



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TÍTULO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN  
DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE  
EMPANADAS DE MAÍZ Y SU COMERCIALIZACIÓN  
EN LA PROVINCIA DE LOJA”**

Tesis previa a optar el Grado  
de Ingeniero Comercial.

**AUTOR:**

Manuel Antonio Ramírez

**DIRECTOR:**

**Ing. Edison Espinosa Bailón MAE**

**LOJA - ECUADOR  
2014**

## CERTIFICACIÓN

Ing. Edison Espinosa Bailón MAE.  
DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS,  
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, MODALIDAD DE  
ESTUDIOS A DISTANCIA.

## CERTIFICA:

Que el trabajo de tesis titulado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE EMPANADAS DE  
MAÍZ Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE LOJA” de la  
autoría del estudiante Manuel Antonio Ramírez, previo a optar el Grado  
de Ingeniero Comercial, ha sido realizado bajo mi dirección, el mismo que  
luego de ser revisado y corregido, se autoriza su presentación ante el  
respectivo Tribunal de Grado.

Loja, Junio del 2014

Atentamente



Ing. Edison Espinosa Bailón, MAE.  
DIRECTOR DE TESIS


## AUTORIA

Yo, Manuel Antonio Ramírez declaro ser el autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.

**Autor:** Manuel Antonio Ramírez

**Firma:**



**Cédula:** 1104079783

**Fecha:** Loja, Junio del 2014

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

Yo, Manuel Antonio Ramírez, declaro ser autora de la tesis titulada "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE EMPANADAS DE MAÍZ Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE LOJA", como requisito para optar al grado de Ingeniero Comercial; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 26 días del mes de junio del dos mil catorce, firma el autor.

Firma:  .....

**Autor:** Manuel Antonio Ramírez

**Cédula:** 1104079783

**Dirección:** Loja, Barrio Belén Bajo

**Correo Electrónico:** manuramirez22@yahoo.com

**Celular:** 0986508553

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Director de Tesis:** Ing. Com. Edison Espinosa Bailón MAE.

**Tribunal de grado:**

- |  |            |
|--|------------|
| • Dr. Ángel Cabrera Achupallas Mg. Sc. | Presidente |
| • Ing. Lolyta Hualpa Lima Mg. Sc.      | Vocal      |
| • Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE..       | Vocal      |

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Nacional de Loja, en especial a la Modalidad de Estudios a Distancia, Carrera de Administración de Empresas, que contribuye a la formación académica de profesionales serios y dinámicos.

A mis docentes que supieron impartirme sus conocimientos durante mis estudios universitarios y de manera especial al Ing. Edison Espinosa Bailón MAE, Director de Tesis por su acertado asesoramiento.

**Manuel Antonio Ramírez**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo lo dedico, primeramente a Dios y a la Virgen Santísima que me han dado la vida y fortaleza para que cumpla con mis objetivos y metas alcanzadas.

A mi madre Mariana Ramírez, a mis hermanas y hermano de manera especial a mi hermana Patricia por su incansable apoyo que me brindaron para que de esta manera pueda culminar con mis estudios.

Y a todas las personas que siempre estuvieron pendientes de mí y que de alguna manera han contribuido para la culminación de mi profesión.

**Manuel Antonio Ramírez**

**a. TÍTULO:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA PRODUCTORA DE EMPANADAS DE MAÍZ Y SU  
COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE LOJA”**

## **b. RESUMEN**

La presente investigación se realizó con el objetivo de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de empanadas de maíz y su comercialización en la provincia de Loja, y con ello ofrecer una excelente alternativa de alimentación con un producto innovador para las familias de toda la provincia de Loja.

Con respecto a los materiales y métodos se utilizaron materiales como esferográficos, hojas de papel bond, flash memory, entre otros: entre los métodos que se utilizaron están el deductivo, inductivo, analítico, descriptivo, estadístico, matemático; además se presentan las diferentes técnicas y fuentes de información para realizar el presente proyecto.

El estudio de mercado fue realizado a una muestra de 398 encuestas de las 115986 familias de los diferentes cantones de la provincia de Loja; procedimiento que permitió conocer la demanda potencial, real y efectiva; cuyos valores para el primer año son: 911659 demanda potencial, 81550 demanda real y 77472 demanda efectiva; así mismo se estimó el consumo promedio de empanadas de maíz de forma mensual y anual; además se determinó la demanda efectiva para el primer año que es de 32228352 proyectada para 5 años, utilizando una tasa de crecimiento de 1.1%.



Una vez recogida la información del mercado se diseñó el plan de comercialización donde se definió que la razón social de la empresa será NUTRI DELICIAS CIA, LTDA, con el respectivo logotipo y pormenores de comercialización.

En lo que respecta al estudio técnico se determinó la localización de la planta que constituye un punto clave dentro del proyecto de factibilidad, por lo cual se determinó que la empresa estará ubicada en la ciudad de Loja en las calles Manuel José Aguirre entre José Picoita y Venezuela, considerando como eje comercial, ya que en la ciudad existe mayor porcentaje de consumidores de este producto.

La identificación slogan de la empresa será: *NUTRI – DELICIAS PREOCUPÁNDOSE POR UNA ALIMENTACIÓN SANA EN LAS FAMILIAS*; se determinó además la capacidad instalada y utilizada de las maquinarias como: el molino eléctrico, amasadora, y moldeadora eléctrica; tomando en cuenta que la empresa trabajará 8 horas al día, de lunes a viernes (260 días al año), resultando una capacidad instalada total de 83200 empaques de 5 unidades de empanadas anualmente; posteriormente se define la capacidad según el componente tecnológico y el porcentaje de producción, misma que se estima sea en 52400 empaques de 5 unidades de empanadas de maíz.

Sobre lo que respecta a la organización legal, se prevé conformar una empresa en tipo de Responsabilidad Limitada: Nutri Delicias Cia. Ltda; de

acuerdo a los requerimientos establecidos por la Superintendencia de Compañías, con un aporte de capital social de los 2 socios de \$ 1200.00 y se contará con la TIR es de 20.54%; superior al costo de capital del 11%, por lo tanto se generará mayor rendimiento; así mismo en el análisis de sensibilidad el proyecto resiste hasta un eventual incremento en los costos de 30.75%, así como una disminución en los ingresos de 21.25%.

## ***ABSTRACT***

This research was conducted with the objective of completing a feasibility study for the creation of a company producing corn patties and marketing in the province of Loja, and thus provides an excellent alternative supply with an innovative product for families throughout the province of Loja. With respect to materials and methods like esferográficos, bond paper sheets, flash memory is used, among others: among the methods used are deductive, inductive, analytical, descriptive, statistical, mathematical; also the different techniques and sources of information are presented for this project.

The market study was conducted on a sample of 398 surveys of 115986 families from different corners of the province of Loja; procedure yielded information on the potential demand, real and effective; whose values for the first year are: 911659 potential demand, real demand 81550 and 77472 effective demand; Likewise the average consumption of corn patties monthly and annual basis was estimated; also effective demand for the first year is projected 32228352 5 years using a growth rate of 1.1% was determined.

Once collected market information marketing plan where it was defined that the corporate name of the company will be NUTRI DELIGHTS CIA LTDA, with the accompanying logo and designed marketing details. With respect to the technical study the location of the plant is a key point in

the project feasibility was determined, so it was determined that the company will be located in the city of Loja in the streets Manuel José Aguirre between Joseph Picoita and Venezuela, considered as commercial hub, in the city because there is a greater percentage of consumers of this product.

The identification of the company slogan is: NUTRI - DELIGHTS worrying about HEALTHY EATING IN FAMILIES; were also determined and used in the installed machinery and capacity: the electric mill, mixer, electric molding; considering that the company will work 8 hours a day, Monday through Friday (260 days per year), resulting in a total installed capacity of 83200 packs of 5 units annually pies; then the capacity is defined as the technology component and the production rate, it is estimated at 52 400 packages of 5 units of corn patties.

About regard to the legal organization, is expected to form a Company Limited Liability type: Nutri Delicias Cia Ltda; according to the requirements established by the Superintendency of Companies, with a contribution of capital stock of the 2 members of \$ 1,200.00 and will feature the IRR is 20.54%; higher than the cost of capital of 11%, thus higher performance is created; likewise in the sensitivity analysis the project withstands any increase in cost of 30.75% and a decrease in revenue of 21.25%.

## **c. INTRODUCCIÓN**

La provincia de Loja dedicada a varias actividades de la producción como: producción agrícola, ganadera, turística, cultural desde mucho tiempo atrás ha sabido surgir y posicionarse entre una de las primeras provincias culturales; sin embargo hay necesidades que enfrentar y que tienen que ver con básicos elementos complementarios de producción y desarrollo.

En la provincia de Loja y especialmente en la ciudad de Loja, en los últimos años, presenta una importante tasa de crecimiento económico, producto de la actividad agrícola, ganadera y forestal que le han permitido abrir sus mercados a la competencia externa, avanzando de esta manera en la dirección de un mundo globalizado, donde la rentabilidad de los proyectos depende de la demanda, pero principalmente de cómo adecuar los servicios a los requerimientos de los clientes, para que concreten en demanda sus necesidades, gracias a los medios tecnológicos de comunicación que impulsan las necesidades y deseos de casi todas las personas, conduciéndolos cada vez más hacia la comunidad global.

En cuanto al desarrollo de la tesis cabe indicar que:

- a. Inicialmente se hizo el estudio de mercado en el cual se determinó el segmento objetivo. Luego se determinaron las encuestas a aplicar que según la determinación de la muestra se aplicaron 398 encuestas, determinando las características del mercado objetivo.

- b. A continuación se desarrolló el estudio técnico con el cual se determinó el tamaño y localización del proyecto, además de determinar el proceso productivo del proyecto y sus respectivos requerimientos.
- c. En el estudio organizacional se determinó el tipo de empresa que se pretende constituir, los niveles jerárquicos, con los respectivos organigramas.
- d. En el estudio económico se determinó la inversión requerida con el estudio de costos, con el cual se determinó el precio del producto para el proyecto.
- e. En la evaluación financiera del proyecto se determinó que el proyecto es totalmente factible considerando que los indicadores determinaron positivo el proyecto.

## **d. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **MARCO REFERENCIAL**

**Gráfico N° 1**

### **EL MAÍZ**



Fuente: [www.sancamilo.com.ec/maiz.html](http://www.sancamilo.com.ec/maiz.html)

### **HISTORIA DEL MAÍZ**

“El maíz (*Zea Mays*) es una planta gramínea anual, originaria de México, introducida en Europa durante el siglo XVI, después de la invasión española. Actualmente es el cereal de mayor producción en el mundo, por encima del trigo y el arroz.

Su nombre científico proviene del griego *Zeo*, que significa vivir y de la palabra *Mahíz*, palabra que los nativos del Caribe, llamados Taínos, utilizaban para nombrar al grano.

El maíz es llamado de diferentes maneras, dependiendo el país y la cultura, en América es conocido como elote, choco, jojoto, sara o zara. En las diferentes regiones de España es llamado danza, millo, mijo, panizo, borona u oroña.

El lugar de origen del maíz se ubica en el Municipio de Coxcatlán, en el Valle de Tehuacán, Estado de Puebla, en el centro de México. Este valle se caracteriza por la sequedad de su clima, con un promedio anual de lluvia muy reducido; alberga principalmente especies vegetales y animales propias de tierra caliente y seca. La región cuenta con numerosos endemismos, lo que la convierte un territorio “único”.

El antropólogo estadounidense Richard Stockton MacNeish, encontró restos arqueológicos de plantas de maíz, que se estima datan de hace, aproximadamente, ocho milenios. Indicios de los procesos que llevaron al pueblo nativo de este valle a dominar el cultivo de este cereal, que hoy en día es de vital importancia para el mundo, han sido encontrados en la cueva de Coxcatlán, Ajalpan y otros sitios de la zona. Esto fue posible gracias a las condiciones tan secas del clima de Tehuacán, que impidieron la descomposición de los xilotes (maíz tierno) de los primeros maíces cultivados en la zona.

Considerando que en esta zona estuvo el centro de la civilización Azteca, es lógico concluir que el maíz fue un logro de esta cultura y fue parte importante de su alimentación y de su cultura. En las galerías de las algunas pirámides, es posible observar pinturas, grabados y esculturas que representan al maíz”.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> <http://suite101.net/article/el-maiz-su-origen-historia-y-expansion-a41960>



## **PRODUCCIÓN**

El Maíz es una planta de fácil desarrollo y de producción anual, pertenece al género de las Zeas, de nombre científico *Zea mays*, familia de las gramíneas. El maíz amarillo duro y blando (tipo cristalino) que se produce en Ecuador, es de excelente calidad tanto para la elaboración de alimentos balanceados como para las industrias de consumo humano; debido a su elevado contenido de fibra, carbohidratos, caroteno y el alto nivel de rendimiento en la molienda, así como por sus precios, nuestro maíz es de gran aceptación en países fronterizos. Además nuestra producción se complementa con las necesidades del mercado colombiano, gracias al ciclo del cultivo, las condiciones geográficas y climáticas de las zonas maiceras ecuatorianas. La temporada de cosecha más alta se da en ciclo de invierno (Abril - Julio)

“La distribución geográfica de la producción de maíz duro en la Costa se concentra el 80% de la superficie (Los Ríos 40%, Manabí 18% y Guayas 19% y 3% entre Esmeraldas y El Oro); en la Sierra, el 17%, ubicadas básicamente en Loja y Bolívar; en la Amazonía un 3%.

Las principales zonas de producción de maíz duro, que se encuentran ubicadas en las provincias de Los Ríos (centro norte), Guayas (centro norte) y Manabí (centro y sur), presentan mucha variación, tanto en la aptitud agrícola de los suelos, como en el clima.

En la sierra, en la zona norte (Carchi, Imbabura y Pichincha) se siembran los maíces de tipo amarillo harinoso, en la zona central (Chimborazo, Tungurahua y especialmente Bolívar) se cultivan de preferencia los blancos harinosos y al sur (Cañar y Azuay) los materiales denominados Zhimas. Es importante señalar que estos materiales sembrados a lo largo de la sierra ecuatoriana pertenecen a una gran diversidad genética nativa de maíz (17 razas de maíz criollas en la sierra ecuatoriana). Mención particular hay que hacer a Loja en cuyos valles tropicales de los cantones Pindal, Celica y Zapotillo se cultiva el maíz amarillo duro en una superficie de alrededor de 20 000 ha”.<sup>2</sup>

Las provincias de mayor producción son Manabí, Cotopaxi, Santo Domingo, Los Ríos, Esmeraldas, Pichincha, Guayas, Loja, y Morona Santiago.

## **PROPIEDADES DEL MAÍZ**

- Su alto contenido en hidratos de carbono de fácil digestión, lo convierten en un alimento ideal para los niños y los deportistas.
- Aconsejable en personas con deficiencia de Magnesio.

---

<sup>2</sup> [https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CCsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.iniap.gob.ec%2Fnsite%2Fimages%2Fstories%2Fdescargas%2Fproyectos\\_inversion\\_iniap%2Fpriorizados\\_senplades%2Ffortalecimiento\\_institucional%2FMatrices%2FWord%2Fmatrizmaiz\\_santacata.doc&ei=gbezUsGdKMqzkAe\\_mYGYCQ&usq=AFQjCNHemFSulDyV9s2UTjMvbNw2XFYFQ&sig=2=2m2R7NQqvmOpVQW/h0loD4g&bvm=bv.58187178,d.cWc](https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CCsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.iniap.gob.ec%2Fnsite%2Fimages%2Fstories%2Fdescargas%2Fproyectos_inversion_iniap%2Fpriorizados_senplades%2Ffortalecimiento_institucional%2FMatrices%2FWord%2Fmatrizmaiz_santacata.doc&ei=gbezUsGdKMqzkAe_mYGYCQ&usq=AFQjCNHemFSulDyV9s2UTjMvbNw2XFYFQ&sig=2=2m2R7NQqvmOpVQW/h0loD4g&bvm=bv.58187178,d.cWc)

- Su harina es idónea cuando existen problemas de alergia o intolerancia al gluten.
- Las sedas o estigmas de maíz son utilizadas como infusiones diuréticas, excelentes en la hipertensión, en la retención de líquidos o cuando queremos aumentar la producción de orina como en las infecciones urinarias.
- Su aporte en fibra, favorece la digestión y reduce el colesterol.
- El maíz nos ofrece el antioxidante Betacaroteno, muy recomendado en la prevención del cáncer.
- También nos ofrece vitaminas del grupo B, específicamente B1, B3 y B9, las cuales actúan ante el sistema nervioso.

### **INFORMACIÓN NUTRICIONAL DEL MAÍZ (POR 100 G. COCIDO)**

- ✓ 123 Calorías.
- ✓ 4 g. de Proteínas.
- ✓ 25 g. de Hidratos de Carbono.
- ✓ 3 g. de Fibra.
- ✓ 2,5 g. de grasas poliinsaturadas.
- ✓ 260 mg. de Potasio.
- ✓ 240 mg. de Betacaroteno.
- ✓ 38 mg. de Magnesio

## **IMPORTANCIA DEL MAÍZ EN LA ALIMENTACIÓN HUMANA, ANIMAL Y LA INDUSTRIA**

El maíz ha sido vital para las culturas indígenas y campesinas y aun en la actualidad es la base de su alimentación, bebidas ceremoniales y rituales, relacionados con siembra y cosecha especialmente, sirve también en la producción de forraje y alimentos para animales. Componente principal junto al frijol de sus chagras tradicionales. El maíz suministra cantidades significativas de nutrientes, sobre todo calorías y proteínas.

El maíz es el cereal de mayor y más amplia distribución a nivel del mundo y ocupa el tercer lugar en los estimativos de producción total precediendo al arroz y el trigo. Tiene amplia distribución geográfica desde el nivel del mar hasta los 3000 msnm y desde la línea ecuatorial hasta los 50 grados de latitud norte o sur. Se desarrolla bien en diferentes climas calientes, cálidos y fríos.

El 78% del maíz se usa en alimentación animal (torta, harina, grano, forraje y concentrados), el 10.1% en edulcorantes (productos de panificación y pastelería, bebidas de frutas, helados, refrescos), el 6.4% en alcoholes (bebidas alcohólicas, alcoholes carburantes, tintas), el 3.1% en almidones (productos de pastelería y panificación, bebidas de chocolate, bombones, chicles, salsa de asados, rellenos de pasteles) y solo el 2.4% en productos alimenticios directos y procesados como aceites de mesa, margarina, mayonesa, aderezos para ensaladas, sopas,

salsas, harina de maíz, caramelos, saborizantes y colorantes, bebidas lácteas).

La industria farmacéutica e industrial usa el maíz en sus productos como papel, cosméticos, pegamentos, plástico biodegradable, entre otros. La proteína del grano de maíz llamada “zeína” se emplea también para obtener plásticos, barnices y lana artificial, materiales de envasado, lavandería, adhesivos, etc.

## **NUTRIENTES DEL QUESO**

Según el código alimentario se define queso como el producto fresco o madurado, sólido o semisólido, obtenido a partir de la coagulación de la leche (a través de la acción del cuajo u otros coagulantes, con o sin hidrólisis previa de la lactosa) y posterior separación del suero.

Queso tiene una producción anual superior al café, al te, al cacao y tabaco, por lo que es uno de los principales productos agrícolas del mundo.

- ✓ **Aporta vitaminas A, D, B12 y B2**, que protegen de las infecciones, cuidan la piel, mejoran la cicatrización y favorecen el buen funcionamiento del sistema nervioso y cardiovascular.
  
- ✓ **Contiene proteínas de buena calidad**, al igual que las carnes rojas, que ayudan a formar, reparar y mantener los tejidos del cuerpo.

- ✓ **Es rico en calcio y fósforo**, que ayudan a la formación y crecimiento de los huesos. Una porción de 100 gramos de queso equivale a un aporte de 1000 mg de calcio, más que suficiente para el requerimiento diario de este mineral.

## **MARCO CONCEPTUAL**

### **PROYECTOS DE INVERSIÓN**

“Es la decisión de utilizar los recursos escasos, con el objetivo de incrementar, mejorar o mantener la producción de bienes o la prestación de servicios, surge por la presencia de una necesidad o para aprovechar una oportunidad.

Es un proceso de análisis al que se someten las propuestas de inversión para determinar la conveniencia o no, de emprender una acción de inversión específica”.<sup>3</sup>

El proyecto debe ser delimitado en cuatro aspectos:

1. Los objetivos, que enmarcan y definen el conjunto de actividades que van a efectuarse; cuando se presenta más de un conjunto de actividades se convierten en alternativas que deben ser evaluadas y comparadas para seleccionar la mejor.

---

<sup>3</sup> UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, Carrera de Administración de Empresas. Módulo 9 “Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión” Año 2011-2012.

2. Ubicación en el espacio, se debe especificar su ubicación MICRO y MACRO y el mercado o región que afectará, cuando se proponen dos o más lugares para la realización de actividades, debe considerarse a cada una como alternativa y evaluarse aisladamente.
3. Ubicación en el tiempo, debe indicarse claramente sus momentos iniciales y final, se considera el ciclo de vida u horizonte del proyecto.
4. Los grupos beneficiarios afectados, debe indicarse claramente el rol de los diferentes grupos involucrados; quién cubrirá los costos, quienes enfrentarán las externalidades o efectos resultantes del nuevo proyecto.

## **EL CICLO DE LOS PROYECTOS**

“Un proyecto involucra la realización de un conjunto de actividades que se inician con su definición y delimitación para luego de su evaluación aprobar el proyecto, que será ejecutado posteriormente y que será sometido al final de su vida útil a una evaluación ex-post y post-posterior (post-mortem para algunos autores) con cuyas conclusiones se podrá orientar nuevos proyectos”.<sup>4</sup>

El ciclo del proyecto contempla tres etapas que son:

- Pre inversión

---

<sup>4</sup> BACA URBINA Gabriel. Evaluación de Proyectos. Tercera edición.

- Inversión
- Operación

## **ETAPA DE PREINVERSIÓN**

Se constituye por la formulación y evaluación ex-ante, se enmarca entre el momento de la idea del proyecto y la toma de decisión de iniciar la inversión. Esta etapa tiene por objeto definir y optimizar los aspectos técnicos, financieros, institucionales y logísticos de su ejecución con los que se pretende especificar los planes de inversión y montaje del proyecto destacando la necesidad de insumos, estimación de costos, necesidad de entrenamiento.

“La etapa de pre inversión se compone de cuatro fases que dividen y delimitan los pasos sucesivos de formulación y evaluación. Estas fases son:

- Identificación de idea
- Perfil
- Pre factibilidad
- Factibilidad

### **Identificación de Ideas Básicas de Proyectos**

Los proyectos surgen paralelamente con las necesidades del hombre, durante el desarrollo de las Formaciones Económico Sociales (FES), el



hombre siempre ha tenido necesidades, las mismas que han sido cubiertas con diversa calidad de satisfacción, y son precisamente las calidades de la satisfacción las que obligan al hombre a emprender en proyectos de solución a las necesidades sociales a cambio de obtener una rentabilidad que haga mejorar su nivel de vida.

A través de la realización de un diagnóstico inicial se ubica y delimita el problema que plantea una solución para su satisfacción. Un proyecto de inversión puede tener su origen en necesidades insatisfechas o posibilidades de aprovechar oportunidades específicas derivadas de otros proyectos.

### **Estudio a Nivel Perfil**

Esta fase plantea el conocimiento sobre los aspectos que permitan tener un criterio técnico sobre la oportunidad de ejecutar la idea sobre el proyecto. El aspecto fundamental radica en la identificación de beneficios y costos resultantes de las alternativas seleccionadas, sin dejar de considerar que es conveniente incurrir en costos adicionales para obtener y precisar la información requerida. En síntesis, los estudios a nivel de perfil utilizan los recursos propios de quien plantea la ejecución de una iniciativa específica.

El estudio a nivel de perfil debe contemplar un análisis preliminar de los aspectos técnicos, el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio económico y la evaluación.

### **Estudio de Pre factibilidad o Proyecto Preliminar.**

En esta instancia se profundiza los estudios realizados a nivel de perfil. Se analiza en mayor detalle las alternativas que a nivel de perfil se estimó como viables desde el punto de vista técnico, económico y social, es posible aquí desechar aquellos que aparecen menos factibles y seleccionar para ser analizadas a mayor profundidad aquellas que aparecen con mejores perspectivas

### **Estudio de Factibilidad.**

En esta fase se realiza un análisis detallado de aquella alternativa seleccionada como la mejor en la etapa anterior. Se requiere una cuantificación más clara de los beneficios y costos que involucra ejecutarla. A la evaluación de la alternativa seleccionada debe adicionarse los aspectos relacionados con obra física, tamaño, localización y oportunidad de ejecución de la inversión, debe considerarse también las actividades que afectan la eficiencia en la ejecución del proyecto, como

los cronogramas de desembolsos, implementación y operación del proyecto”.<sup>5</sup>

## **ETAPA DE INVERSIÓN**

Tomar la decisión de invertir significa haber estudiado la posibilidad de aceptar o reemplazar una alternativa por otra a fin. El rechazo o postergación de una decisión de inversión debería haber sido detectado en etapas anteriores.

La etapa de inversión se compone de las siguientes fases:

- Proyectos de Ingeniería
- Negociación del Financiamiento
- Implementación

### **Proyectos de Ingeniería**

“En esta fase se materializa la obra física de acuerdo con los estudios realizados en la etapa de pre inversión.

Para materializar un proyecto de inversión se elaboran programas arquitectónicos detallados, estudios de ingeniería y de especialidades del proyecto. Se programan las actividades específicas a realizar tomando como base los resultados de los estudios de las fases anteriores.

---

<sup>5</sup> UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, Carrera de Administración de Empresas. Módulo 9 “Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión” Año 2011-2012.

## **Negociación del Financiamiento**

Determinados los requerimientos financieros del proyecto es conveniente conocer: las líneas de crédito a las que se puede acceder en el mercado financiero, nacional y/o internacional; información jurídica, organizativa y técnica; tasa de interés, plazo de amortización, período de gracia, comisiones de compromiso, garantías y avales, condiciones y calendario de desembolsos, etc.

## **Implementación.**

Consiste en llevar a la práctica lo que teóricamente se concibió en el proyecto, aquí se da paso a las actividades propias que permiten que la nueva unidad productiva este dotada de todos los recursos necesarios para su funcionamiento, se realizan pruebas o ensayos a fin de comprobar que todos los componentes trabajen óptimamente para que en la fase de operación no se produzcan desfases o causen paralización a la planta”.<sup>6</sup>

## **ETAPA DE OPERACIÓN**

En esta etapa del proyecto, cuando ya se ha desarrollado la obra física o programa estudiado en la pre inversión y ejecutado durante la inversión

---

<sup>6</sup> UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, Carrera de Administración de Empresas. Módulo 9 “Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión” Año 2011-2012.

de acuerdo a lo programado, se producen los beneficios específicos que fueron estimados durante la pre inversión.

Las fases que comprenden la etapa de operación son:

- Seguimiento y Control
- Evaluación ex-ante
- Evaluación posterior

### **Seguimiento y Control.**

“Se refiere al conjunto de acciones que se aplican a un proyecto en la etapa de ejecución de las obras por cronograma y recursos empleados.

### **Evaluación ex-ante.**

Es un proceso que se realiza inmediatamente después de finalizado el proyecto con el propósito de determinar la validez de las actividades que fueron desarrolladas de acuerdo con los objetivos planteados. Su objetivo es mejorar las actividades de puesta en marcha y ayudar en la planificación, programación, e implementación de proyectos futuros.

### **Evaluación posterior**

Se realiza varios años después que todos los costos han sido desembolsados y todos los beneficios recibidos, posterior a cerrar su ciclo

de vida u horizonte de operación. Esta evaluación permitirá que en el futuro los posibles proyectos relacionados, cuenten con una fuente de información que clarifique la visión sobre el ambiente en el que se desenvolverá la nueva unidad productiva”.<sup>7</sup>

## **ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

“Su importancia radica en ser una valiosa fuente de información acerca del mercado, que permite tomar decisiones y crear sobre bases reales, encontrando, dirigiendo, y disciplinando acciones que habría de seguirse evaluando”.<sup>8</sup>

- ✓ Identificación de la población Objetiva
- ✓ Recolección de información primaria: encuesta, estudios Históricos.
- ✓ Conocimientos de las necesidades y expectativas de los clientes
- ✓ Muestreo
- ✓ Elaboración y aplicación de encuestas
- ✓ Análisis de la competencia y de los competidores

---

<sup>7</sup> UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, Carrera de Administración de Empresas. Módulo 9 “Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión” Año 2011-2012.

<sup>8</sup> SAPAG CHAIN Reinaldo y Nassier. Preparación y Evaluación de Proyectos. Cuarta Edición

## MERCADO

Es el lugar de convergencia de ofertantes y demandantes en donde se realizan las transacciones de bienes y servicios en tiempo y precios determinados.

## DEMANDA Y OFERTA

### 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 de mercado), en un momento determinado. La demanda es una función matemática.

“Es la cantidad del bien que los consumidores están dispuestos a adquirir y que justifican la realización de los programas de producción de consumidores, con disposición de poder adquisitivo suficiente y con unos gustos definidos para adquirir un producto o servicio que satisfaga sus necesidades”.<sup>9</sup>

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

---

<sup>9</sup> BACA URBINA, G.; 1998; "Evaluación de Proyectos – Análisis y Administración del riesgo Ed. McGraw-Hill; México.

- **Demanda Real.-** Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan actualmente en el mercado.
- **Demanda Efectiva.-** Conjunto de mercancías y servicios que los consumidores realmente adquieren en el mercado en un tiempo determinado y a un precio dado. La demanda efectiva es el deseo de adquirir un bien o servicio, más la capacidad que se tiene para hacerlo.
- **Demanda Insatisfecha.-** Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad.

## **OFERTA**

Se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones, también puede ser la cantidad de productos y servicios disponibles para ser consumidos.

“Se refiere a toda la cantidad de bienes o servicios que están siendo ofertados en el mercado para su compra, es decir, son todos los cupos que se ofrecerán en el área de estudio”.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> BACA URBINA Gabriel. Evaluación de Proyectos. Tercera edición.



