4680	11
	5 - 8	12	6,5	78	4056	4
	(9 - 12)	5	10,5	52,5	2730	2
	(13 - 15)	0	14	0	0	0
	(16 - 20)	0	18	0	0	0
Subtotal		53		220,5	11466	16
Quincenal	(1 - 4)	57	2,5	142,5	3420	17
	(5 - 8)	22	6,5	143	3432	7
	(9 - 12)	8	10,5	84	2016	2
	(13 - 15)	0	14	0	0	0
	(16 - 20)	0	18	0	0	0
Subtotal		87		369,5	8868	27
Mensual	(1 - 4)	61	2,5	152,5	1830	19
	(5 - 8)	35	6,5	227,5	2730	11
	(9 - 12)	22	10,5	231	2772	7
	(13 - 15)	0	14	0	0	0
	(16 - 20)	0	18	0	0	0
Subtotal		118		611	7332	36
Anual	(1 - 4)	42	2,5	105	105	13
	(5 - 8)	19	6,5	123,5	123,5	6
	(9 - 12)	9	10,5	94,5	94,5	3
	(13 - 15)	0	14	0	0	0
	(16 - 20)	0	18	0	0	0
Subtotal		70		323	323	21
Total		328			27989	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis: Para determinar el promedio de consumo de pankeys se realizó de la siguiente manera:

Se suma los subtotales de lo semanal, quincenal, mensual y anual que da un total de esto se lo dividió para 328 que es el total de las encuestas y de las familias que manifestaron que si consumen pankeys.

Dando un promedio total de consumo anual por familia de 85 pankeys:

$$27289 / 328 = 85.$$

3. ¿Dónde adquiere usted los pankeys?

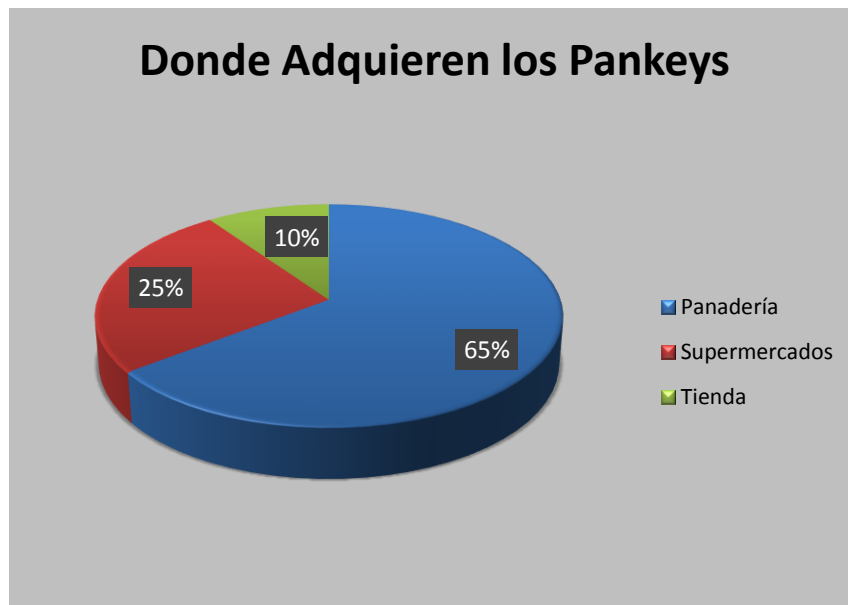
Cuadro N° 4

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Panadería	212	65
Supermercados	84	26
Tienda	32	10
Total	328	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 2



Análisis: El 65% de las familias indican que adquieren los pankeys en las panaderías, el 25% en los supermercados y tan solo el 10% en las tiendas de la localidad.

4. ¿En que se fija usted al momento de adquirir pankeys?

Cuadro N° 5

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sabor	165	51
Calidad	122	37
Precio	37	11
Salud	4	1
Total	328	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 3



Análisis: Se observa que en lo que más se fijan las familias al momento de comprar los pankey es el sabor con un porcentaje del 51%, seguido por la calidad con un 37%, el 11% manifestó al precio económico y tan solo un 1% por salud.

5. ¿El precio que usted paga por el producto le parece?

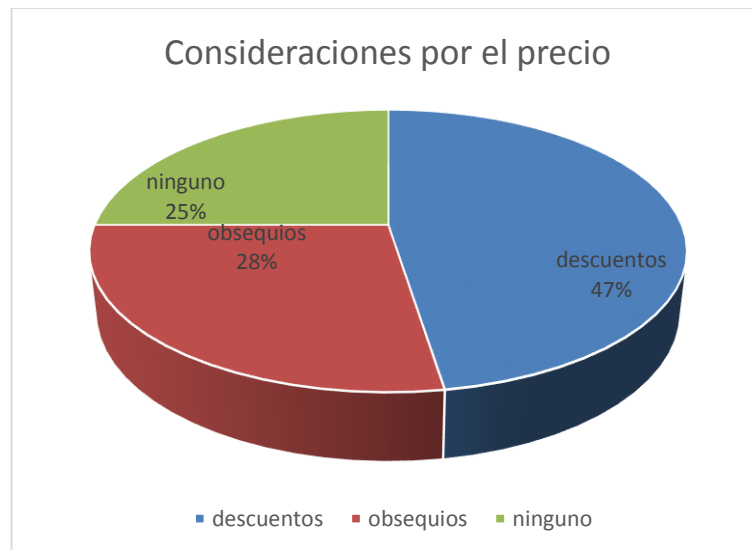
Cuadro N° 6

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Económico	163	50
Normal	77	23
Elevado	88	27
Total	328	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 4



Análisis: El Precio de los pankeys es considerado económico con un 50%, con un 27% elevado y tan solo con un 23% es considerado como un precio normal para este producto.

6. Ha consumido usted pankeys de banana?

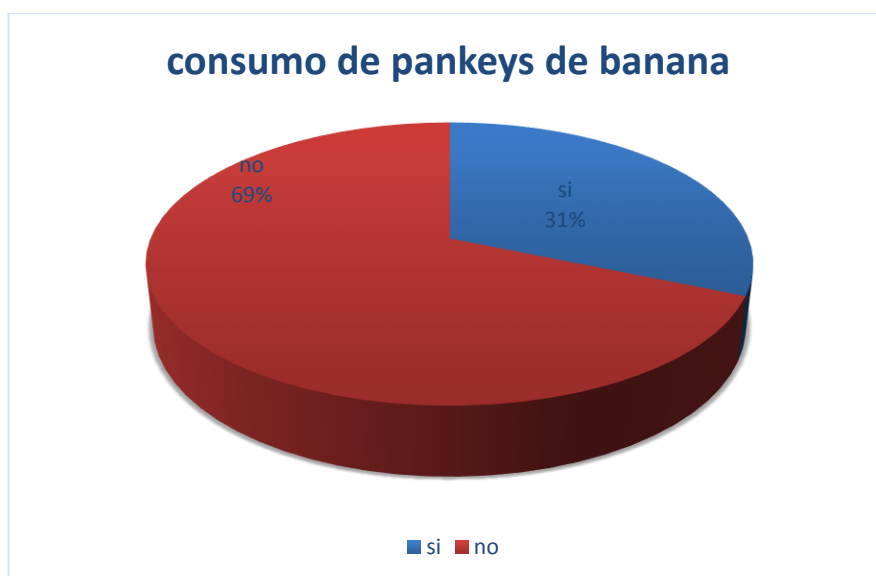
Cuadro N° 7

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	103	31
No	225	69
Total	328	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Grafico N° 5



Análisis: El 69% de las familias encuestadas indican que no han consumido pankeys de banana mientras que el 31% manifiestan que si lo han consumido alguna vez.

7. ¿Si se implementaría una empresa productora y comercializadora de pankeys de banana en la ciudad de Loja? Usted estaría dispuesto a adquirir nuestro producto?

Cuadro Nº 8

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	282	86
No	46	14
Total	328	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 6



Análisis: El 86% indican que si están de acuerdo con la implementación de una empresa productora de pankeys de banana y a adquirir este producto, el 14% manifiestan que no están de acuerdo.

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el pankeys de banana?

Cuadro Nº 9

Variable	Frecuencia	Porcentaje
0,40 a 0,60	158	56
0,61 a 0,80	35	12
0,81 a 1.00	71	25
1,20 a 1,40	12	4
1,41 a 1,60	6	2
más de 1,60	0	0
Total	282	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 7



Análisis: Con respecto a esta pregunta el 56% de las familias indican que están dispuestas a pagar por el producto de 0,40 a 0,60 ; el 25% de 0,81 a 1 dólar; el 12% 0,61 a 0,80 centavos de dólar; el 4% de 1,20 a 1,40 dólares y el 2% de 1,41 a 1,60

9. ¿cómo le gustaría que sea la envoltura del pankeys de banana?

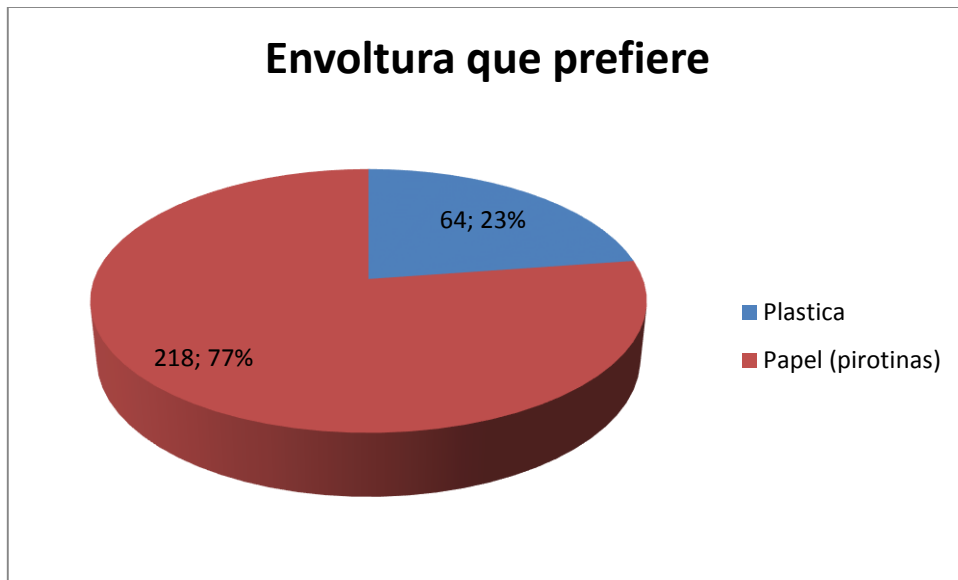
Cuadro N° 10

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Plástica.	64	23
Papel (pirotinas)	178	77
Total	282	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 8



Análisis: Con respecto a esta pregunta las familias indican que les gustaría que sea la envoltura de papel (pirotinas) esto que representa el 77%; mientras que el 23% les gustaría que sea en envolturas de plástico

10. ¿Qué promociones recibe al momento de realizar su compra?

Cuadro N° 11

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Producto adicional gratis	218	77
Descuentos	64	23
Total	282	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 9



Análisis: Con respecto a las promociones el 77% manifestó que han recibido producto adicional gratis por la compra de los pankeys y el 23% han recibido descuentos.

11.¿Qué características consideraría usted al adquirir el producto pankeys de banana?

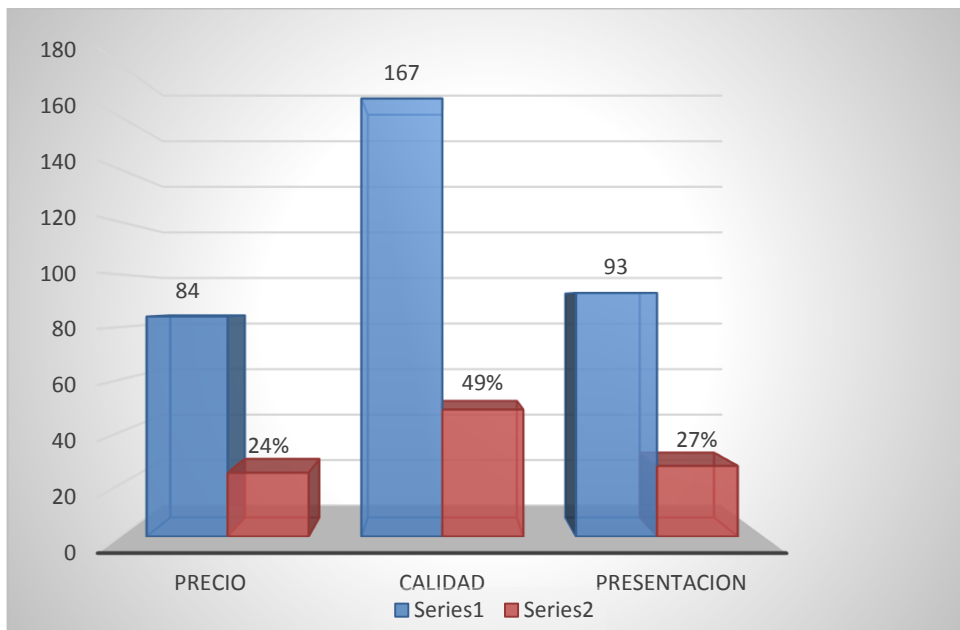
Cuadro N° 12

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Precio	84	24
Calidad	167	49
Presentación	93	27

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 10



Análisis: Las características que prefieren las familias son por la calidad del producto con el 49%; el 27% por la presentación del producto y el 24% por el precio adquieren los productos.

12. ¿De los medios de comunicación cual es de su preferencia?

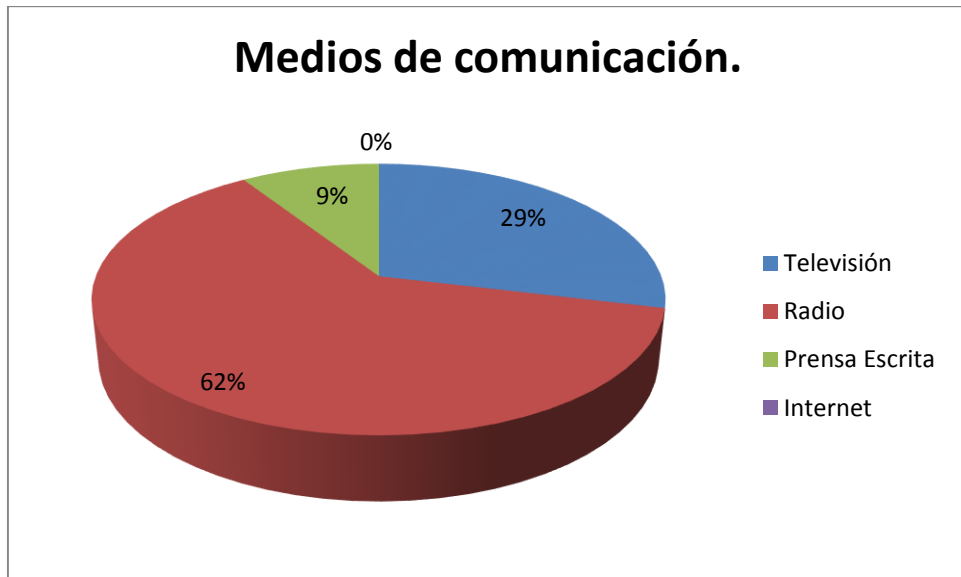
Cuadro N° 13

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	81	29
Radio	175	62
Prensa Escrita	26	9
Internet	0	0
Total	282	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 11



Análisis: El 62% opinan que se dé a conocer el producto de la nueva empresa por medio de la radio; el 29% por medio de la televisión; el 9% por la prensa escrita.

13. ¿Si elige televisión, que canales sintoniza?

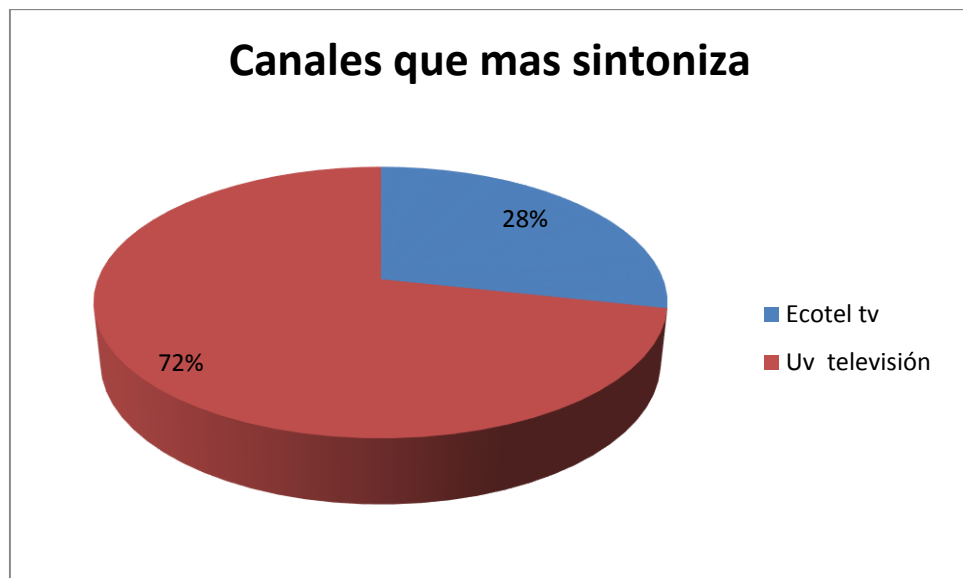
Cuadro N° 14

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Ecotel tv	23	28
Uv televisión	58	72
Total	81	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 12



Análisis: De las personas que prefieren la televisión manifestaron: el 72% que la publicidad se debe dar por el canal Uv Televisión, y el 28% Ecotel Tv.

14. ¿En qué jornada usted acostumbra a ver televisión?

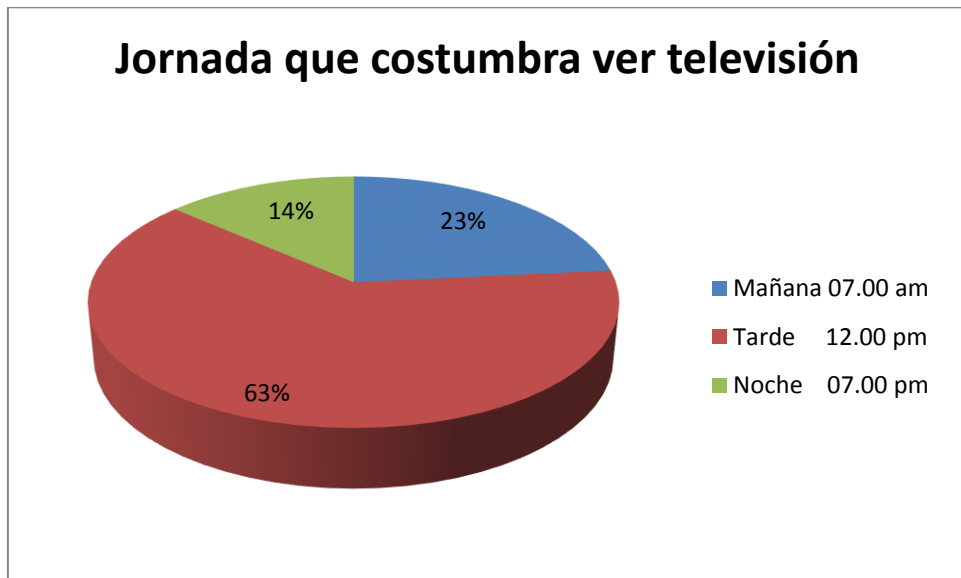
Cuadro N° 15

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mañana 07.00 am	19	23
Tarde 12.00 pm	51	63
Noche 07.00 pm	11	14
Total	81	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 13



Análisis: Las Jornada más sintonizada de la televisión es en la tarde 12H00 pm con un porcentaje de 63%, el horario de la mañana con un porcentaje del 23% y el 14% ve televisión en la noche.

15. ¿Si elige radio, que emisora sintoniza?

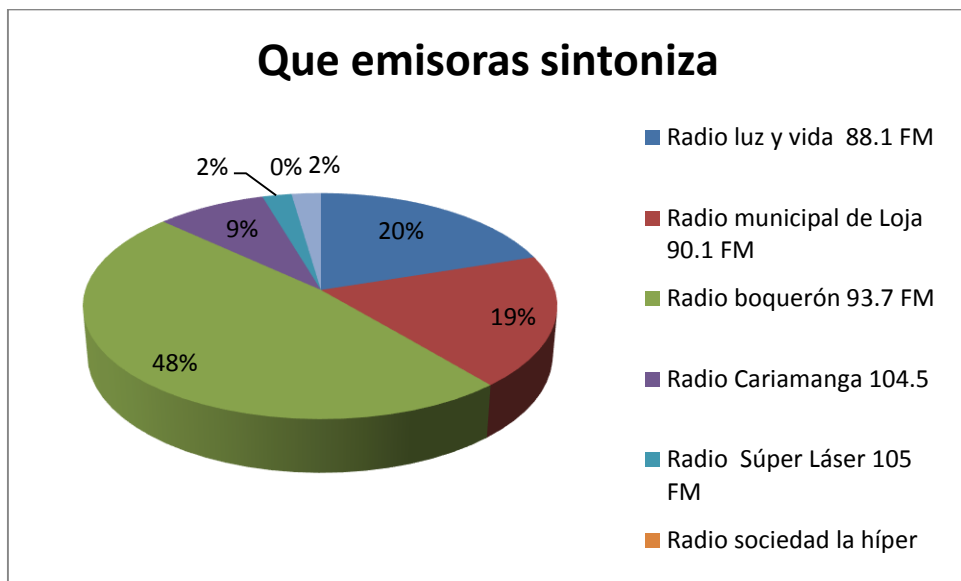
Cuadro N° 16

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Radio luz y vida 88.1 FM	35	20
Radio municipal de Loja 90.1 FM	33	19
Radio boquerón 93.7 FM	84	48
Radio Cariamanga 104.5	15	9
Radio Súper Láser 105 FM	4	2
Radio sociedad la híper	0	0
Otros	4	2
Total	135	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 14



Análisis: Las personas que prefieren la radio manifestaron: un 48% escucha Radio Boquerón, el 19% Radio Municipal de Loja, el 9% Radio Cariamanga, el 20% Radio Luz y Vida, el 2% Radio Súper Láser y el otro 2% manifestó que escuchan otro tipo de emisora.

16. ¿En qué jornada usted acostumbra a escuchar la radio?

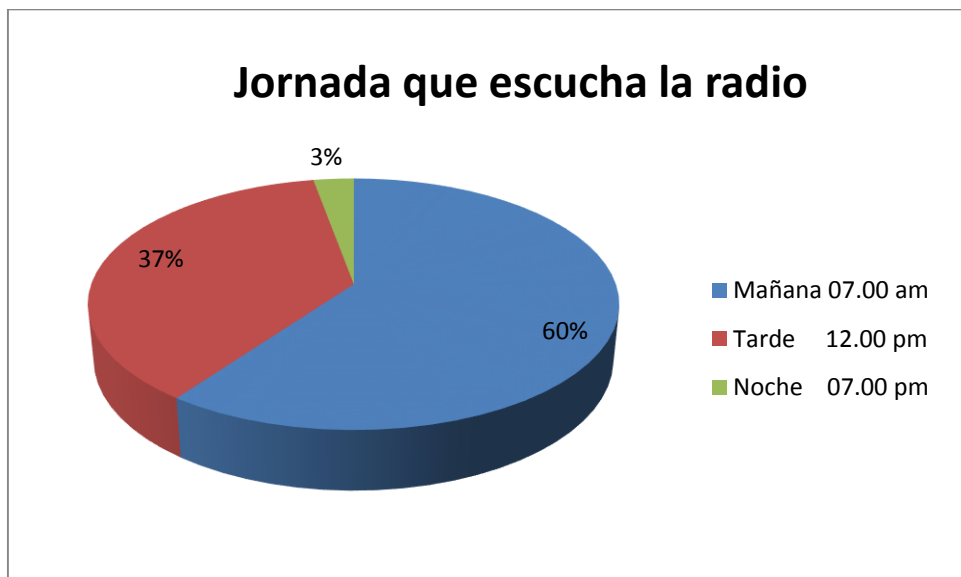
Cuadro N° 17

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mañana 07.00 am	105	60
Tarde 12.00 pm	65	37
Noche 07.00 pm	5	3
Total	175	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 15



Análisis: El horario de escuchar más la radio es en la mañana con un 60%, seguido por la jornada del medio día con un 37% y con un 3% en la noche.

17. ¿Si elige prensa escrita, cual prefiere leer?

Cuadro N° 18

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Diario La hora	12	46
Diario crónica	10	39
Diario centinela	4	15
Total	26	100

Fuente: Encuesta a las familias de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 16



Análisis: En el medio de la prensa escrita el más preferido es el diario La Hora con 46% seguido de la crónica con el 39% y el Diario Centinela con un 15%.

ENCUESTA APLICADA A LOS OFERENTES DE PANKEY EN LA CIUDAD DE LOJA

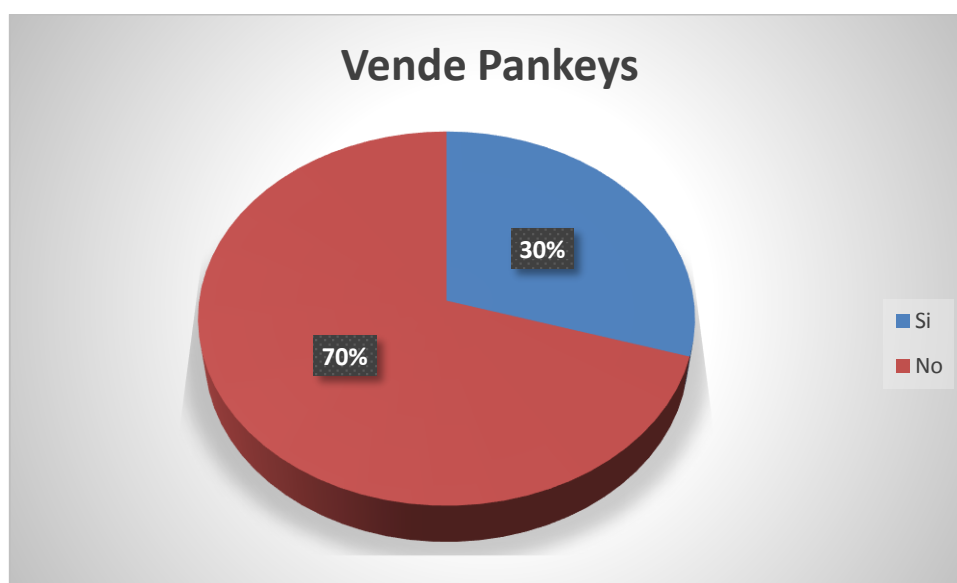
1. ¿Su empresa produce pankeys?

Cuadro Nº 19

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	80	30
No	189	70
Total	269	100

Fuente: Encuesta Realizada a los Oferentes de la Ciudad de Loja
Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 17



Análisis: De los 269 oferentes que existen en la ciudad de Loja que se dedican a la venta de pankeys el 30% indican que si venden pankeys y el 70% manifestó que no los venden.

2. ¿Qué sabores de pankeys tienen más acogida por el cliente?

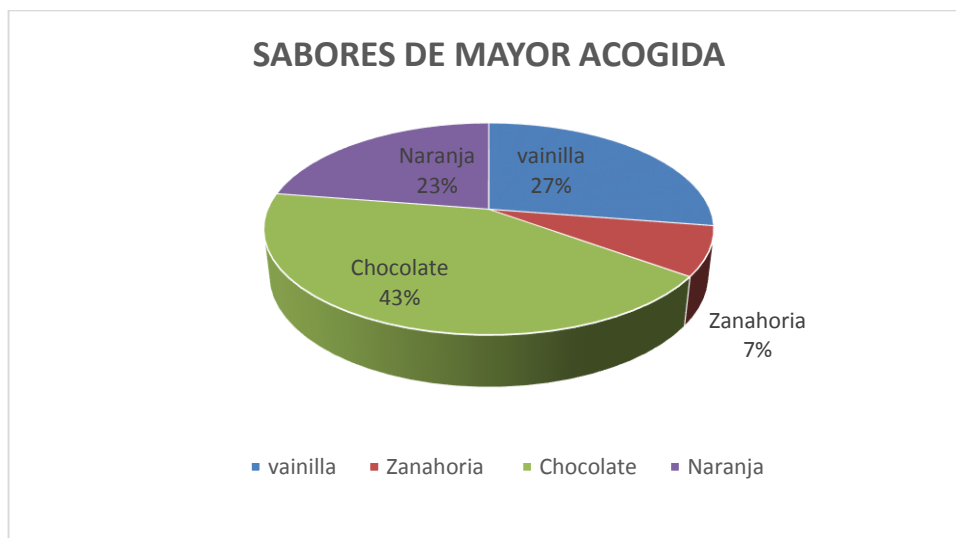
Cuadro Nº 20

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Vainilla	22	28
Zanahoria	6	8
Chocolate	34	43
Naranja	18	23
Total	80	100

Fuente: Encuesta Realizada a los Oferentes de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 18



Análisis: Según los oferentes manifestaron que los sabores que tienen más acogida por los clientes son: con un 43% el sabor de chocolate, el 27% Vainilla, el 23% naranja y con un 7% el sabor de zanahoria.

3. ¿Qué cantidad de pankeys vende diariamente?

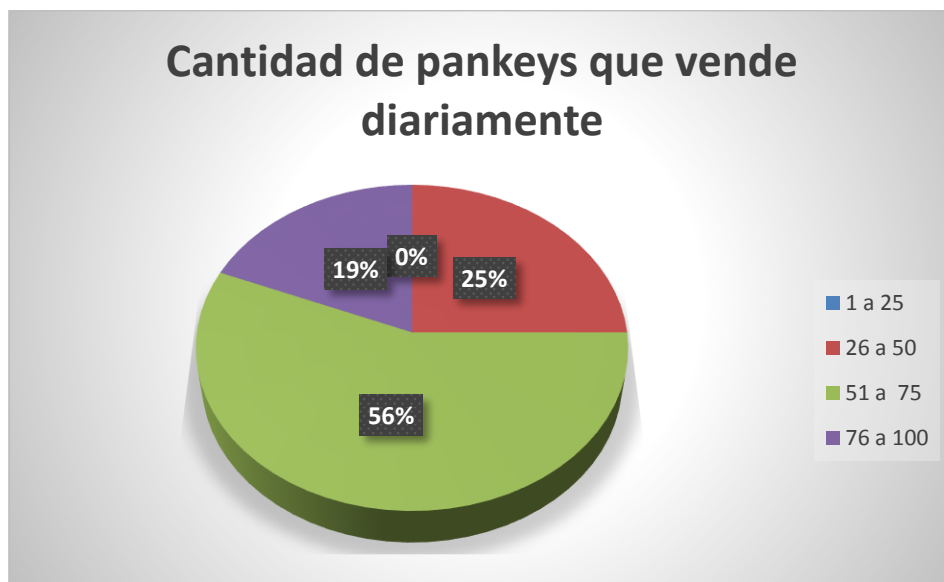
Cuadro N° 21

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 a 25	0	0
26 a 50	20	25
51 a 75	45	56
76 a 100	15	19
Total	80	100

Fuente: Encuesta Realizada a los Oferentes de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 19



Análisis: De los 80 oferentes indican que venden pankeys; el 56% vende pankeys entre 51 a 75 pankeys diariamente, el 25% de 26 a 50 pankeys diarios y el 19% de 76 a 100 pankeys diarios.

A continuación se presenta el cuadro promedio de venta del producto:

Cuadro N° 22

Li	Ls	xm	F	xm.f
1	25	13	0	0
26	50	38	20	760
51	75	63	45	2835
76	100	88	15	1320
			80	4915
Promedio de venta diario				61
Promedio de venta anual				22265

Fuente: Cuadro N° 15

Elaboración: La Autora

Con estos resultados se calcula la venta promedio a través del siguiente

proceso:

$$\text{Promedio} = \frac{4915}{80}$$

Promedio = 61 pankeys diarios

Y esto multiplicado por los 365 días que tiene el año da un total de 22265

pankeys anuales.

4. ¿considera usted que los pankeys que ofrece su empresa son?

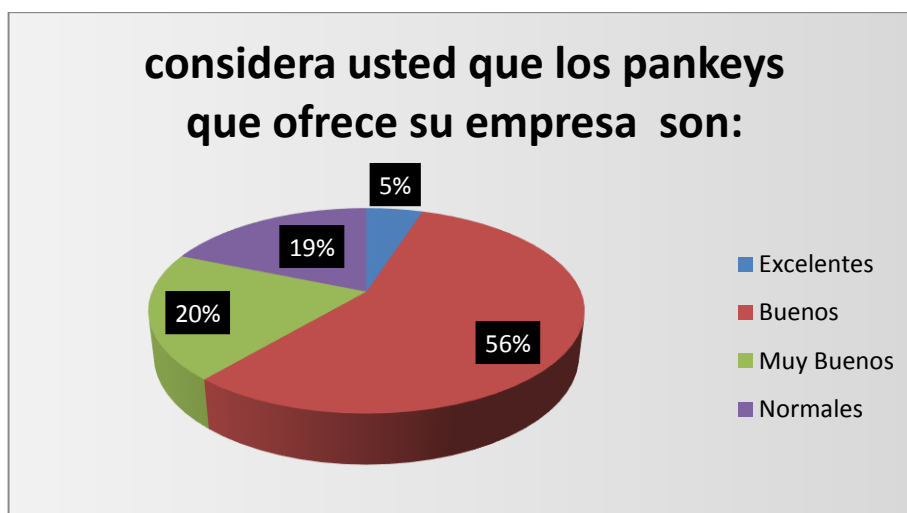
Cuadro N° 23

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Excelentes	4	5
Buenos	45	56
Muy Buenos	16	20
Normales	15	19
Total	80	100

Fuente: Encuesta Realizada a los Oferentes de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 20



Análisis: El 56% indica que sus pankeys son buenos, el 20% muy buenos, el 19% normales y tan solo el 5% manifiesta que su producto es excelente.

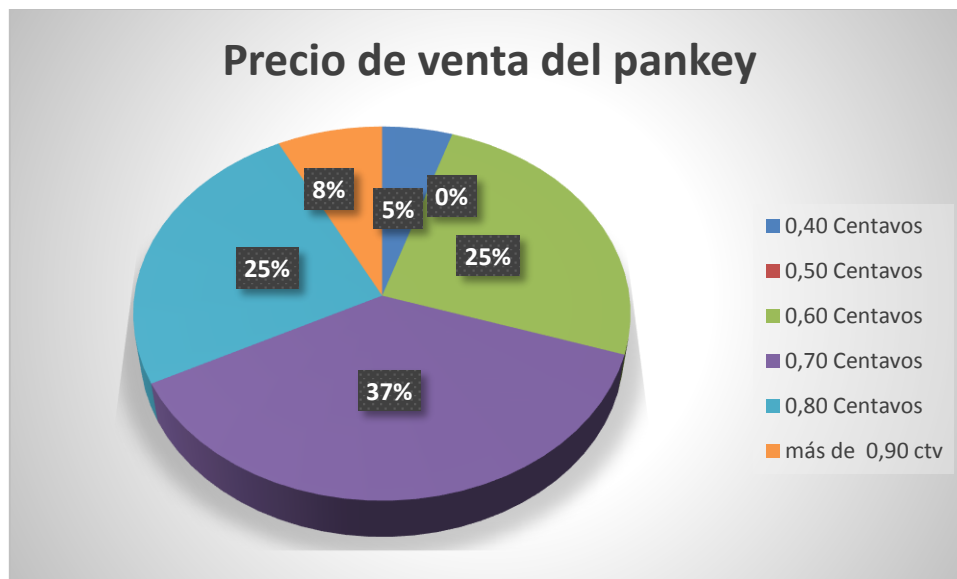
5. ¿Cuál es el precio de venta del pankeys?

Cuadro N° 24

Variable	Frecuencia	Porcentaje
0,40 Centavos	4	5
0,50 Centavos	0	0
0,60 Centavos	20	25
0,70 Centavos	30	38
0,80 Centavos	20	25
más de 0,90 ctv.	6	8
Total	80	100

Fuente: Encuesta Realizada a los Oferentes de la Ciudad de Loja
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 21



Análisis: El precio de venta del producto indican que es de 0,70 centavos esto representa el 37%; con el 25% indican que es de 0,80 centavos la venta de cada pankey; con el 25% de 0,60 centavos, con el 8% más de 0,60 centavos y el 5% indican que el precio es de 0,40 centavos.

6. ¿Considera usted que los precios de pankeys que usted vende son?

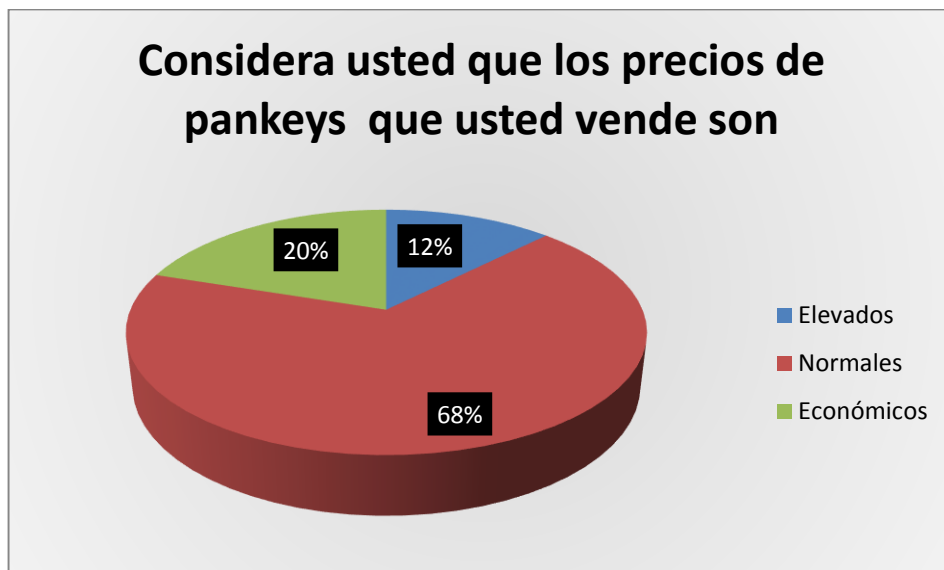
Cuadro N° 25

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Elevados	10	13
Normales	54	68
Económicos	16	20
Total	80	100

Fuente: Encuesta Realizada a los Oferentes de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 22



Análisis: En cuanto al precio el 68% considera que es normal para este producto, el 20% que son económicos y un 12% que los precios son elevados para los pankeys.

7. ¿Cuál es el tipo de envoltura que prefiere el cliente?

Cuadro N° 26

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Plástico	14	18
Papel (pirotinas)	66	82
Total	80	100

Fuente: Encuesta Realizada a los Oferentes de la Ciudad de Loja
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 23



Análisis: Según las respuestas el 83% de los oferentes manifiesta que la envoltura que más prefieren los clientes es el de papel (pirotinas), y un 17% prefieren que sea de plástico.

8. ¿Qué promociones entrega al cliente en el momento que realiza la compra de pankeys?

Cuadro N° 27

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos	38	48
Obsequios	22	28
Ninguno	20	25
Total	80	100

Fuente: Encuesta Realizada a los Oferentes de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 24



Análisis: Las promociones que ofrecen las panaderías se observó que el 70% no da ningún tipo de promoción mientras que el 18% ofrece obsequios por la compra de pankeys y un 12% realiza descuentos.

9. ¿Por qué medios de comunicación da a conocer usted su producto?

Cuadro N° 28

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	4	5
Radio	70	88
Prensa Escrita	6	8
Total	80	100

Fuente: Encuesta Realizada a los Oferentes de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 25



Análisis: Con el 87% indican que dan a conocer el producto que ofrecen al mercado por medio de la radio, con el 8% por medio de la prensa escrita y con el 5% por medio de la televisión.

10. Si utiliza Publicidad indique ¿Qué horario utiliza para dar a conocer su producto?

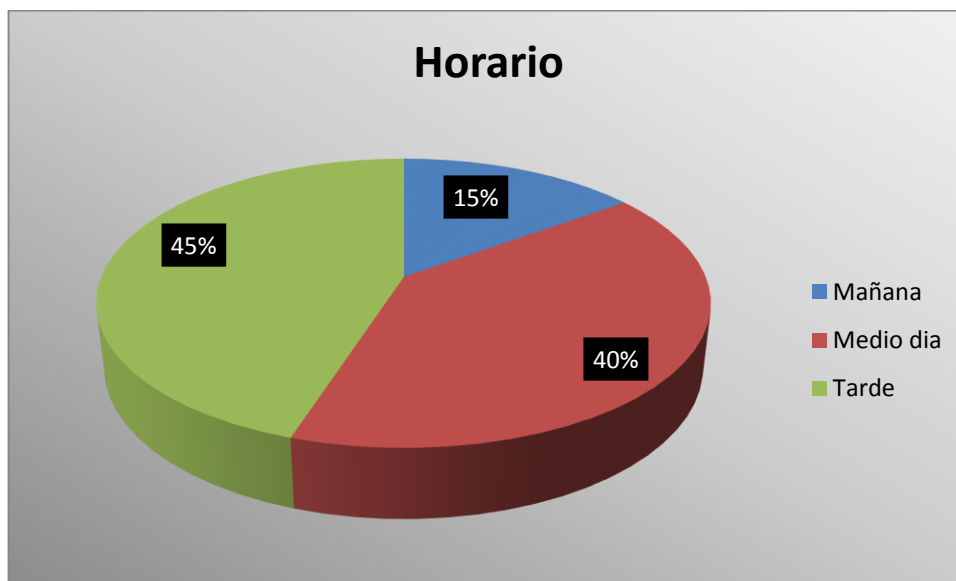
Cuadro N° 29

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	12	15
Medio día	32	40
Tarde	36	45
Total	80	100

Fuente: Encuesta Realizada a los Oferentes de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 26



Análisis: De los oferentes que realizan publicidad en cuanto al horario lo realizan en la tarde con un 45%, el 40% lo realiza al medio día y tan solo el 15% lo realiza por las mañanas.