## MARKETING

El marketing es la orientación empresarial centrada en el cliente, sus orígenes se remontan al comercio entre los pueblos antiguos. Pero fue recién en la década de los 70 en que se dio una formalización real y sistemática que le proporciono caracteres de ciencia experimental.

La definición más extendida de marketing nos dice que es el estudio o investigación de la forma de satisfacer mejor las necesidades de un grupo social a través del intercambio con beneficio para la supervivencia de la empresa.

- ✓ **Producto:** “Es todo aquello que la empresa o la organización realiza o fabrica para ofrecer al mercado y satisfacer determinadas necesidades de los consumidores”.<sup>11</sup>
  
- ✓ **Plaza:** “Es el camino que se sigue para distribuir el producto o servicio desde su lugar de origen hasta el consumidor final”<sup>12</sup>, en otras palabras se define donde comercializar el producto o el servicio que se ofrece, considera el manejo efectivo del canal de distribución debiendo lograr que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

---

<sup>11</sup> ARELLANO Rolando. Marketing. Enfoque América Latina

<sup>12</sup> BENGOCHEA PUJOL Bruno. Diccionario de Marketing

- ✓ **Precio:** “Los dos determinantes principales del precio son los costos generales del servicio y la competencia”<sup>13</sup>, la política de la empresa puede exigir que el servicio que se vende cubra en su totalidad los gastos de inversión, manteniendo un fin de lucro, o que se pueda bajar mediante descuentos para acaparar más el mercado.
- ✓ **Promoción y publicidad:** Es una herramienta comercial para empujar el producto hacia el consumidor-cliente.

Con la promoción la empresa pretende transmitir las cualidades de su producto a sus clientes y la publicidad es el recurso más utilizado por las empresas para comercializar sus productos.

## **ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico se refiere a la determinación de la tecnología adecuada, espacio físico y recursos humanos tomando en cuenta el estudio de mercado. Tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costos de las operaciones para brindar un servicio de calidad.

Conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, se contempla aspectos técnicos, operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado, como la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la

---

<sup>13</sup> ARELLANO Rolando. Marketing. Enfoque América Latina

localización final apropiada y la selección del modelo tecnológico que sean consecuentes con el comportamiento del mercado y las restricciones del orden financiero.

## **TAMAÑO**

Es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el período de funcionamiento. Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año dependiendo del proyecto que se está formulando.

El tamaño del proyecto también se puede medir por el monto de la inversión aplicada, el número de empleos generados, el área física ocupada, participación en el mercado, niveles de ventas alcanzados o generación de valor agregado para la región.

### **a. Capacidad Instalada**

Corresponde a la capacidad máxima disponible que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. En los proyectos de inversión está en función de la demanda a cubrir en el periodo de vida de la empresa.

### **b. Capacidad Utilizada**

Es el porcentaje de la capacidad instalada que se emplea, es decir el rendimiento o nivel con que se hace trabajar la maquinaria, está en

función por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un período determinado.

**c. Reservas**

Consiste en la capacidad de producción que no es utilizada normalmente, en espera de que las condiciones del mercado obliguen a un incremento de producción.

**d. Capacidad Financiera**

En un proyecto es necesario determinar la capacidad para financiar la inversión pudiendo ser esta con capital propio o mediante crédito, por ende es necesario conocer el mercado financiero.

**e. Capacidad Administrativa**

El talento humano hace posible el financiamiento eficiente de una empresa, lo que implica tener el conocimiento claro de la actividad que se quiere emprender.

**LOCALIZACIÓN**

“Se orienta a analizar, los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto con el fin de determinar el lugar donde finalmente se ubicará el

proyecto, utilizando una mayor utilidad, minimización de costos y mayor nivel de beneficio para los cliente y comunidad”.<sup>14</sup>

La localización adecuada de la empresa que se creara con la aprobación del proyecto puede determinar el éxito o fracaso de un negocio. Por ello la decisión de donde ubicar el proyecto debe obedecer no solo a criterios económicos sino también a criterios estratégicos, institucionales e incluso de preferencia emocionales.

## **FACTORES DE LOCALIZACIÓN**

“Son los aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa entre estos factores se encuentran, abastecimiento de materia prima, vías de comunicación adecuadas, disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos indispensables y fundamentalmente el mercado hacia el cual está orientado el producto”.<sup>15</sup>

## **MACRO LOCALIZACIÓN**

Localización de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posibles incidencia regional, nacional e internacional, para su representación se recurre al proyecto de mapas geográficos y políticos.

---

<sup>14</sup> MIRANDA, M, Juan, “Gestión de Proyectos” Edición 4, 2003

<sup>15</sup> REYES ONCE AGUSTÍN. Administración de Empresas. Edit. Limusa México 1982

“Es la determinación de una zona de probable localización. En este nivel primaran consideraciones relativas a criterios económicos que están incidiendo en los costos globales de producción”.<sup>16</sup>

**Gráfico N° 2**



## MICRO LOCALIZACIÓN

Tiene como propósito seleccionar el sitio puntual para la instalación del proyecto, luego de haber realizado el análisis de micro localización, su representación gráfica es realizada en planos urbanísticos.

**Gráfico N° 3**



<sup>16</sup> SAPAG CHAIN Reinaldo y Nassier. Preparación y Evaluación de Proyectos. Cuarta Edición

## **INGENIERÍA DEL PROYECTO**

Es el conocimiento científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto.

Es la forma técnica de disponer de la mejor ubicación de los equipos y demás elementos físicos de la empresa para facilitar la circulación de los materiales y de las personas, comprende la descripción del proceso productivo, flujograma de procesos, descripción de requerimientos y distribución de la planta.

### **Componente Tecnológico**

Consiste en determinar la maquinaria y equipo adecuado a los requerimientos del proceso productivo, el mismo que debe estar acorde con los niveles de producción esperados conforme al nivel de demanda a satisfacer.

### **Infraestructura Física**

Se relaciona con la parte física de la empresa, en ella se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa. En esta parte se debe contar siempre con el asesoramiento de los profesionales de la construcción.

### **Distribución de la Planta.**

Corresponde a la distribución de la maquinaria, materiales y los servicios complementarios que atienden de la mejor manera las necesidades del proceso productivo y asegura los menores costos y la más alta productividad.

“Los objetivos y principios básicos de una distribución de planta son los siguientes.

- Integración total
- Mínima distancia de recorrido
- Utilización del espacio cúbico
- Seguridad y Bienestar para el trabajador
- Flexibilidad”.<sup>17</sup>

### **Proceso de Producción**

Es la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados, mediante la participación de la tecnología y la fuerza de trabajo. Con este elemento se pretende describir la secuencia de operaciones que llevan al bien a transformarse en un producto terminado

---

<sup>17</sup> UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, Carrera de Administración de Empresas. Módulo 9 “Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión” Año 2011-2012.



## Diseño del producto

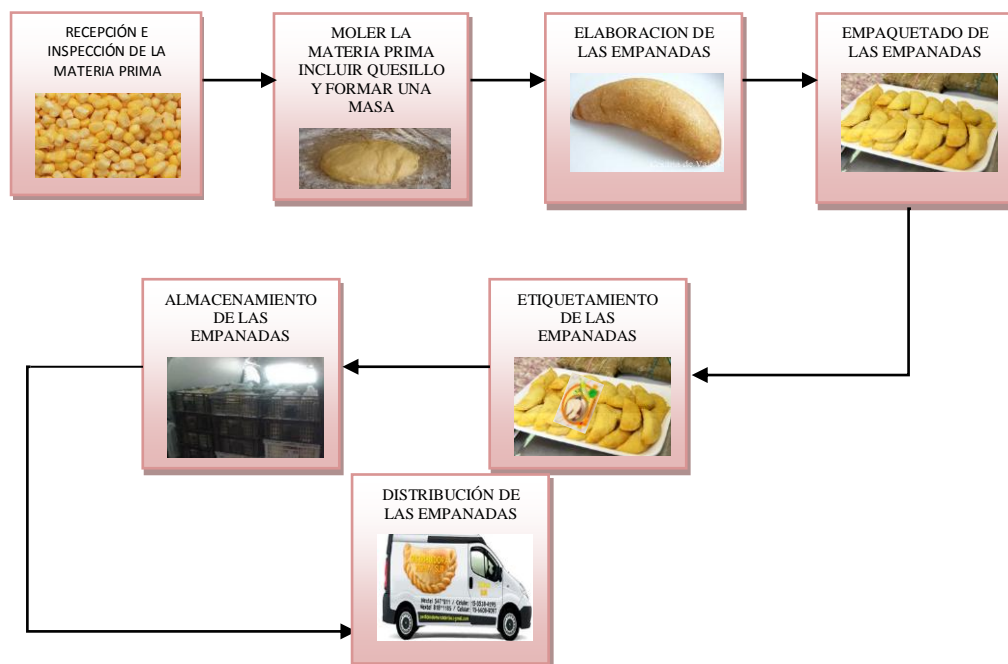
El producto del proyecto debe ser diseñado de tal forma que reúna todas las características que el consumidor desea en el para lograr una completa satisfacción de su necesidad. Para un diseño efectivo del producto debe considerarse siempre los gustos y preferencias de los demandantes.

## Flujo grama De Procesos

“Constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades que consta el proceso de producción. Los símbolos más utilizados significan operación, transporte, demora, almacenamiento, inspección, operación combinada entre otros”.<sup>18</sup>

### FLUJOGRAMA DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN DENTRO DE LA EMPRESA DE ELABORACION DE EMPANADAS DE MAÍZ

Gráfico N° 4



<sup>18</sup> MIRANDA, M, Juan, "Gestión de Proyectos" Edición 4, 2003

## **ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL**

Corresponde a decisiones internas del proyecto se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de la administración: organización procedimientos administración y aspectos legales.

## **ORGANIZACIÓN LEGAL**

Los analistas al comenzar los procesos de formulación deben identificar el ámbito institucional y legal sobre el cual opera el proyecto en sus diferentes fases identificando clara y completamente las principales normas que inciden sobre los resultados económicos de la inversión.

### **Base Legal**

“Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley, entre los cuales tenemos:

- **Acta Constitutiva.-** Es el documento certificado de la constitución legal de la empresa, en el que se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.
- **Razón Social o Denominación.-** Es el nombre bajo el cual la empresa operará, debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y de acuerdo a lo establecido en la ley.
- **Domicilio.-** Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo

tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.

- **Objeto de la Sociedad.-** Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.
- **Capital Social.-** Debe indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.
- **Tiempo de Duración de la sociedad.-** Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.
- **Administradores.-** Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quién responda por las acciones de la misma”<sup>19</sup>.

---

<sup>19</sup> UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, Carrera de Administración de Empresas. Módulo 9 “Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión” Año 2011-2012.

## ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

“Parte fundamentalmente en la etapa de operación de la empresa, ya que una buena educación permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. La organización administrativa hace posible que los recursos y especialmente el talento humano sean manejados eficientemente.

La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones en ellos se establece los niveles jerárquicos de autoridad”.<sup>20</sup>

- ❖ **Nivel Legislativo:** “Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomarán el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido
  
- ❖ **Nivel Ejecutivo:** Este nivel está conformado por el Gerente-Administrador, el cuál será nombrado por el nivel Legislativo-Directivo 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.

---

<sup>20</sup> SAPAG CHAIN, Nassio, Preparación y Evaluación de Proyectos.

- ❖ **Nivel Asesor:** Este nivel aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más áreas que tengan que ver con la entidad a la cual estén asesorando. Este nivel no tiene autoridad de mando, sino autoridad funcional, por lo tanto no toma decisiones ni ordena; los consejos, recomendaciones, asesoría, informes y más instrumentos que nacen de este nivel, para ser transformados en órdenes requieren necesariamente la decisión del jefe con mando directivo.
- ❖ **Nivel Operativo:** Este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa. 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, así como también las tareas de la venta, o todo lo relacionado con la comercialización o tareas de marketing.
- ❖ **Nivel Auxiliar:** El nivel auxiliar ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidades y eficiencia”.<sup>21</sup>

## **ORGANIGRAMAS**

“Son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja en forma esquemática la línea de autoridad y

---

<sup>21</sup> UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, Carrera de Administración de Empresas. Módulo 9 “Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión” Año 2011-2012.

responsabilidad, canales de comunicación y supervisión, división de funciones niveles jerárquicos, etc”.<sup>22</sup>

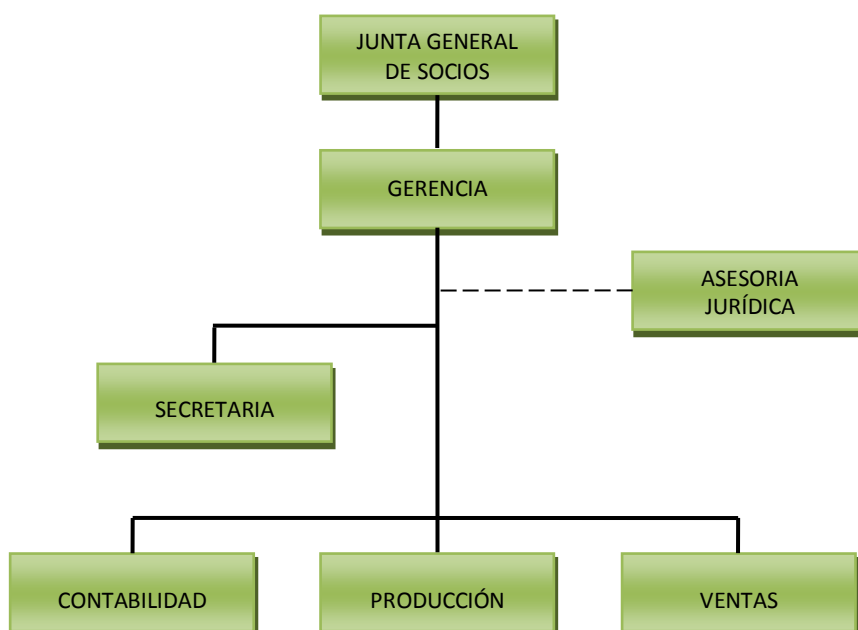
### CLASES DE ORGANIGRAMAS:

- ❖ **Organigrama Estructural:** Es la representación gráfica de todas las unidades de una organización como sus relación de jerarquía o dependencia.

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

Gráfico N° 5

#### ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL “EMPRESA PRODUCTORA DE EMPANADAS DE MAÍZ”

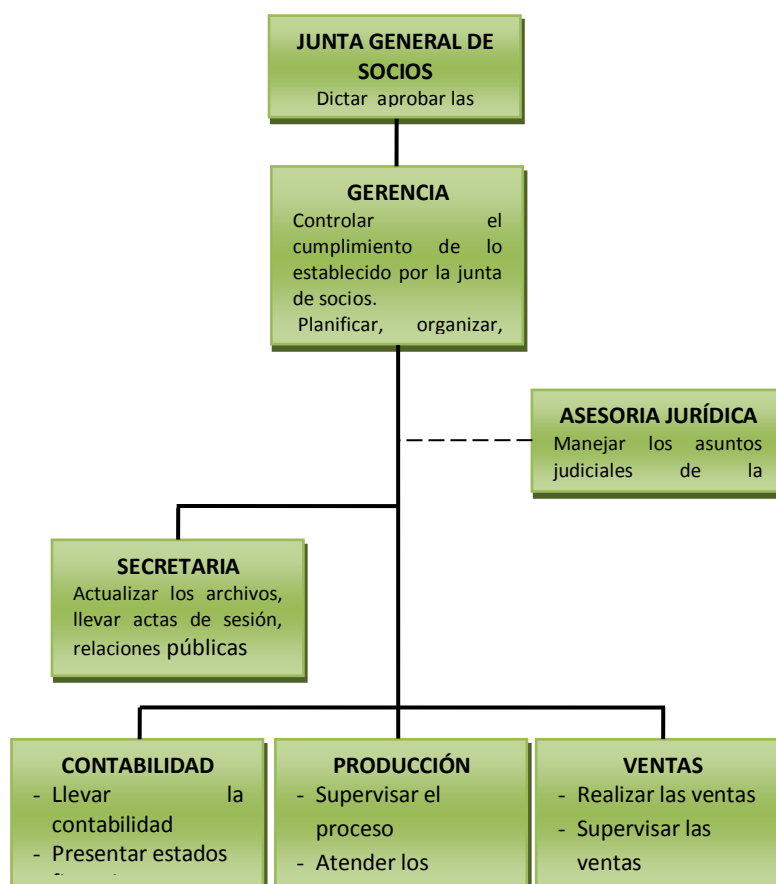


<sup>22</sup> CORDOVA, Marcial Formulación y Evaluación de Proyectos.

❖ **Organigrama Funcional:** Detalla la relación de autoridad y dependencia entre cada una de las unidades administrativas así como sus funciones principales. Es de utilidad para capacitar al personal y representar a la organización en forma general.

Es una modalidad del estructural y consiste en representar gráficamente las funciones principales básicas de una unidad administrativa. Al detallar las funciones se inicia por las más importantes y luego se registran aquellas de menor trascendencia, se determina qué es lo que se hace.

**Gráfico N° 6**  
**ORGANIGRAMA FUNCIONAL**  
**“EMPRESA PRODUCTORA DE EMPANADAS DE MAÍZ”**



❖ **Organigrama Posicional:** Contempla la distribución específica de las jerarquías o categorías de puestos desempeñados por el personal directivo, ejecutivo u operacional de una empresa.

Sirve para representar la distribución del personal en las diferentes unidades administrativas, se indica el número de cargos, la denominación del puesto y la clasificación, se puede incluir la remuneración y aún el nombre del empleado.

## MANUALES

“Los manuales administrativos son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación que permiten registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática la información de una organización”<sup>23</sup>.

## CLASES DE MANUALES

Por su contenido se clasifican en:

- **De Organización:** Dónde se especifican las diversas unidades orgánicas que componen la empresa.
- **De Procedimientos:** Aquí se establecen los principales procedimientos que ocurren al interior de la empresa, por ejemplo, de contratación de personal, de compras, de pago de sueldos, etc.
- **De Políticas:** Se determinan las políticas que guiarán el accionar de la empresa.

---

<sup>23</sup><http://www.aulafacil.com/administracionempresas/Lecc-19.htm>



- **De Bienvenida:** Diseñado especialmente para los nuevos empleados, en este manual se detallan los antecedentes de la empresa, misión, visión, valores, etc.

**Por su ámbito:**

- **Generales:** que contienen información de la totalidad de la organización.
- **Específicos:** que consignan información de un área o específica.

## **ESTUDIO FINANCIERO**

“Se refiere a la factibilidad económica de un proyecto, cuyo objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores así, como elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto y así poder determinar la rentabilidad del proyecto”.<sup>24</sup>

“Comprende de manera general el análisis de factibilidad económica del proyecto. Procedimiento que se sigue para evaluar información cuantitativa, cuya finalidad es averiguar el rendimiento financiero de la empresa. El análisis puede ser Ex ante, cuando los datos corresponden a estimaciones antes de ejecutar el proyecto, y Ex Post, cuando los datos corresponden a resultados reales al ejecutar el proyecto. Los indicadores

---

<sup>24</sup> ALARCON Cesar Augusto. Al futuro con la Microempresa

o evaluadores más utilizados son: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo y Periodo de Recuperación del Capital”.<sup>25</sup>

## **INVERSIÓN DEL PROYECTO**

“Son los gastos que se generan para aumentar la riqueza futura y posibilitar un crecimiento de la producción. La materialización de la inversión depende del agente económico que la realice”.<sup>26</sup>

Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Tiene como objetivo aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.

Es un documento formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.

Las inversiones pueden clasificarse en tres categorías:

- Activo Fijo,

---

<sup>25</sup> CORDOVA, Marcial Formulación y Evaluación de Proyectos.

<sup>26</sup> CORDOVA, Marcial Formulación y Evaluación de Proyectos.

- Activo Diferido y
- Capital de Trabajo.

### **Activo Fijo**

“Representa aquellos bienes tangibles adquiridos por la empresa, no con el ánimo de venderlos sino que, dedicarlos a la explotación de la empresa que son necesarios y se utilizan en el proceso de transformación de los insumos., bajo esta cuenta se integran los siguientes bienes: terreno, edificio, vehículo, maquinaria y equipo, herramientas, muebles y enseres de la producción y oficina sujetos a depreciación a excepción del terreno.

### **Activos Diferidos**

Constituye aquellos gastos sobre activos constituidos para los servicios, derechos o privilegios especiales que son necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente”.<sup>27</sup>

### **Activo Circulante o Capital de Trabajo**

“Es la designación a los valores en que se debe incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posibles laborar

---

<sup>27</sup> ARELLANO, Rolando. Marketing Enfoque América Latina.

normalmente durante un periodo determinado permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas”.<sup>28</sup>

Aquí se detallan los siguientes rubros:

- ❖ Materia Prima Directa e Indirecta
- ❖ Mano de Obra Directa e Indirecta
  
- ❖ Gastos de Administración

## **FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN**

“Una vez conocido el monto de la inversión se hace necesario buscar las fuentes de financiamiento para ello se obtiene dos fuentes.

- ❖ **Fuente Interna:** Constituida por el aporte de los socios.
  
- ❖ **Fuente Externa:** Constituida normalmente por las instituciones financieras estatales y privadas”.<sup>29</sup>

## **PRESUPUESTOS**

“Es un plan que permite predecir el futuro de las organizaciones en términos cuantitativos ya sean en unidades de ventas unidades de producción y números de empleados”.<sup>30</sup>

---

<sup>28</sup> ARELLANO, Rolando. Marketing Enfoque América Latina.

<sup>29</sup> SAPAG CHAIN, Nassio, Preparación y Evaluación de Proyectos.

<sup>30</sup> [http:// www.cepymes.es](http://www.cepymes.es)

## DEPRECIACIONES

“Depreciación es una deducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo. Se utiliza para dar a entender que las inversiones permanentes de la planta han disminuido en potencial de servicio”.<sup>31</sup> Para los contables o contadores, la depreciación es una manera de asignar el coste de las inversiones a los diferentes ejercicios en los que se produce su uso o disfrute en la actividad empresarial.

Los activos se deprecian basándose en criterios económicos, considerando el plazo de tiempo en que se hace uso en la actividad productiva y su utilización efectiva en dicha actividad.

### Cálculo de Costos Unitarios

Para ello se relaciona el costo total para el número de unidades producidas durante un período, en este caso:

$$COSTO\ UNITARIO\ DE\ PRODUCCIÓN = \frac{\text{Costo Totales de Producción}}{\text{Número de Unidades Producidas}}$$

## COSTOS

Según María Magdalena Arredondo González, Costo es el sacrificio incurrido para adquirir bienes o servicios con el objeto de lograr beneficios

---

<sup>31</sup> UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, Administración Financiera, Guía Didáctica para la Carrera de Administración de Empresas Módulo VI, Loja- Ecuador. 2005

presentes, al momento de hacer uso de estos beneficios, dichos costos se convierten en gastos.

- **Costo Fijo.-** “Representan aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el solo hecho de existir, también se puede decir que son aquellos que permanecen constantes en un periodo de tiempo determinado y no guardan relación con los niveles de producción”.<sup>32</sup>
- **Costo Variable.-** “Son aquellos valores que incurren a la empresa, en función a su capacidad de producción, están en relación directa con los niveles de producción de la empresa, se puede decir que son los que incrementan o decrecientan proporcionalmente conforme aumente o disminuya el volumen de producción”.<sup>33</sup>
- **Costo Total.-** Es el equivalente monetario de todos los factores consumidos en la obtención del bien o servicio, es decir, es la sumatoria de los costos fijos y los variables.

## ESTIMACIÓN DE INGRESOS

Los ingresos que genera el proyecto corresponden a la venta del producto ofrecido.

---

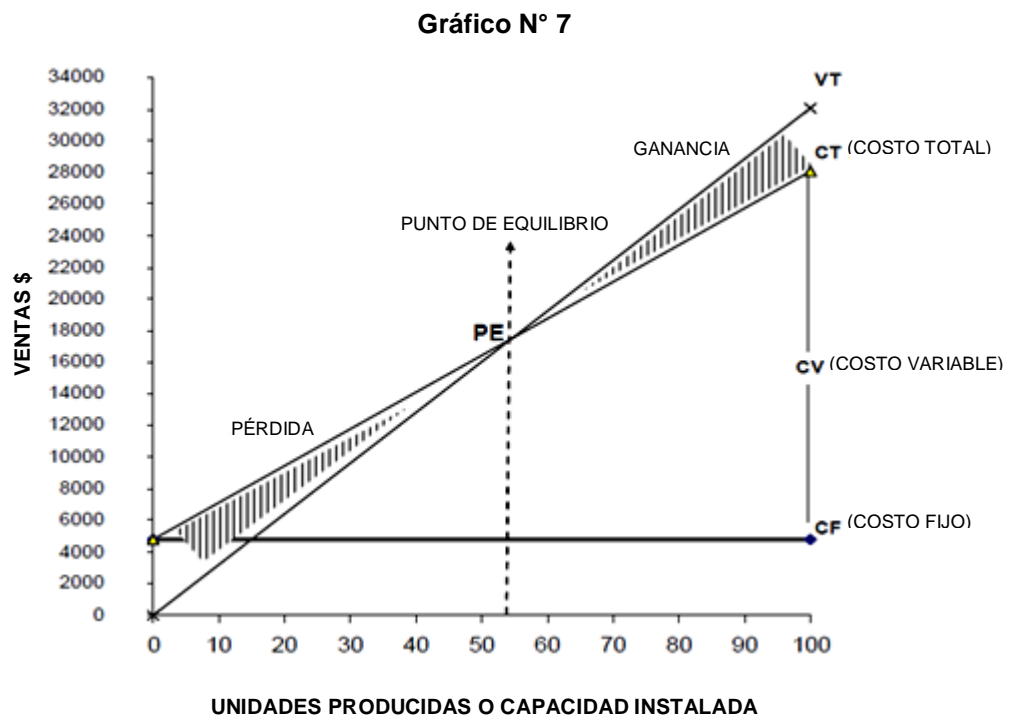
<sup>32</sup> ALARCÓN César Augusto. Al Futuro con la Microempresa.

<sup>33</sup> ALARCÓN César Augusto. Al Futuro con la Microempresa.

## PUNTO DE EQUILIBRIO

“El punto de equilibrio se interpreta como el nivel de ingresos en el cual la empresa no obtendrá ni pérdidas ni ganancias. El punto de Equilibrio se puede calcular mediante dos métodos.

- ❖ Matemáticamente (En función de las ventas y en función de la capacidad de la planta.)
- ❖ Gráficamente”.<sup>34</sup>



## FLUJO DE CAJA

“Es una herramienta financiera que permite reconocer la verdadera liquidez que tiene la empresa. El flujo de caja nos permite enfrentar las decisiones sobre la compra de activos o el pago de pasivos. En el campo

<sup>34</sup> CORDOVA Marcia. Formulación y Evaluación de Proyectos.

financiero el flujo de caja permite calcular los indicadores del valor actual neto y tasa interna de retorno que son los que permiten tomar una decisión acerca de la inversión a realizar.

Representa la diferencia entre los ingresos y egresos, los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas e adquirir activos, para su cálculo no se incluyen ingresos, depreciaciones ni amortizaciones de activos diferidos ya que ellos no significan desembolsos económicos para la empresa, el flujo de caja es la fase fundamenta para la evaluación del proyecto”.<sup>35</sup>

## EVALUACIÓN DEL PROYECTO

### Valor Actual Neto (VAN)

$$VAN = \sum FNA - INVERSIÓN INICIAL$$

Se define como la sumatoria de los flujos netos multiplicados por el factor de descuento, significa que se traslada al año cero los gastos del proyecto para asumir el riesgo de la inversión.

Los criterios de decisión basados en el VAN son:

- ❖ Si el VAN es positivo se puede aceptar el proyecto ya que ello significa que el valor de la empresa aumentará.

---

<sup>35</sup> SAPAG CHAIN, Reinaldo y Nassier. Preparación y Evaluación de Proyectos. Cuarta Edición



- ❖ Si el VAN es negativo se rechaza la inversión ya que ello significa que la inversión perderá su inversión en el tiempo.
- ❖ Si el VAN es igual a cero la inversión queda a del inversionista ya que la empresa durante su vida útil mantiene el valor de la inversión en términos de valor adquisitivo.

### **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

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

“Constituye la tasa de interés a la cual debemos descontar los flujos de efectivo generados en el proyecto, a través de su vida económica para que estos sean igual con la inversión. Utilizamos la TIR como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto”.<sup>36</sup>

- ❖ Si la TIR es mayor que el costo de oportunidad o capital se acepta el proyecto.
- ❖ Si la TIR es igual al costo de oportunidad o capital la realización de la inversión es criterio del inversionista.
- ❖ Si la TIR es menor al costo de oportunidad o capital se rechaza el proyecto.

### **Relación Beneficio Costo**

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

<sup>36</sup> UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, Administración Financiera, Guía Didáctica para la Carrera de Administración de Empresas Módulo VI, Loja- Ecuador. 2005

“Permite medir el movimiento que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida; permite decidir si el proyecto se acepta o no en base al siguiente criterio”.<sup>37</sup>

- ❖ Si la relación ingresos egresos es igual a uno el proyecto es indiferente
- ❖ Si la relación ingresos egresos es mayor a uno el proyecto es rentables.
- ❖ Si la relación ingresos egresos es menor a uno el proyecto no es rentable.

### **Período de Recuperación del Capital**

$$PRC = \text{AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN} + \left( \frac{\text{INVERSIÓN} - \text{SUMA DE PRIMEROS FLUJOS}}{\text{FLUJO NETO AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}} \right)$$

Permite conocer el tiempo en que se va recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja y el monto de la inversión.

### **Análisis de Sensibilidad**

“La finalidad del análisis de sensibilidad es medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto frente al cambio imprevisto de una variable asumiendo que el resto de variable permanezca constante”.<sup>38</sup>

<sup>37</sup> UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, Administración Financiera, Guía Didáctica para la Carrera de Administración de Empresas Módulo VI, Loja- Ecuador. 2005

<sup>38</sup> UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, Administración Financiera, Guía Didáctica para la Carrera de Administración de Empresas Módulo VI, Loja- Ecuador. 2005

- ❖ Si el coeficiente es mayor que 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anula la rentabilidad.
- ❖ Si el proyecto es menor que 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.
- ❖ Si el coeficiente es igual que 1 no hay efecto sobre el proyecto, el proyecto es indiferente a cambios.