11.¿Qué tipo de canal de distribución utiliza para la comercialización del pankeys?

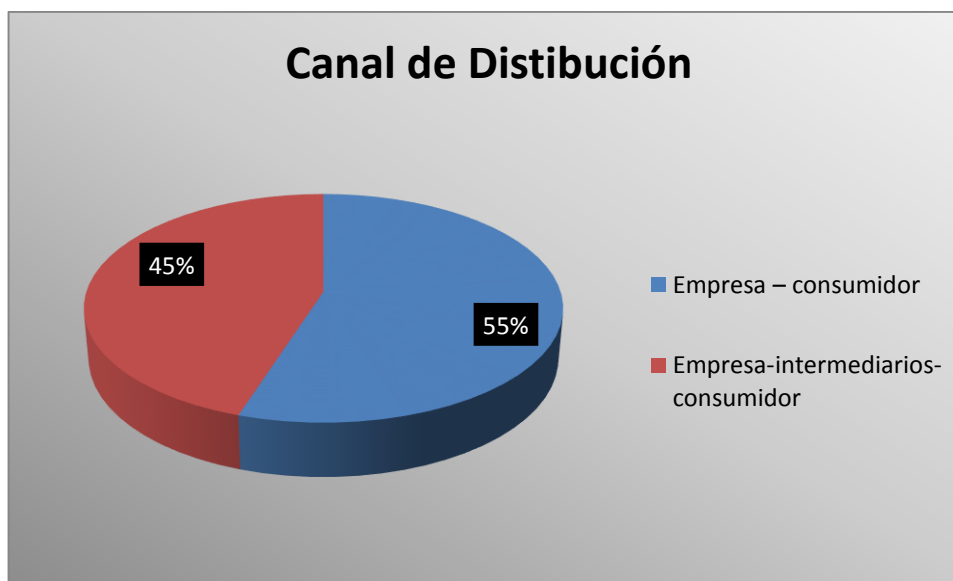
Cuadro N° 30

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Empresa – consumidor	44	55
Empresa-intermediarios-consumidor	36	45
Total	80	100

Fuente: Encuesta Realizada a los Oferentes de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 27



Análisis: En cuanto al canal de distribución los oferentes manifestaron lo siguiente: un 55% realiza su distribución de pankeys directamente al consumidor y un 45% realiza por medio de intermediarios.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado constituye una fuente de información de primera importancia tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir precios.

Para una correcta formulación y preparación del proyecto se deben considerar algunos aspectos relacionados con los proveedores, los competidores, los distribuidores y consumidores, los mismos que proporcionan información útil para evaluar el proyecto

Análisis de la Demanda

Es un estudio que permite conocer claramente cuál es la situación de la demanda del producto, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la cual estará el proyecto.

La demanda se concibe como la cantidad de bienes o servicios que un mercado está dispuesta a comprar para satisfacer una necesidad determinada a un precio dado.

Con el análisis de la demanda se busca determinar y cuantificar las fuerzas de mercado que actúan sobre los requerimientos de un producto

por parte del mercado y así mismo establecer las oportunidades del producto para satisfacer dichos requerimientos del mercado.

En un proyecto puede suceder que la demanda éste cubierta en función de la cantidad, no así en cuanto a la calidad o el precio, por lo tanto seguirá existiendo la necesidad y por consiguiente la oportunidad para un nuevo proyecto.

Demanda Potencial: La demanda potencial está constituida por los productos que podrían ser consumidos por los demandantes de un mercado, es decir, que se considera la totalidad de la población en estudio, en este caso el número de familias de la ciudad de Loja, para la proyección de la demanda potencial se toma en cuenta la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Loja, que es de 2,65% según datos proporcionados por el INEC 2010.

La proyección de la población para el 2015 es de 205851. Habitantes y 51463 familias. Y se tomó en consideración la pregunta ¿DENTRO DE SU ALIMENTACION CONSUMEN PANKEYS? Teniendo como respuesta que el 83% si consumen pasteles.

Cuadro N° 31
Demanda Potencial

Año	Población (2,65%)	Demanda Potencial (N° de Familias)	Demanda Potencial 83%
0	205851	51463	42714
1	211306	52827	43846
2	216906	54227	45008
3	222654	55664	46200
4	228554	57139	47425
5	234611	58653	48682

Fuente: Cuadro N° 2

Elaboración: La Autora

Demanda Real o Actual

Está constituida por la cantidad de bienes que se consumen de un producto específico en el mercado. De acuerdo al estudio de mercado se pudo determinar que las personas que han consumido alguna vez el pankey de banana es del 31% lo que representa la demanda real.

Cuadro N° 32
Demanda Real o Actual

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	Demanda real (31%)
0	42714	13241
1	43846	13592
2	45008	13952
3	46200	14322
4	47425	14702
5	48682	15091

Fuente: Cuadro N° 7

Elaboración: La Autora

Demanda Efectiva

En el presente estudio, para establecer la demanda efectiva se toma como referencia las respuestas obtenidas de los encuestados en relación a su aceptación para una nueva empresa productora y comercializadora de pankeys de banana (cuadro N°9), obteniéndose que el 86% de la demanda efectiva comprara el producto.

Cuadro N° 33
Demanda Efectiva

Año	Demanda Real	Demanda Efectiva 86% de Aceptación
0	13241	11388
1	13592	11689
2	13952	11999
3	14322	12317
4	14702	12644

Fuente: Cuadro N° 8

Elaborado: La Autora

Demanda Efectiva en consumo de pankeys

El consumo promedio de pankeys por familia anual es de 85 pankeys (Cuadro N° 4), posteriormente se obtiene la demanda efectiva, multiplicando la demanda efectiva por el consumo promedio per cápita.

Cuadro N° 34
Demanda Efectiva per cápita

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA (86%)	Nº PANKEYS AL AÑO	DEMANDA EFECTIVA DE PANKEYS
0	11388	85	967949
1	11689	85	993603
2	11999	85	1019917
3	12317	85	1046945
4	12644	85	1074706
5	12979	85	1103183

Fuente: Cuadro N° 3 y 33

Elaborado: La Autora

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Oferta Actual

La oferta actual, es la cantidad de pankeys que se está ofreciendo en el mercado. Para determinar la oferta actual se tomó en cuenta la cantidad de venta diaria de pankeys por los diferentes oferentes para conocer cuál es la venta promedio anual (**Cuadro N° 22**). Con base a esta información calculamos el promedio de oferta:

Cuadro N° 35

OFERTA DE PANKEYS		
Empresas Productoras	Promedio de venta de pankeys anual por cada oferente	Promedio total de venta de pankeys
80	22265	1781200

Fuente: Cuadro N° 22

Elaborado: La autora

Se multiplico el promedio de venta anual por las 80 productoras de pankeys de banana, dando un total de 1`781200 al año.

Proyección de la oferta: Para proyectar la oferta se utiliza una tasa de crecimiento de 2,65% de la ciudad de Loja de acuerdo a los datos recabados en el INEC. En el cuadro siguiente se detalla la oferta y su proyección.

**Cuadro N° 36
Oferta Proyectada**

Años	Oferta
0	1781200
1	1828402
2	1876854
3	1926591
4	1977646
5	2030053

Fuente: Cuadro N° 35

Elaboración: La Autora

Análisis Demanda Insatisfecha

La diferencia entre la oferta y la demanda efectiva permitirá obtener la demanda insatisfecha de pankeys en el mercado de la Ciudad de Loja. Para el primer año la demanda es de 2.459.773pankeys anual y la oferta de 1.828.402pankeys, la diferencia de estas nos da como resultado una

demanda insatisfecha de 631.371 pankeys al año. En el cuadro siguiente se realizan las operaciones para determinar esta demanda.

Cuadro N° 37
Demanda Insatisfecha

Años	Demanda efectiva	Oferta	Demanda insatisfecha
0	967949	1781200	813251
1	993603	1828402	834799
2	1019917	1876854	856937
3	1046945	1926591	879646
4	1074706	1977646	902940
5	1103183	2030053	926870

Fuente: Cuadros N° 33 y 36

Elaboración: La Autora

PLAN DE COMERCIALIZACION

PRODUCTO

El producto que se ofrecerá es un Pankey con valor agregado será la banana, el cual tiene presentación de manera individual con un peso de 75 gramos se constituye en uno de los más grandes complementos en la pirámide alimenticia mismo que contribuye al desarrollo nutricional, Se quiere que el consumidor del producto quede contento no sólo con la calidad y buen sabor, sino también con los cambios que aportarán en su dieta diaria, mejorando su salud y su calidad de vida..

La importancia de emprender este proyecto radica en el papel de satisfacer a las familias que desean adquirir el producto con la finalidad de una mejor alimentación, cuidando su salud además, pretendemos fomentar e incrementar la industrialización y comercialización en la ciudad de Loja.

PRESENTACION DEL PRODUCTO

La presentación del producto se dará a conocer para el cliente, a través de publicidad y a la vez en las fundas de papel impresas misma que llevaran la marca y el logotipo en colores llamativos, además contienen peso por unidad de producto, beneficio, ingredientes, registro sanitario,

Nombre del producto: Pankey de Banana

Fecha de elaboración y expedición: de acuerdo a las fechas de elaboración.

Código de barras es indispensable decir que dichas fundas para expandir el producto tienen, medidas de acuerdo a la cantidad del producto que el consumidor adquiera.

Nombre de la empresa: Empresa productora y comercializadora de pankey de babana“ **Majito´s “ Cía.Ltda.**

Logo tipo de la empresa y el empaque son los siguientes:

EMPAQUE: será en una funda de papel con la siguiente etiqueta:

Grafico N° 28



Elaboración: la autora

LOGOTIPO:

Grafico N° 29



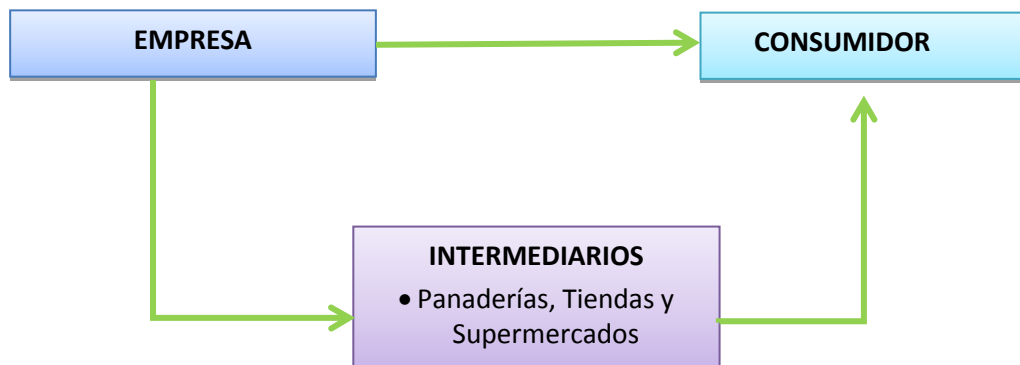
Elaboración: la autora

PLAZA

El nuevo producto que se ofrecerá "Pankeys de Banana" será comercializado por la empresa productora y comercializadora "Majito's" CÍA. LTDA. Con motivo que sea más atractivo a nuestros clientes contaremos con una instalación en el sector del IV Centenario en las calles Ramón Pinto y 10 de Agosto, para su adecuada distribución y colocación en el mercado se ha optado por dos canales de distribución que permitan llegar con el producto a diversos hogares en el menor tiempo posible y asegurar las ventas de mismo.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Grafico N° 30



Este canal de distribución se lo emplea, debido a que haremos la distribución a intermediarios (panaderías, Tiendas y Supermercados); y, éstos a su vez venderán a los diferentes clientes (usuario final). Para ello la empresa contará con su propia bodega y camión repartidor para la adecuada entrega a los diversos distribuidores, esto representará para la empresa que el producto se comercialice y se dé a conocer en el menor tiempo posible, lo que va a incidir notablemente en los ingresos para la empresa.

PRECIO

Al observar el mercado de la industria Panificadora y luego de realizar variadas visitas a locales de expendio de este producto los mismos que son nuestros principales competidores he podido percibir que el producto puede desarrollar variadas estrategias de precio las mismas que se

podrán implantar una vez que el presente proyecto, se establezcan, se conozcan los costos de producción, a más del análisis de otros factores como los precios de los productos de la competencia que se expenden en el mercado, el poder adquisitivo de los clientes y un porcentaje conveniente de utilidad.

El precio de venta al público será de 0,40 ctvs. Tomando en cuenta todos los factores necesarios para determinar dicho precio.

PROMOCION

La empresa utilizará la promoción tiene un enfoque a corto plazo ya que pretende conseguir el crecimiento paulatino de ventas de Pankey de Banana. Entre los habitantes de la ciudad de Loja estas son las promociones que la empresa ofrecerá:

PROMOCIÓN

Empresa Majito`s “Cía. Ltda.”		
Promoción	Por la compra de 5 pankeys de banana lleva gratis un pankey adicional.	5 + 1

Producto adicional: por la compra de 5 pankeys de banana lleva un pankey adicional gratis para empezar a consolidar la calidad del producto.

PUBLICIDAD:

La publicidad que utilizara la empresa para dar a conocer nuestro producto se basara en la utilización de las respuestas obtenidas a través de los encuestados mismos que manifiestan su preferencia por las estaciones de radio que tienen mayor sintonía y a cogida por las personas encuestas a través de cuñas radiales,; en los cuales se dará a conocer, a los clientes potenciales el producto y servicio que ofreceremos; además los beneficios que obtendrá el consumir del producto.

Estaciones Radiales

Debido a la gran aceptación que tienen las estaciones radiales en nuestra localidad he considerado pasar cuñas en la emisora de mayor aceptación local como es la Radio boquerón 93.7 FM, al igual las cuñas se pasaran en horarios de mayor rating.

GRÁFICO N° 31

MODELO DE LA CUÑA RADIAL

Majitos & Cia. Ltda.

SABOR Y CALIDAD...
PARA SU PALADAR.....

Pankys de Banana

**MAJITOS LES OFRECE LOS MEJORES
PANKYS DE BANANA**

SOLICITALOS PARA TUS DESAYUNOS O FECHAS ESPECIALES:
CUMPLEAÑOS, ANIVERSARIOS, BABY SHOWER O PARA CUALQUIER
MOMENTO DULCE QUE QUIERAS DISFRUTAR

*¡!! NO TE QUEDES CON LOS ANTOJITOS VEN Y PRUEBA LOS
DELICIOS PANKYS DE BANANA ¡!!*

Atendemos De lunes a viernes : 8: 00AM -6: 00PM

**DIRECCION: LOJA (CALLES RAMÓN PINTO ENTRE JOSE ANTONIO Y 10 DE
AGOSTO)**

Elaboración: la autora

Cuadro N° 38

PRESUPUESTO PARA LA CUÑA RADIAL

PUBLICIDAD	FACTOR	CANTIDAD	PRECIO	V. Mensual	V. Anual
Radio boquerón	Avisos	30	2,5	75,00	900,00
TOTAL				75,00	900,00

Elaboración: la autora

ESTUDIO TÉCNICO

En esta etapa del proyecto se analizan aspectos como el tamaño, la localización y la ingeniería del mismo, representando así todo lo relacionado con la capacidad a instalar y a utilizar, la ubicación más óptima de la empresa, las características del proceso de la tecnología.

TAMAÑO

La determinación del tamaño es un proceso complejo ya que para determinarlo se deben tomar en consideración algunos factores como el tamaño del mercado, la disponibilidad de materia prima, el espacio físico, disponibilidad de mano de obra.

FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO DE LA PLANTA

TAMAÑO DEL MERCADO

Capacidad Instalada: La capacidad instalada es de 6 latas en cada una entran 30 pankeys, es decir un total de 180 unidades.

El tiempo de producción de los pankeys de banana es cada 2 horas 180 unidades, por lo que trabajando las 24 horas diarias nos da como resultado 2160 pankeys diarios que multiplicados por los 360 días las año nos da un total de 777600 pankeys de banana anual.

La capacidad instalada entonces será la siguiente:

Cuadro N° 39

Capac. del horno	N° horno	Producción por cada horneado 120 min.	Producción diaria 24 h.	Producción anual (360 días laborables)
6 bandejas	1	180 pankeys	2160	777600 pankeys

Fuente: capacidad de producción.

Elaboración: La Autora

Capacidad Utilizada: Es el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar el componente tecnológico, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un determinado período de tiempo.

Para determinar la capacidad utilizada se tomará en consideración el componente tecnológico.

Se trabajara 8 horas diarias los 5 días de la semana y las 52 semanas del año, de esta manera si se produce 180 pankeys cada 2 horas, en las 40 horas semanales la producción será de 3600 pankeys que multiplicados por las 52 semanas que tiene el año nos da como resultado 187200 pankeys de banana anualmente. Entonces la capacidad utilizada será la siguiente:

Cuadro N°40

N° horneadas Diarias	Capac. del horno con lo que se trabajara	N° Hornos	Producción cada 2 horas	Producción 40 h semana	Producción anual
4	6 bandejas (30 unidades)	1horno para pan	180 pankeys	3600 pankeys	187200 pankeys

Elaboración: La Autora

En el presente proyecto la capacidad utilizada para el año base de vida útil ser del 100% y para los años siguientes será del 95%. A continuación se presenta la capacidad utilizada para los 5años de vida útil del proyecto.

**Cuadro N° 41
Capacidad Utilizada**

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE	CAPAC UTILIZADA
	187200	100	187200
1	187200	90	168480
2	187200	90	168480
3	187200	90	168480
4	187200	90	168480
5	187200	90	168480

Fuente: Cuadro N° 40

Elaboración: La Autora

Entonces:

Capacidad instalada 777600100%

Capacidad utilizada 187200X



La empresa tendrá una participación del 24,07% de la capacidad instalada al 100%.

DEMANDA INSATISFECHA Y PARTICIPACION EN EL MERCADO

CUADRO N°42

AÑOS	DEMANDA INSTISFECHA	CAPACIDAD UTILIZADA	% PARTICIPACION EN EL MERCADO
0	813251	187200	23,02
1	834799	177840	21,30
2	856937	177840	20,75
3	879646	177840	20,22
4	902940	177840	19,70
5	926870	177840	19,19

Fuente: Cuadro N° 37

Elaboración: la autora

LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

La ubicación más adecuada será la que posibilite maximizar el logro del objetivo definido del proyecto. Aunque las opciones de localización pueden ser algunas, lo que en la práctica se reducen a unas pocas, por cuanto las restricciones y exigencias propias del proyecto eliminan la mayoría de ellas.

La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macro localización, donde se elige la región o la zona; y el del micro localización, que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto.

FACTORES DE LOCALIZACION

Los principales factores que influyen en la ubicación de un proyecto son los siguientes:

1. **Mercado que se desea atender:** Para el presente proyecto el mercado que se atenderá serán los autoservicios, tiendas, comerciales, por cuanto en donde la empresa se ubicará está cerca de estos lugares.
2. **Transporte y accesibilidad de los usuarios:** En donde se va a encontrar ubicada la empresa, existen vías de comunicación de primer orden, en donde los demandantes pueden acudir sin ningún inconveniente.
3. **Regulaciones Legales:** Por encontrarse la empresa en un lugar del sector urbano de la ciudad, no va a existir ningún inconveniente con respecto a que existan restricciones legales para su funcionamiento.
4. **Viabilidad Técnica:** El lugar en donde se va a alquilar para el funcionamiento de la empresa se encuentra en óptimas condiciones con respecto a su calidad de construcción.
5. **Viabilidad Ambiental:** En este caso no va a existir ningún impacto ambiental, peor aún los vehículos pueden acceder sin ningún inconveniente sin exceder la normas de impacto vial existente.

Macro localización

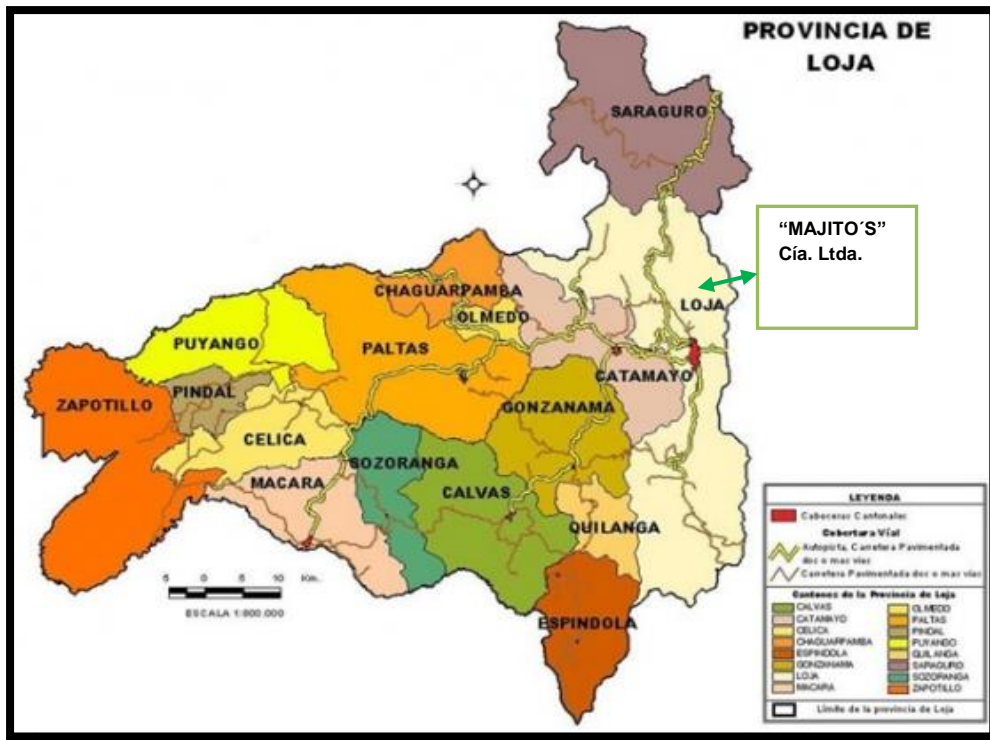
Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e

internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

La empresa se encontrará ubicada en la Provincia de Loja en la ciudad de Loja.

MAPA DE LA PROVINCIA DE LOJA

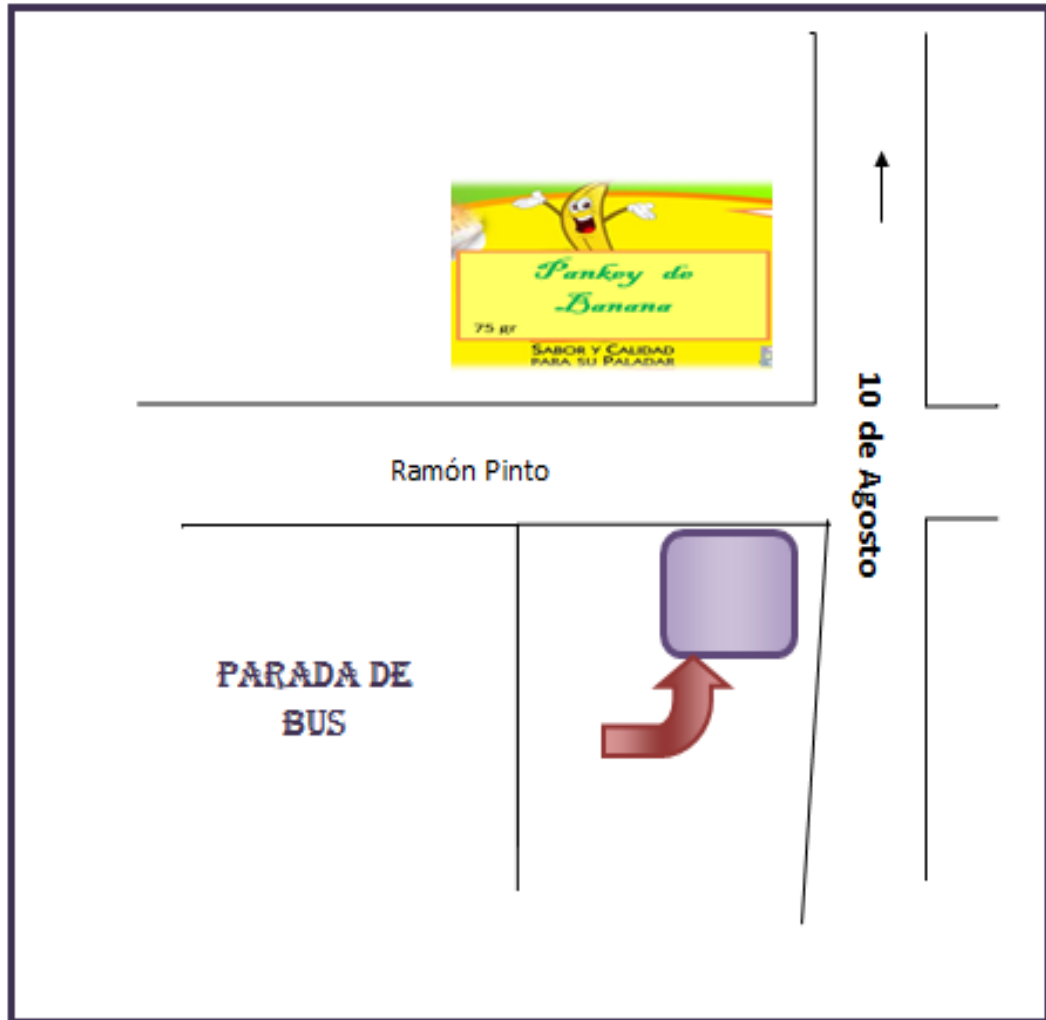
Grafico N° 32



Micro localización

El lugar exacto donde se implementará la empresa será en el barrio IV Centenario calles Ramón Pinto y 10 de Agosto se lo ha decidido ubicar en dicho lugar por la facilidad de arrendar un local a precio cómodo y por la influencia de personas debido a la parada de bus que existe. A continuación se presenta la imagen donde funcionará el negocio:

Grafico N° 33



Elaboración: la autora

INGENIERÍA DEL PROYECTO

El estudio de la ingeniería del proyecto se lo realiza con la finalidad de poder determinar los aspectos relacionados con la infraestructura física, tecnología necesaria, proceso de producción y maquinaria para la operación en la planta. Esto representa un primer acercamiento a las realidades del medio para poder llevar a cabo el funcionamiento de la planta.

PROCESO DE PRODUCCION

El proceso de fabricación para el PANKYES DE BANANA, está constituido de las siguientes fases y actividades:

Fase 1. Preparación de la masa

Recepción de la Materia Prima: En este punto se mantendrá total cuidado, pues la materia prima (harina) principal insumo del producto, no podrá tener contacto directo con el ambiente. Tiempo empleado 5 minutos.

Revisión y Control: Al retirar los sacos harineros de nuestras bodegas, para iniciar con el proceso productivo, es necesario que se supervisen los sacos de manera que ninguno se haya roto y apolillado.

Al abrirlo, es totalmente necesario, que se haga con gran cuidado, de forma que no quede alguna hilacha del tejido del saco en la harina, pues ésta fácilmente podría entrar en las fases siguientes del proceso y aparecer en el producto final, tiempo estimado 5 minutos.

Proceso de Mezclado: En esta etapa, la harina mezclada con los demás ingredientes, la cantidad dependerá de los niveles de producción alcanzados.

En esta fase, se le agrega el agua y los demás aditivos en su proporción justa. Para un quintal la proporción de los aditivos es la siguiente:

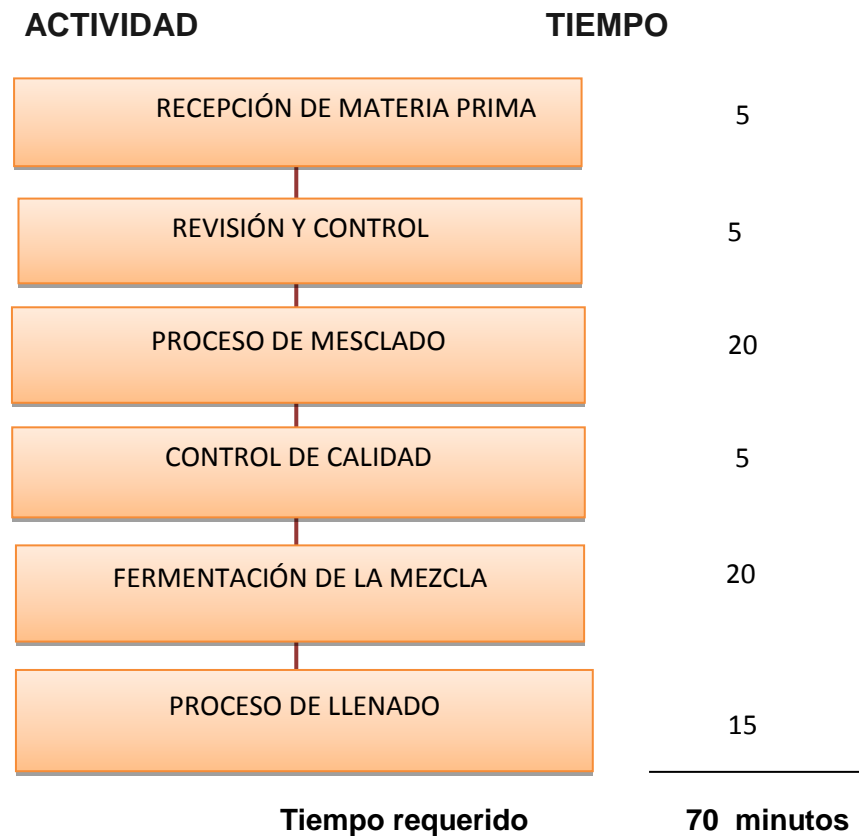
La cantidad de agua que se le adhiere representa un 50 a 60% del total de harina y el banano. Requiere de un tiempo de 20 minutos.

Control de Calidad Se realizó una revisión minuciosa para determinar si la mezcla se encuentra totalmente homogénea, si no existen grumos y si se encuentra apta para continuar a la siguiente etapa, en caso de existir algún inconveniente, se debe regresar a la etapa anterior para mezclar una vez más a fin de lograr la consistencia necesaria, tiempo empleado 5 minutos.

Fermentación: Se pone a fermentar la mezcla, de manera tal, que la mezcla sea consistente y apropiada. En esta etapa el tiempo empleado es de 20 minutos.

Proceso de llenado: la masa será depositada en unas fundas de papel (pirotinas) para su posterior proceso de cocción. 15 min.

FASE 1.- DIAGRAMA DEL PROCESO DE LA PREPARACIÓN DE LA MEZCLA PARA REALIZAR 720 PANKEYS DIARIOS.



Fase 2.- Proceso de Horneado y Almacenamiento

Engrasado de las latas: Se procede a poner manteca a las latas a utilizar para hornear los pankeys. Tiempo que requiere este proceso es de 5 minutos.

Proceso de Cocción: En esta etapa las pirotinas llenas son depositadas en latas en un horno a una temperatura de 180° C. El proceso de cocción es del orden de los 30 minutos.

Proceso de Enfriamiento: Luego de horneado el pankey se espera para que se enfríe. Tiempo empleado es de 10 minutos







Almacenamiento: Una vez cocido el pankey, es sacado del horno y puesto en los carritos bien aireados de manera tal, que el pankey permanezca fresco para que transpire y se humedezca. Una vez en los carritos, el pankey es trasladado a las respectivas cajoneras y vitrinas del lugar donde es comercializado. Tiempo empleado 5 minutos.

Fase 2.- DIAGRAMA DEL PROCESO DE HORNEADO (180 PANKEYS EN CADA HORNEADA)








TOTAL PROCESO PRODUCCION 120 MINUTOS.

FASE 1.- DIAGRAMA DEL PROCESO DE RECORRIDO DE LA PREPARACIÓN DE LA MEZCLA PARA EL DÍA (720 PANKEYS)





FASES	OPERACIÓN	TRANSPORTE	INSPECCIÓN	INSPECCIÓN Y OPERACIÓN	DEMORA	ALMACENAMIENTO	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO (ACTIVIDADES)	TIEMPO (MINUTOS)
1							RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA	5
2							REVISIÓN Y CONTROL	5
3							PROCESO DE MEZCLADO	20
4							CONTROL	5
5							FERMENTACIÓN DE LA MEZCLA	20
6							PROCESO DE LLENADO	15
6	2	0	2	0	1	1	Totales	70

Fuente: Proceso Productivo
Elaboración: La Autora

Simbología:

-  Operación
-  Inspección
-  Demora
-  Almacenamiento
-  Transporte






FASE 2.- DIAGRAMA DEL PROCESO DE RECORRIDO DE HORNEADO (720 PANKEYS EN EL DÍA)

FASES	OPERACIÓN	TRANSPORTE	INSPECCIÓN	INSPECCIÓN Y OPERACIÓN	DEMORA	ALMACENAMIENTO	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO (ACTIVIDADES)	TIEMPO (MINUTOS)
1							ENGRASA DE LATAS	5
2							HORNEADO	30
3							ENFRIADO	10
4							ALMACENAMIENTO	5
4	1	0	0	0	2	1	Totales	50 min

Fuente: Proceso Productivo

Elaboración: La Autora

Simbología:

-  Operación
-  Inspección
-  Demora
-  Almacenamiento
-  Transporte

INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Se relaciona con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa. En esta parte del estudio debe contarse con el asesoramiento de los profesionales de la construcción; al igual que la tecnología debe guardar relación con el mercado y sus posibilidades de expansión. Para que las actividades se desarrollen con normalidad y en un ambiente agradable, se requiere de un terreno de aproximadamente 100 metros cuadrados como mínimo, para que en el mismo se proceda a la edificación de las instalaciones físicas necesarias

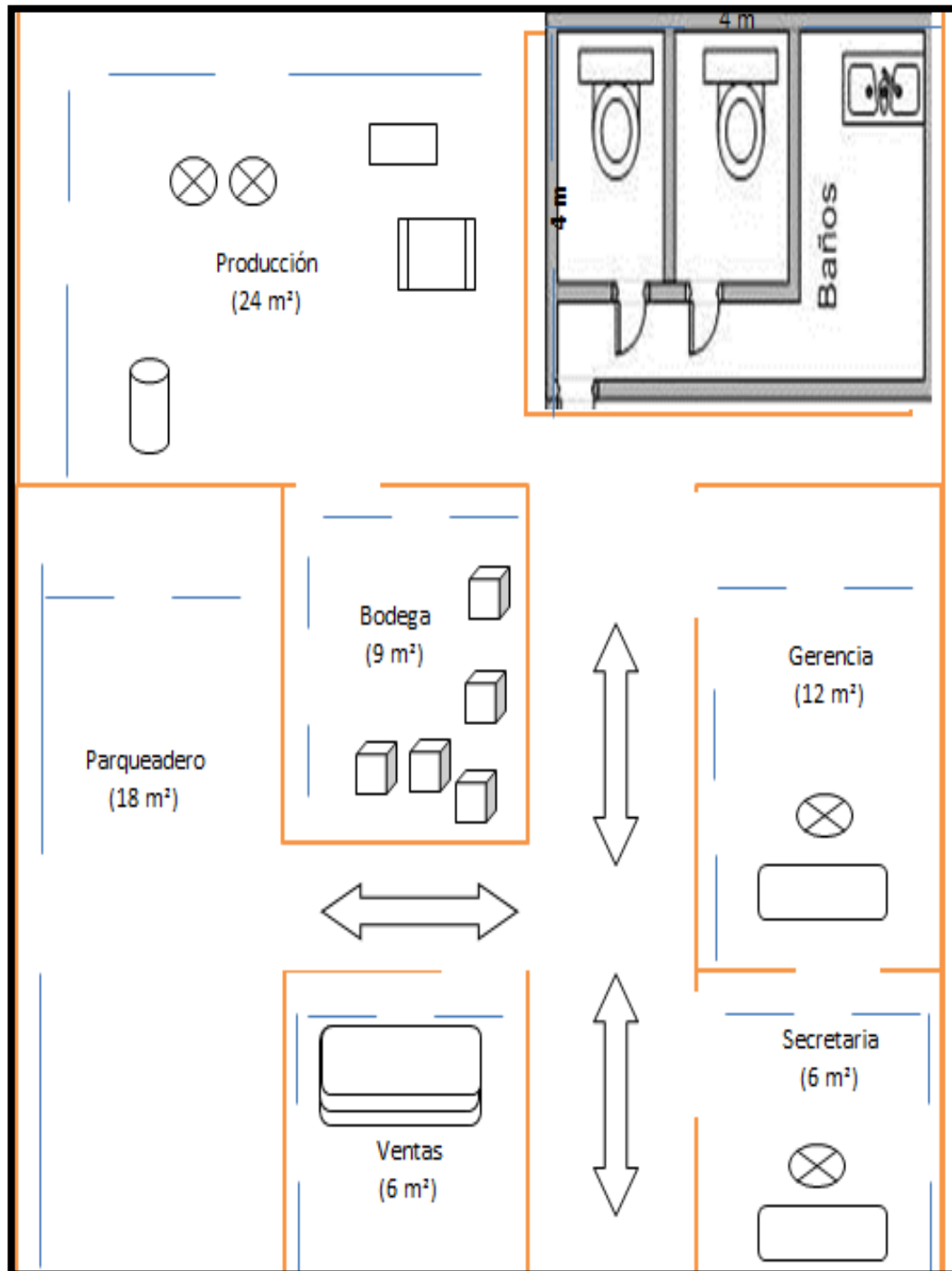
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

La planta de producción de la empresa de producción y comercialización de pankeys de banana, estará dividida en 5 partes o secciones que son:

- ◆ **Sector administrativo:** Estarán ubicadas las oficinas donde prestaran sus servicios el personal administrativo, ubicando aquí las oficinas del gerente, secretaria contadora.
- ◆ **Bodega:** destinada como el área de almacenamiento de materias primas, este espacio será adecuado y destinado para apilar toda la materia prima adquirida por la empresa para la producción.

- ◆ **Planta de producción:** en este espacio se destinaran las maquinarias y herramientas. En este lugar se dará el proceso de transformación de la materia prima en un producto terminado.
- ◆ **Venta:** este es un espacio destinado para el servicio.
- ◆ **Parqueadero:** Sera donde se descargue la materia prima y así mismo para los clientes puedan dejar sus vehículos.

Gráfico N° 34: DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA PLANTA



Elaborado por: La Autora

REQUERIMIENTOS.

Para el normal funcionamiento de las instalaciones de la nueva empresa de pankeys de banana en la ciudad de Loja se requiere de recursos humanos, materiales y financieros.

RECURSOS HUMANOS.

Está constituido por el talento humano quien será responsable de la planificación, organización dirección y control de las actividades la cual está integrada por administrativos y operativos.

ADMINISTRATIVOS.

- Gerente
- Secretaria- Contadora
- Asesor Jurídico(temporal)
- Obrero
- Chofer-vendedor

RECURSOS MATERIALES.

El presupuesto de inversión de los recursos materiales se refiere a los valores de las inversiones en obras físicas, como equipos e insumos necesarios para la instalación y puesta en marcha del proyecto.

AREAS DE INSTALACIONES.

- Área Administrativa
- Área de producción
- Área de bodega y almacenamiento
- Área de parqueo.

TECNOLOGÍA A UTILIZAR

Cuadro N° 43 MAQUINARIA Y EQUIPO

DESCRIPCION	CANT.
Horno Industrial	1
Batidora Industrial	1
Amasadora Eléctrica	1
Balanza Eléctrica	1
Cilindro	1

Elaborado por: La Autora

Horno Industrial: Capacidad para 6 latas cada lata contiene 20 pankey; equipo fabricado a base de planchas de acero inoxidable funciona tanto con GLP, como con energía eléctrica; con tecnología digital para los controles de temperatura y tiempo.

Grafico N° 35



Batidora Industrial: Fabricadas en acero inoxidable, con motores y engranajes robustos y especiales para el trabajo.

Grafico N° 36



Amasadora Eléctrica: capacidad para 60 kg, de tres velocidades tipo espiral, sentido de giro de su olla anti horario, cubierta y olla fabricada a base de acero inoxidable.

Grafico N° 37



Cocina: Con seis quemadores, dotada de reguladores de llama tipo rápido, fabricada con tubería para gas y planchas de acero inoxidable, parrillas de hierro fundido.

Grafico N° 38



Cilindro: Dotado con válvula de tipo industrial y libra presión, fabricado a base de acero de alta aleación según norma INEN 114

Grafico N° 39



Balanza Eléctrica: Capacidad de 60 kg., una buena calidad.

Grafico N° 40



Elaboración: La Autora

ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO

El análisis administrativo pretende establecer los aspectos relacionados con la organización legal y administrativa de la empresa.

La empresa pretende cumplir con todos los requisitos legales necesarios para poder iniciar las operaciones como una empresa legalmente constituida en la ciudad de Loja.

Base Legal.- Para su operación se crea la empresa cumpliendo con lo que exige la Constitución Política del Estado, Ley de Compañías, Código de trabajo y más leyes concordantes y conexas, así como también sus reglamentos y normas que tengan relación con la iniciación y desarrollo de toda actividad empresarial o de producción el país.

Para la implementación de esta empresa se adoptará la forma jurídica de Compañía de Responsabilidad Limitada, cuyo capital es aportaciones por las socias para que una empresa se constituya legalmente la

Superintendencia de Compañías exige el cumplimiento de los siguientes requisitos mismos que se detallan a continuación:

- **Razón Social:** Esta empresa estará constituida jurídicamente como Compañía de Responsabilidad Limitada y su razón social será: EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PANKEYS DE BANANA “**MAJITO´S**”Cía.Ltda. ”
- **Objeto:** El objeto principal de la compañía será de ofrecer pankeys de banana en la ciudad de Loja
- **Domicilio:** El domicilio de la presente compañía estará ubicado en la ciudad de Loja en el Barrio IV centenario, en las calles Ramón Pinto y 10 de Agosto.
- **Nacionalidad:** La compañía será de nacionalidad ecuatoriana, por tanto está sujeta a las leyes vigentes en el Ecuador y a los estatutos que se elaboren dentro de ella.
- **Duración:** El Plazo de duración será constituida por el lapso de cinco años a partir de su fecha de inscripción.
- **Capital:** La empresa estará conformada por socios, los cuales en base a la necesidad de inversión del proyecto, establecerá el monto individual de sus aportaciones, y con ello, el capital social.