## e. MATERIALES Y MÉTODOS

Para alcanzar los objetivos propuestos, el presente estudio está basado en la identificación de materiales, métodos y técnicas que sirvieron para el análisis e interpretación de la información, que nos permitió el desarrollo de sus partes:

- **MATERIALES**

Dentro de los materiales utilizados se encuentran:

N°	MATERIALES DE OFICINA	CANTIDAD
1	Hojas de papel bond A4	8.00
2	Grapadora	3.00
3	Perforadora	2.50
4	Carpetas	12.00
5	Lápices	1.50
6	Esferográficos	2.00
<b>EQUIPO TECNOLÓGICO</b>		
1	Computadora	750.00
2	Impresora	150.00
3	Copiadora	80.00
4	Escáner	60.00
<b>MATERIAL BIBLIOGRÁFICO</b>		
1	Libros	650.00
2	Revistas	15.00
3	Tesis	28.00
<b>TOTAL</b>		<b>1762.00</b>

- **MÉTODOS**

- ✓ **Deductivo.-** Este método permitió seleccionar el objeto de estudio para poder delimitarlo y formular el problema para lo cual se hizo un análisis de la realidad global a la realidad local; además ayudó a desarrollar la revisión de literatura porque se analizó los temas generales relacionados con la *Elaboración de Proyectos*, llegándose a obtener resultados particulares de cada uno de ellos como el estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero etc., para la empresa productora de empanadas de maíz.
- ✓ **Inductivo,** Se lo utilizó para analizar los gustos y preferencias de los consumidores, empleado para analizar la población o familias así como estudio de mercado, estudio técnico, administrativo y económico es decir permitió conocer la factibilidad del proyecto
- ✓ **Analítico.-** Se lo utilizó en la evaluación del proyecto donde se estudió separadamente cada parte que comprende un estudio de factibilidad para luego unirlos y obtener la determinación de la aceptación y comercialización del producto.
- ✓ **Descriptivo.-** Se aplicó en la redacción del proyecto, especialmente en lo referente a la interpretación racional y el análisis objetivo de los hechos en la descripción de la información obtenida y de la información que se aplicó en la construcción de todas las fases del presente proyecto.

- ✓ **Estadístico.-** Permitió presentar en una forma clara, gráfica y porcentual; los resultados mediante cuadros y gráficos estadísticos.
- ✓ **Matemático.-** Este método ayudó en el desarrollo del presente proyecto, con respecto a la realización para la parte matemática del trabajo, correspondiente a estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y evaluación financiera.

- **TÉCNICAS**

Para el desarrollo investigativo se utilizaron las siguientes técnicas:

- ✓ **OBSERVACIÓN DIRECTA**

Esta técnica permitió observar el fenómeno en estudio, hecho o caso, para tomar información oportuna y registrarla en los análisis realizados en el proyecto.

- ✓ **ENCUESTA**

Para la elaboración de las encuestas se realizó un cuestionario en el que constaban preguntas previamente analizadas para la obtención de información adecuada, la misma que sirvió de gran ayuda para la elaboración del proyecto. Esta encuesta fue aplicada a las familias que conforman los diferentes cantones de la provincia de Loja como son; Calvas, Catamayo, Celica, Chaguarpamba, Espíndola, Gonzanamá,

Loja, Macará, Olmedo, Paltas, Pindal, Puyango, Quilanga, Saraguro, Sozoranga y Zapotillo, en un total de 398 encuestas aplicadas.

Mediante esta técnica se pudo obtener información real sobre la acogida de la **“CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE EMPANADAS DE MAÍZ Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE LOJA”**

### **DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA**

De acuerdo al último censo poblacional realizado y según los datos establecidos por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) del año 2010 tenemos que la población de la provincia de Loja es de 448.966 habitantes, esta cantidad poblacional proyectada para el 2013 con una tasa de crecimiento del 1,1% se obtuvo 463.945 habitantes. Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

$$P_f = P_o (1 + t)^n$$

#### **En Donde:**

$P_f$  = Población final (2013)

$P_o$  = Población inicial (2010)

$t$  = Tasa de Crecimiento (INEC 1,1%)

$n$  = Número de Períodos (3)

$$P_{2013} = P_{2010}(1 + t)^n$$

$$P_{2013} = 448.966(1 + 1,1)^3$$

$$P_{2013} = 463.945$$

$$P_{2013} = \frac{463.945}{4} = 115.986 \text{ familias}$$

### TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

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

#### Donde

$n$  = Tamaño de la muestra

$N$  = Población

$e^2$  = Error de estimación

$1$  = Desviación

$$n = \frac{115.986}{1 + 115.986(0,05)^2}$$

$$n = \frac{115.986}{290,965}$$

$n = 398$  encuestas aplicadas a las familias de la Provincia de Loja



**CUADRO Nº 1**  
**DISTRIBUCION DE LA POBLACIÓN DE LA PROVINCIA DE LOJA POR**  
**CANTONES**

<b>CANTONES</b>	<b>POBACIÓN 2013</b>	<b>POBLACION POR FAMILIA</b>	<b>NÚMERO DE ENCUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Calvas	29.125	7.281	23	6
Catamayo	31.660	7.915	28	7
Celica	14.951	3.738	12	3
Chaguarpamba	7.400	1.850	8	2
Espíndola	15.293	3.823	12	3
Gonzanamá	13.140	3.285	12	3
Loja	222.023	55.506	191	48
Macará	19.653	4.913	16	4
Olmedo	5.032	1.258	4	1
Paltas	24.595	6.149	20	5
Pindal	8.933	2.233	8	2
Puyango	16.031	4.008	12	3
Quilanga	4.482	1.121	4	1
Saraguro	31.190	7.798	28	7
Sozoranga	7.714	1.929	8	2
Zapotillo	12.723	3.181	12	3
<b>TOTAL</b>	<b>463.945</b>	<b>115.986</b>	<b>398</b>	<b>100</b>

FUENTE: INEC

ELABORADO POR: EL AUTOR

## f. RESULTADOS

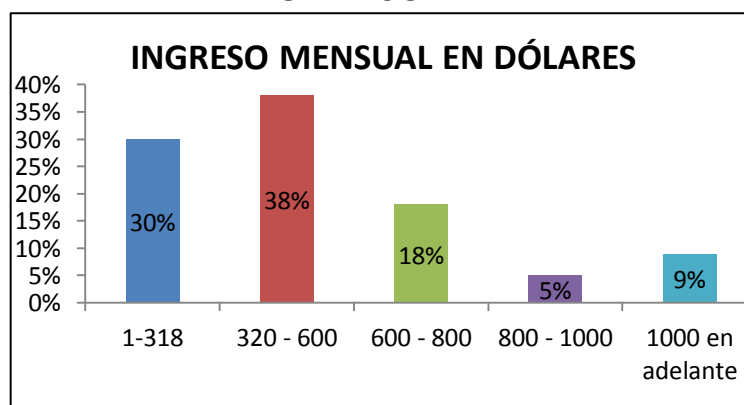
Tabulación e Interpretación de la encuesta aplicada a las familias de la Provincia de Loja

### 1. ¿Cuál es el ingreso mensual que usted recibe?

**CUADRO Nº 2**

DESCRIPCIÓN			
Nº Población	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
115.986	1 - 318	121	30%
	320 - 600	152	38%
	600 - 800	73	18%
	800 - 1000	17	5%
	1000 en Adelante	35	9%
TOTAL		398	100%

**GRÁFICO Nº 1**



FUENTE: ENCUESTA  
ELABORADO POR: EL AUTOR

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

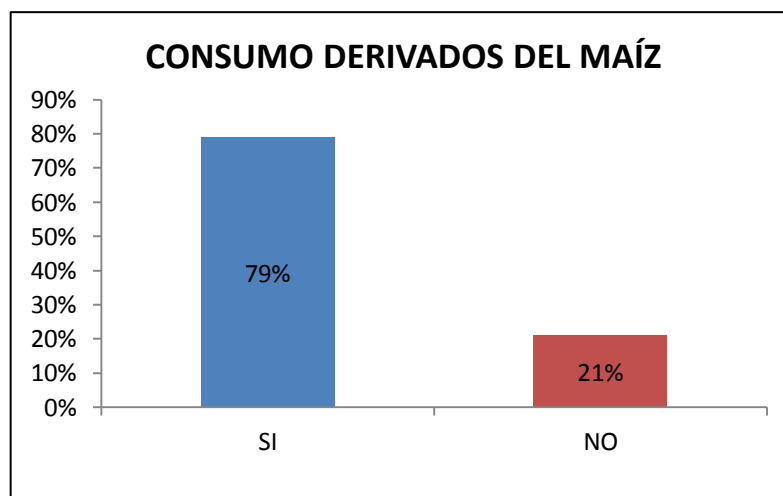
De acuerdo a los datos obtenidos se pudo determinar que el 30% que representa a 121 familias encuestadas perciben un ingreso de \$1 a \$318 dólares, el 38% que representa a 152 familias encuestadas un ingreso de \$320 a \$600 dólares, el 18% que representa a 73 familias encuestadas un ingreso de \$600 a \$800 dólares, el 5% que representa a 17 familias encuestadas un ingreso de \$800 a \$1000 dólares y el 9% que representa a 35 familias encuestadas percibe más de \$1000 dólares de ingresos mensuales.

## 2. ¿En su alimentación usted consume empanadas del maíz?

**CUADRO N° 3**

DESCRIPCIÓN			
Nº Población	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
115.986	SI	313	79%
	NO	85	21%
TOTAL		398	100%

**GRÁFICO N° 2**



FUENTE: ENCUESTA  
ELABORADO POR: EL AUTOR

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

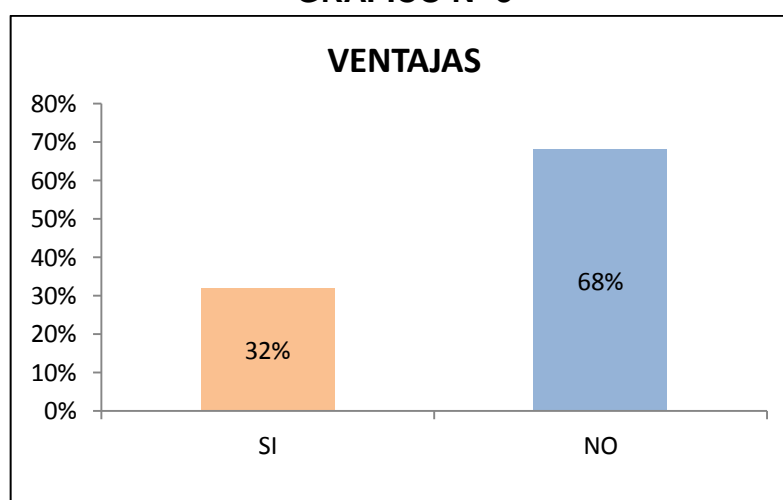
De acuerdo al análisis realizado se puede concluir que el 79% que representa a 313 familias encuestadas consumen productos derivados del maíz como son: Cereales, Tamales, Humitas, Chitos, Doritos, Mazapanes, Tortillas y Colada de Maíz, mientras que el 21% que representa a 85 familias encuestadas no consume productos derivados del maíz.

**3. ¿Conoce usted las ventajas que le brinda el consumir empanadas de maíz?**

**CUADRO N° 4**

DESCRIPCIÓN			
Nº Población	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
115.986	SI	100	32%
	NO	213	68%
TOTAL		313	100%

**GRÁFICO N° 3**



FUENTE: ENCUESTA  
ELABORADO POR: EL AUTOR

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

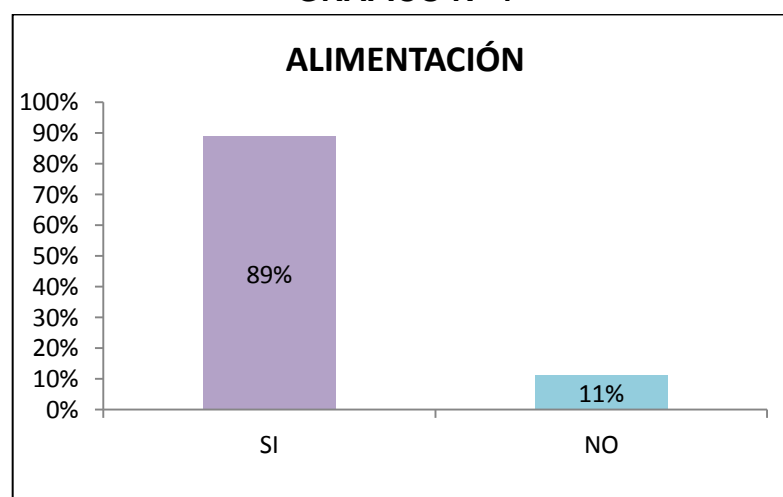
Según los resultados obtenidos de la encuesta, se puede determinar que el 68% que representa a 272 familias encuestadas no conoce de las ventajas que proporcionan las empanadas de maíz mientras que el 32% que representa a 126 familias encuestadas conoce las ventajas que tiene el consumir este producto.

4. En su alimentación diaria le gustaría consumir empanadas de maíz que tengan los beneficios de Fibra, Vitamina A, Vitamina B1, Vitamina B2, Vitamina B3, Vitamina B9, Vitamina B12, Vitamina D, Proteínas, Calcio y Fosforo.

CUADRO N° 5

DESCRIPCIÓN			
Nº Población	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
115.986	SI	279	89%
	NO	34	11%
TOTAL		313	100%

GRÁFICO N° 4



FUENTE: ENCUESTA  
ELABORADO POR: EL AUTOR

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

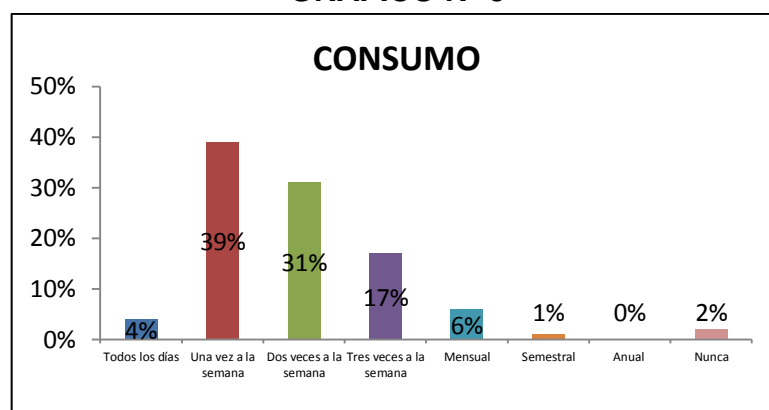
Según los resultados obtenidos de la encuesta, se puede establecer que el 89% que representa a 354 familias encuestadas si desea consumir empanadas de maíz con las calorías y vitaminas antes mencionadas y un 11% que representa a 44 familias no lo desea por ciertas razones.

5. ¿Determine Ud. cuantas veces le gustaría consumir las empanadas de maíz?

**CUADRO N° 6**

DESCRIPCIÓN			
N° Población	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
115.986	Todos los días	12	5,3%
	Una vez a la semana	117	39,5%
	Dos veces a la semana	52	21,3%
	Tres veces a la semana	68	24,9%
	Mensual	18	6,0%
	Semestral	3	1,0%
	Anual	0	0,0%
	Nunca	6	2,0%
TOTAL		301	100%

**GRÁFICO N° 5**



FUENTE: ENCUESTA  
ELABORADO POR: EL AUTOR

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

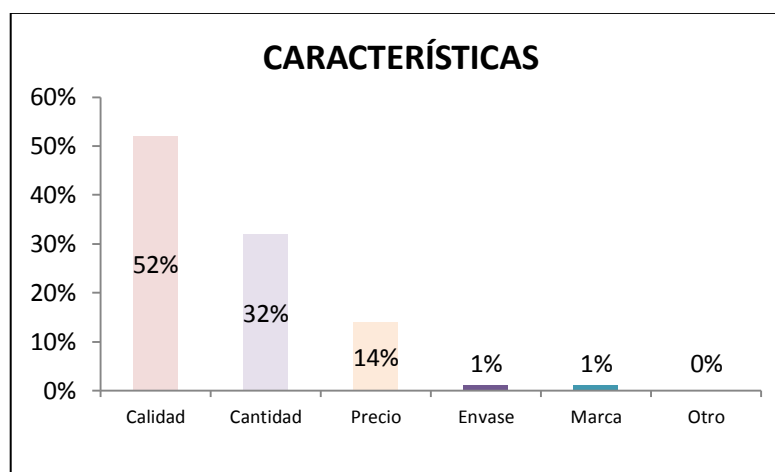
De acuerdo a la información obtenida podemos determinar que el 39% de los encuestados equivalente a 155 familias prefiere consumir las Empanadas de Maíz una vez a la semana, el 31% equivalente a 125 familias consumiría el producto dos veces a la semana, el 17% equivalente a 68 familias tres veces a la semana, el 6% equivalente a 24 familias mensualmente mientras que el 4% equivalente a 16 familias todos los días, y el 2% equivalente a 8 familias no consumirían dicho producto.

6. ¿Al momento de adquirir el producto cuál de las siguientes características es de mayor relevancia para usted?

**CUADRO N° 7**

DESCRIPCIÓN			
N° Población	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
115.986	Calidad	154	51,2%
	Cantidad	97	32,2%
	Precio	42	14,0%
	Envase	4	1,3%
	Marca	4	1,3%
	Otro	0	0%
TOTAL		301	100%

**GRÁFICO N° 6**



FUENTE: ENCUESTA  
ELABORADO POR: EL AUTOR

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

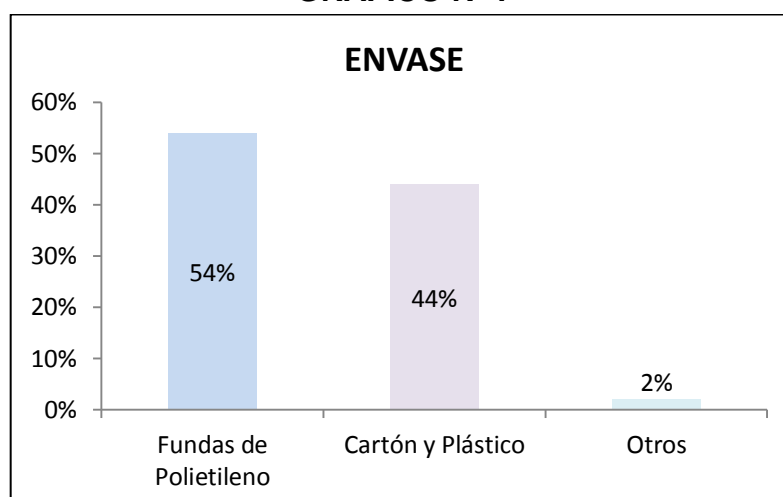
De acuerdo a los resultados obtenidos, al momento de adquirir el producto el 52% que representa a 207 familias encuestadas toma en consideración la calidad, el 32% que representa a 127 familias el precio, un 14% equivalente a 56 familias considera la cantidad mientras que 1% equivalente a 4 familias consideran el envase y el otro 1% equivalente a 4 familias considera la marca.

7. ¿Cuál sería el tipo de envase que más le gustaría que tenga el producto?

**CUADRO N° 8**

DESCRIPCIÓN			
N° Población	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
115.986	Fundas de Polietileno	186	62%
	Cartón y Plástico	103	34%
	Otros	12	4%
TOTAL		301	100%

**GRÁFICO N° 7**



FUENTE: ENCUESTA  
ELABORADO POR: EL AUTOR

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Según los resultados el 54% que representa a 215 familias encuestadas prefieren adquirir las empanadas de maíz en Fundas de Polietileno; un 44% que representa a 175 familias las desea adquirir en envase de Cartón y Plástico y el 2% equivalente a 8 familias en envase de vidrio.

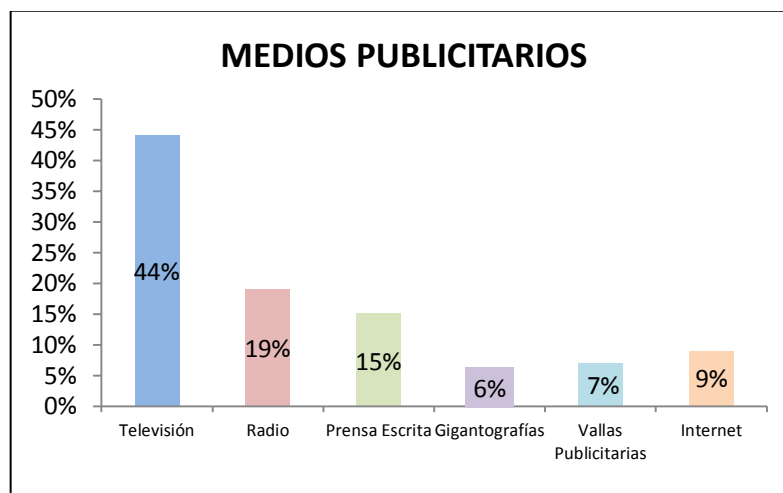


8. ¿Cuáles serían los medios de publicidad que preferiría que se promociere el producto?

**CUADRO N° 9**

DESCRIPCIÓN			
N° Población	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
115.986	Televisión	142	47,2%
	Radio	54	17,9%
	Prensa Escrita	47	15,6%
	Gigantografías	17	5,6%
	Vallas Publicitarias	25	8,3%
	Internet	16	5,3%
TOTAL		301	100%

**GRÁFICO N° 8**



FUENTE: ENCUESTA  
ELABORADO POR: EL AUTOR

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

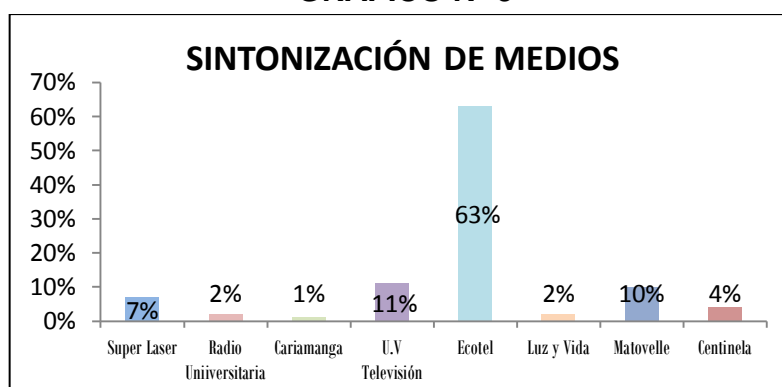
Según los resultados obtenidos, de las familias encuestadas los medios publicitarios apropiados para la realización de la publicidad serán la televisión ya que alcanza el 44% el cual representa a 175 familias, seguido de la radio con un 19% equivalente a 76 familias y la prensa escrita con el 15% que representa a 59 familias.

## 9. ¿Qué emisora de Radio o canal de Televisión Ud. sintoniza?

**CUADRO Nº 10**

DESCRIPCIÓN			
Nº Población	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
115.986	Súper Laser	28	7%
	Radio Universitaria	8	2%
	Cariamanga	4	1%
	U.V Televisión	44	11%
	Ecotel	251	63%
	Luz y Vida	8	2%
	Matovelle	40	10%
	Centinela	16	4%
	TOTAL		301

**GRÁFICO Nº 9**



FUENTE: ENCUESTA  
ELABORADO POR: EL AUTOR

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

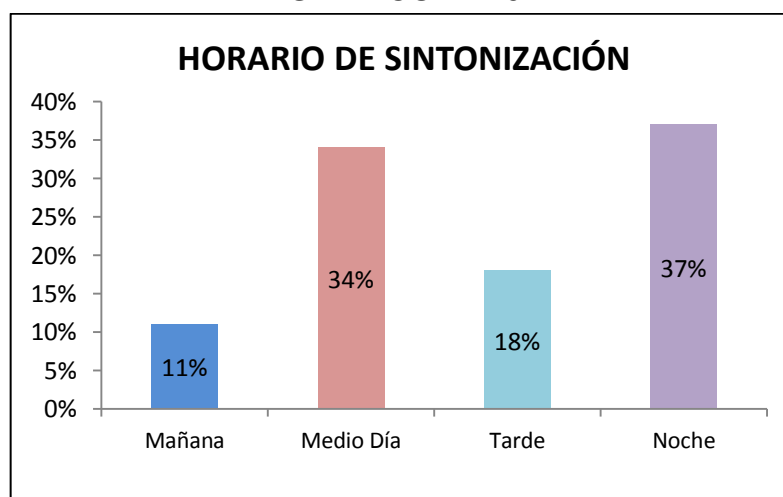
De los resultados obtenidos el 63% de los encuestados que representa a 251 familias sintoniza el Canal Ecotel, un 11% que representa a 44 familias prefieren Uv. Televisión, un 10% que representa a 40 familias escuchan la Radio Matovelle, un 7% que representa a 28 familias escucha Radio Súper Laser, un 4% prefieren escuchar la Radio Centinela, un 2% sintonizan la Radio Luz y Vida y Universitaria, y un bajo porcentaje la Radio Cariamanga.

## 10. ¿En qué horario sintoniza Ud, la Radio o Televisión?

**CUADRO Nº 11**

DESCRIPCIÓN			
Nº Población	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
115.986	Mañana	44	11%
	Medio Día	135	34%
	Tarde	72	18%
	Noche	147	37%
TOTAL		301	100%

**GRÁFICO Nº 10**



FUENTE: ENCUESTA

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

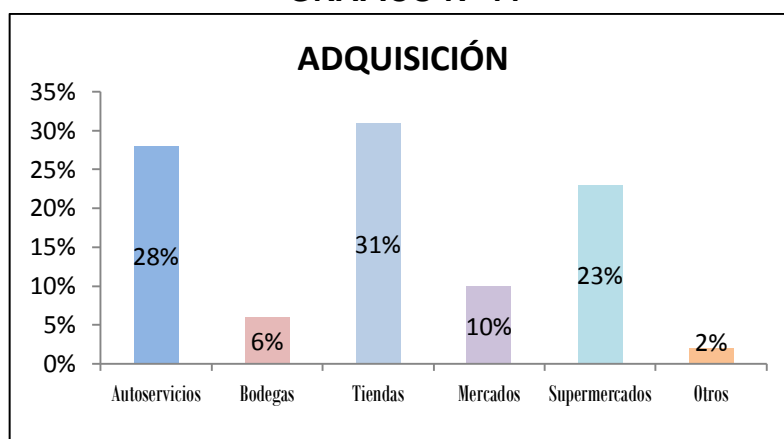
Según los resultados obtenidos un 37 % de los encuestados que representa a 147 familias prefieren sintonizar la Radio o Televisión en el Horario de la Noche, el 34% que representa a 135 familias sintonizan al Medio Día, el 18% que representa a 72 familias prefieren en la Tarde y el 11% que representa a 44 familias en la Mañana.

### 11. ¿En dónde preferiría adquirir las empanadas de maíz?

**CUADRO Nº 12**

DESCRIPCIÓN			
Nº Población	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
115.986	Autoservicios	111	28%
	Bodegas	24	6%
	Tiendas	123	31%
	Mercados	40	10%
	Supermercados	92	23%
	Otros	8	2%
TOTAL		301	100%

**GRÁFICO Nº 11**



FUENTE: ENCUESTA  
ELABORADO POR: EL AUTOR

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

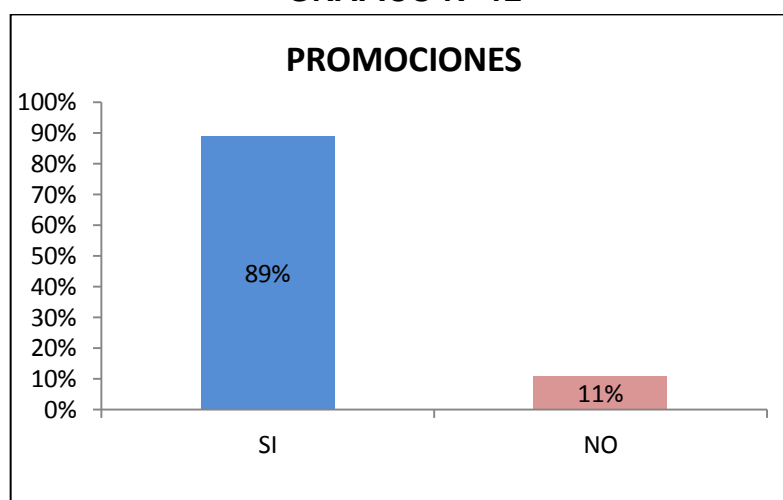
Según los resultados de las encuestas el 31% de los encuestados que representa a 123 familias desean adquirir el producto en las tiendas, el 28% que representa a 111 familias desean adquirir en los Autoservicios, el 23% que representa a 92 familias en los Supermercados, el 10% que representa a 40 familias en los Mercados, el 6% que representa a 24 familias en Bodegas y el 2% que representa a 8 familias en otros lados como en a Domicilio.

**12.¿Le gustaría recibir algún tipo de promoción por parte de la empresa?**

**CUADRO Nº 13**

DESCRIPCIÓN			
Nº Población	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
115.986	SI	354	89%
	NO	44	11%
TOTAL		301	100%

**GRÁFICO Nº 12**



FUENTE: ENCUESTA  
ELABORADO POR: EL AUTOR

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

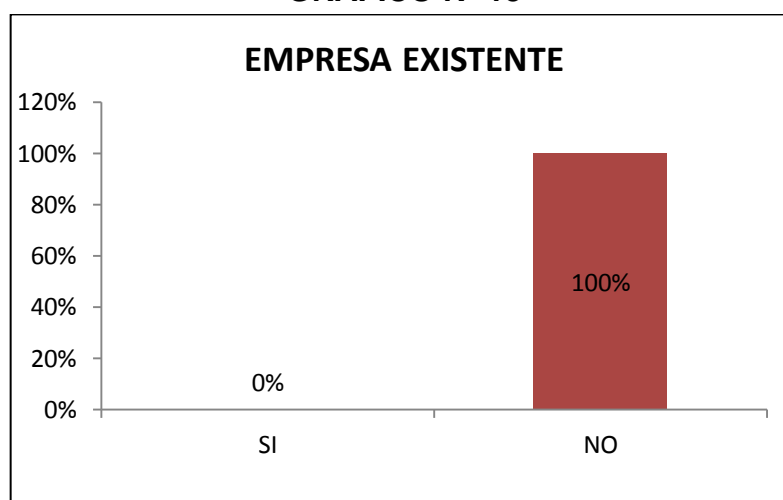
El 89 % de los encuestados que representa a 354 familias prefieren recibir promociones por parte de la empresa como son; Porcentaje de Descuento en una cierta cantidad del Producto, Dos por Uno o 10 Unidades una gratis mientras que un 11% que representa a 44 familias no desea las promociones.