Derecho de los Socios

Los Socios tendrán los siguientes derechos:

- ❖ Intervenir en las decisiones y deliberaciones de la compañía.
- ❖ Percibir los beneficios que le correspondan de acuerdo a su participación en el capital social pagado.
- ❖ No puede obligarseles a incrementar su participación social.
- ❖ Puede pedir la revocatoria de la designación del gerente.
- ❖ Puede convocar a junta general en base a lo dispuesto por la ley de Compañías.

Obligaciones de los Socios.

Las obligaciones de los socios en este tipo de compañía, entre otras, son las siguientes:

- Pagar a la empresa la participación suscrita.
- Cumplir con los deberes impuestos por el contrato social.
- No entrometerse en los actos administrativos de la compañía.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Para el cumplimiento de las actividades la empresa **“MAJITO´S”Cía.Ltda.** requiere de una estructura vertical en donde todas sus obligaciones y

decisiones recaen sobre la gerencia, además la empresa cuenta con un área administrativa (gerente y secretaria) área operativa, área de ventas.

La empresa “**MAJITO´S**” **Cía.Ltda.** para su funcionamiento contara con los cinco niveles jerárquicos como son:

- Nivel Legislativo
- Nivel Ejecutivo
- Nivel Asesor
- Nivel de Apoyo
- Nivel Operativo

Son los elementos recursos que involucran la existencia de planes programas, estrategias y el lugar adecuado para desenvolverse dentro de la empresa encargándose de la administración y fijar las atribuciones correspondientes.

NIVELES JERARQUICOS.

Para obtener el cumplimiento de las metas y objetivos de la empresa es necesario la estructuración de los siguientes niveles jerárquicos de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que poseen soberanamente en las funciones que realizan:

Nivel Legislativo.- Es el máximo organismo de dirección en la empresa está conformado por la junta general de socios. Conformado por **tres socios**.

Nivel Ejecutivo.- Esta conformado por el **Gerente** administrador su función es cumplir y hacer cumplir los objetivos metas y planes propuestos y establecidos.

Nivel Asesor.- Representa al **Asesor Jurídico** (Abogado) quien aconseja informa y orienta las decisiones legales y es temporal.

Nivel de Apoyo.- Está conformada por la Secretaria- contadora, la misma que tiene relación directa con las actividades administrativas.

Nivel Operativo.- Lo componen los puestos que están directamente relacionados con las labores del proceso productivo conformado por 1 obrero, un chofer vendedor.

ORGANIGRAMAS.

Es la representación gráfica de la estructura organizada de la empresa que permite obtener de una idea uniforme acerca de una organización donde desempeñe un papel informativo y de análisis estructural.

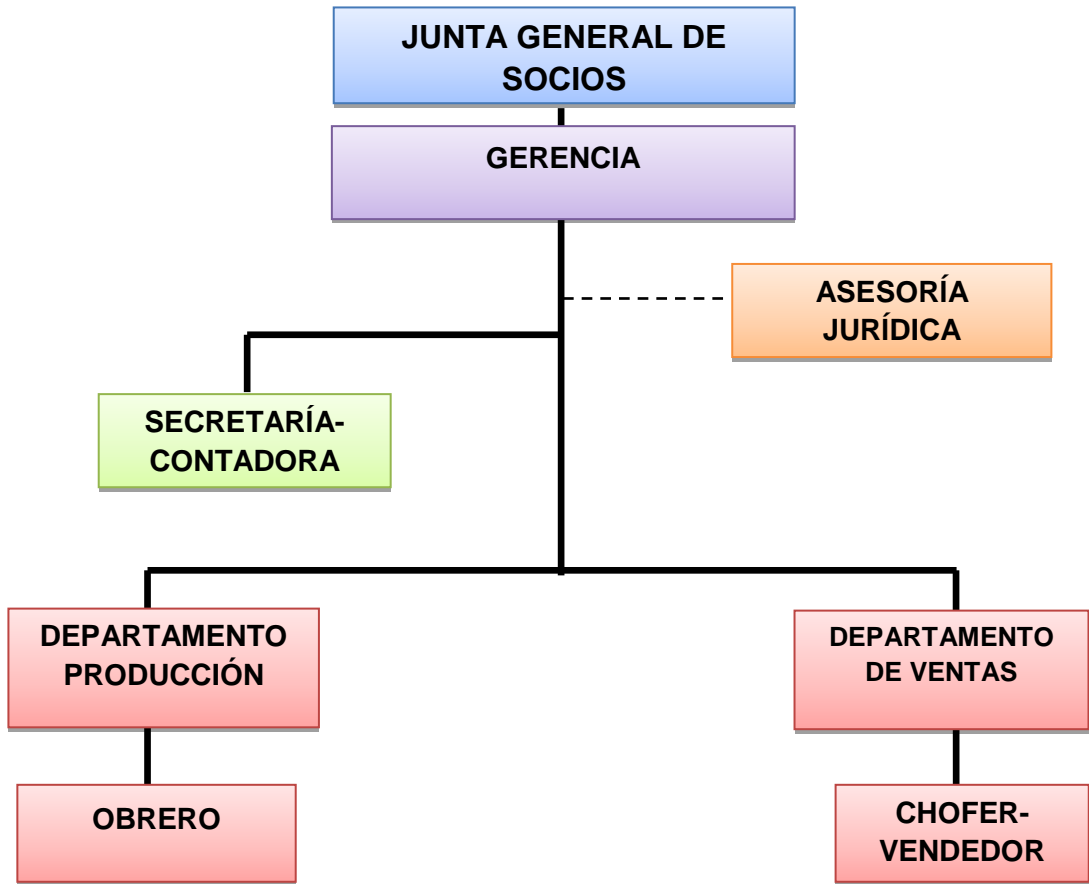
Organigrama Estructural.- Es una representación gráfica de la estructura administrativa de la empresa con el cual se conoce y se visualiza los niveles de autoridad de la organización.

Organigrama Funcional.-Especifica la relación de autoridad y dependencia de cada una de elementos administrativas y sus funciones básicas.

Organigrama Posicional.-Es la distribución específica de las jerarquías de puesto desempeñados por el personal directivo, ejecutivo, y de operaciones de la empresa.

“MAJITO´S” Cía.Ltda.

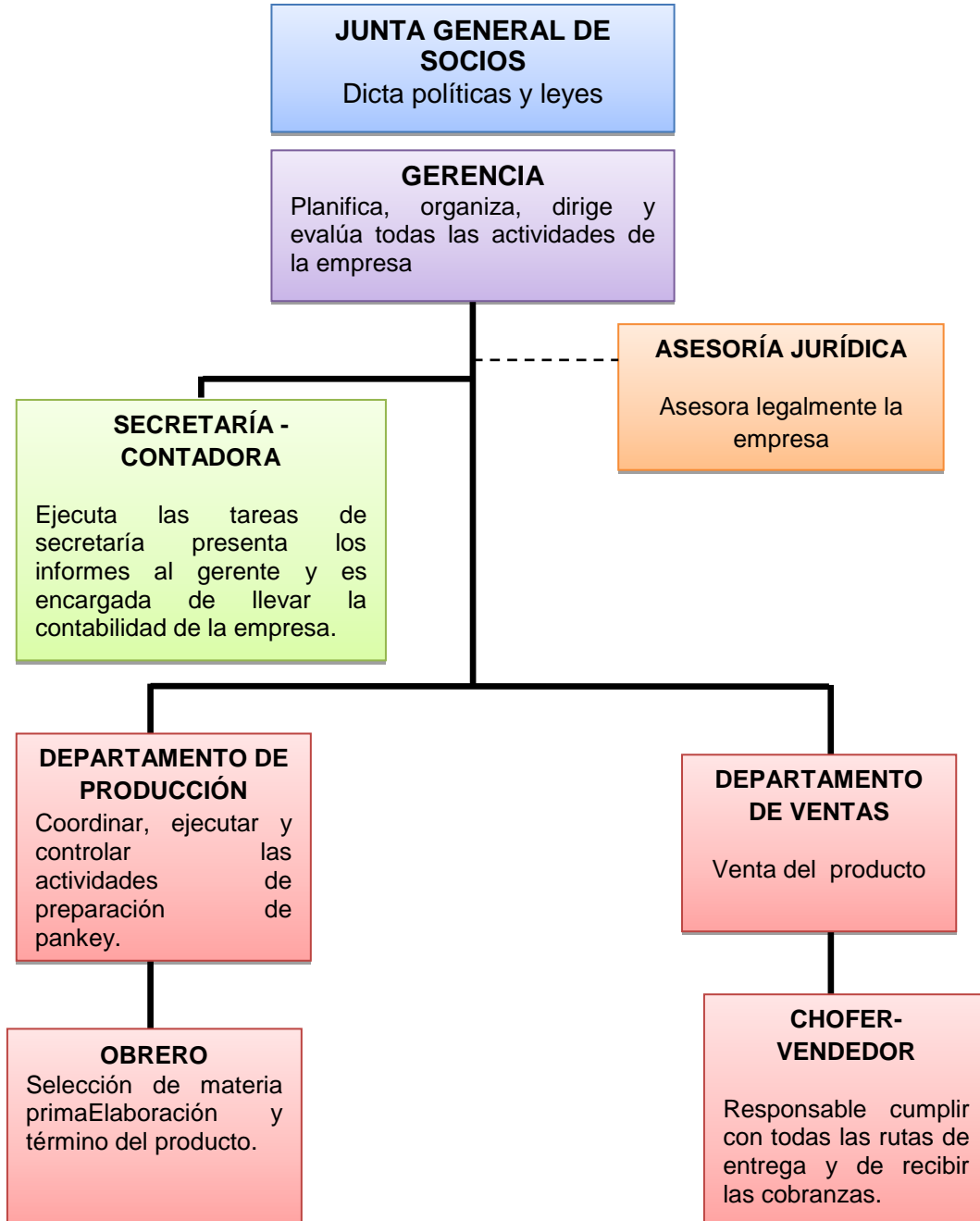
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA



Elaboración: La Autora

“MAJITO´S” Cía.Ltda.

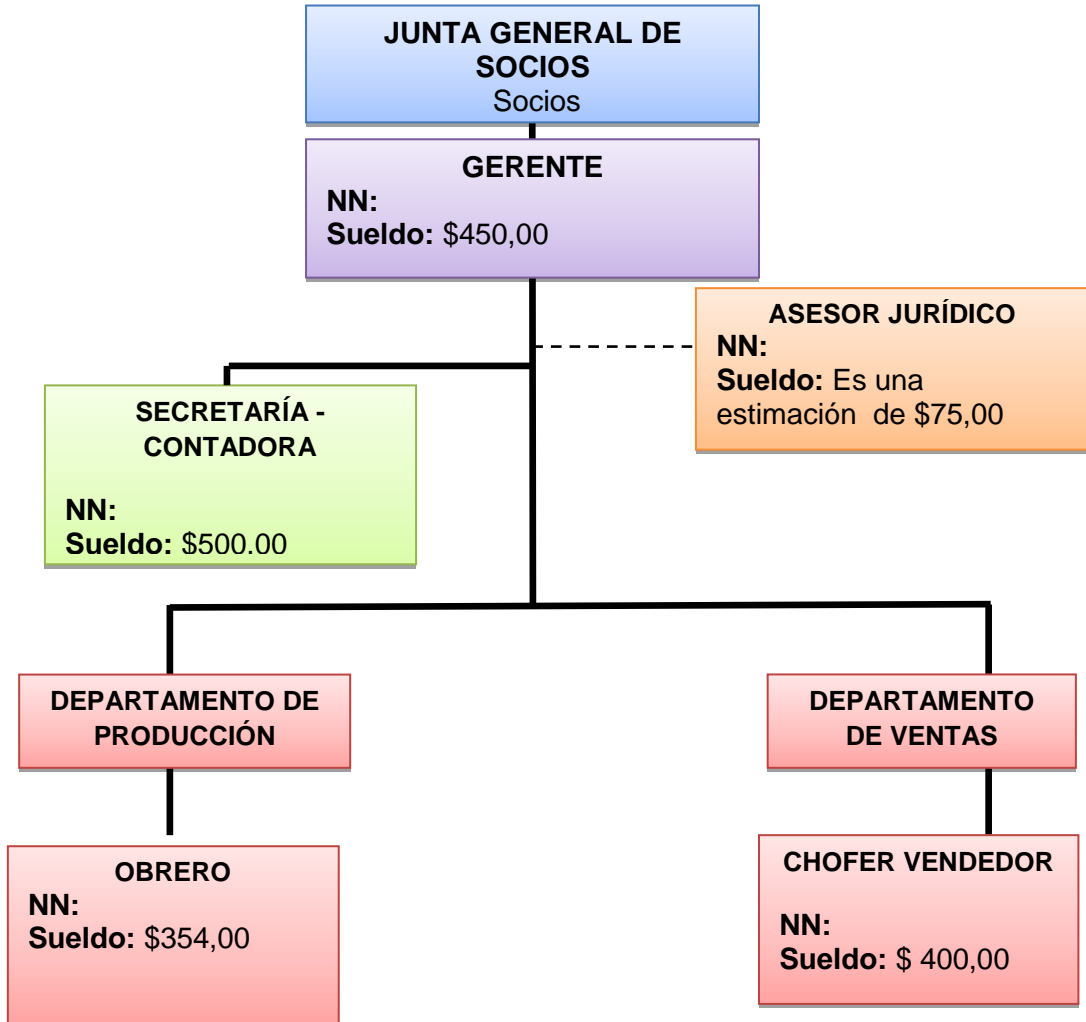
ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA



Elaboración: La Autora


“MAJITO´S” Cía.Ltda.


ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA





Elaboración: La Autora


MANUAL DE FUNCIONES

NIVEL JERÁRQUICO: : Nivel Ejecutivo	
CÓDIGO: 001	
NOMBRE DEL PUESTO : Gerente	
NATURALEZA DEL TRABAJO: Planifica, organiza, dirige y evalúa todas las actividades de la empresa	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none">• Planificar las actividades a realizarse• Representa legalmente a la empresa• Organiza en forma coordinada los recursos económicos- financieros, humanos, materiales, etc.• Controla la ejecución del plan• Realizar los ajustes correspondientes.• Ejerce la representación legal, judicial de la empresa.• Contrata al personal que se requiera para la realización de las diferentes actividades.	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none">• Supervisar y controlar las actividades bajo su mando, así como las actividades de la empresa, usando su criterio profesional para la solución de los problemas inherentes a su cargo.	
REQUISITOS MÍNIMOS: <ul style="list-style-type: none">• Título de Ingeniero Comercial, Economista o carreras afines• Experiencia 1 años en actividades similares• Calidad de gestión, liderazgo y confiabilidad. Tener buenas relaciones interpersonales, presencia y facilidad de palabra.	

<p>NIVEL JERÁRQUICO: : Nivel Asesor</p>	
<p>CÓDIGO: 002</p>	
<p>NOMBRE DEL PUESTO : Asesor Jurídico</p>	
<p>NATURALEZA DEL TRABAJO:Controlar las actividades legales de la empresa, asesorar e informar sobre aspectos legales.</p>	
<p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asesorar a los directivos sobre aspectos legales • Resuelve problemas legales de la empresa • Encarga de que la empresa se encuentre legalmente constituida, de acuerdo a la Ley dentro del Régimen ecuatoriano. • Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa • Participar en sesiones, juntas de accionistas y jefes departamentales. 	
<p>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantiene autoridad funcional más no de mando en razón de que asesora y recomienda pero no toma decisiones además su participación es eventual. 	
<p>REQUISITOS MÍNIMOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título superior en jurisprudencia (abogado) • Experiencia mínima de 3 años en trabajos similares • Conocimiento de los programas básicos Excel, Word, etc. • Buenas relaciones interpersonales. 	

<p>NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Auxiliar</p>	
<p>CÓDIGO: 003</p>	
<p>NOMBRE DEL PUESTO : Secretaria - Contadora</p>	
<p>NATURALEZA DEL TRABAJO: Realizar labores de secretaría, asistencia directa al Gerente de la empresa y Ejecutar las operaciones contables de la empresa y realizar el análisis financiero.</p>	
<p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redactar oficios, memorándums, circulares de la empresa. • Atender al público en general y asignarles las entrevistas con el Gerente. • Mantener el archivo de documentación recibida y entregada. • Preparar los estados financieros de la empresa. • Actualizar los sistemas contables de la empresa. • Organizar adecuadamente los registros contables. • Elaborar los roles de pago de todo el personal. • Mantener correctamente el manejo de los libros contables. • Determinar el control previo sobre los gastos. 	
<p>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Requiere de responsabilidad y conocimiento de secretariado, contables, y tener buenas relaciones interpersonales. 	
<p>REQUISITOS MÍNIMOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título de Contadora • Experiencia de 1 año en funciones similares • Cursos de relaciones humanas interpersonales 	

NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Operativo	
CÓDIGO: 004	
NOMBRE DEL PUESTO : Obrero	
NATURALEZA DEL TRABAJO: Realiza la producción del pankeys desde su elaboración hasta el almacenaje para su posterior comercialización.	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Responsable de la recepción de la materia prima • Responsable de los materiales a utilizar y maquinaria • Realiza el peso adecuado de los materiales • Se encarga de la producción del pankeys • Almacena los productos terminados • Encargado de mantener una buena higiene en el área productiva • Responsable de la calidad del producto. • Controla los procesos de la producción del pankeys. 	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none"> • Requiere de iniciativa y buena disposición en las tareas asignadas. 	
REQUISITOS MÍNIMOS: <ul style="list-style-type: none"> • Bachiller • Experiencia en panadería y pastelería 	

<p>NIVEL JERÁRQUICO: : Nivel operativo</p>	
<p>CÓDIGO: 005</p>	
<p>NOMBRE DEL PUESTO :CHOFER VENDEDOR</p>	
<p>NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar las actividades que se realicen en la empresa en referencia a ventas y transportar el producto terminado a los diferentes puntos de venta.</p>	
<p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atender al público que requiera información sobre los productos a comercializar. • Realizar pronósticos de ventas, manteniendo relación con el departamento de producción. • Establecer sistemas efectivos sobre precios realizando estudios de comportamiento de los mismos. • Mantener un sistema adecuado de comercialización. • Asesorar a los directivos de la empresa en asuntos concernientes a ventas. • Transportar el producto terminado a los puntos de venta y comercialización. 	
<p>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es el responsable por la ejecución de las labores de ventas • Requiere de iniciativa y criterio para la ejecución de su trabajo 	
<p>REQUISITOS MÍNIMOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título de bachiller • Experiencia mínima en trabajos de panadería • Conocimiento de los programas básicos Excel, Word, etc. • Buenas relaciones interpersonales. 	

ESTUDIO FINANCIERO

Inversiones y Financiamiento

Dentro del análisis financiero de la empresa, la determinación de las inversiones y el financiamiento son partes fundamentales, ya que mediante la estructuración se podrá determinar el monto a invertir en el proyecto y las fuentes que financiarán el mismo.

Inversiones

Es la cantidad de recursos financieros, su objetivo es definir la cuantía de los requerimientos de activos de la empresa y se clasifican en:

Inversiones en Activos Fijos

Son las inversiones que se realizan en comprar bienes tangibles, se utilizan para garantizar la operación del proyecto entre ellos tenemos:

Maquinaria y Equipo: Son aquellos instrumentos que van a permitir realizar la transformación de la materia prima en producto terminado o acabado.

**Maquinaria y Equipo
Cuadro Nº 43**

Maquinaria y Equipo			
ACTIVOS	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
Horno Industrial	1	800,00	800,00
Batidora Industrial	1	450,00	450,00
Amasadora Eléctrica	1	500,00	500,00
Balanza Eléctrica	1	150,00	150,00
Cocina	1	400,00	400,00
Cilindro	1	80,00	80,00
TOTAL			2380,00

Fuente: Almacenes de la Ciudad

Elaboración: La Autora

**Depreciación de Maquinaria y Equipo
Cuadro Nº 44**

DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO

VALOR DEL ACTIVO 2380,00

10	AÑOS DE VIDA UTIL	10%	DEPRECIACIÓN	
AÑO S	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VAL. ACTUAL
0	2380,00	238		2142,00
1	2142		214,20	1927,80
2	1927,80		214,20	1713,60
3	1713,60		214,20	1499,40
4	1499,40		214,20	1285,20
5	1285,20		214,20	1071,00
6	1071,00		214,20	856,80
7	856,80		214,20	642,60
8	642,60		214,20	428,40
9	428,40		214,20	214,20
10	214,20		214,20	0,00

Fuente: Cuadro Nº 43

Elaboración: La Autora

Herramientas: Están constituidas por instrumentos manuales que se utilizaran para el proceso de producción, y por su naturaleza se integran a la maquinaria y equipo.