**13.¿Conoce alguna empresa que brinde este producto en la provincia de Loja?**

**CUADRO Nº 14**

DESCRIPCIÓN			
Nº Población	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
115.986	SI	0	0%
	NO	398	100%
TOTAL		301	100%

**GRÁFICO Nº 13**



FUENTE: ENCUESTA  
ELABORADO POR: EL AUTOR

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

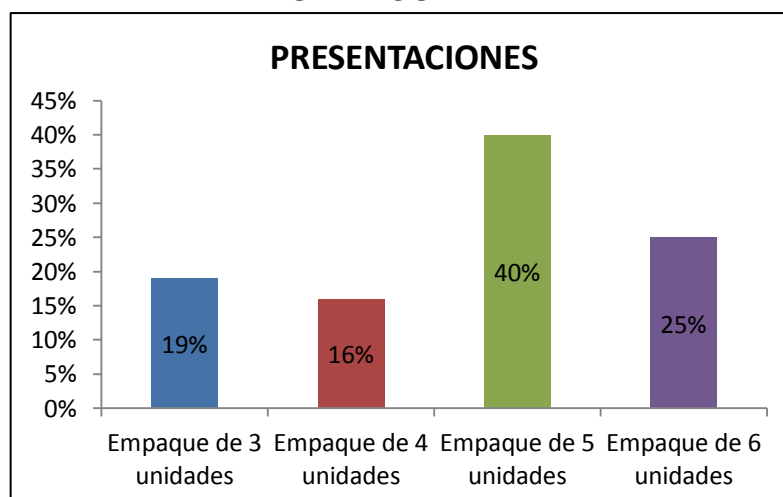
Según los resultados obtenidos de las encuestas realizadas el 100% que representa a las 398 familias manifestó que en la Ciudad de Loja, no existe una empresa que se dedique a la Producción y Comercialización de Empanadas de Maíz.

14. ¿Indique, al momento de adquirir el producto; cuál de las siguientes presentaciones Ud, preferiría?

**CUADRO Nº 15**

DESCRIPCIÓN			
Nº Población	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
115.986	Empaque de 3 unidades	76	19%
	Empaque de 4 unidades	64	16%
	Empaque de 5 unidades	159	40%
	Empaque de 6 unidades	100	25%
TOTAL		301	100%

**GRÁFICO Nº 14**



FUENTE: ENCUESTA  
ELABORADO POR: EL AUTOR

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

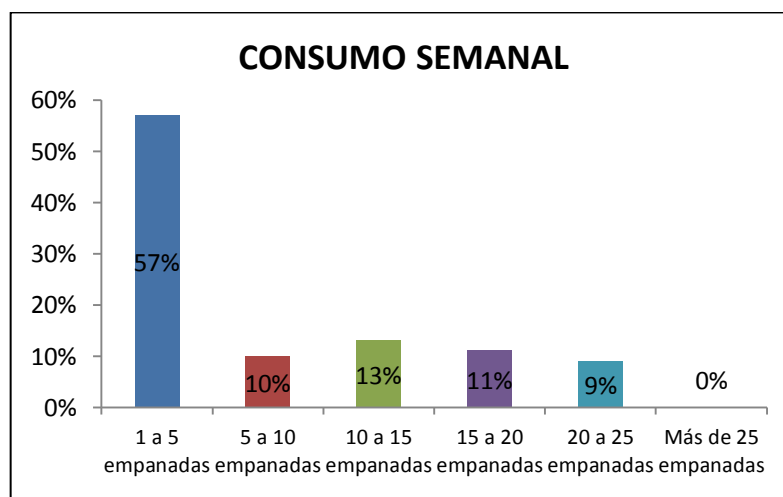
Según los encuestados un 40% que representa a 159 familias prefieren el empaque de 5 unidades de empanadas, el 25% que representa a 100 familias el empaque de 6 unidades, el 16% que representa a 64 familias desean el empaque de 4 unidades y un 19% que representa a 76 familias prefiere el empaque de 3 unidades de empanadas.

### 15. ¿Cuántas empanadas de maíz consumiría usted semanalmente?

**CUADRO Nº 16**

DESCRIPCIÓN			
Nº Población	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
115.986	1 a 5 empanadas	227	57%
	5 a 10 empanadas	40	10%
	10 a 15 empanadas	52	13%
	15 a 20 empanadas	44	11%
	20 a 25 empanadas	36	9%
	Más de 25 empanadas	0	0%
TOTAL		301	100%

**GRÁFICO Nº 15**



FUENTE: ENCUESTA  
ELABORADO POR: EL AUTOR

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según las encuestas aplicadas, el 57% que representa a 227 familias consumiría de 1 a 5 empanadas, el 13% que representa a 52 familias prefieren consumir de 10 a 15 empanadas, el 11% que representa a 44 familias desean consumir de 15 a 20 empanadas, un 10% que representa a 40 familias consumiría de 5 a 10 empanadas y un 9% que representa a 36 familias consumirían de 20 a 25 empanadas en la semana.

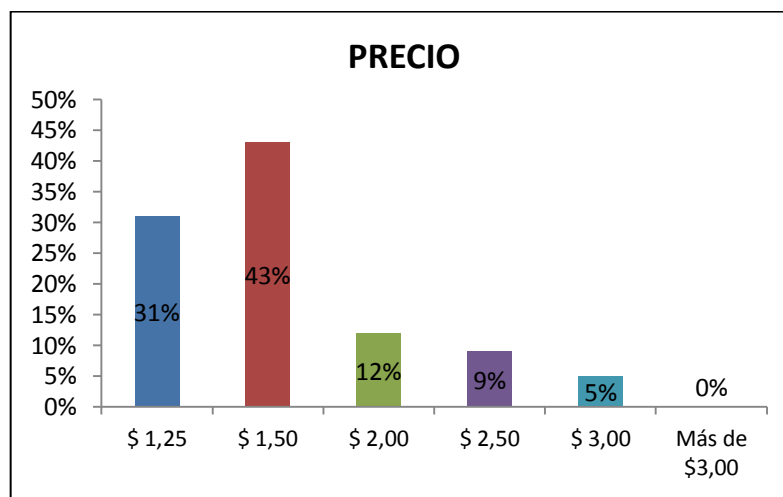


**16. ¿Cuánto está dispuesto a pagar usted por una funda de 10 empanadas de maíz?**

**CUADRO Nº 17**

DESCRIPCIÓN			
Nº Población	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
115.986	\$ 1,25	123	31%
	\$ 1,50	171	43%
	\$ 2,00	48	12%
	\$ 2,50	36	9%
	\$ 3,00	20	5%
	Más de \$ 3,00	0	0%
	TOTAL		301

**GRÁFICO Nº 16**



FUENTE: ENCUESTA  
ELABORADO POR: EL AUTOR

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

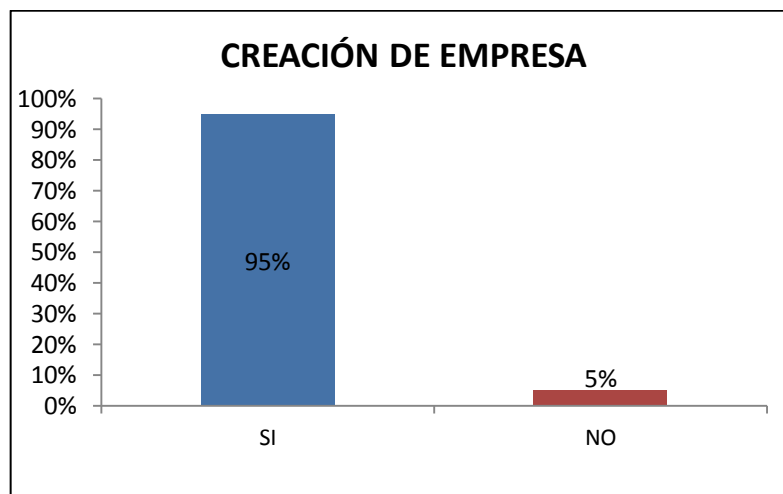
Según los resultados obtenidos, el 43% que representa a 171 familias están dispuestos a pagar \$1.50 por la funda de 10 empanadas de maíz, el 31% que representa a 123 familias pagarían \$1.25 por el empaque, un 12% que representa a 48 familias pagarían \$2.00 por la funda de empanadas, mientras que el 9% que representa a 36 familias pagaría la funda a \$ 2,50 y el 5% que representa a 20 familias lo haría al precio de \$ 3,00 la funda de empanadas.

17. ¿En caso de crear una empresa productora y comercializadora de empanadas de maíz en la provincia de Loja, le gustaría consumir su producto?

**CUADRO Nº 18**

DESCRIPCIÓN			
Nº Población	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
115.986	SI	378	95%
	NO	30	5%
TOTAL		301	100%

**GRÁFICO Nº 17**



FUENTE: ENCUESTA

#### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los encuestados supieron manifestar que en caso de implementarse la empresa el 95% que representa a 378 familias, si accederán a consumir el producto ya que es un producto innovador y saludable para la alimentación diaria, mientras un 5% que representa a 30 familias no accederían a adquirir el producto.

## Tabulación e Interpretación de la encuesta aplicada a los comerciantes de la Provincia de Loja

Para determinar la oferta se realizó una encuesta a los diferentes comerciantes como tiendas, supermercados de los diferentes cantones de la Provincia de Loja que se encuentran legalmente registrados, datos obtenidos por el Servicio de Rentas Internas así pues:

$$n = \frac{2.276}{1 + 2.276(0,05)^2}$$

$$n = \frac{2.276}{6,69}$$

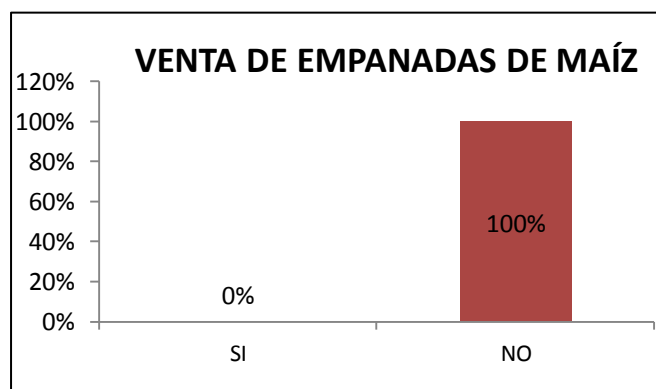
$n = 340$  encuestas aplicadas a los comerciantes

### 1. ¿Usted en su negocio vende Empanadas de Maíz?

**CUADRO N° 19**

DESCRIPCIÓN		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	20	0%
NO	320	100%
TOTAL	<b>340</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO N° 18**



FUENTE: ENCUESTA  
ELABORADO POR: EL AUTOR

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

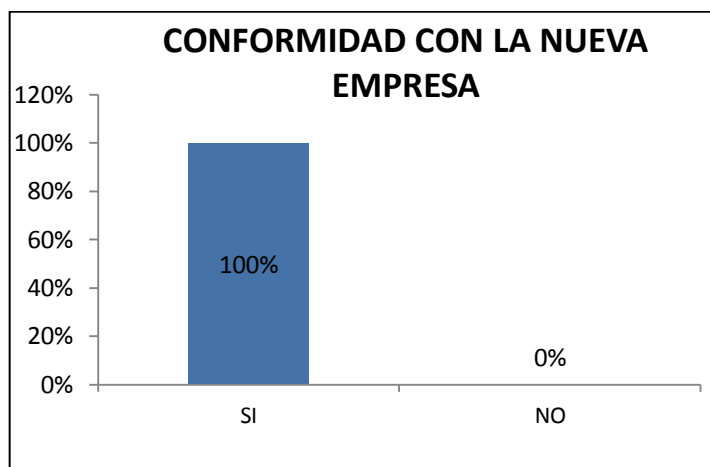
Como se puede establecer en la Provincia de Loja de los 340 establecimientos encuestados el 100% no venden Empanadas de Maíz, solamente expenden empanadas de pan, de verde y empanadas de yuca.

## 2. ¿Estaría de acuerdo con la nueva empresa Productora y Comercializadora de Empanadas de Maíz?

**CUADRO N° 20**

DESCRIPCIÓN		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	340	100%
NO	0	0%
TOTAL	340	100%

**GRÁFICO N° 19**



FUENTE: ENCUESTA  
ELABORADO POR: EL AUTOR

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Respecto a esta interrogante el 100% manifestaron que si están de acuerdo con la implantación de esta nueva empresa ya que el producto que se ofrece es muy novedoso y sobre todo es muy nutritivo.

## **g. DISCUSIÓN**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado se orientó para conocer la demanda del producto, presentaciones, gustos, preferencias, la oferta existente y aspectos relacionados a la plaza como precio, promoción, publicidad, etc. Para el presente análisis se determinó previamente la muestra, que fue de 398 familias establecidas de acuerdo a los datos proyectados de la población de la Provincia de Loja, y 340 establecimientos comerciales legalmente registrados en la provincia.

El producto que se desea elaborar es Empanadas de Maíz, el mismo que por su valor nutritivo contribuye a fortalecer la salud y a mejorar el desayuno de las familias comiendo saludablemente, además este proyecto económicamente rentable, estimula el crecimiento micro empresarial.

### **ANALISIS DE LA DEMANDA**

Busca determinar y cuantificar las fuerzas del mercado que actúan sobre los requerimientos de un producto por parte del consumidor y así mismo establecer las oportunidades del producto para satisfacer dichos requerimientos del mercado.

## DEMANDA POTENCIAL

Está constituida por la cantidad de bienes y servicios que podrían consumirse o utilizarse en un determinado período de tiempo.

Para poder establecer la demanda potencial del consumo de derivados de maíz, primeramente se determinó la población por familias de los diferentes cantones que conforman la Provincia de Loja; para la proyección de la demanda potencial se toma en cuenta la tasa de crecimiento poblacional que es del 1,1% según datos proporcionados del INEC 2010 para posteriormente multiplicarlos por el porcentaje de las familias que si consumen los derivados del maíz representando el 79% cuyo dato fue extraído de las encuestas aplicadas a los consumidores (Pregunta N°2 cuadro N° 3).

La proyección de la población para el 2013 es de 463.945 habitantes, los cuales se divide para 4 que es el número de miembros promedio por familia, dando un total de 115.986 familias.

### Formula de Proyección:

$$Pd = Dt (1 + t)^n$$

$$P_{2014} = 115.986(1 + 0,011)^1$$

$$P_{2014} = 117.262$$

**CUADRO N° 21  
DEMANDA POTENCIAL**

<b>AÑO</b>	<b>FAMILIAS DE LA PROVINCIA DE LOJA</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL FAMILIAS 79%</b>
2013	115.986	91.629
2014	117.262	92.637
2015	118.552	93.656
2016	119.856	94.686
2017	121.174	95.728
2018	122.507	96.781

**FUENTE:** Encuesta. Pregunta 2 Cuadro 3  
**ELABORACIÓN:** El Autor

**DEMANDA REAL**

Representada por todas aquellas personas que adquieren un producto en el mercado. Para determinar la demanda real de empanadas de maíz se multiplico la cantidad de la demanda potencial por el porcentaje de las familias encuestadas en la provincia de Loja que si comprarían las empanadas de maíz (Pregunta N°4, Cuadro N° 5).

**CUADRO N° 22  
DEMANDA REAL**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL FAMILIAS</b>	<b>PORCENTAJE DEMANDA REAL</b>	<b>DEMANDA REAL FAMILIAS</b>
2013	91.629	89%	81.550
2014	92.637	89%	82.447
2015	93.656	89%	83.354
2016	94.686	89%	84.271
2017	95.728	89%	85.198
2018	96.781	89%	86.135

**FUENTE:** Encuesta. Pregunta 4 Cuadro 5  
**ELABORACIÓN:** El Autor

## DEMANDA EFECTIVA

Es la cantidad de bienes y servicios que en la práctica son requeridos en el mercado. Para establecer la demanda efectiva a cubrir del consumo de empanadas de maíz, se multiplicó la demanda real por el porcentaje de aceptación que representa la cantidad de familias que estarían dispuestas a adquirir el producto en caso de implementarse la empresa. (Pregunta 17 Cuadro 18).

**CUADRO Nº 23  
DEMANDA EFECTIVA**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA REAL FAMILIAS</b>	<b>PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA</b>
2013	81.550	95%	77.472
2014	82.447	95%	78.324
2015	83.354	95%	79.186
2016	84.271	95%	80.057
2017	85.198	95%	80.938
2018	86.135	95%	81.828

**FUENTE:** Encuesta. Pregunta 17 Cuadro 18  
**ELABORACIÓN:** El Autor

## CONSUMO PER CÁPITA

Este indicador es una herramienta que permite determinar el consumo anual en unidades de las empanadas de maíz, a su vez ayuda como base para establecer la demanda insatisfecha del producto.

Para determinar el consumo per cápita de las empanadas de maíz, se procedió al análisis de los datos obtenidos por parte de las familias de la Provincia de Loja (Pregunta 15, Cuadro 16).



**CUADRO N° 24**  
**CONSUMO DE EMPANADAS SEMANALMENTE**

Descripción	Frecuencia	Punto Medio XM	∑F.XM
1 a 5 empanadas	227	3	681
5 a 10 empanadas	40	7,5	300
10 a 15 empanadas	52	12,5	650
15 a 20 empanadas	44	17,5	770
20 a 25 empanadas	36	22,5	810
Más de 25 empanadas	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>		<b>3.211</b>

FUENTE: Encuesta. Pregunta 15 Cuadro 16  
ELABORACIÓN: El Autor

$$\text{CONSUMO SEMANAL POR FAMILIA} = \frac{3.211}{398} = 8 \text{ empanadas.}$$

$$\text{CONSUMO ANUAL POR FAMILIA} = 8 * 52 \text{ semanas} = 416 \text{ empanadas.}$$

A continuación se presenta los resultados para cada uno de los períodos proyectados con una tasa de crecimiento de la población del 1,1%.

**CUADRO N° 25**  
**DEMANDA EFECTIVA EN UNIDADES**

AÑO	DEMANDA EFECTIVA EN FAMILIAS	CONSUMO PROMEDIO ANUAL	DEMANDA EFECTIVA ANUAL EN UNIDADES
2013	77.472	416	32.228.352
2014	78.324	416	32.582.784
2015	79.186	416	32.941.376
2016	80.057	416	33.303.712
2017	80.938	416	33.670.208
2018	81.828	416	34.040.448

FUENTE: Demanda Efectiva y Cuadro 24  
ELABORACIÓN: El Autor

Para el año 2013 la demanda esperada o efectiva es de 32.228.352 unidades de empanadas de maíz para la Provincia de Loja.

## ANÁLISIS DE LA OFERTA

En la Provincia de Loja, se expanden las diferentes clases de empanadas como son: Empanadas de Harina de Trigo, Empanadas de Verde, Empanadas de Yuca las mismas que son distribuidas a través de establecimientos comerciales como supermercados, autoservicios, mercados y bodegas.

Con la información obtenida de los comerciantes y del Departamento de Higiene del Ilustre Municipio de Loja y de los demás Municipios de los diferentes cantones, se conoció que no existen empresas dedicadas a la elaboración y comercialización de empanadas de maíz dentro de la Provincia de Loja.

Gracias a esta información se ha podido determinar que no existe competencia en la elaboración del producto enunciado. Por lo que para calcular la demanda insatisfecha del proyecto quedan los mismos valores que la demanda efectiva en unidades.

**CUADRO N° 26**  
**DEMANDA INSATISFECHA**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA ANUAL EN UNIDADES</b>	<b>OFERTA DEL PRODUCTO EN LA PROVINCIA DE LOJA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
2013	32.228.352	1500	32.222.852
2014	32.582.784	1534	32.581.250
2015	32.941.376	1602	32.939.774
2016	33.303.712	1645	33.302.067
2017	33.670.208	1678	33.668.530
2018	34.040.448	1780	34.038.668

**FUENTE:** Demanda Efectiva Cuadro 25  
**ELABORACIÓN:** El Autor

## **PLAN DE COMERCIALIZACIÓN**

Es el conjunto de actividades relacionadas con la transferencia de bienes y servicios desde los productores hasta el consumidor final, existiendo canales de comercialización que utilizará la empresa para vender el producto y los mecanismos de promoción a utilizarse.

La comercialización de empanadas de maíz, generará una transacción económica entre productores y el consumo de las mismas; desarrollando así la productividad dentro de la ciudad que es muy escasa, logrando beneficiar a la sociedad en general e incentivando a la creación de micro-empresas. Para que el producto llegue al consumidor final de manera eficiente, se propone utilizar un canal de distribución que permita el manejo adecuado del producto, es así que se plantea utilizar los puntos de venta como: Tiendas, Autoservicios, Supermercados, Mercados y Bodegas.

Los mismos que serán atendidos cumpliendo rutas semanales de visita de tal manera que cada punto de venta sea frecuentemente visitado tres veces a la semana.

Las estrategias serán planificadas de acuerdo a la demanda efectiva, la competencia y según el crecimiento de los competidores.

## **PRODUCTO**

El producto es cualquier ofrecimiento que tenga la capacidad de satisfacer una necesidad o un deseo y que pueda atraer la atención del público consumidor para ser adquirido usado y consumido.

Las empanadas de maíz es un producto nuevo, saludable, y que busca satisfacer las necesidades de una alimentación balanceada en el mercado de la Provincia de Loja, listo para poder calentar ya sea en microondas, o freírlo. Son buenas para una alimentación sana, estas poseen beneficios como Fibra, Vitamina A, Vitamina B1, B2, B3, B9 y B12, Vitamina D, Proteínas, Calcio y Fosforo.

Las empanadas de maíz serán elaboradas a base de ingredientes de la mejor calidad, previamente seleccionados, sometándose a un proceso de elaboración y manteniendo las cualidades nutritivas del mismo y lo importante cumpliéndose las normas establecidas por el Ministerio de Salud.

Para comercializar el producto se considera establecer empaques de 5 unidades conforme a las preferencias de la demanda por cuanto se tendrá mejor manejo en la distribución y una mayor rentabilidad. Además tendrá las siguientes características:

**Presentación****GRÁFICO Nº 20**

<b>PRODUCTO:</b>	Empanadas de Maíz
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO:</b>	Nutri Delicias Cía Ltda.
<b>ENVASE:</b>	Recipiente plástico cubierto herméticamente con funda de polietileno.
<b>REGISTRO SANITARIO:</b>	En trámite
<b>CONTENIDO:</b>	6 unidades
<b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b>	.....
<b>FECHA DE VENCIMIENTO:</b>	.....



## Logotipo

### GRÁFICO Nº 21



## PRECIO

El precio es uno de los elementos más importantes al momento de introducir un nuevo producto al mercado, es decir se convierte en una estrategia que ayuda a cumplir los objetivos de la empresa, en donde se debe escoger una política de precios adecuada de acuerdo a los precios fijados por la competencia.

El precio de las empanadas de maíz se lo establecerá sobre la base de los costos que intervienen en la elaboración de las mismas, además estableciendo el porcentaje de utilidad que la empresa pretende recibir, pero sin dejar de lado la capacidad adquisitiva del consumidor.

Ejemplo:

$$P.V.P = \text{Costo unitario} + \text{Margen de Utilidad}$$

## **PLAZA**

Una vez determinado el tipo de producto que se ofrecerá, es necesario ponerlo a disposición del comprador y es la variable de plaza o distribución comercial la que ayudara a ubicarlo. La distribución, son los diferentes caminos, etapas o escalones que los servicios o productos pueden recorrer hasta llegar al consumidor o usuario final.

Las empanadas de maíz serán producidas en la ciudad de Loja y distribuidas a intermediarios como; tiendas, autoservicios, supermercados etc, en cada uno de los cantones de la Provincia de Loja, ya que estos lugares son los de mayor preferencia por parte de los consumidores finales, además también se utilizará la venta directa que va desde el productor al consumidor final.

## GRÁFICO Nº 22 CANAL DE DISTRIBUCIÓN



## PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

La empresa a los distribuidores les brindará la información necesaria con relación a todo lo concerniente con el producto, creando un mecanismo de transmisión de información donde el cliente actúa como receptor y la empresa como emisor, dando como resultado al cliente conocedor del producto que desea adquirir y que le permita una compra satisfactoria; además a los distribuidores se les ofrecerá promociones que le motiven a vender más el producto.

Así mismo la empresa para darse a conocer utilizará los diferentes medios de comunicación como la televisión, radio y la prensa escrita ya que son



los más utilizados según la encuesta realizada a la ciudadanía, que prefiere estos medios de comunicación.

El contenido de los anuncios tendrá un mensaje que permitirá captar la atención de los posibles consumidores e impulsar la adquisición de nuestro producto.

### **PLAN DE PUBLICIDAD PARA LAS EMPANADAS DE MAÍZ EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN.**

**Tiempo:** Se realizará una campaña agresiva durante los tres primeros meses de lanzado el producto al mercado, utilizando los medios de comunicación de mayor difusión en la Provincia de Loja, tanto como televisión, radio y prensa escrita.

Después de los tres meses se continuará con la publicidad haciendo uso de trípticos en donde se detallará de forma específica las propiedades del producto en cada punto de venta.

Eslogan de la compañía; **“Preocupándose por una alimentación sana en las Familias”**.

**CUADRO Nº 26  
PUBLICIDAD DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

ESPECIFICACIÓN	MENSAJE	Nº DE VECES	TIEMPO	MEDIOS DE COMUNICACIÓN
<b>TELEVISIÓN</b>	Dar a conocer mediante un audio-video sobre la información de la empresa y las propiedades nutritivas de las empanadas de maíz, así mismo dar a conocer el precio, presentación, y donde puede adquirirlo	2	30 Seg	ECOTEL
<b>RADIO</b>	Dar a conocer mediante un audio sobre la elaboración y propiedades nutricionales de las empanadas de maíz, así como el precio, presentación y donde puede adquirirlo.	2	30 Seg	MATOVELLE
<b>PRENSA ESCRITA</b>	Un espacio publicitario de 15 cm x 15 cm en donde ira el nombre, logo y el precio de las empanadas de maíz además la información nutricional.	1	1 Diaria	LA HORA

**GRÁFICO Nº 23  
RADIO CONTENIDO:**

Prestigiosa empresa comercializadora y productora de empanadas de maíz **“Nutrí – delicias preocupándose por una alimentación sana en las Familias”** pone a sus disposición un excelente producto de calidad con un contenido vitamínico, proteínas, calcio y fosforo.

Coma sano y aliméntese bien. Visítenos y se convencerá.

**Empresa ubicada en las calles:** Manuel José Aguirre entre José Picoita y Venezuela

**TELÉFONO:** 0986508553

**GRÁFICO Nº 24**  
**PRENSA ESCRITA CONTENIDO:**

**Nutri Delicias Cía. Ltda.**  
*Preocupándose por una alimentación sana en las Familias*

Sabrosas y Nutritivas



Conservar en refrigeración  
Tiempo Máximo:  
Fecha de Elaboración:  
Registro Sanitario:  
LOJA - ECUADOR

Producto 100% natural  
para deleitar tu paladar

**EMPANADAS DE MAÍZ**

**Dirección:** Manuel José Aguirre entre José Picoita y Venezuela  
**Teléfono:** 0986508553

## **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**

El tamaño de la planta será tomando como referencia los resultados que se obtuvo del estudio de mercado.

La determinación del tamaño de la planta ira de acuerdo a factores que permiten decidir sobre los niveles de operación de la empresa como: la demanda existente, la capacidad a instalar, la capacidad a utilizar, el abastecimiento de la materia prima, la maquinaria disponible, la necesidad de mano de obra con la cual la empresa empezará a operar una vez que se ponga en ejecución.

### **CAPACIDAD INSTALADA**

La capacidad instalada es aquella que indica cual será la máxima capacidad de producción que se alcanzará con los recursos disponibles. Para determinar la capacidad instalada se tomó en cuenta las horas de trabajo (8 horas diarias) y los días laborables (Lunes a Viernes) en que

operará la empresa, así como también el tiempo de producción a elaborarse de acuerdo al flujo de procesos.

Es decir con los recursos materiales y humanos (2 obreros) se estima una producción de 800 unidades de empanadas de maíz por obrero, es decir 1.600 unidades por día, lo que nos dará en 5 días 8.000 unidades. La producción anual la obtenemos multiplicando las 8.000 unidades por las 52 semanas que tiene el año lo que resulta 416.000 unidades de empanadas de maíz (83.200 empaques de 5 unidades). Lo que es la capacidad instalada del proyecto

#### **CUADRO N° 27 CAPACIDAD INSTALADA**

<b>DEMANDA EN UNIDADES</b>	<b>%</b>	<b>Nº UNIDADES DE EMPANADAS</b>	<b>Nº DE EMPAQUES DE 5 UNIDADES</b>
32.228.352	1,29%	416.000	83.200

**FUENTE:** Cuadro N° 25  
**ELABORACIÓN:** El Autor

#### **CAPACIDAD UTILIZADA**

Constituye parte de la capacidad instalada que se está empleando, refleja su real utilización en un determinado periodo de tiempo. Para determinar la capacidad utilizada se tomará en consideración el componente tecnológico y el porcentaje de producción que vamos a ofertar para cubrir la demanda.

La producción de empanadas de maíz, se la proyectó para 5 años de la cual se ha tomado para el primer año la producción del 75%, aumentando un 5% anualmente.

**CUADRO N° 28  
CAPACIDAD UTILIZADA**

<b>AÑOS</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA EMPAQUE DE 5 UNIDADES</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA EMPAQUE DE 5 UNIDADES</b>
1	561.600	75%	421.200
2	561.600	80%	449.280
3	561.600	85%	477.360
4	561.600	90%	505.440
5	561.600	95%	533.520

FUENTE: Cuadro N° 27

ELABORACIÓN: El Autor

**CUADRO N° 29  
CALCULO DE LA PRODUCCIÓN DIARIA Y POR HORA DE LA  
PROYECCIÓN DE LOS 5 AÑOS**

<b>AÑOS</b>	<b>PROYECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN</b>	<b>PRODUCCIÓN DIARIA</b>	<b>PRODUCCIÓN POR HORA</b>
1	421.200	1.620	203
2	449.280	1.728	216
3	477.360	1.836	230
4	505.440	1.944	243
5	533.520	2.052	257

FUENTE: Cuadro N° 28

ELABORACIÓN: El Autor

## **LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA**

La localización de la planta constituye un punto clave dentro del proyecto en cuestión, ya que permite elegir el lugar más apropiado, para ello es importante analizar la macro-localización y la micro-localización.

Para la localización de la empresa “NUTRI DELICIAS Cía. Ltda”, se debe considerar factores que influyen para la toma de decisiones tales como:

- **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.
- **Servicios Básicos:** La empresa “Nutri Delicias Cía Ltda” contará con todos los servicios básicos como: Agua, Luz, Teléfono, Alcantarillado necesarios para el buen funcionamiento, desarrollo y crecimiento de la empresa.
- **Abastecimiento de Insumos:** Las empresas que abastecerán para la elaboración del producto se encuentran en Pindal y Celica para la materia prima que es el maíz; en la parte céntrica de la ciudad se adquirirá los materiales indirectos mientras que para la adquisición del recipiente plástico y funda de polietileno se la realizará en la ciudad de Guayaquil.
- **Mercado que se desea atender:** Para el presente proyecto el mercado que se atenderá serán los autoservicios, supermercados, tiendas comerciales y bodegas, por cuanto en donde la empresa se ubicará está cerca de estos lugares.

- **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.
- **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.
- **Disponibilidad de personal capacitado:** Se dispondrá de un equipo de trabajo bien capacitado y especializado en cada una de las funciones que desempeñará cada uno de ellos, haciendo que el trabajo a efectuarse se lo haga con eficiencia y responsabilidad.

## MACRO LOCALIZACIÓN

Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de incidencia regional, nacional e internacional. Al hablar de macro-localización describimos el área donde la empresa producirá las empanadas de maíz, con el propósito de dar a conocer la ubicación considerando algunos factores.

**CUADRO N° 29**  
**FACTORES DE LA MACRO-LOCALIZACIÓN**

<b>PAÍS</b>	Ecuador
<b>REGIÓN</b>	Sierra
<b>PROVINCIA</b>	Loja
<b>CANTÓN</b>	Loja

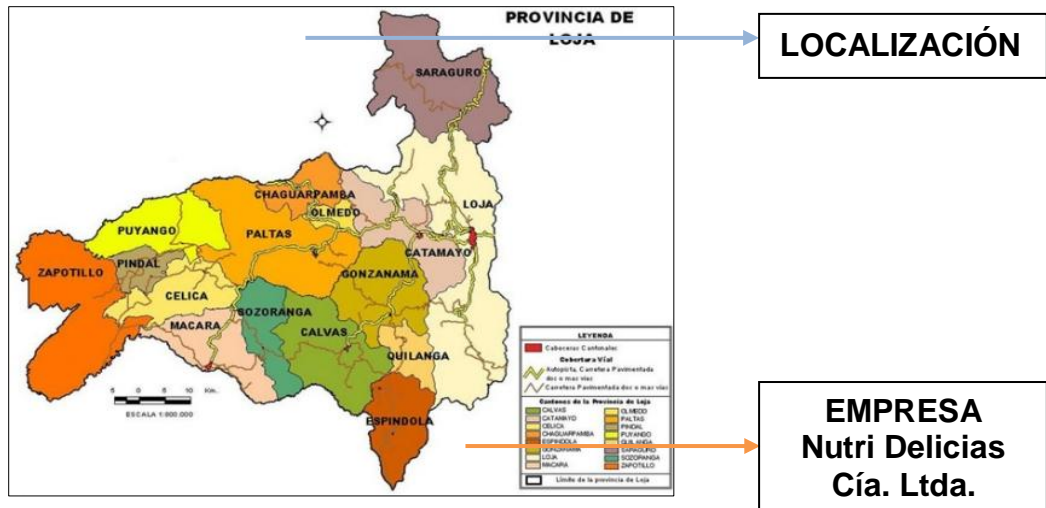


El proyecto se instalara en el cantón de Loja, con una densidad de población de 214.855 habitantes.

**GRÁFICO Nº 25**



**GRÁFICO Nº 26**

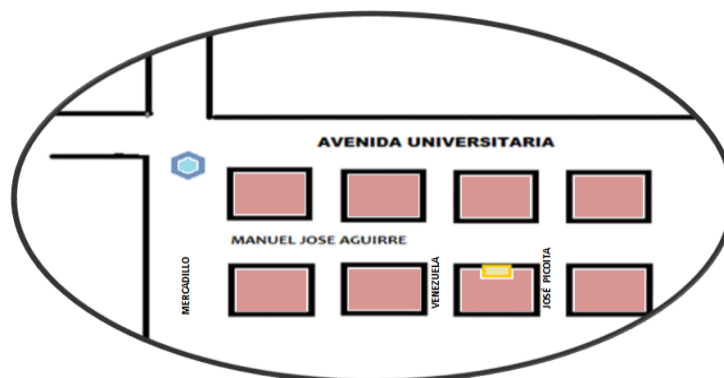


## MICRO LOCALIZACIÓN

En este punto y apoyados preferentemente en la representación gráfica (planos urbanísticos), se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local.

La planta productora funcionará en la ciudad de Loja en las calles Manuel José Aguirre entre José Picoita y Venezuela.

**GRÁFICO N° 27**



## INGENIERÍA DEL PROYECTO

Determina todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta, distribución óptima que requerirá la planta, descripción del proceso productivo.

## DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

En vista de que la empresa se encontrará en la ciudad de Loja, en las calles Manuel José Aguirre entre José Picoita y Venezuela, se necesita para la implementación un local comercial que tenga un área de 200 m<sup>2</sup>.

En dicho local se realizará las adecuaciones correspondientes a fin de permitir que el proceso de producción del producto se cumpla a cabalidad.

Para ello se contará con profesionales especialistas en diferentes áreas para llevar a cabo una buena adecuación, instalaciones y funcionamiento de la planta, ofreciendo seguridad y confort para los empleados y sus clientes.

**CUADRO N° 30  
DISTRIBUCIÓN DEL ÁREA DE LA EMPRESA**

ZONA	ÁREA (M <sup>2</sup> )
ÁREA ADMINISTRATIVA	40
ÁREA DE PRODUCCIÓN	30
ÁREA DE ALMACENAMIENTO	16
ÁREA DE BODEGA	16
ÁREA DE PARQUEADERO	50
ÁREA DE GUARDIA / CONSERJE	12
ÁREA DE JARDÍN	20
ÁREA DE DESCARGA	16
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>

FUENTE: Asesoramiento Profesional  
ELABORACIÓN: El Autor

**GRÁFICO N° 28**



## DESCRIPCIÓN DE REQUERIMIENTOS

Los requerimientos son los recursos indispensables que requiere la planta para poder producir las empanadas de maíz, los cuales se detallan a continuación:

**GRÁFICO N° 29**

RECURSO	DETALLE	DIBUJO
MATERIA PRIMA DIRECTA	Maíz	
MATERIA PRIMA INDIRECTA	Sal, Ceniza, Royal, Agua	
UTENSILIOS	Cuchillos, Ollas grandes, Recipientes de plástico Cucharones, cucharas, jarras, rayador, cernideros, tablas de cocina	
MAQUINARIA	Molino Eléctrico Amasadora Eléctrica Moldeadora de Tortilla Moldeadora de Empanadas, Balanza, cocina de gas	
MUEBLES Y ENSERES DE PRODUCCIÓN	Mesa de 2 metros de aluminio, perchas de aluminio, sillas.	
MANO DE OBRA	Obreros	
PERSONAL ADMINISTRATIVO	Gerente, Jefes de producción, marketing, finanzas, Comercialización, Contadora, Conserje, Guardia - Chofer, Vendedores	

EQUIPO OFICINA	DE	Teléfonos	
EQUIPO COMPUTACIÓN	DE	Computadoras	
MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRATIVOS	Y	Escritorio, sillas giratorias, sillas de espera	
VEHÍCULO		Camioneta 4 x 4	
ÚTILES OFICINA	DE	Grapadora, perforadora, resma de papel, tinta de impresora, carpetas archivadoras, sello, esferos	
SUMINISTROS DE ASEO	DE	Escoba, detergente, trapeadores, desinfectantes	
INDUMENTARIA DE PERSONAL		Guantes, delantal, mascarilla, gorro plástico	

## DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO

Proceso productivo es el procedimiento de transformación de determinados insumos en un producto específico, a través de la utilización de la mano de obra e instrumentos de trabajo.

Para la elaboración de las empanadas de maíz se necesitara de maíz en grano, sal, cal y queso.

La materia prima en lo que respecta al maíz serán adquiridos a los productores de los cantones de Pindal, Celica y Zapotillo, debido a la gran producción que presenta en estos sectores, con la recepción del producto se inicia el proceso productivo de la elaboración de empanadas de maíz, el cual se detalla a continuación:

- **Recepción de la materia prima.-** La elaboración comienza con la recepción de los ingredientes; maíz, ceniza, queso, royal, sal y agua.



- **Control de calidad.-** Lo realizará el Jefe de Producción para comprobar el estado de la materia prima.



- **Selección del maíz.-** El objetivo de este procedimiento es escoger, clasificar y retirar los maíces que por factores del medio están en mal estado.



- **Cocción del maíz.-** Seleccionado el maíz se procederá a cocinarlo conjuntamente con la ceniza durante treinta minutos.



- **Lavado del Maíz.-** Consiste en lavar manualmente el maíz para que cumpla con las condiciones higiénicas establecidas para iniciar el proceso productivo.



- **Molido del Maíz.-** Consiste en utilizar el molino eléctrico para moler el maíz y de esta manera obtener la harina de maíz para mezclar con los demás ingredientes.



- **Amasado.-** Momento donde la batidora transforma todos los ingredientes maíz, sal, agua y royal en masa.



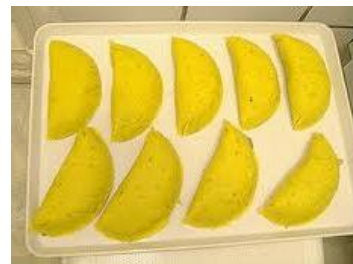
- **Moldeado de las tortillas.-** Colocación de la masa en la máquina que moldeará las tortillas de maíz.



- **Moldeado de las empanadas.-** Obtenidos los moldes de las tortillas de maíz se procederá a rellenarlas con queso para posteriormente introducirlas en la maquina moldeadora de empanadas.



- **Empaquetado.-** Una vez obtenidas las empanadas se procederá a enfundar el producto, colocando 5 unidades de empanadas en cada bandeja.



- **Etiquetado.-** Se procederá a la colocación de las etiquetas adhesivas en las respectivas bandejas.



- **Almacenado.-** Enfundadas y etiquetadas las empanadas se procederá a almacenarlas en el cuarto de refrigeración para su posterior comercialización.



## DIAGRAMA DE PROCESO PRODUCTIVO.

En esta cuadro se describe el proceso de las empanadas de maíz indicando las fases representadas por los tiempos necesarios para cada una de ellas y clasificando las acciones que verifican el avance del proceso. Cabe recalcar que este FLUJOGRAMA es de la producción de 203 empaques de 5 unidades de empanadas de maíz al día (1.015 unidades), teniendo como maquinas principal el molino eléctrico, la moldeadora de tortillas y la moldeadora de empanadas, el resto de actividades serán desarrolladas de forma manual.





## **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA**

Para implementar un proyecto una de las partes fundamentales es la organización, pues para su funcionamiento debe contar con procesos legales y administrativos.

### **BASE LEGAL**

La empresa a crearse para su operación se registrará por la Constitución Política del Estado. Ley de Compañías, Código de Trabajo, Código Tributario y el Reglamento Orgánico Funcional interno de la Empresa; así como también demás normas y reglamentos que tengan relación con la iniciación y desarrollo de toda actividad empresarial o de producción en el país.

**Razón Social o Denominación:** Esta organización con fines de lucro, será una Compañía de Responsabilidad Limitada y se denominará **“Nutri Delicias Cía. Ltda.”**.

**Domicilio:** Estará domiciliada en la ciudad de Loja, Barrio Perpetuo Socorro, en la Avenida Manuel Agustín Aguirre entre José Picoita y Venezuela.

**Objeto Social:** La empresa **“Nutri Delicias Cía. Ltda.”** tendrá como objetivo la Producción y Comercialización de Empanadas de Maíz.

**Capital Social:** De acuerdo a lo establecido por la Ley de Compañías, el capital estará conformado por las aportaciones de los socios y un monto establecido por cada socio que será el Capital Social el mismo que es de \$ 10.000.

**Tiempo de Duración de la Sociedad:** La empresa tendrá un plazo de duración de 5 años a partir de la fecha de suscripción de la misma en el Registro Mercantil.

**MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA LIMITADA  
NUTRI DELICIAS CÍA. LTDA.**

**SEÑOR NOTARIO:**

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase incorporar una más de **constitución de la compañía de Responsabilidad Limitada “Nutri Delicias Cía. Ltda.”**, de acuerdo a las siguientes estipulaciones:

**PRIMERA.- COMPARECIENTES.-** Comparecen al otorgamiento de la presente escritura pública de constitución de compañía de responsabilidad limitada las siguientes personas; **MERY TATIANA AGILA SAAVEDRA**, soltera con cédula de ciudadanía número 1104687650 y el señor **MANUEL ANTONIO RAMIREZ**, soltero con cédula de ciudadanía número 1104079783; de nacionalidad ecuatoriana, domiciliados en la ciudad y provincia de Loja, mayores de edad, legalmente capaces sin

prohibición para constituir esta Compañía; quienes comparecen por sus propios derechos.

**SEGUNDA.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.-** Los comparecientes convienen en constituir la **Compañía de Responsabilidad Limitada “Nutri Delicias Cía. Ltda”**, que se registrá por las leyes del Ecuador y el siguiente estatuto.

**TERCERA.- ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA “Nutri Delicias Cía. Ltda.”**

#### **CAPITULO I**

##### **Nombre, Domicilio, Objeto Social y Plazo de Duración**

**ARTÍCULO UNO.-** La compañía lleva el nombre de **“Nutri Delicias Cía. Ltda”**.

**ARTÍCULO DOS.-** El domicilio principal de la compañía es la ciudad de Loja; y, por resolución de la Junta General de Socios, podrá establecer agencias, sucursales oficinas y representaciones en cualquier lugar del país, conforme las disposiciones de la Ley de Compañías y la Resolución de la Junta General de Socios.

**ARTÍCULO TRES.-** La compañía tendrá como objeto social la siguiente actividades; **a)** Actividades de producción, fabricación y elaboración de empanadas de maíz; **b)** Actividades de comercialización y distribución de empanadas de maíz. Para el cumplimiento de sus actividades, la

compañía podrá celebrar cualquier acto o contrato, de la naturaleza que fuere, con personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, realizar las importaciones o exportaciones que fueren necesarias, así como ejercer representaciones de otras compañías y formar parte de ellas ya sean estas nacionales y extranjeras.

**ARTÍCULO CUATRO.-** El plazo de duración de la compañía es de 5 años, contados a partir de la fecha de inscripción del contrato constitutivo en el Registro Mercantil o de la Propiedad que haga sus veces, pero podrá disolverse en cualquier tiempo o prorrogar su plazo, si así lo resolviera la Junta General de Socios en la forma prevista en la Ley y en este Estatuto.

## **CAPITULO II**

### **Del Capital Social, de los Socios, de las Participaciones y de la Reserva Legal**

**ARTÍCULO CINCO.-** El capital social es de UN MIL DOSCIENTOS DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (USD \$ 1.200), dividido en Un mil doscientas participaciones de UN DOLAR cada una, las que estaría representadas por el certificado de aportación correspondiente, de conformidad con la Ley y estos Estatutos, certificado que estará firmado por el Presidente y por el Gerente de la Compañía.

**ARTÍCULO SEIS.-** Los socios de la compañía tendrán los derechos, atribuciones, las obligaciones y las responsabilidades que se encuentran puntualizadas en la Ley de Compañías. La responsabilidad de los socios

por las obligaciones sociales, se limitará al valor de sus aportaciones individuales.

**ARTÍCULO SIETE.-** La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que constará, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de participaciones que por sus aportes les corresponda; serán numerados y llevarán las firmas del Presidente y Gerente de la Compañía o de las personas que se encuentren haciendo sus veces en virtud de sustitución legal o estatutaria.

**ARTÍCULO OCHO.-** Las partes sociales son indivisibles. La participación que tiene cada socio en la Compañía, es transferible por acto entre vivos en beneficio de otro u otros socios o de terceros, con el consentimiento unánime del capital social y con las demás formalidades y requisitos que determina la Ley. Esta transferencia se incluirá en el Libro respectivo de la Compañía, y practicada la inscripción se anulará el certificado de aportación emitido a favor del cedente y extenderá un nuevo a favor del cesionario.

**ARTÍCULO NUEVE.-** Las aportaciones de cada socio son transmisibles por herencia. Si los herederos del socio fueron varios, estos estarán representados en la Compañía por la persona que ellos designaren, hasta que se lleve a efecto la respectiva partición de las participaciones, verificado lo cual, se anulará el certificado emitido a favor del causante y

se emitirá el o los que sean necesarios en virtud de las correspondientes adjudicaciones.

**ARTÍCULO DIEZ.-** La Compañía llevará el Libro de Participaciones y Socios, en el que se anotarán los nombres de los socios con la indicación del número y monto de las participaciones de cada uno de ellos; en e se inscribirán todas las modificaciones y cambios que se produzcan en virtud de las transferencias o transmisiones.

**ARTÍCULO ONCE.-** Al destruirse o perderse un certificado de aportación, el socio dueño del mismo podrá solicitar que se le extienda uno nuevo previo la anulación del anterior, de lo que se dejará constancia en el libro respectivo y se cumplirá las formalidades legales correspondientes.

**ARTÍCULO DOCE.-** La Compañía puede aumentar el capital social por resolución de la Junta General de Socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social presente en la sesión; y en tal caso, los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportaciones sociales salvo resolución en contrario a la Junta General de Socios.

**ARTÍCULO TRECE.-** El aumento del capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se la hará de la siguiente manera; en numerario, en especie, por compensación de crédito, por capitalización de reservas y/o utilidades, por capitalización de la reserva por revalorización

del patrimonio realizado conforme a la Ley y al reglamento pertinente, o por los demás medios previstos en la Ley.

**ARTÍCULO CATORCE.-** La Junta General podrá resolver la reducción de capital, siempre que ello no signifique la devolución a los socios de parte de las aportaciones hechas y pagadas, excepto cuando se trata de exclusión de un socio.

### **CAPITULO III**

#### **Ejercicio Económico, Balance, Reservas y Distribución de Utilidades**

**ARTÍCULO QUINCE.-** El ejercicio económico de la compañía termina el treinta y uno de diciembre de cada año. Al final del mismo se someterán a consideración de la Junta General, los balances, el estado de pérdidas y ganancias y de situación financiera, los que irán acompañados del informe del Gerente y se pondrán en conocimiento de la Junta General en el plazo previsto en la ley de compañías. Durante los quince días anteriores, a la celebración de la Junta General, los socios podrán examinar en las oficinas de la Compañía tales balances e informe.

**ARTÍCULO DIECISEIS.-** La Junta General resolverá sobre la distribución de las ganancias líquidas o utilidades, de las cuales se segregará forzosamente, el cinco por ciento cada año para de esta forma incrementar el fondo de reserva legal, hasta cuando éste llegue a ser igual cuando menos al veinte por ciento del capital social. Una vez separado dicho porcentaje anualmente, completando tal límite, la Junta



podrá determinar las cantidades que se destinen a reservas voluntarias y especiales, las participaciones que puedan acordarse a favor de funcionarios o empleados de la Compañía como remuneración por su trabajo y el monto de los dividendos que habrá de repartirse entre los socios a prorrata de cada participación social pagada. El pago de tales dividendos se efectuará en las oficinas de la Compañía a partir de la fecha que fije la Junta General.

#### **CAPITULO IV**

##### **Del Gobierno, de la Administración y de la Representación Legal**

**ARTÍCULO DIECISIETE.-** La Compañía será gobernada por la Junta General de Socios y administrada por el Presidente y el Gerente, cada uno con las obligaciones y atribuciones que determina la Ley y este Estatuto. La representación legal de la Compañía la ejercerá el Gerente.

**ARTÍCULO DIECIOCHO.-** La Junta General es el órgano supremo de la Compañía. Será presidida por el Presidente de la Compañía o por quien le subrogue, y a falta de éste, por el socio que designe la Junta, actuando como secretario el Gerente y a falta de este se designará uno AD-Hoc.

**ARTÍCULO DIECINUEVE.-** La Junta General tendrá las siguientes atribuciones: a) Nombrar y remover en cualquier tiempo al Presidente, al Gerente, así como fijar sus remuneraciones; b) Aprobar las cuentas, los balances e informes que presenten los administradores; c) Resolver

acerca de la forma de reparto de utilidades; d) Resolver sobre la amortización de las partes sociales; e) Aprobar la cesión de las partes sociales y la admisión de nuevos socios, para cuyos casos se requerirá e consentimiento unánime del capital social; f) Aprobar el aumento o disminución de capital social, la prórroga del contrato social o la disolución anticipada de la Compañía, así como cualquier reforma al estatuto social; g) Acordar la exclusión de un socio por las causales determinadas en el Artículo ochenta y dos de la Ley de Compañías; y h) Las demás que en la Ley o este Estatuto no estén otorgadas a los administradores.

**ARTÍCULO VEINTE.-** Las Juntas Generales serán ordinarias o extraordinarias. Ambas se reunirán previa convocatoria del Presidente o del Gerente y sesionará en el domicilio de la Compañía. Las Juntas ordinarias se efectuarán por lo menos una vez al año dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico; las extraordinarias en cualquier época que fueren convocadas. Los socios podrán solicitar la convocatoria a sesión de Junta General y este derecho lo ejercerán cuando las aportaciones de los solicitantes representen no menos de la décima parte del capital social. Las Juntas Generales serán convocadas mediante comunicación escrita dirigida en forma individual a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación, cuando menos, al fijado para la reunión. En este lapso no se tomará en cuenta ni el día de la convocatoria ni el de la sesión.

**ARTÍCULO VEINTIUNO.-** La Junta General podrá considerarse válidamente constituida para deliberar en primera convocatoria si los ocurrentes a ella representan más de la mitad del capital social. Si no se obtiene éste quórum, la Junta General se reunirá en segunda convocatoria con el número de socios presentes debiendo expresarse así en la convocatoria correspondiente, la misma que se la hará con la anticipación requerida para la primera convocatoria, máximo treinta días posteriores a la primera.

**ARTÍCULO VEINTIDOS.-** La Junta General se entenderá convocada, quedará válidamente constituida, podrá sesionar en cualquier tiempo y lugar del territorio nacional, con carácter de universal, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital social y que los asistentes quienes deberán suscribir bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de la misma. Sin embargo, cualquiera de los asistentes puede oponerse a la discusión de los asuntos sobre los cuales no se considere suficientemente informado.

**ARTÍCULO VEINTITRES.-** A la Junta General concurrirán los socios personalmente o por medio de representantes, en cuyo caso la representación se conferirá por escrito y con el carácter de especial para cada junta, a no ser que el representante esté investido de poder general legalmente conferido.

**ARTÍCULO VEINTICUATRO.-** Para los efectos de votación, por cada participación el socio tendrá derecho a un voto. Salvo lo dispuesto en contrario en la Ley o en este estatuto, las resoluciones de la Junta General se tomarán por mayoría absoluta de votos de los socios presentes. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría. En caso de empate de la votación en cualquier asunto, éste se lo discutirá en una nueva sesión y de persistir el empate, se dará por negado el asunto de que se trate.

**ARTÍCULO VEINTICINCO.-** La Compañía llevará el Libro de Actas de sesiones de Junta General, el mismo que será legalizado con las firmas del Presidente y del Gerente, y de todos los demás socios cuando se trate de Juntas Universales. Las actas serán escritas a máquina o computadora, al anverso y al reverso debidamente folladas y rubricadas, sin que se puedan dejar espacios en blanco entre una y otra acta. Se formará un expediente de cada sesión, el que contendrá la copia del acta y los documentos que justifiquen que las convocatorias fueron realizadas en forma legal. Se incorporará a dicho expediente todos aquellos documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

**ARTÍCULO VEINTISEIS.-** El Presidente elegido por la Junta General y que podrá ser o no socio, tendrá un período de duración en el cargo de TRES AÑOS, pudiendo ser indefinidamente reelegido. Su nombramiento

con su aceptación se inscribirá en el Registro Mercantil y le servirá como suficiente credencial para todas sus actuaciones.

**ARTÍCULO VEINTISIETE.-** Además de las atribuciones establecidas en la Ley, el Presidente tendrá los siguientes deberes y atribuciones; a) Convocar y presidir las sesiones de Junta General; b) Llevar conocimiento de la Junta General todos los asuntos que fueren de competencia privativa de ella, especialmente los balances con los informes que a ellos deben acompañar al finalizar cada ejercicio económico; c) Legalizar con su firma los certificados de aportación y las actas de las sesiones de Junta General; d) Subrogar al Gerente con todos sus deberes y atribuciones, en los casos de falta, ausencia o impedimento de éste basándose para ello, una comunicación del Gerente o una resolución de la Junta General.

**ARTÍCULO VEINTIOCHO.-** El Gerente que podrá ser o no socio de la Compañía, será nombrado por la Junta General y durará en sus funciones TRES AÑOS, pudiendo ser indefinidamente reelegido. Su nombramiento, con la razón de aceptación será inscrito en el Registro Mercantil y le servirá como suficiente credencial para todas sus actuaciones.

**ARTÍCULO VEINTINUEVE.-** El Gerente tendrá los siguientes deberes y atribuciones; a) Representar a la Compañía lega, judicial y extrajudicial en todo acto o contrato, obligándola consecuentemente con su firma; b) Administrar la sociedad sin limitación alguna y supervigilar el trabajo de funcionarios y empleados que sean necesarios, fijando las

remuneraciones pertinentes; c) Presentar cada año a la Junta General de Socios el informe de labores juntamente con los estados financieros (balance general y estado de resultados) y el proyecto de distribución de utilidades; d) Convocar a sesión de Junta General y actuar como secretario de la misma; e) Suscribir, juntamente con el Presidente, los certificados de aportación y las actas de las sesiones de Junta General; f) Subrogar al Presidente en los casos de falta o ausencia temporal de éste; g) Inscribir en el mes de enero de cada año en el Registro Mercantil, la lista completa de los socios de la compañía, con indicación del capital representado por cada uno de ellos; y h) Ejercer todas las demás atribuciones que le competen por mandato de la Ley, en especial acatarla y hacerla cumplir, así como al contrato social y a las resoluciones de Junta General.

**ARTÍCULO TREINTA.-** Los administradores no podrán dedicarse por cuenta propia o ajena al mismo género de comercio que constituye el objeto social de esta compañía, salvo autorización expresa de la Junta General. Igualmente, no podrá contratar, directa ni indirectamente con la compañía que administran.

## **CAPITULO V**

### **De la Disolución**

**ARTÍCULO TREINTA Y UNO.-** La Compañía se disolverá por las causas establecidas en la Ley, así como por resolución de la Junta General de

Socios. En caso de disolución, la compañía entrará en proceso de liquidación, debiendo actuar como liquidador quien se encuentre ejerciendo las funciones de Gerente, salvo resolución en contrario de la Junta General.

**ARTÍCULO TREINTA Y DOS.-** En todo lo que no estuviere expresamente determinado en los Estatutos, se aplicarán las normas legales que sean pertinentes.

**CUARTA.- DECLARACIONES.- PRIMERA.-** El capital social con el que se constituye esta Compañía, es de UN MIL DOSCIENTOS DÓLARES DE ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (\$ 1.200,00), dividido en Un mil doscientas participaciones de UN DÓLAR DE ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA cada una, que se encuentran íntegramente suscrita y pagada por los socios de la compañía, de la siguiente manera: La socia **Mery Tatiana Agila Saavedra** suscribe **SEISCIENTAS participaciones** que representan **SEISCIENTOS DÓLARES DE ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (\$ 600,00)**; el socio **Manuel Antonio Ramírez** suscribe **SEISCIENTAS participaciones** que representan **SEISCIENTOS DÓLARES DE ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (\$ 600,00)**. El pago del capital suscrito por los socios se lo realiza el cien por ciento al contado en numerario, mediante depósito realizado en la Cuenta de Integración de Capital abierta a nombre de la Compañía que por este contrato se constituye, conforme aparece en el certificado conferido por el Banco en

donde se ha abierto dicha cuenta, el mismo que se agrega para que sea protocolizado conjuntamente con la presente escritura pública.

**SEGUNDA.- NOMBRAMIENTO.-** Por unanimidad la Junta designa a los socios **Mery Tatiana Agila Saavedra y Manuel Antonio Ramírez**, para que desempeñen los cargos de **Gerente y Presidente** de la compañía **“Nutri Delicias Cía. Ltda.”** Respectivamente, durante el primer período estatutario, autorizándoles a su vez para que emitan los correspondientes nombramientos. **TERCERA.-** Se autoriza al Doctor Luis Daniel Cordero Espinosa, para que a nuestro nombre y representación realice todas las gestiones y suscriba cualquier documento necesario para obtener la aprobación definitiva e inscripción de este contrato.- Usted señor Notario, se dignará agregar las demás cláusulas de estilo para la plena validez de esta escritura.- Atentamente, (f) Dr. Luis Daniel Cordero Espinosa.- **ABOGADO.-** Mat. “1.630-C.A.L”.- Hasta aquí la minuta que junto con los documentos anexos y habilitantes que se incorpora queda elevada a escritura pública con todo el valor legal, y que, los comparecientes aceptan en todas y cada una de sus partes, minuta que está firmada por el doctor Luis Daniel Cordero Espinosa, afiliado del Colegio de Abogados de Loja bajo el número Mil seiscientos treinta (1.630), para la celebración de la presente escritura se observaron los preceptos y requisitos previstos en la Ley notarial; y leída que le fue a los comparecientes por mí el Notario, se ratifican y firman en unidad de acto quedando incorporada en el protocolo de esta Notaria, de todo cuanto doy fe.-



## **ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA**

Se basa en la división del trabajo y delegación de funciones a los miembros de la empresa, lo cual se lo hará definiendo los niveles de la empresa y valiéndonos de los organigramas.