**Herramientas
Cuadro N° 45**

ACTIVOS	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
Ollas	4	35,00	140,00
Tanques de aluminio	2	80,00	160,00
Carritos de transporte	2	75,00	150,00
Cernidores grandes	3	5,00	15,00
Paila	2	35,00	70,00
Termómetro	2	10,00	20,00
Bandejas	4	10,00	40,00
TOTAL			595,00

Fuente: Almacenes de la Localidad

Elaboración: La Autora

**Depreciación de Herramientas
Cuadro N° 46**

VALOR DEL ACTIVO		595,00		
10	AÑOS DE VIDA UTIL	10%	DEPRECIACIÓN	
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VAL. ACTUAL
0	595	59,5		535,5
1	535,5		53,55	481,95
2	481,95		53,55	428,4
3	428,4		53,55	374,85
4	374,85		53,55	321,3
5	321,3		53,55	267,75
6	267,75		53,55	214,2
7	214,2		53,55	160,65
8	160,65		53,55	107,1
9	107,1		53,55	53,55
10	53,55		53,55	0,00

Fuente: Cuadro N° 45

Elaboración: La Autora

Equipo de Computación

Comprende aquellos equipos que permiten realizar las actividades administrativas, financieras, de producción y de ventas en forma eficiente y efectiva.

**Equipo de Computación
Cuadro N° 47**

ACTIVOS	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
Computador	2	650,00	1300,00
Impresora multifunción	1	150,00	150,00
TOTAL			1450,00

Fuente: Master PC

Elaboración: La Autora

**Depreciación de Equipo de Computación
Cuadro N° 48**

VALOR DEL ACTIVO		1450,00		
3	AÑOS DE VIDA UTIL	33,33%	DEPRECIACIÓN	
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VAL. ACTUAL
0	1450,00	483,29		966,72
1	966,72		322,24	644,48
2	644,48		322,24	322,24
3	322,24		322,24	0,00

Fuente: Cuadro N° 47

Elaboración: La Autora

Equipo de Oficina: los equipos de oficina que a continuación se detallan servirán para desarrollar con mayor rapidez y eficiencia las actividades dentro del área administrativa de la empresa.

**Equipo de Oficina:
Cuadro N° 49**

ACTIVOS	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
Teléfono	1	35,00	35,00
Sumadora	1	40,00	40,00
Grapadora	2	5,00	10,00
Perforadora	2	2,00	4,00
TOTAL			89,00

Fuente: Locales de la ciudad

Elaboración: La Autora

**Depreciación de Equipo de Oficina
Cuadro N° 50**

DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE OFICINA

VALOR DEL ACTIVO 89,00

10	AÑOS DE VIDA UTIL	10%	DEPRECIACIÓN	
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VAL. ACTUAL
0	89,00	8,9		80,10
1	80,10		8,01	72,09
2	72,09		8,01	64,08
3	64,08		8,01	56,07
4	56,07		8,01	48,06
5	48,06		8,01	40,05
6	40,05		8,01	32,04
7	32,04		8,01	24,03
8	24,03		8,01	16,02
9	16,02		8,01	8,01
10	8,01		8,01	0,00

Fuente: Cuadro N° 49

Elaboración: La Autora

Muebles y Enseres: En este rubro se incluyen los valores correspondientes al mobiliario que facilitara la comodidad y adecuación del área administrativa y producción para el uso del personal y de los clientes.

**Muebles y Enseres
Cuadro N° 51**

ACTIVOS	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
Escritorio Tipo Gerente	1	190,00	190,00
Escritorio Normal	2	120,00	240,00
Sillas	4	40,00	160,00
Sillón Tipo Gerente	2	150,00	300,00
Mesas	2	60,00	120,00
Archivador Metálico	1	120,00	120,00
TOTAL			1130,00

Fuente: Locales de la ciudad

Elaboración: La Autora

**Depreciación de Muebles y Enseres
Cuadro N° 52**

VALOR DEL ACTIVO		1130,00		
10	AÑOS DE VIDA UTIL	10%	DEPRECIACIÓN	
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VAL. ACTUAL
0	1130,00	113		1017,00
1	1017,00		101,7	915,30
2	915,30		101,7	813,6
3	813,60		101,7	711,9
4	711,90		101,7	610,2
5	610,20		101,7	508,50
6	508,50		101,7	406,8
7	406,80		101,7	305,1
8	305,10		101,7	203,4
9	203,40		101,7	101,7
10	101,70		101,7	0,00

Fuente: Cuadro N° 51

Elaboración: La Autora

Vehículo: Tomando en consideración que la empresa debe transportar materia prima y realizar la distribución del producto, tanto en el mercado local como se ha previsto la adquisición de un vehículo.

**Vehículo
Cuadro N° 53**

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total
camioneta de segunda	1	15000	15000

Fuente: Feria de Carros de la Ciudad de Loja.

Elaboración: La Autora

**Depreciación de Vehículo
Cuadro N° 54**

VALOR DEL ACTIVO **15000,00**

5	AÑOS DE VIDA UTIL	20%	DEPRECIACIÓN	
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VAL. ACTUAL
0	15000	3000		12000
1	12000		2400	9600
2	9600		2400	7200
3	7200		2400	4800
4	4800		2400	2400
5	2400		2400	0,00

Fuente: Cuadro N° 53

Elaboración: La Autora

Adecuaciones e instalaciones

Se hace constar el valor de las adecuaciones del local como por ejemplo las divisiones y lo que se va a necesitar dentro de la empresa.

**Adecuaciones e instalaciones
Cuadro N° 55**

ACTIVOS	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
adecuaciones e instalaciones	1	500,00	500,00
TOTAL			500,00

Elaboración: La Autora

CUADRO N° 56
Depreciación de instalaciones

VALOR DEL ACTIVO		500,00		
10	AÑOS DE VIDA UTIL	10%	DEPRECIACIÓN	
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VAL. ACTUAL
0	500,00	50		450,00
1	450,00		45	405,00
2	405,00		45	360,00
3	360,00		45	315,00
4	315,00		45	270,00
5	270,00		45	225,00
6	225,00		45	180,00
7	180,00		45	135,00
8	135,00		45	90,00
9	90,00		45	45,00
10	45,00		45	0,00

Fuente: Cuadro N° 55

Elaboración: La Autora

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

Cuadro N° 57

Activos	V. Total
Maquinaria y Equipo	2380,00
Herramientas	595,00
Vehículo	15000,00
Equipo de Computo	1450,00
Equipo de Oficina	89,00
Muebles y Enseres	1130,00
adecuaciones e instalaciones	500,00
Total	21144,00

Fuente: Cuadro N° 43-56

Elaboración: La Autora

Inversiones en Activos Diferidos

Son todos aquellos rubros que están constituidos para la formulación y realización del proyecto entre ellos tenemos:

Inversiones en Activos Diferidos
Cuadro Nº 58

ACTIVOS	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
Gastos de constitución	1	150,00	150,00
Permisos de Funcionamiento	1	150,00	150,00
Proyecto	1	750,00	750,00
Marcas y patentes	1	120,00	120,00
TOTAL			1170,00

Fuente: Asesoramiento Profesional

Elaboración: La Autora

AMORTIZACIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO
Cuadro Nº 59

AMORTIZACIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO			
AÑOS	VAL. ACT. DIFERIDO	AMORTIZACIÓN	VALOR TOTAL
1	1170,00	117	1053
2	1053	117	936
3	936	117	819
4	819	117	702
5	702	117	585

Elaboración: La Autora

Inversiones en Activos Circulantes

Llamado también capital de trabajo, es la suma de todos los gastos pre-operativos de una empresa, se incluye un encaje mínimos de imprevistos (5%) y generalmente se calculan para un mes.

Materia Prima Directa: Son todos los componentes básicos para la obtención del producto terminado; su cantidad está relacionada con la capacidad de la planta, y su costo depende de la calidad y del lugar donde se encuentren los proveedores, la cantidad a producir mensual es de **26000 unidades** de pankeys de banana.

Cuadro N° 60
Materia Prima Directa

ACTIVOS	UNIDAD	CANT.	V. unitario	V. Mensual	V. TOTAL
Harina	kilos	396	0,80	316,80	3801,60
Banana	unidades	2772	0,02	55,44	665,28
Huevos	unidades	1980	0,10	198,00	2376,00
Leche	Litros	792	0,40	316,80	3801,60
Canela	libra	44	2,00	88,00	1056,00
Azúcar	libra	297	0,40	118,80	1425,60
TOTAL				1093,84	13126,08

Fuente: Mercado Mayorista de la Localidad

Elaboración: La Autora

Mano de Obra Directa: En este rubro se considera todo el gasto empleado en la contratación del personal que interviene directamente en el proceso de producción, es decir aquellos que con su trabajo transforman la materia prima en producto terminado.

Cuadro N° 61
Mano de Obra Directa

DENOMINACIÓN	Trabajador
Remuneración Unificada	354,00
Décimo Tercero	29,50
Décimo Cuarto	29,50
Vacaciones	14,75
Aporte patronal 11,15%	39,47
Fondos de Reserva	0,00
Aporte al IECE 0,5%	1,77
Aporte al SECAP 0,5%	1,77
Total	470,76
Número de operarias	1
Total Mensual	470,761
Total Anual	5649,132

Fuente: Inspectoría de Trabajo

Elaboración: La Autora

Materiales indirectos

Cuadro N° 62

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD	CANT.	V. UNIT.	V. anual
Etiquetas	Unidad	187300	0,005	936,5
Fundas de papel (pirotinas)	unidad	187300	0,01	1873
TOTAL				2809,50

Fuente: Distribuidora de plásticos

Elaboración: La Autora

Servicios Básicos: Son todos los pagos que se realizan por el agua, energía eléctrica y el teléfono.

Cuadro N° 63
Servicios Básicos

Especificación	V. Mensual	V. Total
Agua	25	300
Teléfono	25	300
Energía Eléctrica	30	360
Total	80	960

Fuente: Municipio; EERSSA; CNT.

Elaboración: La Autora

Sueldos Administrativos: Conforman el gasto de los sueldos y salarios del personal que no intervienen directamente en el proceso de producción, pero que son necesarios para lograr el desarrollo óptimo de la empresa.

Cuadro N° 64
Sueldos Administrativos

Denominación	Gerente	Secretaria – Contadora	Asesor Jurídico	Chofer-vendedor
Remuneración Unificada	450	500		400
Décimo Tercero	37,50	41,67		33,33
Décimo Cuarto	29,50	29,50		29,50
Vacaciones	18,75	20,83		16,67
Aporte patronal 11,15%	50,18	55,75		44,60
Fondos de Reserva	0	0		0
Aporte al IECE 0,5%	2,25	2,50		2
Aporte al SECAP 0,5%	2,25	2,50		2
Total	590,425	652,75		528,1
Número de obreros	1	1	1	1
Total Mensual	590,43	652,75	75	528,10
Total Anual	7085,10	7833,00	900,00	6337,20
Total del Sueldo Administrativo	22155,30			

Fuente: Inspectoría de Trabajo

Elaboración: La Autora

Nota: El sueldo del asesor jurídico es un aproximado, ya que no es un trabajador fijo de la empresa sino temporal.

Arriendo: Son aquellos desembolsos que se tiene que realizar por el alquiler del local en donde va a funcionar la empresa.

Cuadro N° 65

Arriendo

Descripción	Mes	Año
Arriendo del Local	350	4200
Total	400	4200

Fuente: Localidad de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Suministros de oficina: Es el gasto que se produce con la adquisición de material de oficina como: papel bond, esferográficos, etc.

Cuadro N° 66

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL	V. Anual
Carpetas de Archivo	unidad	4	5,00	20,00	240,00
Lápices	docena	2	2,50	5,00	60,00
Esferográficos	docena	2	3,00	6,00	72,00
Resma de hojas	unidad	2	4,00	8,00	96,00
Tinta de impresora	cartucho	2	15,00	30,00	360,00
TOTAL				69,00	828,00

Fuente: Librerías de la localidad

Elaboración: La Autora

Suministros de producción: Son todos aquellos que dan seguridad a los trabajadores para que realicen sin ningún inconveniente la producción.

Suministros de producción

Cuadro N° 67

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD	CANT.	V. UNIT.	V. total	V. Anual
mandiles	Unidad	10	3,00	30,00	360,00
pares de Guantes	unidad	6	1,50	9,00	108,00
gorras	unidad	6	3,50	21,00	252,00
maskarilla	Unidad	6	1,00	6,00	72,00
TOTAL				66,00	792,00

Fuente: Locales de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Útiles de Aseo: Estos gastos se ocasionan al adquirir implementos necesarios para el mantenimiento y aseo de la empresa par el transcurso del año.

Cuadro N° 68

Útiles de Aseo

CAN T.	DENOMINACION		VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Escoba (cada 2 meses)	Unidad	3	3	18
1	Trapeador(cada 2 meses)	Unidad	3	3	18
1	Recogedor(cada 3 meses)	Unidad	2	2	8
1	Desinfectante	Galón	3	3	36
1	Papel Higiénico	Paquete	6	6	72
3	Fundas de Basura	Paquete	2	6	72
2	Basurero(cada 6 meses)	Unidad	4	8	16
1	Balde Escurreidor (cada 6 meses)	Unidad	7	7	14
2	Toallas (cada 2 meses)	Unidad	3	6	36
TOTAL				44	290,00

Fuente: Almacenes Locales

Elaboración: La Autora

Publicidad: En este rubro se incluyen todo los gastos que efectúa la empresa para conseguir una publicidad efectiva en la comercialización de su producción; así como una buena distribución.

**Cuadro Nº 69
Publicidad**

PUBLICIDAD	FACTOR	CANTIDAD	PRECIO	V. Mensual	V. Anual
Radio Boquerón	Avisos	30	2,5	75	900
TOTAL				75	900

Fuente: Radio Boquerón (93.7 Fm)

Elaboración: La Autora

MANTENIMIENTO DE VEHICULO.- Para el desarrollo normal de las operaciones de la empresa y evitar posibles fallas en el transporte del producto, es necesario dar el respectivo mantenimiento al vehículo para lo cual se ha procedido a calcular un porcentaje anual correspondiente al rubro.

**Cuadro Nº 70
Mantenimiento de vehículo**

DENOMINACIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
El mantenimiento corresponde al 1% mensual del valor del activo	150	1800
TOTAL		1800

Elaboración: La Autora

Combustible y Lubricantes: Son los gastos que serán necesario para el buen funcionamiento del vehículo de la empresa.

Cuadro N° 71
Combustible y lubricantes

Descripción	Mes	Año
Gasolina extra	50	600
Filtros y cambio de aceite	20	240
Total		840

Fuente: Tecnicentros de la localidad

Elaboración: La Autora

RESUMEN DEL ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

Cuadro N° 72

ESPECIFICACIONES	VALOR TOTAL ANUAL	VALOR TOTAL MENSUAL
Materia prima directa	13126,08	1093,84
Mano de obra directa	5649,13	470,76
Materiales indirectos	2809,50	234,13
Servicios básicos	960,00	80,00
Útiles de aseo	290,00	24,17
Suministros de producción	792,00	66,00
Sueldos Administrativos	22155,30	1846,28
Arriendo	4200,00	350,00
Suministros de oficina	828,00	69,00
Gasto publicitarios	900,00	75,00
Mantenimiento de vehículo	1800,00	150,00
Combustible y lubricantes	840,00	70,00
TOTAL	54350,01	4529,17

Elaboración: La Autora

INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

Cuadro Nº 73

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
ACTIVOS FIJOS		
Maquinaria y Equipo	2380,00	
Herramientas	595,00	
Vehículo	15000,00	
Equipo de Computo	1450,00	
Equipo de Oficina	89,00	
Muebles y Enseres	1130,00	
Adecuaciones e instalaciones	500,00	
SUBTOTAL	21144,00	78,97
ACTIVOS DIFERIDOS		
Gastos de constitución	150,00	
Permisos de Funcionamiento	150,00	
Proyecto	750,00	
Marcas y patentes	120,00	
SUBTOTAL	1170,00	4,37
CAPITAL DE TRABAJO (un mes)		
Materia prima directa	1093,84	
Mano de obra directa	470,76	
Materiales indirectos	234,13	
Servicios básicos	80,00	
Útiles de aseo	24,17	
Suministros de producción	66,00	
Sueldos Administrativos	1846,28	
Arriendo	350,00	
suministros de oficina	69,00	
Gasto publicitarios	75,00	
Mantenimiento de vehículo	150,00	
Combustibles y lubricantes	70,00	
SUBTOTAL	4529,17	16,87
TOTAL	26843,17	100

Elaboración: La Autora

FINANCIAMIENTO

Para poner en funcionamiento la presente empresa se requieren \$26843,17 mismos que serán suministrados de la siguiente manera; el 44,12% con capital propio, por medio del aporte de las accionistas de la empresa; el 55,88% restante a través de un crédito concebido por el BAN Ecuador a una tasa de interés del 15% anual.

Cuadro N° 74

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Capital social	11843,17	44,12
Crédito	15000,00	55,88
TOTAL	26843,17	100

Elaboración: la autora

Cuadro N° 75
AMORTIZACIÓN

CAPITAL	15000,00			
INTERES	15%			
TIEMPO	5	Años	Pagos	semestrales
SEMESTRES	CAPITAL	INTERÉS	DIVIDENDO	CAPITAL RED.
0				15000,00
1	1500,00	1125,00	2625,00	13500,00
2	1500,00	1012,50	2512,50	12000,00
3	1500,00	900,00	2400,00	10500,00
4	1500,00	787,50	2287,50	9000,00
5	1500,00	675,00	2175,00	7500,00
6	1500,00	562,50	2062,50	6000,00
7	1500,00	450,00	1950,00	4500,00
8	1500,00	337,50	1837,50	3000,00
9	1500,00	225,00	1725,00	1500,00
10	1500,00	112,50	1612,50	0,00

Fuente: BAN ECUADOR

Elaboración: La Autora

ESTRUCTURA DE COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

Es necesario tomar como base la producción programada en relación con la capacidad utilizada del proyecto.

Para la proyección de los costos se utiliza los promedios de la tasa de inflación del 3,67% del año 2014.

Cuadro N° 76 PRESUPUESTO DE COSTOS

COSTO PRIMO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima Directa	13.126,08	12.350,98	12.912,95	13.500,49	14.114,77
Mano de Obra Directa	5.649,13	5.906,17	6.174,90	6.455,86	6.749,60
Total costo primo	18.775,21	18.257,15	19.087,85	19.956,35	20.864,36
Costos gen. de fab.(Producción)					
materiales indirectos	2809,50	2643,60	2763,88	2889,64	3021,12
Depreciación de maquinaria y Equipo	214,20	214,20	214,20	214,20	214,20
Arriendos	4.200,00	4.391,10	4.590,90	4.799,78	5.018,17
Suministros de producción	792,00	828,04	865,71	905,10	946,28
Depreciación de Vehículo	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Depreciación de instalaciones	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00
Mantenimiento de Vehículo	1.800,00	1.881,90	1.967,53	2.057,05	2.150,64
Depreciación de herramientas	53,55	53,55	53,55	53,55	53,55
Amortización de activos diferidos	117,00	117,00	117,00	117,00	117,00
Total costo de fabricación	12.431,25	12.574,39	13.017,77	13.481,32	13.965,97
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN	31.206,46	30.831,54	32.105,62	33.437,67	34.830,33
COSTO DE OPERACIÓN					
Gastos Administrativos					
Sueldos administrativos	22.155,30	23.163,37	24.217,30	25.319,19	26.471,21
Depreciación de muebles y enseres	101,70	101,70	101,70	101,70	101,70
Suministros de oficina	828,00	865,67	905,06	946,24	989,30
útiles de aseo	290,00	303,20	316,99	331,41	346,49
Depreciación equipo de oficina	8,01	8,01	8,01	8,01	8,01
Depreciación equipos de computación	322,24	322,24	322,24	355,57	355,57
Servicios básicos	960,00	1.003,68	1.049,35	1.097,09	1.147,01
Total gastos administrativos	24.665,25	25.767,86	26.920,65	28.159,22	29.419,29
VENTAS					
Publicidad y Propaganda	900,00	940,95	983,76	1.028,52	1.075,32
combustibles y lubricantes	840,00	878,22	918,18	959,96	1.003,63
Total gastos de ventas	1.740,00	1.819,17	1.901,94	1.988,48	2.078,96
FINANCIEROS					
Intereses por préstamo	2.137,50	1.687,50	1.237,50	787,50	337,50
Total gastos financieros	2.137,50	1.687,50	1.237,50	787,50	337,50
TOTAL DE COSTO DE OPERACIÓN	28.542,75	29.274,53	30.060,09	30.935,20	31.835,75
COSTO TOTAL	59.749,21	60.106,07	62.165,71	64.372,87	66.666,08

COSTOS UNITARIOS

Los costos unitarios se los obtiene dividiendo los costos totales para el número de unidades producidas al año.