## **NIVELES JERÁRQUICOS**

Son los que presidirán la administración dentro de la empresa y la organización productiva, en función del tipo de empresa.

**a) Nivel Legislativo.-** Su función básica es legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar los reglamentos, resoluciones, etc. y decidir sobre los aspectos de mayor importancia. Este órgano representa el primer nivel jerárquico y generalmente está integrado por un grupo de personas que en este caso vendrían hacer los socios. La empresa constará con dos socios.

**b) Nivel Ejecutivo.-** Este nivel es unipersonal y está representado por el Gerente quien es el responsable por el cumplimiento de las actividades impuestas por el Nivel Legislativo a la unidad bajo su mando. El mismo que deberá Planificar, Orientar y Dirigir la Administración de la empresa, debiendo transmitir a los demás niveles auxiliares y operativos los programas y planes para su correcta ejecución.

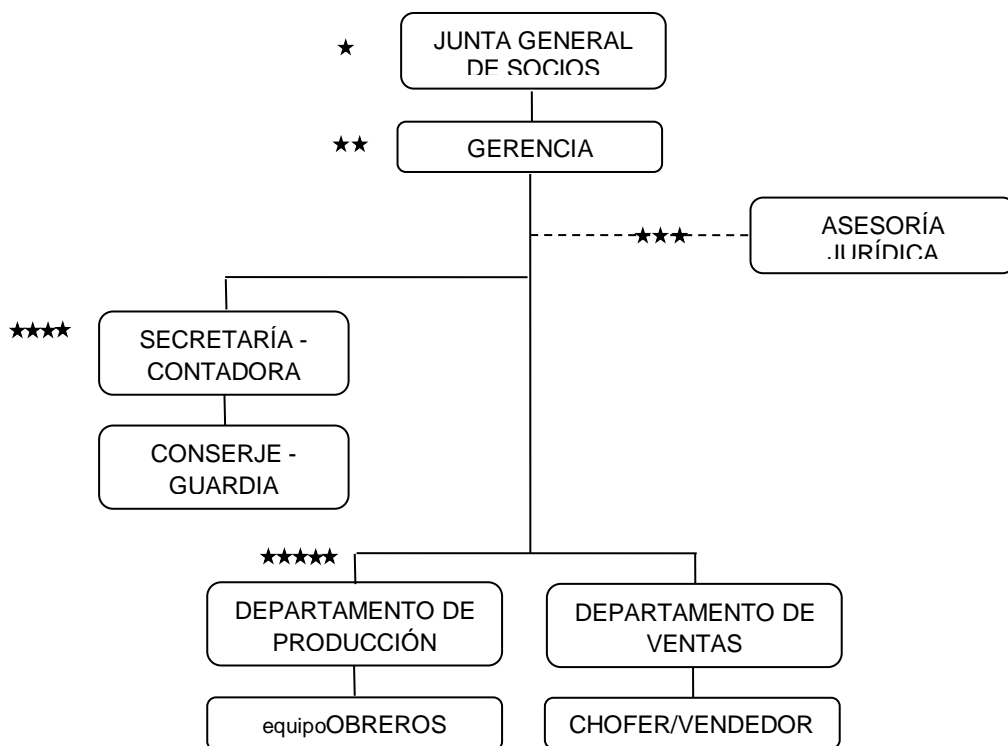
- c) Nivel Asesor.-** Este nivel no tiene autoridad de mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable industrial y mas áreas que tenga que ver con la empresa. La empresa tendrá un Asesor Jurídico Temporal.
- d) Nivel de Apoyo.-** Está conformada por todos los puestos de trabajo que se relacionan directamente con las actividades administrativas de la empresa, con el propósito de aportar su contingente y apoyar la gestión productiva y administrativa a fin de que se cumplan las metas establecidas por la empresa. La empresa contará con una Secretaria y un Guardián.
- e) Nivel Operativo.** Este nivel se describe al grupo de personas que laboran en la empresa y se encargan de la marcha operativa de la misma, este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la empresa. En este caso el nivel operativo estará integrado por: los Obreros, Contadora, Vendedor - Chofer.

## **ORGANIGRAMAS**

Los organigramas son la representación grafica de la estructura de una empresa con sus servicios, órganos y puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad.

**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.** Es la representación grafica de la estructura organizacional de la empresa Productora y Comercializadora de **Empanadas de Maíz** pudiendo visualizarse cada uno de los departamentos o puestos que conforma la organización y poder determinar sus niveles jerárquicos.

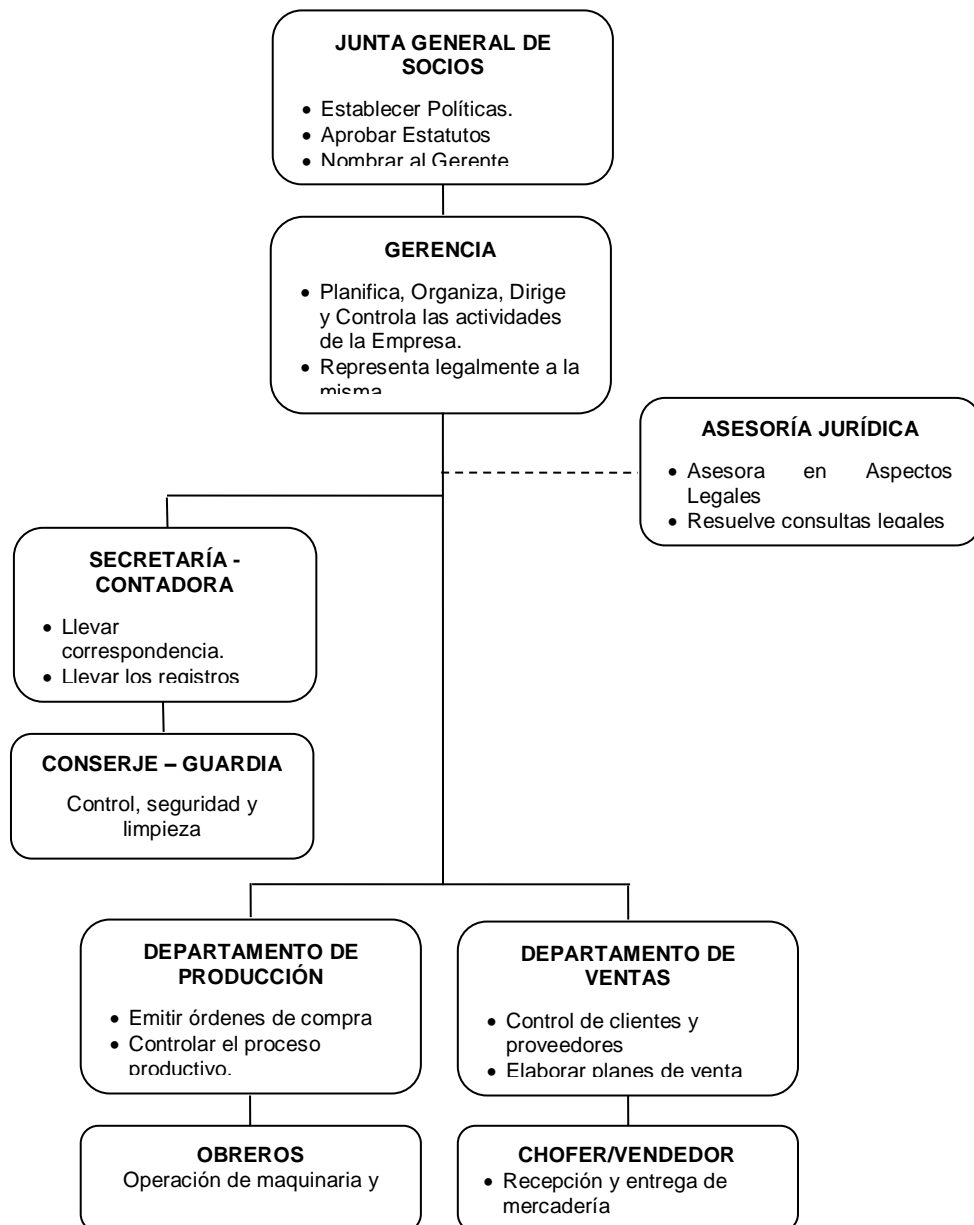
**Gráfico N° 28**  
**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**  
**“Nutri Delicias Cía Ltda”**



- ★ Nivel Legislativo
- ★★ Nivel Ejecutivo
- ★★★ Nivel Asesor
- ★★★★ Nivel Auxiliar
- ★★★★★ Nivel Operativo

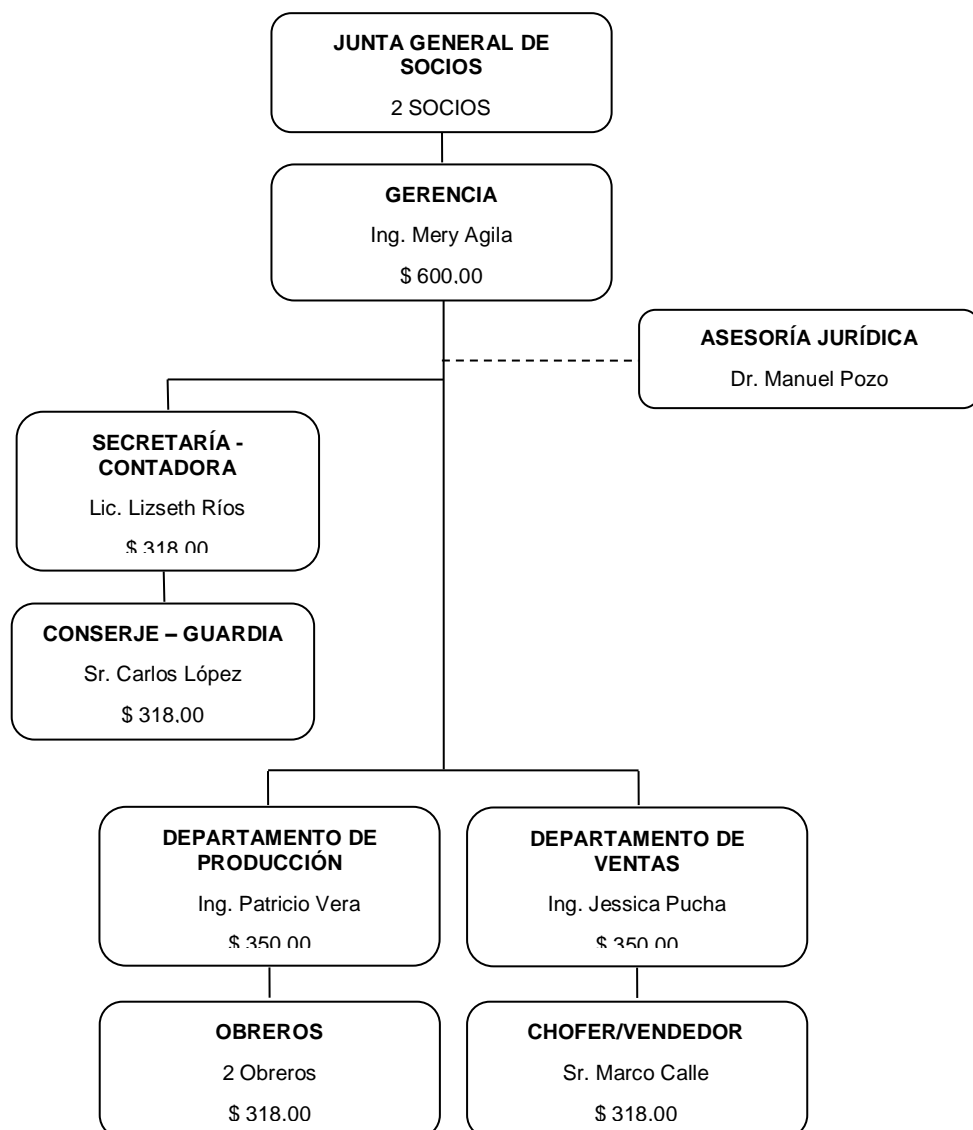
**ORGANIGRAMA FUNCIONAL.** En este organigrama se presenta o se da a conocer las funciones más importantes que deben desempeñar y cumplir cada uno de los departamentos, puestos que conforman la estructura organizativa de la Empresa.

**ORGANIGRAMA FUNCIONAL Gráfico N° 29**  
**“Nutri Delicias Cía Ltda”**



**ORGANIGRAMA POSICIONAL.** Su principal objetivo es mostrar el número de empleados/ trabajadores que laboraran en cada uno de los departamentos y se indica su remuneración básica.

**ORGANIGRAMA POSICIONAL Gráfico N° 30**  
**“Nutri Delicias Cía Ltda”**



## MANUAL DE FUNCIONES

El manual de funciones contiene información respecto de las tareas que debe cumplir cada puesto de trabajo, para facilitar el buen desenvolvimiento del personal para los distintos cargos de la empresa.

<b>Nutri Delicias Cía. Ltda</b>	
<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>NIVEL JERARQUICO:</b>	EJECUTIVO
<b>CODIGO:</b>	001
<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b>	GERENTE
<b>JEFE INMEDIATO:</b>	JUNTA DE SOCIOS
<b>SUBORDINADOS:</b>	TODO EL PERSONAL
<b>NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
Responsable de la Planificación, Organización, Dirección y Control de las actividades de la Empresa.	
<b>FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplir con las disposiciones dadas por la Junta de Socios.</li> <li>• Representar jurídicamente y legalmente a la empresa ante terceros.</li> <li>• Dirigir y controlar las funciones administrativas de la empresa.</li> <li>• Supervisar el correcto y oportuno cumplimiento de las funciones del personal.</li> <li>• Designar actividades a los empleados.</li> <li>• Supervisar todos los departamentos.</li> </ul>	
<b>RESPONSABILIDAD:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinero</li> <li>• Personas</li> <li>• Equipos y Materiales</li> <li>• Resultados</li> </ul>	
<b>COMUNICACIÓN:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Descendente con sus empleados</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MINIMOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>EDUCACIÓN:</b> Título Profesional de Ingeniero en Administración de Empresas.</li> <li>• <b>EXPERIENCIA MÍNIMA:</b> 2 años en funciones similares.</li> </ul>	

**Nutri Delicias Cía. Ltda**

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>NIVEL JERARQUICO:</b>	ASESOR
<b>CODIGO:</b>	002
<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b>	ASESOR JURIDICO
<b>JEFE INMEDIATO:</b>	GERENTE JUNTA GENERAL DE SOCIOS
<b>SUBORDINADOS:</b>	Ninguno
<b>NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
Asesorar en aspectos legales a la empresa para su buen funcionamiento.	
<b>FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesorar a la empresa sobre asuntos de carácter legal.</li> <li>• Representar conjuntamente con el gerente judicialmente a la empresa.</li> <li>• Realizar trámites de carácter legal que la empresa requiera para su funcionamiento.</li> <li>• Interpretar y emitir opinión respecto a las normas legales para su adecuada aplicación.</li> <li>• Participar cuando sea necesario en reuniones de la junta de accionistas.</li> </ul>	
<b>RESPONSABILIDAD:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Documentos de Carácter Legal y Confidencial</li> </ul>	
<b>COMUNICACIÓN:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ascendente con el Gerente y Junta de Socios.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MINIMOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>EDUCACIÓN:</b> Título Universitario, Abogado, Doctor en Jurisprudencia.</li> <li>• <b>EXPERIENCIA MÍNIMA:</b> 2 años en funciones similares.</li> </ul>	

**Nutri Delicias Cía. Ltda**

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>NIVEL JERARQUICO:</b>	OPERATIVO
<b>CODIGO:</b>	003
<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b>	SECRETARIA -CONTADOR/A
<b>JEFE INMEDIATO:</b>	GERENTE
<b>SUBORDINADOS:</b>	NINGUNO
<b>NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
<p>Realiza labores de secretaria o de asistente directa del Gerente</p> <p>Proporcionar información contable y financiera en forma oportuna y confiable, así como cumplir en tiempo y forma con las obligaciones tributarias.</p>	
<b>FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar actas de asamblea de la Junta General de Socios.</li> <li>• Atender al público que solicite información y concertar entrevistas con el Gerente de la Empresa.</li> <li>• Atender la correspondencia, manejando con diplomacia y eficiencia.</li> <li>• Llevar la contabilidad de la empresa.</li> <li>• Elaborar y revisar las declaraciones tributarias.</li> <li>• Elaborar los estados financieros.</li> <li>• Elaborar roles de pago.</li> <li>• Presentar y firmar los estados financieros al Gerente mensualmente.</li> </ul>	
<b>RESPONSABILIDAD:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Documentos Contables</li> <li>• Documentos Contables</li> <li>• Documentos Contables</li> </ul>	
<b>COMUNICACIÓN:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ascendente con el Gerente</li> <li>• Descendente con todo el Personal</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MINIMOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>EDUCACIÓN:</b> Título Universitario, Secretaria Ejecutiva con conocimientos contables.</li> <li>• <b>EXPERIENCIA MÍNIMA:</b> 2 años en funciones similares.</li> </ul>	



**Nutri Delicias Cía. Ltda**

**MANUAL DE FUNCIONES**

<b>NIVEL JERARQUICO:</b>	OPERATIVO
<b>CODIGO:</b>	004
<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b>	JEFE DE PRODUCCION
<b>JEFE INMEDIATO:</b>	GERENTE
<b>SUBORDINADOS:</b>	OBREROS CONSERJE- GUARDIA
<b>NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
Organización, Dirección, Control y Ejecución del proceso productivo.	
<b>FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar y ejecutar la producción diaria, semanal, mensual y anual.</li> <li>• Supervisar y controlar el proceso de producción.</li> <li>• Llevar registros de la producción efectuada.</li> <li>• Controlar que la materia prima y el producto final sea de calidad.</li> <li>• Controlar el ingreso de la materia prima y la salida de los productos elaborados.</li> </ul>	
<b>RESPONSABILIDAD:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resultados</li> <li>• Equipos Entregados</li> </ul>	
<b>COMUNICACIÓN:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ascendente con el Gerente</li> <li>• Descendente con los Obreros y Conserje- Guardia</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MINIMOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>EDUCACIÓN:</b> Título Universitario, Ing. en Industrias de Alimentos.</li> <li>• <b>EXPERIENCIA MÍNIMA:</b> 1 años en funciones similares.</li> </ul>	

**Nutri Delicias Cía. Ltda**

**MANUAL DE FUNCIONES**

<b>NIVEL JERARQUICO:</b>	OPERATIVO
<b>CODIGO:</b>	005
<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b>	OBREROS
<b>JEFE INMEDIATO:</b>	JEFE DE PRODUCCION
<b>SUBORDINADOS:</b>	NINGUNO
<b>NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
Responsable del correcto uso de las Materias Primas.	
<b>FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medir las cantidades de materia prima.</li> <li>• Operar la maquinaria y equipo bajo su cargo</li> <li>• Evitar el desperdicio de materia prima.</li> <li>• Controlar que los materiales y las maquinarias se encuentren en buen estado.</li> <li>• Almacenar los productos terminados.</li> <li>• Y demás actividades que se le asignen.</li> </ul>	
<b>RESPONSABILIDAD:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maquinaria</li> <li>• Implementos entregados</li> </ul>	
<b>COMUNICACIÓN:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ascendente con el Jefe de Producción</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MINIMOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>EDUCACIÓN:</b> Título de Bachiller.</li> <li>• <b>EXPERIENCIA MÍNIMA:</b> 6 meses en funciones similares.</li> </ul>	

**Nutri Delicias Cía. Ltda**

**MANUAL DE FUNCIONES**

<b>NIVEL JERARQUICO:</b>	OPERATIVO
<b>CODIGO:</b>	006
<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b>	JEFE DE COMERCIALIZACION
<b>JEFE INMEDIATO:</b>	GERENTE
<b>SUBORDINADOS:</b>	CHOFER- VENDEDOR
<b>NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
Encargado de manejar las ventas de los productos que ofrece la empresa.	
<b>FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control de la comercialización de los productos.</li> <li>• Solucionar los inconvenientes que se presenten con los clientes.</li> <li>• Atender los pedidos de todos los clientes.</li> <li>• Proporcionar la atención adecuada a los clientes con un servicio amable, oportuno y honesto.</li> <li>• Verificar la existencia del producto para la confirmación de pedidos.</li> <li>• Llevar un perfecto control de los pedidos, preparación y entrega de los mismos.</li> <li>• Facturar las ventas.</li> </ul>	
<b>RESPONSABILIDAD:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipos y Materiales</li> <li>• Resultados</li> </ul>	
<b>COMUNICACIÓN:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ascendente con el Gerente y Contadora</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MINIMOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>EDUCACIÓN:</b> Título Universitario Ingeniero Comercial</li> <li>• <b>EXPERIENCIA MÍNIMA:</b> 1 año en funciones similares.</li> </ul>	

**Nutri Delicias Cía. Ltda**

**MANUAL DE FUNCIONES**

<b>NIVEL JERARQUICO:</b>	OPERATIVO
<b>CODIGO:</b>	007
<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b>	CHOFER/ VENDEDOR
<b>JEFE INMEDIATO:</b>	JEFE DE COMERCIALIZACION
<b>SUBORDINADOS:</b>	Ninguno
<b>NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
Su labor principal es la de distribuir el producto a los clientes que lo requieran así como también transportar la materia prima a la Empresa.	
<b>FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Movilizar al personal para trámites de mayor importancia para la Empresa.</li> <li>• Comercializar el producto adquiridos por los Clientes.</li> <li>• Transportar la materia prima para la producción cuando se requiera.</li> <li>• Y demás funciones que se le asignen.</li> </ul>	
<b>RESPONSABILIDAD:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable del buen estado del vehículo</li> </ul>	
<b>COMUNICACIÓN:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ascendente con el Jefe de Comercialización</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MINIMOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>EDUCACIÓN:</b> Bachiller- Licencia de Conducir Tipo B.</li> <li>• <b>EXPERIENCIA MÍNIMA:</b> 1 año en funciones similares.</li> </ul>	

**Nutri Delicias Cía. Ltda**

**MANUAL DE FUNCIONES**

<b>NIVEL JERARQUICO:</b>	AUXILIAR
<b>CODIGO:</b>	008
<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b>	CONSERJE/ GUARDIAN
<b>JEFE INMEDIATO:</b>	JEFE DE PRODUCCIÓN
<b>SUBORDINADOS:</b>	Ninguno
<b>NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
Es responsable de vigilar, efectuar el aseo, limpieza, mensajería y mantenimiento de las instalaciones de la Empresa.	
<b>FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entregar documentación y oficios a todas las áreas en la Planta Administrativa de la Empresa hacia afuera.</li> <li>• Velar por el adecuado uso de infraestructura física en las oficinas de la empresa.</li> <li>• Velar y responder por el cuidado y conservación de los documentos y materiales que le sean asignados en el cumplimiento de las funciones.</li> <li>• Apoyar a todas las áreas de la Empresa cuando le sean requeridas.</li> <li>• Y demás funciones que se le asignen al cargo.</li> </ul>	
<b>RESPONSABILIDAD:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipos y Materiales</li> </ul>	
<b>COMUNICACIÓN:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ascendente con el Gerente</li> <li>• Descendente con todo el Personal</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MINIMOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>EDUCACIÓN:</b> Bachiller</li> <li>• <b>EXPERIENCIA MÍNIMA:</b> 1 año en funciones similares.</li> </ul>	

## **ESTUDIO FINANCIERO.**

Permite determinar en base a la información de los estudios anteriores, analizar y cuantificar las inversiones, es decir cuál será el monto total de la inversión y el financiamiento que se "pueda realizar, esto se hace en función a los requerimientos de recursos humanos, materiales y físicos necesarios para poder cumplir nuestros objetivos. Esta determinación cuantitativa considera también los costos en que se incurrirá en la ejecución del proceso productivo.

## **INVERSIONES**

Son los bienes y derechos de la sociedad o empresa. Este proyecto presenta tres tipos de inversiones como son: Activos fijos, Activos Diferidos y Activo Circulantes o capital de trabajo.

## **ACTIVOS FIJOS**

Son aquellos bienes tangibles que pertenecen a la empresa y que ayudan a llevar a cabo su actividad productiva y estos no varían hasta dentro de un determinado lapso de tiempo; la empresa contara con los siguientes activos fijos entre ellos tenemos:

**MAQUINARIA Y EQUIPO.-** La maquinaria con su respectivo equipo que la empresa requiere para iniciar por primera vez con el proceso productivo de Empanadas de Maíz son:

**CUADRO N° 32  
INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPOS**

<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Molino Eléctrico	650,00	650,00
1	Amasadora	1.800,00	1.800,00
1	Moldeadora de tortillas	2.400,00	2.400,00
1	Moldeadora de empanadas	2.000,00	2.000,00
1	Balanza	710,00	710,00
1	Cocina de Gas	650,00	650,00
<b>TOTAL</b>			<b>6.590,00</b>

FUENTE: Anexo N° 7

ELABORACIÓN: El Autor

**MOBILIARIO PARA LA PRODUCCIÓN.-** La empresa para funcionar necesita muebles para la producción sin los cuales no podrá completarse el proceso para lo cual fue creada, los muebles que necesita son:

**CUADRO N° 33  
INVERSIÓN EN MOBILIARIO PARA LA PRODUCCIÓN**

<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
2	Mesas Metálicas	120,00	240,00
2	Perchas de aluminio	80,00	160,00
2	Sillas	13,00	26,00
Subtotal			<b>426,00</b>

FUENTE: Anexo N° 8

ELABORACIÓN: El Autor

**EQUIPO DE OFICINA.-** Comprende los equipos necesarios que adquiere la empresa, para facilitar el desarrollo de las actividades administrativas tanto técnicas como operacionales.

**CUADRO N° 34**  
**INVERSIÓN EN EQUIPO DE OFICINA**

<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Sumadora	75,00	75,00
2	Telefax	250,00	500,00
<b>TOTAL</b>			<b>575,00</b>

FUENTE: Anexo N° 9

ELABORACIÓN: El Autor

**EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.-** Comprende el sistema de información que se va a manejar en la empresa.

**CUADRO N° 35**  
**INVERSIÓN EN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN**

<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
2	Computadoras ACER	680,00	1360,00
2	Impresoras multifunción	90,00	180,00
2	UPS Acumulador de energía	70,00	140,00
<b>TOTAL</b>			<b>1680,00</b>

FUENTE: Anexo N° 10

ELABORACIÓN: El Autor

**MOBILIARIO DE ADMINISTRACIÓN.-** Servirán para que el personal administrativo de ventas realice sus actividades.

**CUADRO N° 36**  
**INVERSIÓN EN MOBILIARIO DE ADMINISTRACIÓN**

<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
2	Escritorio	160,00	320,00
2	Sillas Giratorias	100,00	200,00
4	Sillas de Espera	20,00	80,00
1	Archivador	80,00	80,00
1	Papelera	20,00	20,00
<b>TOTAL</b>			<b>700,00</b>

FUENTE: Anexo N° 11

ELABORACIÓN: El Autor



**VEHÍCULO.-** Equipo motorizado al servicio de la empresa. En el presente proyecto se necesitara una camioneta Toyota cuyo valor se detalla en el presente cuadro:

**CUADRO N° 37  
INVERSIÓN EN VEHÍCULO**

<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Camioneta Toyota	25.000,00	25.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>25.000,00</b>

FUENTE: Anexo N° 12  
ELABORACIÓN: El Autor

**HERRAMIENTAS.-** Para el buen funcionamiento de las actividades empresariales se requiere de herramientas las mismas que permitan la optimización del proceso productivo.

**CUADRO N° 38  
INVERSIÓN EN HERRAMIENTAS**

<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
2	Caja de Herramientas	120,00	240,00
2	Aceiteras para máquinas	20,00	40,00
<b>TOTAL</b>			<b>280,00</b>

FUENTE: Anexo N° 13  
ELABORACIÓN: El Autor

**IMPREVISTOS.-** Todo presupuesto por más cuidadoso que haya sido realizado, siempre tendrá un margen de error por razones de la fluctuación de los precios y cambios que se dan, por tal razón es conveniente incluir un rubro de imprevistos que se calcula con un porcentaje de las inversiones. En este caso será del 1%.

**CUADRO N° 39**  
**RESUMEN DE INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS**

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Maquinaria y Equipo	6.590,00
Mobiliario para producción	426,00
Equipo de Oficina	575,00
Equipo de Computación	1.680,00
Mobiliario de Administración	700,00
Vehículo	25,000
Herramientas	280,00
Imprevistos 2%	252,51
<b>TOTAL</b>	<b>35.503,51</b>

FUENTE: Cuadro del 32 al 38  
ELABORACIÓN: El Autor

### ACTIVOS DIFERIDOS

Son los gastos realizados por la empresa, y que una vez pagados no son recuperables o reembolsables. Generalmente estos gastos se efectúan al constituir la empresa y son de un valor considerable por lo cual la legislación permite amortizarlos hasta 5 años, razón por la cual al ser considerados como un elemento importante dentro del estudio financiero de un proyecto se hace necesario realizar el presupuesto de estos activos que incluyen gastos por estudios preliminares o investigación, los gastos de constitución, permisos de funcionamiento, adecuaciones para la empresa en estudio como se detalla en el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 40  
INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS**

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Elaboración del proyecto	850,00
Constitución de la Empresa	1.200,00
Patente y Marca	350,00
Instalaciones y Adecuaciones	3.800,00
Subtotal	6.200,00
Imprevistos 1%	62,00
<b>TOTAL</b>	<b>6.262,00</b>

FUENTE: Investigación Directa  
ELABORACIÓN: El Autor

**ACTIVOS CIRCULANTES**

Está constituido por los valores necesarios para la operación inicial del proyecto. Estos valores se determinan del presupuesto anual dividido para 12 meses del año, sin considerarse las depreciaciones, amortizaciones ni los intereses de los créditos.

**CUADRO N° 41  
ACTIVOS CIRCULANTES (Un Mes)**

DESCRIPCIÓN	ANEXO	VALOR TOTAL
Materia Prima Directa	3	120,00
Materia Prima Indirecta	3	680,00
Mano de Obra Directa	5	845,78
Mano de Obra Indirecta	6	461,45
Suministros de Producción	16	24,63
Suministros de Oficina	20	2,09
Combustibles y Lubricantes	17	145,00
Servicios Básicos Producción	18	117,50
Servicios Básicos Administración	19	51,50
Publicidad y Propaganda	21	400,00
Mantenimiento	11 y 14	316,80
Arriendo	22	500,00
Útiles de Aseo	23	2,04
Sueldos Administrativos	25	1.620,18
Sueldos Ventas	26	885,67
Imprevistos 2%		117,12
<b>TOTAL</b>		<b>6.289,76</b>

FUENTE: Anexos  
ELABORACIÓN: El Autor

**CUADRO N° 42**  
**RESUMEN DE LAS INVERSIONES DEL PROYECTO**

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Activo Fijo	35.503,51
Activo Diferido	6.262,00
Activo Circulante	6.289,76
<b>TOTAL</b>	<b>47.738,47</b>

**FUENTE:** Cuadro 39, 40 y 41

**ELABORACIÓN:** El Autor

### **FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN**

El financiamiento del proyecto explica la conveniencia o la manera de cómo va a originarse los recursos, para cada uno de los rubros de las inversiones.

La empresa “**NUTRI-DELICIAS Cía. Ltda.**” se financiará con fuentes internas y externas de financiamiento, mismo que son explicadas a continuación:

- **FUENTE INTERNA.-** Para el presente proyecto la inversión interna será cubierta por los socios cuyo monto es; \$13.055,27 dólar que representa el 34,31%, que dividido para los dos socios es de \$6.527,64 dólares.
- **FUENTE EXTERNA:** En vista de que la inversión total prevista tiene un valor elevado ya que la maquinaria que se requiere para crear la empresa de empanadas de maíz, es muy costosa, necesitamos financiarnos con un crédito, esto para poner en marcha el presente

proyecto; por lo que hemos decidido recurrir a un crédito en el Banco Nacional de Fomento, el préstamo será por un valor de \$25.000,00 con un plazo de cinco años, con pagos semestrales con una tasa de interés del 11,00%

**CUADRO Nº 43  
INVERSIÓN TOTAL**

DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Capital Social	23.055,27	44,31%
Crédito	25.000,00	55,69%
<b>TOTAL</b>	<b>47.738,47</b>	<b>100,00%</b>

**CUADRO Nº 43  
AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO**

<b>CAPITAL:</b> 25.000 <b>INTERÉS:</b> 11,00% <span style="float:right"><b>PAGO:</b> Semestral</span> <b>TIEMPO:</b> 5 años				
SEMESTRES	CAPITAL	INTERÉS	DIVIDENDO	CAPITAL REDUC.
0				25.000,00
1	2.500,00	1.375,00	3.875,00	22.500,00
2	2.500,00	1.237,50	3.737,50	20.000,00
3	2.500,00	1.100,00	3.600,00	17.500,00
4	2.500,00	962,50	3.462,50	15.000,00
5	2.500,00	825,00	3.325,00	12.500,00
6	2.500,00	687,50	3.187,50	10.000,00
7	2.500,00	550,00	3.050,00	7.500,00
8	2.500,00	412,50	2.912,50	5.000,00
9	2.500,00	275,00	2.775,00	2.500,00
10	2.500,00	137,50	2.637,50	0,00

**FUENTE:** Banco Nacional de Fomento  
**ELABORACIÓN:** El Autor

## PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

**PRESUPUESTOS DE COSTOS** Los costos son los desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico, estos constituyen uno de los aspectos importantes para la determinación de la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evaluación del proyecto.

**CUADRO Nº 44**  
**PRESUPUESTO DE OPERACIÓN PARA LOS CINCO AÑOS**

<b>COSTO PRIMO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Materia Prima Directa	1.440,00	1.478,88	1.518,81	1.559,82	1.601,93
Materia Prima Indirecta	10.896,00	11190,19	11492,33	11802,62	12121,29
Mano de Obra Directa	10.149,36	10.423,39	10.704,82	10.993,85	11.290,69
Mano de Obra Indirecta	5.537,40	5.686,91	5.840,46	5.998,15	6.160,10
<b>TOTAL COSTO PRIMO</b>	<b>28.022,76</b>	<b>28.779,37</b>	<b>29.556,42</b>	<b>30.354,44</b>	<b>31.174,01</b>
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>					
Depreciación de maquinaria y equipo	1.186,20	1.186,20	1.186,20	1.186,20	1.186,20
Depreciación de mobiliario producción	76,68	76,68	76,68	76,68	76,68
Depreciación de Herramientas	50,40	50,40	50,40	50,40	50,40
Depreciación de Vehículo	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Suministros de Producción	295,50	303,48	311,67	320,09	328,73
Servicios Básicos Producción	1.410,00	1.448,07	1.487,17	1.527,32	1.568,56
Combustibles y Lubricantes	1.740,00	1.786,98	1.835,23	1.884,78	1.935,67
Útiles de Aseo	24,50	25,16	25,84	26,54	27,26
Mantenimiento	3.802,00	3.904,65	4.010,08	4.118,35	4.229,55
Amortización de Activos Diferidos	1252,40	1252,40	1252,40	1252,40	1252,40
Imprevistos 2%	244,75	248,68	252,71	256,86	261,11
<b>TOTAL CARGA PROCESO DE FABRICACIÓN</b>	<b>12.482,43</b>	<b>12.682,70</b>	<b>12.888,38</b>	<b>13.099,62</b>	<b>13.316,56</b>
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>					
<b>ADMINISTRATIVOS</b>					
Sueldos Administrativos	19.442,16	19.967,10	20.506,21	21.059,88	21.628,49
Depreciación de mobiliario administración	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00
Depreciación equipo de oficina	103,50	103,50	103,50	103,50	103,50
Depreciación equipo de computación	225,12	225,12	225,12	225,12	225,12
Suministros de Oficina	25,00	25,68	26,37	27,08	27,81
Servicios Básicos Administración	618,00	634,69	651,82	669,42	687,50
Arriendos	6.000,00	6.162,00	6.328,37	6.499,24	6.674,72
Imprevistos 2%	530,80	544,88	559,35	574,20	589,46
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>					
<b>VENTAS</b>					
Sueldos ventas	10.628,04	10.915,00	11.209,70	11.512,36	11.823,20
Publicidad y Propaganda	4.800,00	4.929,60	5.062,70	5.199,39	5.339,78
Imprevistos 2%					
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>					
<b>FINANCIEROS</b>					
Intereses por préstamo	2.612,50	2.062,50	1.512,50	962,50	412,50
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>					
<b>TOTA COSTO DE PRODUCCIÓN</b>					

**FUENTE:** Anexos

**ELABORACIÓN:** El Autor

## **INGRESOS TOTALES**

Los ingresos son el producto de la venta de bienes o servicios que produce el proyecto, en este caso por la venta de las empanadas de maíz.

Para establecer los ingresos totales primeramente se determinó el costo unitario de cada año, procediendo a dividir los costos totales para las unidades a producir, a este valor se le consideró el margen de utilidad el cual multiplicado por las unidades producidas nos da el precio de venta al público.

### **C.U= COSTO TOTAL/UNIDADES PRODUCIDAS**

$$C.U= 85.924,87/62.400$$

$$C.U= 1,38$$

### **P.V.P= COSTO UNITARIO + MARGEN DE UTILIDAD**

$$P.V.P= 1,38 + 45\%$$

$$P.V.P= 1,38 + 0,62$$

$$P.V.P= 2,00$$

**CUADRO Nº 45  
PRESUPUESTOS DE INGRESOS**

<b>AÑOS</b>	<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>UTILIDAD</b>	<b>P.V.P</b>	<b>INGRESOS</b>
1	85.924,87	62.400	1,38	0,62	2,00	124.800,00
2	87.475,03	66.560	1,31	0,59	1,90	126.464,00
3	89.081,89	70.720	1,26	0,57	1,83	129.417,60
4	90.746,99	74.880	1,21	0,54	1,75	131.040,00
5	92.471,91	79.040	1,17	0,53	1,70	134.368,00

ELABORACIÓN: El Autor

**ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

Representa los resultados obtenidos en un período económico, sean estos pérdidas o ganancias para lo cual se compara los rubros de ingreso con los de egresos incurridos en un período.

**CUADRO Nº 46  
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

<b>PERÍODOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ingresos por ventas	124.800,00	124.464,00	129.417,60	131.040,00	134.368,00
(-) Costo Total	85.924,87	87.475,03	89.081,89	90.746,99	92.471,91
(=) Utilidad Bruta en Ventas	38.875,13	38.988,97	40.335,71	40.293,01	41.896,09
(-) 15% Participación Trabajadores	5.831,27	5.848,35	6.050,36	6.043,95	6.284,41
(=) Utilidad Antes de Impuestos	33.043,86	33.140,62	34.285,35	34.249,06	35.611,68
(-) 25% Impuesto a la renta	8.260,97	8.285,16	8.571,34	8.562,26	8.902,92
(=) Utilidad Neta del ejercicio	24.782,89	24.855,46	25.714,01	25.686,80	26.708,76
(-) 10% Reserva Legal	2.478,29	2.485,55	2.571,40	2.568,68	2.670,88
(=) Utilidad Líquida	22.304,60	22.369,91	23.142,61	23.118,12	24.037,88

ELABORACIÓN: El Autor

**EVALUACIÓN DEL PROYECTO**

Determina el mérito del proyecto, es decir el nivel de utilidad que obtiene el empresario como premio al riesgo de utilizar su capital y su capacidad empresarial en la implementación de un proyecto.



## **PUNTO DE EQUILIBRIO**

Es un punto de balance entre los ingresos y los egresos, algunos autores lo denominan PUNTO MUERTO porque en él, no hay pérdidas ni ganancias. Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, el mismo que indica que no existe pérdida ni ganancia.

## **COSTOS FIJOS Y VARIABLES**

**COSTOS FIJOS.-** Aquellos que se mantienen constantes durante el período completo de producción.

**COSTOS VARIABLES.-** Aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.

**CUADRO Nº 47**  
**CLASIFICACIÓN DE COSTOS**

COSTO PRIMO	AÑO 1		AÑO 5	
	C. FIJO	C. VARIABLE	C. FIJO	C. VARIABLE
Materia Prima Directa		1.440,00		1.601,93
Materia Prima Indirecta		10.896,00		12121,29
Mano de Obra Directa		10.149,36		11.290,69
Mano de Obra Indirecta		5.537,40		6.160,10
<b>TOTAL COSTO PRIMO</b>		<b>28.022,76</b>		<b>31.174,01</b>
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>				
Depreciación de maquinaria y equipo	1.186,20		1.186,20	
Depreciación de mobiliario producción	76,68		76,68	
Depreciación de Herramientas	50,40		50,40	
Depreciación de Vehículo	2.400,00		2.400,00	
Suministros de Producción	295,50		328,73	
Servicios Básicos Producción		1.410,00		1.568,56
Combustibles y Lubricantes	1.740,00		1.935,67	
Útiles de Aseo	24,50		27,26	
Mantenimiento	3.802,00		4.229,55	
Amortización de Activos Diferidos	1252,40		1252,40	
Imprevistos 2%	244,75		261,11	
<b>TOTAL CARGA PROCESO DE FABRICACIÓN</b>	<b>10.827,68</b>	<b>1.410,00</b>	<b>11.486,89</b>	<b>1.568,56</b>
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>				
<b>ADMINISTRATIVOS</b>				
Sueldos Administrativos	19.442,16		21.628,49	
Depreciación de mobiliario administración	126,00		126,00	
Depreciación equipo de oficina	103,50		103,50	
Depreciación equipo de computación	225,12		225,12	
Suministros de Oficina	25,00		27,81	
Servicios Básicos Administración	618,00		687,50	
Arriendos	6.000,00		6.674,72	
Imprevistos 2%	530,80		589,46	
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION</b>	<b>25.921,78</b>	<b>00,00</b>	<b>28.785,64</b>	<b>00,00</b>
<b>VENTAS</b>				
Sueldos ventas	10.628,04		11.823,20	
Publicidad y Propaganda	4.800,00		5.339,78	
Imprevistos 2%	308,56		343,26	
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>15.428,04</b>	<b>00,00</b>	<b>17.162,98</b>	<b>00,00</b>
<b>FINANCIEROS</b>				
Intereses por préstamo	2.612,50		412,50	
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>2.612,50</b>		<b>412,50</b>	
<b>TOTA COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>54.790,00</b>	<b>31.134,87</b>	<b>57.848,01</b>	<b>34.623,90</b>

ELABORACIÓN: El Autor

**AÑO 1****1. EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

$$PE = \frac{COSTO FIJO}{INGRESOS - COSTO VARIABLE} \times 100$$

$$PE = \frac{54.790,00}{124.800,00 - 31.134,87} \times 100$$

$$PE = \frac{54.790,00}{93.665,13} \times 100$$

$$PE = 0,5850 \times 100 = 58,50\%$$

**2. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS**

$$PE = \frac{COSTO FIJO}{1 - \left( \frac{COSTO VARIABLE}{INGRESOS} \right)}$$

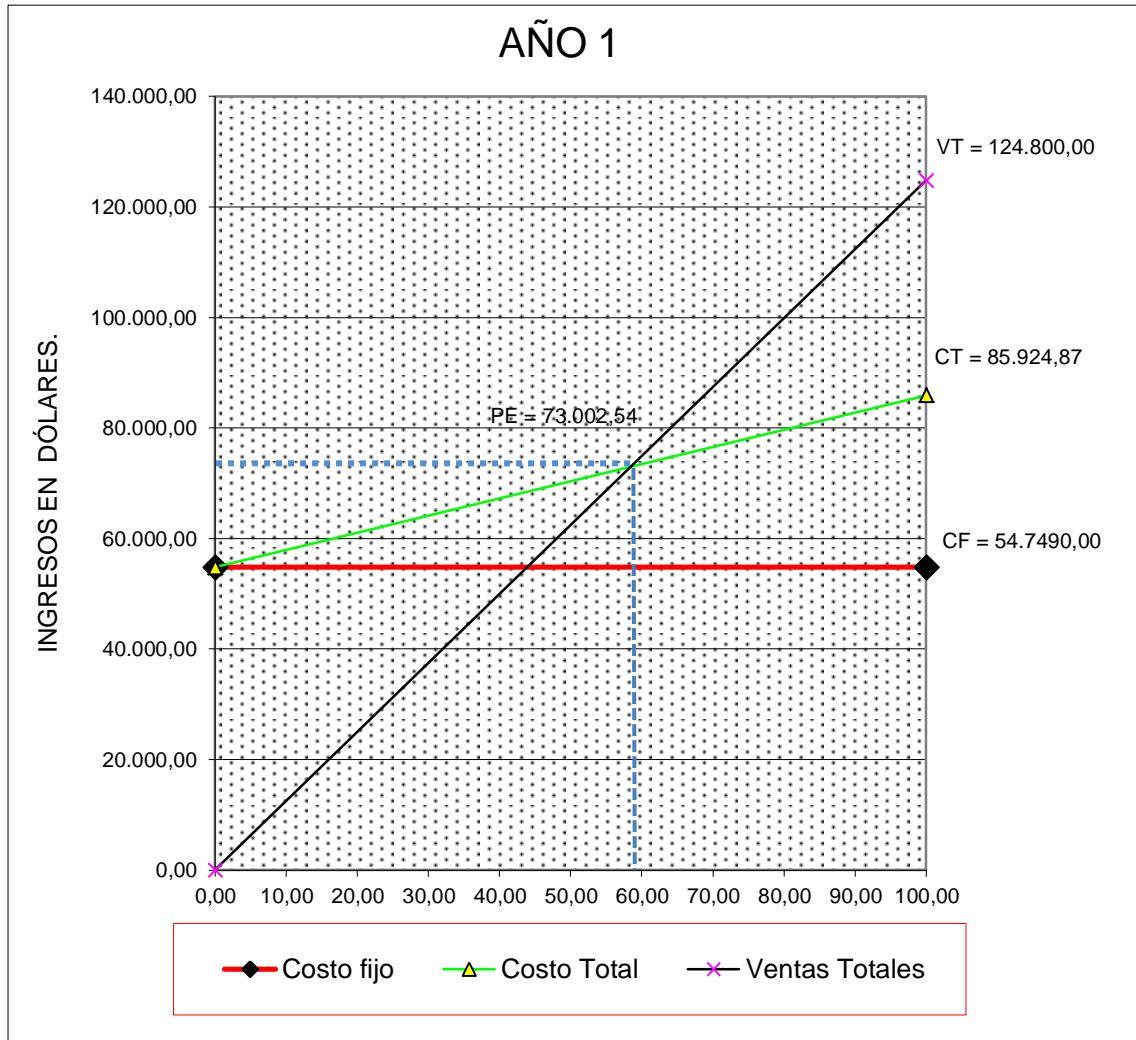
$$PE = \frac{54.790,00}{1 - \left( \frac{31.134,87}{124.800,00} \right)}$$

$$PE = \frac{54.790,00}{1 - (0,249478)}$$

$$PE = \frac{54.790,00}{0,750522}$$

$$PE = 73.002,54$$

**PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD  
INSTALADA Y DE LAS VENTAS      Gráfico N° 31**



**ANÁLISIS:**

El resultado expresado en la representación gráfica del punto de equilibrio, nos indica que el valor de las ventas \$ 124.800,00 y la capacidad instalada de 58,50%; compensan los costos incurridos por la empresa. Cuando las ventas y capacidad instalada están por debajo del punto de equilibrio la empresa obtiene un déficit y cuando se encuentra sobre el punto de equilibrio, obtiene un superávit.

**AÑO 5****1. EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

$$PE = \frac{COSTO FIJO}{INGRESOS - COSTO VARIABLE} \times 100$$

$$PE = \frac{57.848,01}{134.368,00 - 34.623,90} \times 100$$

$$PE = \frac{57.848,01}{99.744,10} \times 100$$

$$PE = 0,5800 \times 100 = 58,00\%$$

**2. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS**

$$PE = \frac{COSTO FIJO}{1 - \left( \frac{COSTO VARIABLE}{INGRESOS} \right)}$$

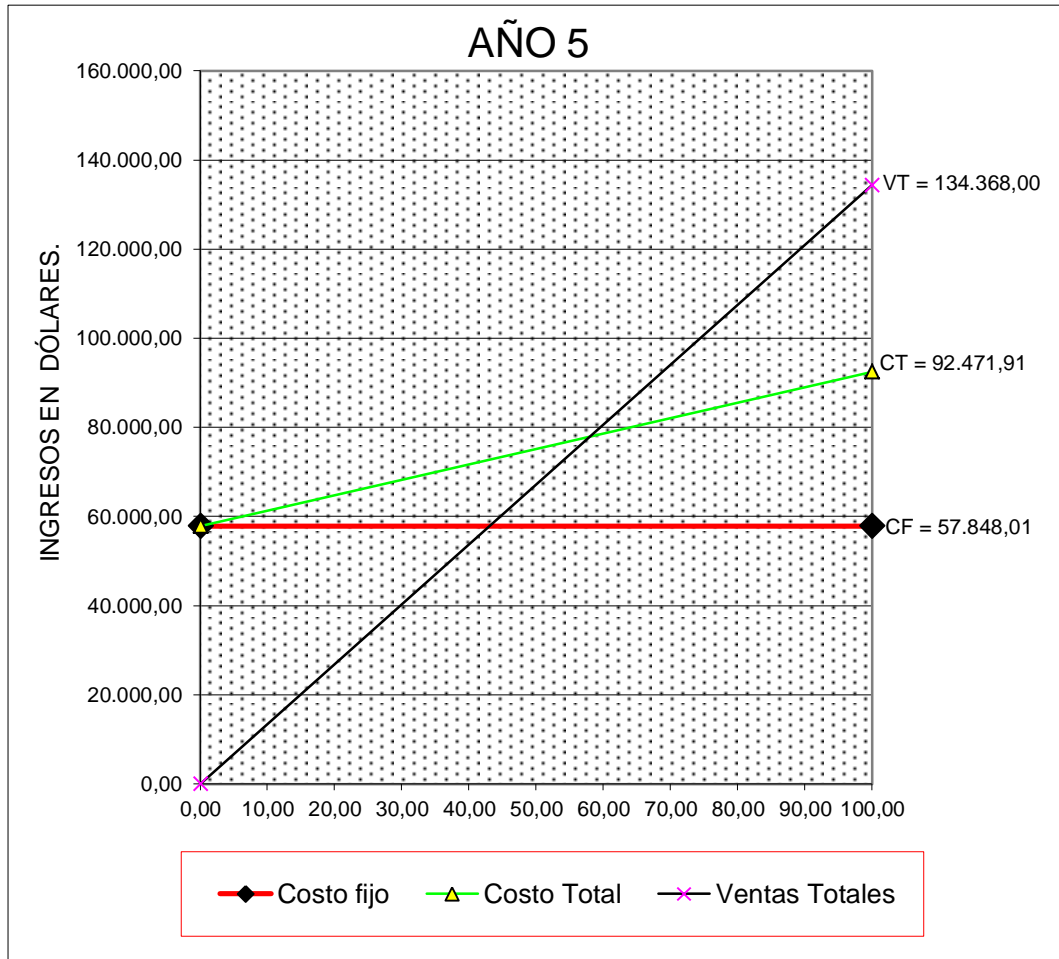
$$PE = \frac{57.848,01}{1 - \left( \frac{34.623,90}{134.368,00} \right)}$$

$$PE = \frac{57.848,01}{1 - (0,257680)}$$

$$PE = \frac{57.848,01}{0,742320}$$

$$PE = 77.928,63$$

**PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD  
INSTALADA Y DE LAS VENTAS      Gráfico N° 32**



**ANALISIS:**

Para el año 5, el punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 58,00% y con un ingreso en las de \$134.368,00, en este punto la empresa no obtiene una ganancia ni una pérdida.

## 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° 48  
FLUJO DE CAJA**

DETALLE	PERÍODOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>					
Ventas	124.800,00	124.464,00	129.417,60	131.040,00	134.368,00
Valor Residual			559,94		4.411,50
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>124.800,00</b>	<b>124.464,00</b>	<b>129.417,60</b>	<b>131.040,00</b>	<b>138.779,50</b>
<b>EGRESOS</b>					
Reinversiones				1840,00	
Costo de Producción	85.924,87	87.475,03	89.081,89	90.746,99	92.471,91
<b>EGRESOS</b>	<b>85.924,87</b>	<b>87.475,03</b>	<b>89.081,89</b>	<b>90.746,99</b>	<b>92.471,91</b>
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>38.875,13</b>	<b>38.988,97</b>	<b>40.335,71</b>	<b>40.293,01</b>	<b>46.307,59</b>
(-) 15% Utilidad Trabajadores	5.831,27	5.848,35	6.050,36	6.043,95	6.946,14
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	<b>33.043,86</b>	<b>33.140,62</b>	<b>34.285,35</b>	<b>34.249,06</b>	<b>39.361,45</b>
(-) 25% Impuesto a la Renta	8.260,97	8.285,16	8.571,34	8.562,26	9.840,36
<b>UTILIDAD LÍQUIDA</b>	<b>24.782,89</b>	<b>24.855,46</b>	<b>25.714,01</b>	<b>25.686,80</b>	<b>29.521,09</b>
Amortización Préstamo Bancario (-)	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
Amortización Diferidos (+)	1.252,40	1.252,40	1.252,40	1.252,40	1.252,40
Depreciaciones (+)	4.167,90	4.167,90	4.167,90	4.167,90	4.167,90
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>11.884,30</b>	<b>11.949,61</b>	<b>12.722,31</b>	<b>12.697,82</b>	<b>16.148,68</b>

## VALOR ACTUAL NETO

El método del Valor Actual Neto consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto.

El VAN representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil. Si el VAN es igual o mayor que cero el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es conveniente.

**CUADRO N° 49**  
**VALOR ACTUAL NETO**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>FACTOR ACTUALIZACIÓN 11%</b>	<b>VALOR ACTUALIZADO</b>
	47.738,47		
1	11.884,30	0,90909091	10.803,91
2	11.949,61	0,82644628	9.875,71
3	12.722,31	0,75187970	9.565,65
4	12.697,82	0,68493151	8.697,14
5	16.148,68	0,62111801	10.030,24
			58.972,65
			47.738,47
			11.234,18

$$FA = 1/(1 + i)^n$$

$$VAN = \sum FNA - INVERSIÓN INICIAL$$

$$VAN = 58.972,65 - 47.738,47$$

$$VAN = \mathbf{11.234,18}$$

Como se puede observar el VAN en los 5 años de proyección es positivo y por lo tanto, con base a este indicador, el proyecto es aceptable ya que crea un valor de \$11.234,18 dólares luego de recuperar la inversión.

### **PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL**

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital.



**CUADRO Nº 50**  
**PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL**

<b>AÑOS</b>	<b>INVERSIÓN</b>	<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>F. ACUMULADO</b>
1		11.884,30	11.884,30
2		11.949,61	23.833,91
3		12.722,31	36.556,22
4	47.738,47	22.697,82	59.254,04
5		16.148,68	65.402,72
		65.402,72	

$$PRC = \text{AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN} + \left( \frac{\text{INVERSIÓN} - \text{SUMA DE PRIMEROS FLUJOS}}{\text{FLUJO NETO AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}} \right)$$

$$PRC = 4 + \left( \frac{37.738,47 - 49.254,04}{12.697,82} \right)$$

$$PRC = 4 + \left( \frac{-11.515,57}{12.697,82} \right)$$

$$PRC = 4 + (-0,91)$$

$$PRC = 3,09$$

**3 Años**

$$0,09 * 12 = 1,08 \quad \mathbf{1 \text{ Mes}}$$

$$0,08 * 30 = 2,40 \quad \mathbf{2 \text{ Días}}$$

El periodo de recuperación de la inversión inicial, será de 3 años, 1 meses, 2 días. Período que es aceptable ya que está dentro de la vida útil estimada para el proyecto.

## TASA INTERNA DE RETORNO

Es el método de evaluación que al igual que el Valor Actualizado Neto, toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. Se define a la TIR como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

**CUADRO Nº 51**  
**TASA INTERNA DE RETORNO**

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACTOR ACTUALIZACIÓN 20%	VAN MENOR	FACTOR ACTUALIZACIÓN 21%	VAN MAYOR
			47.738,47		47.738,47
1	11.884,30	0,833333333	9.903,58	0,82644628	9.821,74
2	11.949,61	0,694444444	8.298,34	0,68493151	8.184,66
3	12.722,31	0,57803468	7.353,94	0,56497175	7.187,75
4	12.697,82	0,48309179	6.134,21	0,46728972	5.933,56
5	16.148,68	0,40160643	6.485,41	0,38610039	6.235,01
			<b>437,01</b>		<b>-375,75</b>

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

$$TIR = 20 + 1,00 \left( \frac{437,01}{437,01 - (-375,75)} \right)$$

$$TIR = 20 + 1,00 \left( \frac{437,01}{812,76} \right)$$

$$TIR = 20 + 1,00 (0,54)$$

$$TIR = 20 + 0,54 = \mathbf{20,54\%}$$

El presente proyecto se acepta, ya que luego de haber realizado los cálculos respectivos la TIR tiene un valor de 20,54% que es mayor al costo de oportunidad asignado en el mismo.

### RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

Este indicador mide el número de unidades monetarias que se obtendría por la inversión realizada. Se calcula dividiendo los ingresos actualizados para los egresos actualizados del proyecto, el factor de actualización tasa de costo de capital.

**CUADRO Nº 52**  
**RELACIÓN BENEFICIO / COSTO**

AÑOS	COSTO ORIGINAL	FACTOR ACTUALIZACIÓN 11%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACTUALIZACIÓN 11%	INGRESO ACTUALIZADO
0						
1	85.924,87	0,90909091	78.113,52	124.800,00	0,90909091	113.454,55
2	87.475,03	0,82644628	72.293,41	124.464,00	0,82644628	102.862,81
3	89.081,89	0,75187970	66.978,86	129.417,60	0,75187970	97.306,47
4	90.746,99	0,68493151	62.155,47	131.040,00	0,68493151	89.753,43
5	92.471,91	0,62111801	57.435,97	134.368,00	0,62111801	83.458,38
			336.977,23			486.835,64

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

$$R (B/C) = \frac{486.835,64}{336.977,23}$$

$$R (B/C) = \mathbf{1,44 \text{ Dólares}}$$

## ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos por ello el análisis se lo efectuará tomando como parámetros un aumento del 18,5% en los costos y una disminución del 14,2% en los ingresos.