Formula:

$$C.U = \frac{\text{Costos Totales}}{\text{Nº de productos al año}}$$

Cuadro Nº 77

Costo Unitario

Años	Costos Totales	Nº de productos al año	Costo Unitario
1	59.749,21	187200	0,32
2	60.106,07	168480	0,36
3	62.165,71	168480	0,37
4	64.372,87	168480	0,38
5	66.666,08	168480	0,40

Fuente: cuadro N°41 y 76

Elaboración: La Autora

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

En este caso del pankey de banana tendrá un 25% de margen de utilidad para el primer año.

Formula:

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

Cuadro N° 78

Años	Costo Unitario	Margen de Utilidad	Precio de Venta al Público
1	0,32	0,08 (25%)	0,40
2	0,36	0,09 (25%)	0,45
3	0,37	0,09 (25%)	0,46
4	0,38	0,10 (25%)	0,48
5	0,40	0,09 (25%)	0,49

Fuente: Cuadro N°77

Elaboración: La Autora

INGRESOS TOTALES

Para determinar los ingresos, se procedió a multiplicar el precio de venta al público por las unidades producidas.

Formula:

$$I.T = \text{Precio de venta al publico} * \text{N}^\circ \text{ de unidades producidas en el año}$$

Cuadro N° 79

Ingresos

Años	Precio de Venta al Público	Unid. Producidas al año	Ingresos Totales
1	0,40	187200	74.686,51
2	0,45	168480	75.132,59
3	0,46	168480	77.707,14
4	0,48	168480	80.466,09
5	0,49	168480	83.332,60

Fuente: cuadro N° 41 y 78

Elaboración: La Autora

Distribución de Costos.

Costos Fijos: Permanecen constantes en relación con los cambios o volumen de producción.

Costos Variables: Varían de acuerdo con el volumen de producción, ya que se presenta cuando hay producción y ventas.

CUADRO N° 80
COSTO TOTAL (años 1, y 5)

	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
COSTO PRIMO				
Materia Prima Directa		13.126,08		14.114,77
Mano de Obra Directa		5.649,13		6.749,60
Total costo primo		18.775,21		20.864,36
Costos generales de fabricación (Producción)				
materiales indirectos		2809,50		3021,12
Depreciación de maquinaria y Equipo	214,20		214,20	
Arriendos	4.200,00		5.018,17	
suministros de operación	792,00		946,28	
Depreciación de Vehículo	2.400,00		2.400,00	
Depreciación de instalaciones	45,00		45,00	
Mantenimiento de Vehículo	1.800,00		2.150,64	
Depreciación de herramientas	53,55		53,55	
Amortización de activos diferidos	117,00		117,00	
Total costo de fabricación	9.621,75	2809,50	10.944,85	3021,12
COSTO DE OPERACIÓN				
Gastos Administrativos				
Sueldos administrativos	22.155,30		26.471,21	
Depreciación de muebles y enseres	101,70		101,70	
suministros de oficina	828,00		989,30	
Útiles de aseo	290,00		346,49	
Depreciación equipo de oficina	8,01		8,01	
Depreciación equipos de computación	322,24		355,57	
Servicios básicos		960,00		1.147,01
Total gastos administrativos	23.705,25	960,00	28.272,28	1.147,01
VENTAS				
Publicidad y Propaganda	900,00		1.075,32	
combustibles y lubricantes		840		1003,63
Total gastos de ventas	900,00	840	1.075,32	1003,63
FINANCIEROS				
Intereses por préstamo	2.137,50		337,50	
Total gastos financieros	2.137,50		337,50	
TOTAL	36.364,50	23.384,71	40.629,95	26.036,13
		59.749,21		66.666,08

Elaboración: La Autora

· DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que se igualan los ingresos con los costos, es decir no existe ni pérdidas ni ganancias, conocido como el punto muerto.

Cálculo del Punto de Equilibrio para el año 1.

Método matemático

a. En función de las ventas

$$P. E = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$P. E = \frac{36364,50}{1 - \frac{23384,71}{74686,51}}$$

$$P. E = \frac{36364,50}{0,686896}$$

$$P. E = 52940,33$$

b. En función de la capacidad instalada

$$P. E = \frac{\text{CostoFijoTotal}}{\text{Ventastotales} - \text{Costosvariablestotales}} \times 100$$

$$P. E = \frac{36364,50}{74686,51 - 23384,71} \times 100$$

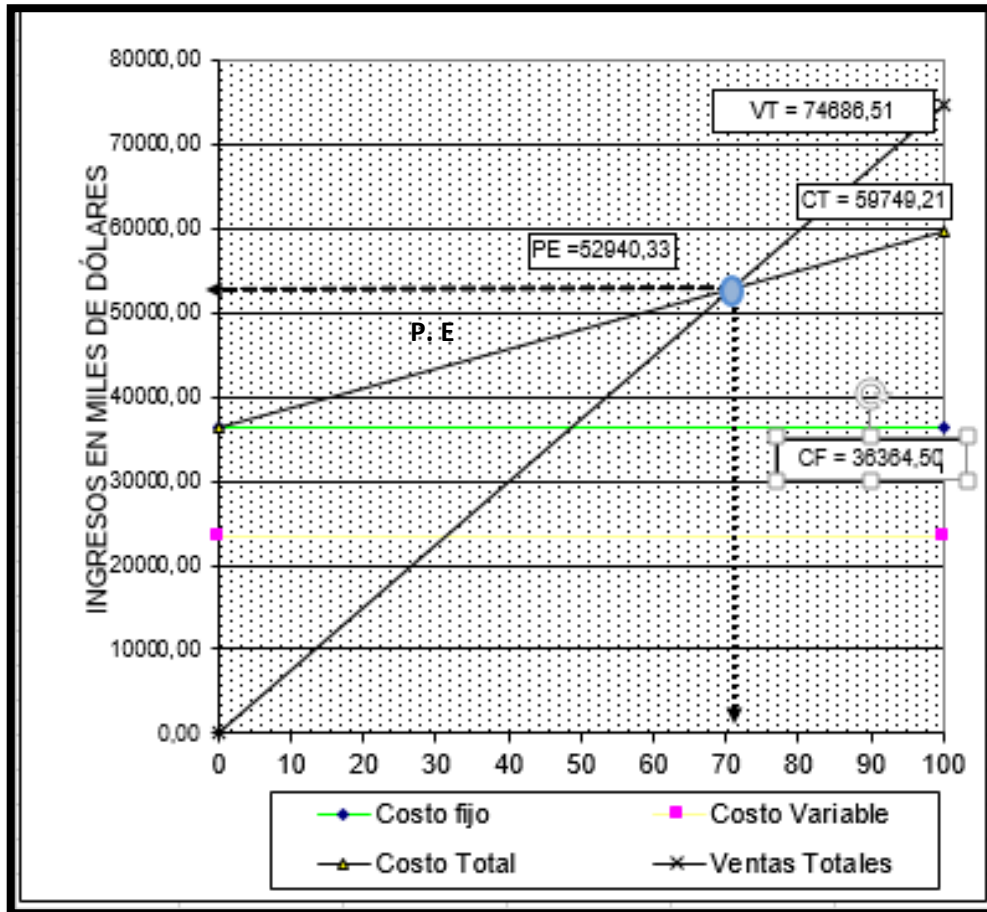
$$P. E = \frac{36364,50}{51301,80} \times 100$$

$$P. E = 0,7088 \times 100$$

$$P. E = 70,88\%$$

GRAFICO N° 41

Punto de Equilibrio para el Año 1



Análisis:

El siguiente gráfico nos indica que para el primer año la empresa debe vender \$52.940,33 dólares de su servicio para llegar al punto de equilibrio con un 70,88% de capacidad instalada.

Cálculo del Punto de Equilibrio para el año 5.

Método matemático

a. En función de las ventas

$$P. E = \frac{\text{Costofijototal}}{1 - \frac{\text{Costovariabletotal}}{\text{Ventastotales}}}$$

$$-P. E = \frac{40629,95}{1 - \frac{26036,13}{83332,60}}$$

$$P. E = \frac{40629,95}{0,687564}$$

$$P. E = 59092,61$$

b. En función de la capacidad instalada

$$P. E = \frac{\text{CostoFijoTotal}}{\text{Ventastotales} - \text{Costosvariablestotales}} \times 100$$

$$P. E = \frac{40629,95}{83332,60 - 26035,13} \times 100$$

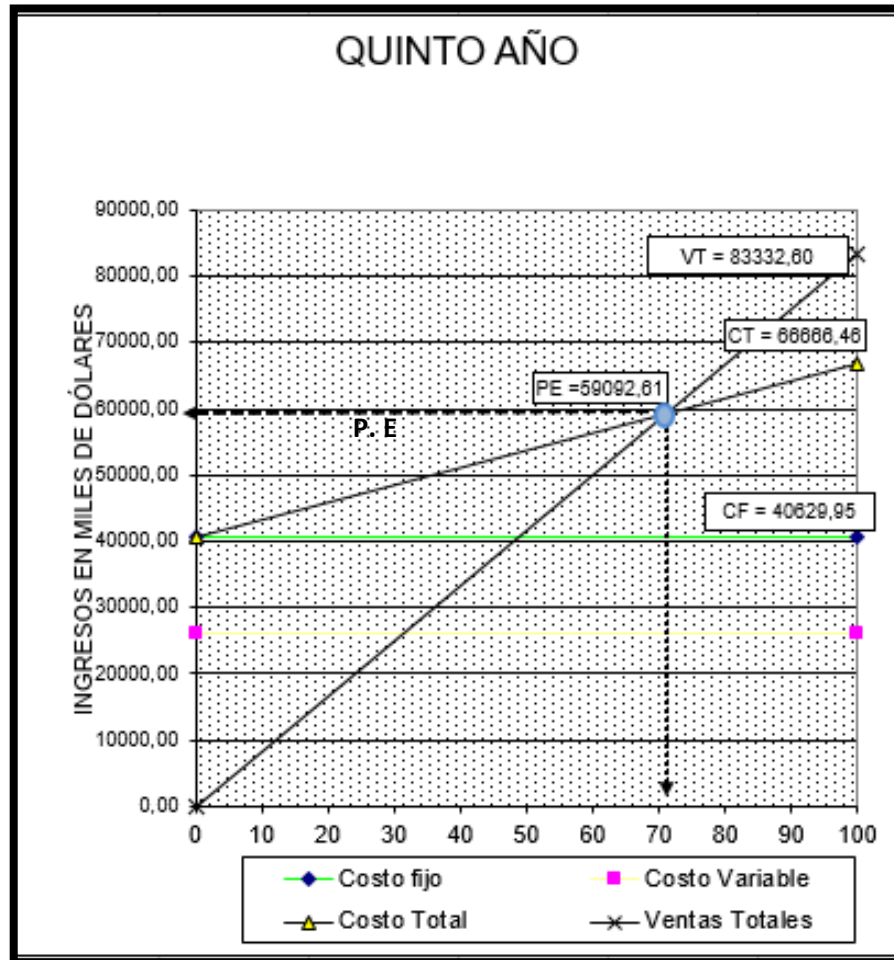
$$P. E = \frac{40629,95}{57296,47} \times 100$$

$$P. E = 0,7091 \times 100$$

$$P. E = 70,91\%$$

CUADRO N° 42

Punto de Equilibrio para el Año 5



Análisis:

El siguiente gráfico nos indica que para el quinto año la empresa debe vender \$59092,61 dólares de su producto para llegar al punto de equilibrio con un 70,91% de capacidad instalada.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es un estado financiero que permite obtener la utilidad neta a través de la diferencia entre los ingresos por ventas y los egresos por concepto de costos.

Cuadro Nº 81

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	74.686,51	75.132,59	77.707,14	80.466,09	83.332,60
(-)Costo de producción	31.206,46	30.831,54	32.105,62	33.437,67	34.830,33
Utilidad bruta	43.480,05	44.301,05	45.601,52	47.028,42	48.502,27
(-)costos de operación	28.542,75	29.274,53	30.060,09	30.935,20	31.835,75
Utilidad neta	14.937,30	15.026,52	15.541,43	16.093,22	16.666,52
(-)15% utilidad trabajadores	2.240,60	2.253,98	2.331,21	2.413,98	2.499,98
Utilidad antes de impuesto a la renta	12.696,71	12.772,54	13.210,21	13.679,23	14.166,54
(-)25% impuesto a la renta	3.174,18	3.193,14	3.302,55	3.419,81	3.541,64
Utilidad antes de reserva legal	9.522,53	9.579,41	9.907,66	10.259,43	10.624,91
(-)10% de reserva legal	952,25	957,94	990,77	1.025,94	1.062,49
UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO	8.570,28	8.621,46	8.916,89	9.233,48	9.562,42

Elaboración: La Autora

EVALUACIÓN FINANCIERA

Es uno de los puntos más importantes, ya que del mismo dependerá su aceptación o rechazo del proyecto.

FLUJO DE CAJA.

El flujo de caja permite cubrir todos los requerimientos de efectivo del proyecto, posibilitando que el inversionista cuente con el suficiente margen de recursos para cubrir sus necesidades de efectivo.

Cuadro N° 82 FLUJO DE CAJA

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO						
Ventas		74.686,51	75.132,59	77.707,14	80.466,09	83.332,60
Crédito Banco de Loja	15000,00					
Capital propio	11843,17					
Valor de rescate				483,29		6470,55
Total de ingresos	26843,17	74.686,51	75.132,59	78.190,42	80.466,09	89.803,15
EGRESOS						
Activo fijo	21144,00					
activo diferido	1170,00					
activo circulante	4529,17					
Presupuesto de operación		59.749,21	60.106,07	62.165,71	64.372,87	66.666,08
(-) Depreciación y amortización A.D		3.253,69	3.253,69	3.253,69	3.287,02	3.287,02
15% utilidad a los trabajadores		2.240,60	2.253,98	2.331,21	2.413,98	2.499,98
25% impuesto a la renta		3.174,18	3.193,14	3.302,55	3.419,81	3.541,64
Amortización de capital		3000	3000	3000	3000	3000
total de egresos	26843,17	64.910,29	65.299,50	67.545,79	69.919,64	72.420,67
FLUJO DE CAJA	0,00	9.776,22	9.833,09	10.644,63	10.546,45	17.382,48

Fuente: Cuadro N° 79

Elaboración: la autora

VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto permite aceptar o rechazar el proyecto, siendo esta la sumatoria de los beneficios netos descontados a una tasa de actualización pertinente.

Cuadro Nº 83
VAN

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUALIZADO
		15%	
0	26.843,17		
1	9.776,22	0,869565	8.501,06
2	9.833,09	0,756144	7.435,23
3	10.644,63	0,657516	6.999,02
4	10.546,45	0,571753	6.029,97
5	17.382,48	0,497177	8.642,17
		SUMA	37.607,44
			26.843,17
		VAN	10.764,28

Elaboración: La Autora

- Formula del Factor de Actualización:

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

F= Factor de actualización; **i**= Interés del préstamo; **n**= Número de años

- Para determinar el VAN se utiliza la siguiente fórmula:

VAN = Sumatoria VAN - Inversión inicial

$VAN = 37607,44 - 26843,17$

$VAN = \$ 10764,28$

El valor actual neto en el presente proyecto es de **\$10764,28** dólares; por lo tanto se acepta el proyecto.

TASA INTERNA DE RETORNO

Expresa en forma porcentual la capacidad de ganancia de un proyecto, además se la conoce como la tasa de descuento que hace posible que la corriente de beneficios actualizados sea iguales a la inversión inicial.

Cuadro Nº 84

TIR

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

PERIODO	FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
		55,5%		56,5%	
0	26843,17		26843,17		26843,17
1	15228,02	0,643086817	9792,94	0,63897764	9730,36
2	15988,14	0,413560654	6612,07	0,40829242	6527,84
3	17295,92	0,265955404	4599,94	0,26088972	4512,33
4	17680,45	0,1711032414	3023,93	0,1667027	2947,38
5	27458,54	0,109988691	3020,13	0,1065193	2924,86
			205,84		-200,40

Elaboración: La Autora

Para poder determinar la TIR se procede a aplicar la siguiente fórmula:

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

$$TIR = 55,5 + 1 \left(\frac{205,84}{205,84 + (-200,40)} \right)$$

$$TIR = 56,01\%$$

La tasa interna de retorno en el presente proyecto es de 56,01% siendo este mayor al resto de oportunidad, por lo tanto es rentable.

RELACIÓN BENEFICIO-COSTO

Es un indicador financiero que indica la cantidad obtenida por cada dólar invertido. Se lo obtiene a través de la división de los ingresos actualizados para los costos actualizados.

Cuadro N° 85

ANOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIG.	FACTOR ACT.	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT.	INGRESO ACTUALIZADO
		15%			15%	
1	59.749,21	0,869565	51.955,84	74.686,51	0,869565	64.944,79
2	60.106,07	0,756144	45.448,82	75.132,59	0,756144	56.811,03
3	62.165,71	0,657516	40.874,96	77.707,14	0,657516	51.093,70
4	64.372,87	0,571753	36.805,40	80.466,09	0,571753	46.006,75
5	66.666,08	0,497177	33.144,82	83.332,60	0,497177	41.431,03
			208.229,84			260.287,31

Fuente: Cuadro N° 76, 79

Elaboración: La Autora

Para determinar la RBC se aplica la siguiente fórmula:

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

$$\text{RBC} = \frac{260287,31}{208229,84}$$

$$\text{RBC} = 1,25$$

La relación beneficio-costos en el presente proyecto es, que por cada dólar que se invierte se obtendrá una rentabilidad de 25 centavos de dólar.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Es el tiempo en que se tarda en recuperarse la inversión del proyecto, para ello es necesario determinar el costo de capital promedio ponderado.

Cuadro N° 86
PRC

AÑOS	INVERSION	FLUJO NETO
0	26.843,17	
1		9.776,22
2		9.833,09
3		10.644,63
4		10.546,45
5		17.382,48
		TOTAL: 58.182,88

Fuente: Cuadro N° 73, 82

Elaboración: La Autora

Su fórmula es:

PRC = Año que supera la inversión + (Inversión - Σ Primeros Flujos / flujo de año que supera la inversión)

$$\text{P.R.C.} = 3 + \frac{26843,17 - 30.253,95}{10.546,45}$$

PRC = 2,68 años

- 2 años
- $0,68 \cdot 12 \text{ meses} = 8,16$
- $0,16 \cdot 30 \text{ días} = 5$

Esto nos indica que el periodo de recuperación de la inversión inicial, será de 2 años, 8 meses y 5 días.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Es la interpretación de incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de interpretar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

Cuadro N° 87
Análisis de Sensibilidad con Aumento en los Costos de un 5,04%

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
		5,04%		FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		5,04%			35,50%		36,00%	
						-26.843,17		-26.843,17
1	59.749,21	62.760,57	74.686,51	11.925,94	0,73801	8.801,43	0,73529	8.769,08
2	60.106,07	63.135,42	75.132,59	11.997,17	0,54465	6.534,32	0,54066	6.486,36
3	62.165,71	65.298,86	77.707,14	12.408,28	0,40196	4.987,62	0,39754	4.932,81
4	64.372,87	67.617,26	80.466,09	12.848,82	0,29665	3.811,59	0,29231	3.755,85
5	66.666,08	70.026,05	83.332,60	13.306,55	0,21893	2.913,19	0,21493	2.860,03
						204,99		-39,04

Fuente: cuadro N° 76, 79

Elaboración: La Autora

Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor a 1 el proyecto es sensible

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

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

TIR DEL PROYECTO = 53,19%

NUEVA TIR= 56,01

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

$$TIR = 35,5 + 0,5 \left(\frac{204,99}{204,99 + (-39,04)} \right)$$

NUEVA TIR = 35,92%

DIFERENCIA DE TIR:

Diferencia de Tir = Tir del Proyecto – Nueva Tir

Diferencia de Tir = 56,01– 35,92= **20,09%**

PORCENTAJE DE VARIACIÓN:

% Variación = (Diferencia de Tir / Tir del Proyecto) * 100

% Variación = (20,09% / 56,01%) * 100

% Variación = 35,86%

SENSIBILIDAD:

Sensibilidad = % Variación / Nueva Tir

Sensibilidad = 35,86/ 35,92

Sensibilidad = 0,9984629

Análisis de Sensibilidad con Disminución en los Ingresos de un 4,03%
Cuadro N° 88

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			4,03%		35,50%		36,00%	
						-26.843,17		-26.843,17
1	59.749,21	74.686,51	71.676,65	11.927,44	0,7380	8.802,54	0,7353	8.770,17
2	60.106,07	75.132,59	72.104,75	11.998,67	0,5447	6.535,14	0,5407	6.487,17
3	62.165,71	77.707,14	74.575,54	12.409,83	0,4020	4.988,25	0,3975	4.933,43
4	64.372,87	80.466,09	77.223,30	12.850,43	0,2966	3.812,07	0,2923	3.756,32
5	66.666,08	83.332,60	79.974,30	13.308,22	0,2189	2.913,56	0,2149	2.860,39
						208,38		-35,68

Fuente: cuadro N° 76, 79

Elaboración: La Autora

Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor a 1 el proyecto es sensible

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

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

TIR DEL PROYECTO = 56,01%

NUEVA TIR= 35,93

$$TIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 35,5 + 0,5 \left(\frac{208,38}{208,38 + (-35,68)} \right)$$

NUEVA TIR = 35,93%

DIFERENCIA DE TIR:

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR

Diferencia de TIR = 56,01 – 35,93 = 20,08%

PORCENTAJE DE VARIACIÓN:

% Variación = (Diferencia de Tir / Tir del Proyecto) * 100

% Variación = (20,08 / 56,01%) * 100

% Variación = **35,85%**

SENSIBILIDAD:

Sensibilidad = % Variación / Nueva Tir

Sensibilidad = 35,85 / 35,93

Sensibilidad = **0,99792**

h. CONCLUSIONES

- La demanda insatisfecha del producto para el primer año es de 813251pankeys.
- El total de la inversión para que se ponga en marcha esta empresa es de \$26843,17dólares.
- Se pedirá un crédito del 55,88% del total de la inversión que es de \$15.000,00, mismo que se pedirá al BAN ECUADOR.
- El costo total de producción para el primer año de operación es de \$59749,21dólares.
- Los costos fijos para el primer año son de \$36364,50y los costos variables son \$23384,71.
- El costo unitario de nuestro producto es de \$0,32, al cual se le sumó un margen de utilidad del 25% (0,08), dándonos como precio de venta al público \$0,40.
- En cuanto a la Evaluación Financiera, el presente proyecto tiene los siguientes indicadores: el El Valor Actual Neto de \$ 10764,28; Tasa Interna de Retorno de 56,01%; Relación Beneficio Costo es de \$1,25 por cada dólar invertido la empresa gana 25 centavos de dólar; Periodo de Recuperación de Capital es de 2 años, 8 meses y 5 días; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 5,04% y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos del 4,03%, por lo cual el proyecto es factible.

i. RECOMENDACIONES

- Se recomienda la ejecución de este proyecto, debido a que es recomendable económicamente de acuerdo a los resultados obtenidos, además se cuenta con un amplio mercado, con materias primas de buena calidad y excelente mano de obra local, permitiendo una competencia justa.
- Para la implementación de una empresa es aconsejable realizar un buen estudio de mercado, porque es el punto de partida del proyecto con lo cual se puede mermar cualquier tipo de riesgo que pudiese existir, de tal manera que su rentabilidad y éxito sea garantizada.
- Que en un futuro se deberían realizar estudios técnicos y económicos, con la expectativa de mejorar la capacidad de producción y poder cubrir una mayor demanda del mercado, aunque esto ocasione un poco más de inversión.
- A los inversionistas y futuros emprendedores que deseen formar parte de esta iniciativa empresarial, tomar en consideración el presente proyecto ya que es factible ,por ser innovador y beneficioso para los habitantes de la ciudad de Loja.

j. BIBLIOGRAFÍA

(SICA/MAG – INEC, 2. (s.f.).

Andrade, S. (s.f.). Diccionario de Economía. Andrade.

Badillo, V. M. (1993). Caricaceae: Segundo esquema. Rev. de la Fac. de Agronomía de la Univ. Central de Venezuela, . Univ. Central de Venezuela.

Brackett, R. (2009). Managing Food Safety Practices.

BURBANO RUIZ, J. (s.f.). Presupuestos Enfoque de planeación y control de recursos. 2da. edición.

Chagoya, L. E. (2008). otros conceptos de economía .

CHIAVENATO, I. (1993). Iniciación a la organización y técnica comercial. México: McGraw-Hill Interamericana.

Chiavenato, I. (s.f.). Iniciación a la Organización y Técnica Comercial.

Clements, J. G.-J. (2007). Administración de proyectos. Tercera edición.

Clements, J. G.-J. (2007). Administracion de Proyectos.

de Kotler Philip, B. P. (2004). El Marketing de Servicios Profesionales». ,Primera Edición.

Elio, Z. R. (s.f.). Introducción a la Administración de Organizaciones. Maktub.

empresa, L. r. (1999). César Montalván Garcés. Universidad Iberoamericana,.

Espinoza, S. F. (2007). Los Proyectos de inversión. pprimera edicion.

Espinoza, S. F. (2007). Los Proyectos de Inversión.

Fernando, N. y. (2005).

GONZÁLEZ DOMINGUEZ, F. J., & GANAZA VARGAS, J. D. (, 2010.). Principios y Fundamentos de la Gestión de Empresas. Madrid: Ed. Pirámide.

Hurtado, S. y. (2008).

Inversiones, (. d. (2008).

Marcial, C. (2005). administracion financiera. Medellin - Colombia: URYCO.

Mora, M. E. (2004). Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Loja.

Morales, M. y. (2004).

Moreno, F. (2000). panaderias cooperativas. bogota: 4.

Padilla, M. C. (2006). Formulación y Evaluación de Proyectos Segunda Edición Autor: .
Bogotá: Ecoe Ediciones, 2006.

Padilla, M. C. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos Segunda Edición Autor: .
Bogotá: Ecoe Ediciones, 2011.

Perez-Cotapos, R. L. (2006). Manual de Alimentacion Sana. mexico: Pax México.

Press, N. A. (1989).

R., V. (2008). Innovación empresarial: arte y ciencia de la creación de empresas.
Colombia : Tercera edición.

ROBLES. (2001).

Rosello, M. j. (2002). La importancia de comer sano y saludable. madrid : grupo española.

SAPAG CHAIN, N. M. (s.f.). Preparación y Evaluación de proyectos. .

URBINA, G. B. (2006). Evaluación de proyectos.

URBINA, G. B. (2006). Evaluación de proyectos .

Urbina., G. B. (2010). Evaluación De Proyectos, Análisis Administrativo Del Riesgo.

Segunda Edición.

Uzcátegui. (2007).

VARELA, R. (2008). Innovación empresarial: arte y ciencia de la creación de empresas. .

Colombia: Tercera edición.

VARELA, R. (2008). Innovación empresarial: arte y ciencia de la creacion de empresas.

Colombia.

Vidal, F. M. (2009).

k. ANEXOS

ANEXO Nº 1

FICHA DE RESUMEN

TEMA: PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACIÓN DE PANKEYS DE BANANA EN LA CIUDAD DE LOJA.

PROBLEMÁTICA:

En el Ecuador la actividad empresarial es muy alta en el sector agrícola proveedora de materias primas industriales y de excedentes exportables para el intercambio internacional, este sector forma una parte dinámica y vital de la economía, empleadora de una fuerte proporción de la fuerza laboral, esta producción agrícola desde hace algunos años solamente se la ha destinado a la exportación , compuesta por unos pocos productos que han mantenido un comportamiento cíclico con altos y bajos; movimientos que se han originado por la caída de los precios, por la disminución del volumen exportable, fenómenos naturales y por los desfavorables términos de intercambio que se han ido dando en el comercio internacional.

Loja se la caracteriza por ser una provincia agropecuaria por excelencia, es muy reducido el valor que se le da a los productos primarios como es el banano, el café, el maíz, la caña de azúcar, la naranja, una de las principales alternativas para aprovechar las altas bondades nutricionales, una de estas es la banana de ella se puede elaborar una infinidad de alimentos alternativos para una buena alimentacion, como es el caso pankeys de banana el cual es una fruta que se produce desde hace muchos años en todas las regiones naturales de nuestro país, de tal manera se ha visto la oportunidad de aprovechar la existencia y la alta productividad para eleborar productos derivados de la

bananaofreciendo un producto de calidad una manera saludable por su alto contenido en vitaminas,a través de la creación de empresas buscan la manera de satisfacer las necesidades a los consumidores en un ambiente de mercado en competencia de calidad y precio, y de esta forma aprovechar tanto los recursos que posee nuestra ciudad, así como también el talento humano y las capacidades intelectuales de nuestro pobladores; de esta manera contribuiremos al desarrollo de nuestra ciudad y del país.

Actualmente la forma de alimentarse ha cambiado ,las los motivos son varios, ya sea por tiempo o comodidad las personas se ven obligados adquirir productos no saludables que no aportan con los nutrientes necesarios para su desarrollo generándose así la desnutrición para los niños, jóvenes y adultos, una de las alternativas para conservar un estilo de vida saludable que le permita mantener una vida tranquila, y; otra de las razones es por estética corporal que le permite verse y sentirse mejor es consumir productos naturales. Se ha comprobado que la alimentación natural es una verdadera fuente de salud, para prevenir algunas enfermedades como la desnutrición, problemas digestivos entre otros, que perjudican al ser humano.

Por tal razón es necesario elaborar un producto sano y nutritivo que sea de beneficio para la salud del ser humano, ya que la preocupación siempre ha sido y será la de dar a los clientes lo mejor en productos , por esta causa es importante que grandes y pequeños empresarios realicen la búsqueda constante por emprender aprovechando esta oferta de negocio por lo que creemos conveniente realizar un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PANKEYS DE BANANA EN LA CIUDAD DE LOJA.**

JUSTIFICACIÓN:

El presente proyecto nace como parte la formación profesional en la Carrera de Administración de Empresas , la misma que pretende contribuir al desarrollo económico y social de nuestra ciudad; en este contexto se propone el tema titulado “ **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PANKEYS DE BANANA EN LA CIUDAD DE LOJA** , justificándose por las siguientes razones:

Justificación académica

La Universidad Nacional de Loja, a través de los docentes de la carrera de administración de empresas forma profesionales idóneos con conocimientos técnicos-científicos, ha venido realizando importantes cambios académicos que le han permitido mejorar en calidad la educación superior, y así tener profesionales de calidad.

Al desarrollar este proyecto se desplegará todos los conocimientos adquiridos en los años de estudio, principios y valores, desarrollando destrezas y habilidades para optimizar recursos y contribuyendo a la solución de los problemas del sector empresarial, mejorando la calidad de vida de la sociedad.

Además, la elaboración de este trabajo constituye un requisito reglamentario para la obtención del título profesional como Ingeniera en Administración de Empresas.

Justificación Económica

La finalidad de este proyecto, es aportar a la economía de la ciudad de Loja mediante la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de pankeys de banano en la ciudad de Loja; trayendo consigo nuevas fuentes de trabajo, mejorando la calidad de vida de las familias y su nivel socio –económico. Por lo tanto la aplicación de la propuesta, además de mejorar la calidad de vida de las familias y el dinamismo de la economía, fomentará el consumo de un alimento nutritivo a base de banano, un alimento que puede brindar los nutrientes indispensables para el buen funcionamiento físico e intelectual del ser humano y a su vez obtener un beneficio económico que traerá consigo un mayor desarrollo tanto al sector productivo local como regional.

Justificación Social

El proyecto genera un impacto positivo en la sociedad especialmente para la ciudad de Loja ya que permitirá que los habitantes se involucren en el mundo empresarial y sean competitivos a nivel nacional, elaborando un producto natural aprovechando todos los beneficios nutritivos aportando a la salud de la personas de tal manera que puedan satisfacer sus necesidades o deseos y así mejor la calidad de vida, creando fuentes de trabajo lo cual es una fortaleza para la sociedad y clave para el desarrollo del negocios en la ciudad; y que además tiene la capacidad de evolucionar e innovar en uno de los sectores más complejos como

es la industria de panaderías, satisfaciendo las más altas expectativas de los clientes y los productos alimenticios, a través de acciones de calidad.

OBJETIVOS:

Objetivo General:

Determinar la factibilidad técnica, económica y financiera para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de pankeys de banana en la ciudad de Loja.

Objetivos Específicos:

- Realizar un estudio de mercado, que permitirá determinar la demanda Y oferta de pankeys de banana y establecer un plan de comercialización del producto a producir en la empresa.
- Elaborar un estudio técnico para determinar la localización, tamaño e ingeniería del proyecto, para obtener un producto de calidad
- Diseñar un estudio administrativo y legal para la empresa de acuerdo a las normativas establecidas en el país.
- Realizar un estudio financiero para determinar la de manera cualitativa y monetaria los presupuestos, financiamiento y el costo de la operación del

proyecto para la rentabilidad de la empresa productora de pankeys de banana.

- Realizar una evaluación financiera para determinar el VAN, TIR, Costo de oportunidad, Período de recuperación, rentabilidad que puede generar para cada uno de los inversionistas.

ANEXO Nº 2



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
Área Jurídica Social y Administrativa
Carrera de Administración de Empresas

Encuesta Demanda

En calidad de estudiante de la Universidad Nacional de Loja de la Carrera de Administración de Empresas Decimo Módulo me dirijo a usted con la finalidad de solicitarle de la manera más comedida se digne proporcionar información veraz que nos servirá para desarrollar un proyecto de tesis para la Creación de una Empresa dedicada a la Producción y Comercialización de Pankeys de Banana en la Ciudad de Loja”

1. ¿Dentro de su alimentación consume usted pankeys?

Si ()

No ()

2. ¿En qué cantidad y con qué frecuencia consume usted pankeys?

1- 5 unidades

6-10 unidades

11-15 unidades

16-20 unidades

21-25 unidades

Otros: -----

Indique cada que tiempo-----

3. ¿ Dónde adquiere usted los pankeys?

Panaderías ()
Supermercados ()
Tienda ()

5. ¿En que se fija usted al momento de adquirir pankeys?

Sabor () Calidad ()

Precio () Salud ()

6. ¿El precio que usted paga por el producto le parece?

ECONOMICO ()
ELEVADO ()
NORMAL ()

7. ¿si se la implementaría una empresa productora y comercializadora de pankeys de banana en la ciudad de Loja?Usted estaría dispuesto a adquirir nuestro producto.

Si () No ()

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el pankey de banana?

0,40-0,60ctvs ()

9. ¿Cómo le gustaría que fuera la envoltura de los pankeys

plastica ()

en papel (pirotinas) ()

10. ¿Qué promociones recibe al momento de realizar su compra?

.....

11. ¿Qué consideraría usted al adquirir el producto?

Precio ()

Calidad ()

Presentación ()

12. ¿de los medios de su preferencia cual es el que prefiere?

Televisión ()

Radio ()

Prensa Escrita ()

Internet () especifique nombre.....

13. ¿si elige televisión, que canales sintoniza?

Ecotel tv ()

Uv televisión ()

Otros () especifique nombre.....

14. ¿En qué jornada usted acostumbra a ver televisión?

Mañana 07.00 am ()

Tarde 12.00 pm ()

Noche 07.00 pm ()

15. ¿si elige radio, que emisora sintoniza?

Radio luz y vida 88.1 FM ()

Radio municipal de Loja 90.1 FM ()

Radio boquerón 93.7 FM ()

Radio Cariamanga 104.5 ()

Radio Súper Láser 105 FM ()

Radio sociedad la híper ()

Otros () especifique nombre.....

16. ¿En qué jornada usted acostumbra a escuchar la radio?

Mañana 07.00 am ()

Tarde 12.00 pm ()

Noche 07.00 pm ()

17. ¿si elige prensa escrita, cual prefiere leer?

La hora ()

Diario crónica ()

Diario centinela ()

Otros () especifique nombre.....

Muchas gracias por su colaboración

ANEXO Nº 3



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
Área Jurídica Social y Administrativa
Carrera de Administración de Empresas

Encuesta Oferta

En calidad estudiante de la Universidad Nacional de Loja de la Carrera de Administración de Empresas, decimo módulo me dirijo a usted, con la finalidad de solicitarle de la manera más comedida se digne proporcionar su valiosa colaboración y conocimiento, dando contestación al siguiente cuestionario, con el objetivo de recopilar información para el “ PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACIÓN DE PANKEYS DE BANANA EN LA CIUDAD DE LOJA”

Nombre de la empresa: -----

Sr (a): -----

1- ¿en su empresa usted produce pankeys

Si ()

No ()

Indique: -----

1. ¿Qué sabores de pankeys tienen más acogida por el cliente?

Vainilla ()

Naranja ()

Chocolate ()

Zanahoria ()

Otros: -----

2. Que cantidad de pankeys vende a la semana :

1- 20 unidades ()

21- 40 unidades ()

41 - 60 unidades ()

61 - 80 unidades ()

81- 100 unidades ()

Otros indique: -----

3. ¿considera usted que los pankeys que ofrece su empresa son?

Excelentes ()

Buenos ()

Muy buenos ()

Normales ()

4. ¿Cuál es el precio de los pankeys que usted ofrece al cliente?

0,20 -0,25ctvs ()

0,26-0,35ctvs ()

0,36-0,45ctvs ()

Otro: -----

5. ¿Considera usted que los precios de pankeys que usted vende son?

Elevados ()

Normales ()

Económicos ()

6. ¿Cuál es el tipo de envoltura del producto que prefiere el cliente?

Plástico ()

Funda ()

Papel ()

7. ¿Qué promociones entrega al cliente en el momento que realiza la compra de pankeys?

Descuentos ()

Obsequios ()

Ninguna ()

Otros: -----

8. ¿Qué medios de publicidad utiliza para promocionar su producto?

Televisión ()

Radio ()

Volantes ()

Periódico ()

Otro: -----

GRACIAS POR SU COLABORCIÓN

ANEXO N°4

PROYECCIONES

Para la proyección de los costos se utiliza los promedios de la tasa de inflación del 4,55%.

ANEXO 4.1 MATERIA PRIMA DIRECTA

Proyección de la materia prima directa	
Incremento	4,55%
AÑOS	VALOR TOTAL
1	13126,08
2	12350,98
3	12912,95
4	13500,49
5	14114,77

Fuente: Cuadro N° 60

Elaboración: La Autora

ANEXO 4. 2 MANO DE OBRA DIRECTA

Proyección de la mano de obra directa	
incremento	4,55%
AÑOS	VALOR TOTAL
1	5649,13
2	5906,17
3	6174,90
4	6455,86
5	6749,60

Fuente: Cuadro N° 61

Elaboración: La Autora

ANEXO 4.3 MATERIALES INDIRECTOS

Proyección de la materia prima indirecta	
incremento	4,55%
AÑOS	VALOR TOTAL
1	2809,50
2	2643,60
3	2763,88
4	2889,64
5	3021,12

Fuente: Cuadro N° 62

Elaboración: La Autora

ANEXO 4.4 SERVICIOS BASICOS

Proyección de servicios básicos	
incremento	4,55%
AÑOS	VALOR TOTAL
1	960,00
2	1003,68
3	1049,35
4	1097,09
5	1147,01

Fuente: Cuadro N° 63

Elaboración: La Autora

ANEXO 4.5 SUELDOS ADMINISTRATIVOS

Proyección de sueldos administrativos	
incremento	4,55%
AÑOS	VALOR TOTAL
1	22155,30
2	23163,37
3	24217,30
4	25319,19
5	26471,21

Fuente: Cuadro N° 64

Elaboración: La Autora

ANEXO 4.6 Suministros de oficina

Proyección suministros de oficina	
incremento	4,55%
AÑOS	VALOR TOTAL
1	828,00
2	865,67
3	905,06
4	946,24
5	989,30

Fuente: Cuadro N° 66

Elaboración: La Autora

AANEXO 4.7 SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN

Suministros de producción	
Incremento	4,55%
AÑOS	VALOR TOTAL
1	792,00
2	828,04
3	865,71
4	905,10
5	946,28

Fuente: Cuadro N° 67

Elaboración: La Autora

ANEXO 4.8 PUBLICIDAD

Proyección publicidad	
incremento	4,55%
AÑOS	VALOR TOTAL
1	900,00
2	940,95
3	983,76
4	1028,52
5	1075,32

Fuente: Cuadro N° 69

Elaboración: La Autora

ANEXO 4.9 MANTENIMIENTO DE VEHICULO

Proyección mantenimiento de vehículo	
Incremento	4,55%
AÑOS	VALOR TOTAL
1	1800,00
2	1881,90
3	1967,53
4	2057,05
5	2150,64

Fuente: Cuadro N° 70

Elaboración: La Autora

ANEXO 4.10 ARRIENDO

Proyección arriendo	
incremento	4,55%
AÑOS	VALOR TOTAL
1	4200,00
2	4391,10
3	4590,90
4	4799,78
5	5018,17

Fuente: Cuadro N° 65

Elaboración: La Autora

ANEXO 4.11 ÚTILES DE ASEO

Proyección útiles de aseo	
incremento	4,55%
AÑOS	VALOR TOTAL
1	290,00
2	303,20
3	316,99
4	331,41
5	346,49

Fuente: Cuadro N° 68

Elaboración: La Autora

ANEXO 4.12 COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES

Proyección combustible y lubricantes	
Incremento	4,55%
AÑOS	VALOR TOTAL
1	840,00
2	878,22
3	918,18
4	959,96
5	1003,63

Fuente: Cuadro N° 71

Elaboración: La Autora

ÍNDICE

CONTENIDOS	PÁGINAS
CARÁTULA.....	I
CERTIFICACIÓN.....	II
AUTORIA.....	III
CARTA DE AUTORIZACION.....	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
a. TITULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
SUMMARY.....	5
c. INTRODUCCION.....	8
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	11
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	48
f. RESULTADOS.....	56
g. DISCUSIÓN.....	86
h. CONCLUSIONES.....	174
i. RECOMENDACIONES.....	175
j. BIBLIOGRAFIA.....	176
k. ANEXOS.....	179
INDICE.....	197