## FÓRMULAS

*Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR*

$$\% \text{ de Variación} = \frac{\text{Diferencia entre TIR}}{\text{TIR del Proyecto}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ de Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

**CUADRO N° 53**  
**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO EN LOS COSTOS DEL 18,5%**

AÑO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 18,5%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 18,00%	VAN MENOR	FACTOR ACTUALIZACIÓN 19,00%	VAN MAYOR
0						47.738,47		47.738,47
1	85.924,87	112.346,77	124.800,00	12.453,23	0,84745763	12.453,23	0,84033613	10.464,90
2	87.475,03	114.373,60	124.464,00	10.090,40	0,71818443	10.090,40	0,70616482	7.125,48
3	89.081,89	116.474,57	129.417,60	12.943,03	0,60863087	12.943,03	0,59341581	7.680,60
4	90.746,99	118.651,69	131.040,00	12.388,31	0,51578888	12.388,31	0,49866875	6.177,66
5	92.471,91	120.907,02	134.368,00	13.460,98	0,43710922	13.460,98	0,41904937	5.640,81
						<b>213,08</b>		<b>-649,01</b>

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

$$Nueva TIR = 18 + 1 \left( \frac{213,08}{213,08 - (-649,01)} \right)$$

$$Nueva TIR = 18 + 1 \left( \frac{213,08}{862,09} \right)$$

$$Nueva TIR = 18 + 1 (0.25)$$

$$Nueva TIR = 18 + 0.25$$

$$Nueva TIR = 18,25\%$$

$$\text{Diferencia de TIR} = \text{TIR del Proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$\text{Diferencia de TIR} = 20,54 - 16,25$$

$$\text{Diferencia de TIR} = 3,74\%$$

$$\% \text{ de Variación} = \frac{\text{Diferencia entre TIR}}{\text{TIR del Proyecto}}$$

$$\% \text{ de Variación} = \frac{3,74}{20,54}$$

$$\% \text{ de Variación} = 0,1823$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ de Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{18,23}{18,25}$$

$$\text{Sensibilidad} = 0,998$$

**CUADRO N° 54**  
**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DE LOS INGRESOS DEL 14.2%**

AÑO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL 14.2%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 18%	VAN MENOR	FACTOR ACTUALIZACIÓN 19%	VAN MAYOR
0						47.738,47		47.738,47
1	85.924,87	98.280,00	124.800,00	12.355,13	0,84745763	10.470,45	0,84033613	10.382,46
2	87.475,03	98.015,40	124.464,00	10.540,37	0,71818443	7.569,93	0,70616482	7.443,24
3	89.081,89	101.916,36	129.417,60	12.834,47	0,60863087	7.811,45	0,59341581	7.616,18
4	90.746,99	103.194,00	131.040,00	12.447,01	0,51578888	6.420,03	0,49866875	6.206,93
5	92.471,91	105.814,80	134.368,00	13.342,89	0,43710922	5.832,30	0,41904937	5.591,33
						<b>365,69</b>		<b>-498,33</b>

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

$$Nueva TIR = 18 + 1 \left( \frac{365,69}{365,69 - (-498,33)} \right)$$

$$Nueva TIR = 18 + 1 \left( \frac{365,69}{864,02} \right)$$

$$Nueva TIR = 18 + 1 (0.42)$$

$$Nueva TIR = 18 + 0.42$$

$$Nueva TIR = 18,42\%$$

$$\text{Diferencia de TIR} = \text{TIR del Proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$\text{Diferencia de TIR} = 20,54 - 16,42$$

$$\text{Diferencia de TIR} = 3,77\%$$

$$\% \text{ de Variación} = \frac{\text{Diferencia entre TIR}}{\text{TIR del Proyecto}}$$

$$\% \text{ de Variación} = \frac{3,77}{20,54}$$

$$\% \text{ de Variación} = 0,1839 * 100\%$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ de Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{18,39}{18,42}$$

$$\text{Sensibilidad} = 0,997$$

Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores a 1 por lo tanto no afectan al proyecto, los cambios en los ingresos y los costos, disminuidos o incrementados en un 18,5% y en un 14,2% respectivamente; es decir el proyecto no es sensible a estos cambios como se puede demostrar al calcular los demás índices.



## **h. CONCLUSIONES**

En base al desarrollo de la presente investigación se llegó a determinar las siguientes conclusiones;

- Según el Estudio de Mercado se pudo determinar que las empresas de la localidad, en su mayoría están dirigidas empíricamente por personas carentes de conocimientos básicos en el campo de la administración, lo que les imposibilita establecer una empresa.
- El uso de productos derivados del maíz en el Ecuador cada vez se va incrementando debido a sus valores nutritivos y sus proteínas y con tendencia a incrementar a largo plazo.
- La implementación de la producción de empanadas de maíz cubrirá las necesidades de los consumidores del entorno y además encontrar el producto en lugares cerca a sus casas.
- El Estudio Técnico permitió estimar el sitio adecuado para la producción de empanadas de maíz, que estará ubicado en las calles Manuel José Aguirre entre José Picoita y Venezuela.
- El precio de venta para los clientes es de 2,00 dólares, para el primer año, con el porcentaje de utilidad del 45%.

- El valor actual neto que genera el flujo de caja del proyecto es de \$11.234,18 lo cual verifica que los beneficios son mayores a los costos, es decir el proyecto es factible.
- La Tasa Interna de Retorno es de 20,54% siendo mayor a la tasa de descuento del crédito que es de 11,00% por lo cual el proyecto es factible.
- De acuerdo a los resultados obtenidos en la evaluación financiera por cada dólar invertido en el proyecto se genera una utilidad de \$1,44 centavos de dólar.

## **i. RECOMENDACIONES**

Al término del presente trabajo de investigación es conveniente realizar las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda poner en marcha el presente proyecto, ya que constituye una oportunidad de inversión, factible de ejecutar.
- Se recomienda la aplicación del Marketing, para mantener y ganar posicionamiento en el mercado, mejorar los canales de distribución, comercialización directa con el consumidor elevando su nivel de publicidad y realizando promociones que motiven las ventas.
- Para implementar una empresa se de producción o servicio es aconsejable realizar un estudio de mercado, ya que es el punto de partida del proyecto, con el fin de minimizar riesgos, de tal forma que garantice su rentabilidad y éxito en el mercado.
- Para la determinación del precio de venta al público se debe tomar en cuenta los costos de producción, como también el precio de la competencia.
- Se debe tener en cuenta las regulaciones existentes en el país en lo que se refiere a las tasas de interés e inflación y los incrementos salariales que se dan.

- Se recomienda la ejecución del proyecto ya que mediante la aplicación de los indicadores económicos se pudo determinar la factibilidad de su ejecución; En efecto el proyecto es una oportunidad innovadora de inversión ya que el estudio y la evaluación financiera se ha podido determinar la rentabilidad del proyecto.
- Fomentar la inversión en proyectos factibles cuyos montos sean accesibles, en términos de capital propio o créditos financieros, para incentivar el espíritu empresarial de los Lojanos.
- La puesta en marcha del proyecto, significara la creación de plazas de trabajo contribuyendo en forma directa a disminuir el índice de desempleo.

## **j. BIBLIOGRAFÍA**

- ✓ ALARCON Cesar Augusto. Al futuro con la Microempresa
- ✓ ARELLANO Rolando. Marketing. Enfoque América Latina
- ✓ BACA URBINA Gabriel. Evaluación de Proyectos. Tercera edición.
- ✓ BACA URBINA, G.; 1998; "Evaluación de Proyectos – Análisis y Administración del riesgo Ed. McGraw-Hill; México.
- ✓ BENGOCHEA PUJOL Bruno. Diccionario de Marketing
- ✓ CORDOVA, Marcial Formulación y Evaluación de Proyectos.
- ✓ MIRANDA, M, Juan, "Gestión de Proyectos" Edición 4, 2003
- ✓ REYES ONCE AGUSTÍN. Administración de Empresas. Edit. Limusa México 1982
- ✓ SAPAG CHAIN Reinaldo y Nassier. Preparación y Evaluación de Proyectos. Cuarta Edición
- ✓ SAPAG CHAIN, Nassio, Preparación y Evaluación de Proyectos.
- ✓ UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, Administración Financiera, Guía Didáctica para la Carrera de Administración de Empresas Módulo VI, Loja- Ecuador. 2005

- ✓ UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, Carrera de Administración de Empresas. Módulo 9 “Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión” Año 2011-2012.
- ✓ <http://suite101.net/article/el-maiz-su-origen-historia-y-expansion-a41960>
- ✓ [https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CCsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.iniap.gob.ec%2Fsite%2Fimages%2Fstories%2Fdescargas%2Fproyectos\\_inversion\\_iniap%2Fpriorizados\\_senplades%2Ffortalecimiento\\_institucional%2FMatrices%2FWord%2Fmatrizmaizsantacata.doc&ei=gbezUsGdKMqzKAAe\\_mYGYCQ&usg=AFQjCNHemFSulDyV9s2UTjMvbNw2XFBYFQ&sig2=2m2R7NQqvmOpVQWh0loD4g&bvm=bv.58187178,d.cWc](https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CCsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.iniap.gob.ec%2Fsite%2Fimages%2Fstories%2Fdescargas%2Fproyectos_inversion_iniap%2Fpriorizados_senplades%2Ffortalecimiento_institucional%2FMatrices%2FWord%2Fmatrizmaizsantacata.doc&ei=gbezUsGdKMqzKAAe_mYGYCQ&usg=AFQjCNHemFSulDyV9s2UTjMvbNw2XFBYFQ&sig2=2m2R7NQqvmOpVQWh0loD4g&bvm=bv.58187178,d.cWc)
- ✓ <http://www.aulafacil.com/administracionempresas/Lecc-19.htm>
- ✓ [http:// www.cepymes.es](http://www.cepymes.es)

## **k. ANEXOS**

### **ANEXO Nº 1**

#### **FICHA DE RESUMEN**

##### **TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE EMPANADAS DE MAÍZ Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE LOJA”**

##### **PROBLEMÁTICA**

Las nuevas tendencias mundiales exigen que las nuevas empresas sean flexibles para que puedan adecuarse a los nuevos cambios y retos a los que se verán enfrentadas con el día a día. Fundamentalmente a nivel mundial las empresas son un elemento que influyen para mejorar el estilo de vida de las sociedades.

A nivel nacional la falta de emprendimiento se convierte en una gran barrera para poder iniciar cualquier tipo de negocio, es por ello que muchas personas toman decisiones apresuradas, prefieren emigrar a crear nuevas empresas abandonando sus hogares provocando conflictos familiares.

Es importante tomar en cuenta que para emprender un negocio se debe realizar un proceso que sin iniciativa, ni perseverancia se podrá cumplir a cabalidad, porque muchas veces las personas que intentan poner un negocio carecen de la información necesaria y adecuada para poder implementar el mismo ya que no es una tarea sencilla.

Las empresas de hoy no son las mismas de ayer, los cambios que diariamente surgen en el mundo influyen notoriamente en el diario accionar de cada empresa; las mismas que deben ajustarse a estos cambios.

Hoy en día en la ciudad de Loja elaborar y evaluar proyectos de inversión, ya no está basada solamente en implementar los mismos negocios repetitivos; sino que lo que hoy se necesita es entender la realidad, innovar para cambiar y poder competir.

Son algunos los factores que intervienen para que la sociedad no se encuentre preparada para enfrentar los cambios futuros y para decidirse a crear su microempresa. Como la falta de tecnología para la microempresa, no tener la capacitación necesaria, la falta de conocimientos, falta de iniciativa y emprendimiento.

Sin embargo no podemos dejar de lado que la mayoría de personas siempre ponen una resistencia al producto nuevo, talvés por el simple hecho de que es nuevo, desconocen de sus beneficios, no saben si su calidad será buena o mala.



Es quizá por ello que muchas personas por temor a arriesgarse a implementar y a que todo no salga como lo espera en su negocio decide no ponerlo en marcha, esto es generado por: desmotivación, desconocimiento del proyecto, resistencia, entre otros.

Después de analizar el tema, he llegado a la conclusión del siguiente problema el mismo que se detalla a continuación:

**“La falta de establecimientos que provean alimentos sanos y que exista una fábrica que provea a las familias lojanas y a los establecimientos proveedores de comida; alimentos como las empanadas de maíz de valor proteínico y agradables al paladar, hace que la comida tradicional Lojana se pierda que la materia prima como el maíz no se aproveche dejando al consumidor expuesto a optar por alimentación poco saludable que puede dañar su salud”.**

Es importante también recalcar que no existen empresas competitivamente fuertes, ya que existen de otro tipo de empanadas pero específicamente las de maíz al momento no se ha puesto como opción al público lojano.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

- Realizar el “Estudio de factibilidad para la creación de una Empresa Productora de Empanadas de Maíz y su Comercialización en la Provincia de Loja.”

### **Objetivos Específicos**

- Realizar el estudio de mercado para establecer la demanda y oferta; y con ello el volumen de la demanda insatisfecha existente; para luego proponer un plan de comercialización.
- Determinar el estudio técnico que permita establecer el tamaño, localización y macro localización e ingeniería del proyecto.
- Realizar un estudio administrativo y jurídico legal, planear el direccionamiento estratégico, la estructura organizacional, el marco jurídico legal y la política de personal de la futura empresa
- Determinar el estudio económico-financiero que posibilite determinar las inversiones necesarias para poner en marcha el proyecto.
- Realizar un estudio de evaluación financiera en la que se determinará la rentabilidad, Costos, Gastos, VAN, TIR, Balances del proyecto.

## **METODOLOGÍA**

En la presente investigación se utilizarán diversos métodos, procedimientos y técnicas que permitirán la sujeción de manera planificada y sistematizada:

### **MÉTODOS**

- ✓ **Deductivo.-** Este método permitirá seleccionar el objeto de estudio para poder delimitarlo y formular el problema para lo cual se hará un análisis de la realidad global a la realidad local; además ayudará a desarrollar la revisión de literatura por que se analizará los temas generales relacionados con la Elaboración de Proyectos, para llegar a obtener resultados particulares de cada uno de ellos como el estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero etc, para la empresa productora de empanadas de maíz.
- ✓ **Inductivo,** Se lo utilizará para analizar los gustos y preferencias de los consumidores, se lo empleará para analizar la población o familias así como estudio de mercado, estudio técnico, administrativo y económico es decir permitió conocer la factibilidad del proyecto
- ✓ **Analítico.-** Se lo utilizará en la Evaluación del Proyecto donde se estudiará separadamente cada parte que comprende un estudio de factibilidad para luego unirlos y obtener la determinación de la aceptación y comercialización del producto.

- ✓ **Descriptivo.-** Se aplicará en la redacción del proyecto, especialmente en lo referente a la interpretación racional y el análisis objetivo de los hechos en la descripción de la información obtenida y de la información que se aplicará en la construcción de todas las fases del presente proyecto.
- ✓ **Estadístico.-** Permitirá presentar en una forma clara, gráfica y porcentual; los resultados mediante cuadros y gráficos estadísticos.
- ✓ **Matemático.-** Este método ayudará en el desarrollo del presente proyecto, con respecto a la realización para la parte matemática del trabajo, correspondiente a estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y evaluación financiera.

## **TÉCNICAS**

Para el proceso de recopilación,, análisis y procesamiento de los datos se utilizará técnicas como:

- ✓ **REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA**

Permitirá recolectar información necesaria de los términos que se utilizarán en el transcurso del proceso de investigación, además orientará en el trabajo realizado.

✓ **OBSERVACIÓN DIRECTA**

Esta técnica permitirá observar el fenómeno en estudio, hecho o caso, para tomar información oportuna y registrarla en los análisis realizados en el proyecto.

✓ **ENCUESTA**

Para la elaboración de las encuestas se realizará un cuestionario en el que constarán preguntas previamente analizadas para la obtención de información adecuada, la misma que servirá de gran ayuda para la elaboración del proyecto. Esta encuesta será aplicada a las familias que conforman los diferentes cantones de la provincia de Loja.

Mediante esta técnica se podrá obtener información real sobre la acogida de la **“CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE EMPANADAS DE MAÍZ Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE LOJA”**

**DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA**

De acuerdo al último censo poblacional realizado y según los datos establecidos por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) del año 2010 tenemos que la población de la provincia de Loja es de 448.966 habitantes, esta cantidad poblacional proyectada para el 2013 con una

tasa de crecimiento del 1,1% se obtuvo 463.945 habitantes. Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

$$P_f = P_o (1 + t)^n$$

### En Donde:

$P_f$  = Población final (2013)

$P_o$  = Población inicial (2010)

$t$  = Tasa de Crecimiento (INEC 1,1%)

$n$  = Número de Períodos (3)

$$P_{2013} = P_{2010}(1 + t)^n$$

$$P_{2013} = 448.966(1 + 1,1)^3$$

$$P_{2013} = 463.945$$

$$P_{2013} = \frac{463.945}{4} = 115.986 \text{ familias}$$

### TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

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

### Donde

$n$  = Tamaño de la muestra

$N$  = Población

$e^2$  = Error de estimación

$1$  = Desviación

$$n = \frac{115.986}{1 + 115.986(0,05)^2}$$

$$n = \frac{115.986}{290,965}$$

$n = 398$  encuestas aplicadas a las familias de la Provincia de Loja

### DISTRIBUCION DE LA POBLACIÓN POR CANTONES

CANTONES	POBLACIÓN 2013	POBLACIÓN POR FAMILIA	NÚMERO DE ENCUESTAS	PORCENTAJE
Calvas	29.125	7.281	23	6
Catamayo	31.660	7.915	28	7
Celica	14.951	3.738	12	3
Chaguarpamba	7.400	1.850	8	2
Espíndola	15.293	3.823	12	3
Gonzanamá	13.140	3.285	12	3
Loja	222.023	55.506	191	48
Macará	19.653	4.913	16	4
Olmedo	5.032	1.258	4	1
Paltas	24.595	6.149	20	5
Pindal	8.933	2.233	8	2
Puyango	16.031	4.008	12	3
Quilanga	4.482	1.121	4	1
Saraguro	31.190	7.798	28	7
Sozoranga	7.714	1.929	8	2
Zapotillo	12.723	3.181	12	3
<b>TOTAL</b>	<b>463.945</b>	<b>115.986</b>	<b>398</b>	<b>100</b>

## ANEXO Nº 2



### UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Como estudiante del Décimo Módulo de la carrera de Administración de Empresas me encuentro empeñado en elaborar un “ **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE EMPANADAS DE MAIZ Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA**”, para lo cual le pido de la manera más comedida y respetuosa se digne contestar las siguientes preguntas:

**1. ¿Cuál es el ingreso mensual que usted recibe?**

*Marque con una (x) la respuesta que se ajuste a su ingreso*

- 1 - 318 ( )  
 320 – 600 ( )  
 600 - 800 ( )  
 800 - 1000 ( )  
 1000 en Adelante ( )

**2. ¿En su alimentación usted consume productos derivados del maíz?**

*Marque con una (x) la respuesta que usted estime conveniente*

- SI ( )  
 NO ( )

Cuáles:

.....

**3. ¿Conoce usted las ventajas que le brinda el consumir empanadas de maíz?**

*Marque con una (x) la respuesta que usted estime conveniente*

- SI ( )  
 NO ( )

**4. En su alimentación diaria le gustaría consumir empanadas de maíz que tengan los beneficios de Fibra, Vitamina A, Vitamina B1, Vitamina B2, Vitamina B3, Vitamina B9, Vitamina B12, Vitamina D, Proteínas, Calcio y Fosforo**

*Marque con una (x) la respuesta que usted estime conveniente*

- SI ( )  
 NO ( )

Por qué:

.....



**5. ¿Determine Ud. cuantas veces le gustaría consumir las empanadas de maíz?**

*Marque con una (x) la respuesta que estime conveniente*

- |                       |     |                        |     |
|-----------------------|-----|------------------------|-----|
| Todos los días        | ( ) | Una vez a la semana    | ( ) |
| Dos veces a la semana | ( ) | Tres veces a la semana | ( ) |
| Mensual               | ( ) | Semestral              | ( ) |
| Anual                 | ( ) | Nunca                  | ( ) |

**6. ¿Al momento de adquirir el producto cuál de las siguientes características es de mayor relevancia para usted?**

*Marque con una (x) la respuesta que estime conveniente*

- |          |     |
|----------|-----|
| Calidad  | ( ) |
| Cantidad | ( ) |
| Precio   | ( ) |
| Envase   | ( ) |
| Marca    | ( ) |
| Otro     | ( ) |

Mencione:

.....

**7. ¿Cuál sería el tipo de envase que más le gustaría que tenga el producto?**

*Marque con una (x) la respuesta que estime conveniente*

- |                       |     |
|-----------------------|-----|
| Fundas de Polietileno | ( ) |
| Cartón y Plástico     | ( ) |
| Otros                 | ( ) |

Explique:

.....

**8. ¿Cuáles serían los medios de publicidad que preferiría que se promocióne el producto?**

*Marque con una (x) la respuesta que estime conveniente*

- |                      |     |
|----------------------|-----|
| Televisión           | ( ) |
| Radio                | ( ) |
| Prensa Escrita       | ( ) |
| Gigantografías       | ( ) |
| Vallas Publicitarias | ( ) |
| Internet             | ( ) |

**9. ¿Qué emisora de Radio o canal de Televisión Ud. sintoniza?**

.....

**10. ¿En qué horario sintoniza Ud, la Radio o Televisión?**

*Marque con una (x) la respuesta que estime conveniente*

- |          |     |
|----------|-----|
| Mañana   | ( ) |
| Mediodía | ( ) |
| Tarde    | ( ) |

Noche ( )

**11. ¿En dónde preferiría adquirir las empanadas de maíz?**

*Marque con una (x) la respuesta que usted estime conveniente*

Autoservicios	( )	Supermercados	( )
Bodegas	( )	Mercados	( )
Tiendas	( )	Otros	( )

Indique:

.....

**12. ¿Le gustaría recibir algún tipo de promoción por parte de la empresa?**

*Marque con una (x) la respuesta que usted estime conveniente*

SI ( )  
NO ( )

Cuáles:

.....

**13. ¿Conoce alguna empresa que brinde este producto en la provincia de Loja?**

*Marque con una (x) la respuesta que usted estime conveniente*

SI ( )  
NO ( )

Indique:

.....

**14. ¿Indique, al momento de adquirir el producto; cuál de las siguientes presentaciones Ud, preferiría?**

*Marque con una (x) la respuesta que usted estime conveniente*

Empaque de 3 Unidades ( )  
Empaque de 4 Unidades ( )  
Empaque de 5 Unidades ( )  
Empaque de 6 Unidades ( )

**15. ¿Cuántas empanadas de maíz consumiría usted semanalmente?**

*Marque con una (x) la respuesta que usted estime conveniente*

1 a 5 empanadas	( )	15 a 20 empanadas	( )
5 a 10 empanadas	( )	20 a 25 empanadas	( )
10 a 15 empanadas	( )	Más de 25 empanadas	( )

**16. ¿Cuánto está dispuesto a pagar usted por una funda de 10 empanadas de maíz?**

*Marque con una (x) la respuesta que usted estime conveniente*

\$ 1,25	( )	\$ 2,50	( )
\$ 1,50	( )	\$ 3,00	( )
\$ 2,00	( )	Más de \$ 3,00	( )

**17. ¿En caso de crear una empresa productora y comercializadora de empanadas de maíz en la provincia de Loja, le gustaría consumir su producto?**

*Marque con una (x) la respuesta que estime conveniente*

SI            ( )

NO            ( )

Por qué:

.....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

### ANEXO N° 3

#### PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

CANT.	UNID. MEDIDA	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL
600	Libras	Maíz	0,20	120,00	1.440,00
<b>TOTAL 1<sup>er</sup> Año</b>		3.000 paquetes		120,00	1.440,00

ELABORACIÓN: El Autor

### ANEXO N° 3.A

#### PROYECCIÓN PARA MATERIA PRIMA DIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,70%
1	1.440,00
2	1478,88
3	1518,81
4	1559,82
5	1601,93

FUENTE: Tasa de inflación 2,70% Año 2013

ELABORACIÓN: El Autor

### ANEXO N°4

#### PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA

CANT.	UNID. MEDIDA	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
120	Onzas	Sal onzas	0,10	12,00	144,00
120	Libras	Queso mozzarella	4,50	540,00	6.480,00
120	Onzas	Ceniza	0,05	6,00	72,00
3000	Unidades	Platos desechables	0,05	150,00	1.800,00
2000	Metros	Siploch plástico	0,10	200,00	2.400,00
<b>TOTAL</b>				680,00	10.896,00

ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO N° 4.A

### PROYECCIÓN PARA MATERIA PRIMA INDIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,70%
1	10.896,00
2	11190,19
3	11492,33
4	11802,62
5	12121,29

FUENTE: Tasa de inflación 2,70% Año 2013

ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO N° 5

### PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA OBREROS

DESCRIPCIÓN	2 OBREROS
<b>REMUNERACIONES</b>	
Salario Básico	340,00
13° Sueldo	26,50
14° Sueldo	26,50
Aporte Patronal (11,15%)	35,46
IECE (0,50%)	1,59
SECAP (0,50%)	1,59
Vacaciones	13,25
<b>TOTAL</b>	<b>422,89</b>
Número de empleados	2
<b>Total Mensual</b>	<b>845,78</b>
<b>Total Anual</b>	<b>10.149,36</b>

FUENTE: Tabla Tributaria 2013 (a partir del segundo año se paga fondos de reserva)

ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO N° 5.A

### PROYECCIÓN PARA MANO DE OBRA DIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,70%
1	10.149,36
2	10.423,39
3	10.704,82
4	10.993,85
5	11.290,69

FUENTE: Tasa de inflación 2,70% Año 2013

ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO N° 6

### PRESUPUESTO MANO DE OBRA NDIRECTA

DESCRIPCIÓN	1 JEFE DE PRODUCCIÓN
<b>REMUNERACIONES</b>	
Salario Básico	350,00
13° Sueldo	29,17
14° Sueldo	26,50
Aporte Patronal (11,15%)	39,03
IECE (0,50%)	1,75
SECAP (0,50%)	1,75
Vacaciones	13,25
<b>TOTAL</b>	<b>461,45</b>
Número de empleados	1
<b>Total Mensual</b>	<b>461,45</b>
<b>Total Anual</b>	<b>5.537,40</b>

FUENTE: Tabla Tributaria 2013 (a partir del segundo año se paga fondos de reserva)

ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO N° 6.A

### PROYECCIÓN PARA MANO DE OBRA INDIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,70%
1	5.537,40
2	5.686,91
3	5.840,46
4	5.998,15
5	6.160,10

FUENTE: Tasa de inflación 2,70% Año 2013

ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO N° 7

### PRESUPUESTO PARA MAQUINARIA Y EQUIPO

CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Molino Eléctrico	650,00	650,00
1	Amasadora	1.800,00	1.800,00
1	Moldeadora de tortillas	2.400,00	2.400,00
1	Moldeadora de empanadas	2.000,00	2.000,00
1	Balanza	710,00	710,00
1	Cocina de Gas	650,00	650,00
<b>TOTAL</b>			<b>6.590,00</b>

FUENTE: Almacenes de Cuenca

ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO N° 7.A

### DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO

VALOR DEL ACTIVO: 6.590,00		AÑOS DE VIDA UTIL: 5 años DEPRECIACIÓN: 10%		
AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	6.590,00	659,00		6.590,00
1	6.590,00		1.186,20	5.403,80
2	5.403,80		1.186,20	4.217,60
3	4.217,60		1.186,20	3.031,40
4	3.031,40		1.186,20	1.845,20
5	1.845,20		1.186,20	659,00

## ANEXO N° 8

### PRESUPUESTO MOBILIARIO PARA LA PRODUCCIÓN

CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Mesas Metálicas	120,00	240,00
2	Perchas de aluminio	80,00	160,00
2	Sillas	13,00	26,00
<b>TOTAL</b>			<b>426,00</b>

FUENTE: Almacenes de Cuenca

ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO N° 8.A

### DEPRECIACIÓN DE MOBILIARIO PARA LA PRODUCCIÓN

<b>VALOR DEL ACTIVO:</b>		426,00		
<b>AÑOS DE VIDA UTIL:</b>		5 años		
		<b>DEPRECIACIÓN:</b> 10%		
AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	426,00	42,60		426,00
1	426,00		76,68	349,32
2	272,64		76,68	272,64
3	195,96		76,68	195,96
4	119,28		76,68	119,28
5	349,32		76,68	42,60

## ANEXO N° 9

### PRESUPUESTO PARA EQUIPO DE OFICINA

CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Sumadora	75,00	75,00
2	Telefax	250,00	500,00
<b>TOTAL</b>			<b>575,00</b>

FUENTE: Gráficas Santiago

ELABORACIÓN: El Autor



## ANEXO N° 9.A

### DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA

<b>VALOR DEL ACTIVO:</b> 575,00				
<b>AÑOS DE VIDA UTIL:</b> 5 años <b>DEPRECIACIÓN:</b> 10%				
AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	575,00	57,50		575,00
1	575,00		103,5	471,50
2	471,50		103,5	368,00
3	368,00		103,5	264,50
4	264,50		103,5	161,00
5	161,00		103,5	57,50

## ANEXO N° 10

### PRESUPUESTO PARA EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Computadoras ACER	680,00	1360,00
2	Impresoras multifunción	90,00	180,00
2	UPS Acumulador de energía	70,00	140,00
<b>TOTAL</b>			<b>1680,00</b>

FUENTE: SETCOM PC  
ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO N° 10.A

### DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

<b>VALOR DEL ACTIVO:</b> 1.680,00				
<b>AÑOS DE VIDA UTIL:</b> 5 años <b>DEPRECIACIÓN:</b> 33%				
AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	1.680,00	554,40		1.680,00
1	1.680,00		225,12	1.454,88
2	1.454,88		225,12	1.229,76
3	1.229,76		225,12	1.004,64
4	1.004,64		225,12	779,52
5	779,52		225,12	554,40

**ANEXO Nº 11****PRESUPUESTO PARA MANTENIMIENTO EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
El mantenimiento corresponde al 1% mensual del valor del activo	16,80	202,00
<b>TOTAL</b>	<b>16,80</b>	<b>202,00</b>

**ANEXO Nº 11.A****PROYECCIÓN PARA MANTENIMIENTO EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,70%
1	202,00
2	207,45
3	213,06
4	218,81
5	224,72

FUENTE: Tasa de inflación 2,70% Año 2013

ELABORACIÓN: El Autor

**ANEXO Nº 12****PRESUPUESTO PARA MOBILIARIO DE ADMINISTRACIÓN**

CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Escritorio	160,00	320,00
2	Sillas Giratorias	100,00	200,00
4	Sillas de Espera	20,00	80,00
1	Archivador	80,00	80,00
1	Papelera	20,00	20,00
<b>TOTAL</b>			<b>700,00</b>

FUENTE: PROVE MUEBLE

ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO Nº 12.A

### DEPRECIACIÓN DE MOBILIARIO DE ADMINISTRACIÓN

<b>VALOR DEL ACTIVO:</b> 700,00				
<b>AÑOS DE VIDA UTIL:</b> 5 años <b>DEPRECIACIÓN:</b> 10%				
AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	700,00	70		700,00
1	700,00		126,00	574,00
2	574,00		126,00	448,00
3	448,00		126,00	322,00
4	322,00		126,00	196,00
5	196,00		126,00	70,00

## ANEXO Nº 13

### PRESUPUESTO PARA VEHÍCULO

CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Camioneta Toyota	15.000,00	15.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>15.000,00</b>

FUENTE: EDDY CARS  
ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO Nº 13.A

### DEPRECIACIÓN DE VEHÍCULO

<b>VALOR DEL ACTIVO:</b> 15.000,00				
<b>AÑOS DE VIDA UTIL:</b> 5 años <b>DEPRECIACIÓN:</b> 20%				
AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	15.000,00	3.000,00		15.000,00
1	15.000,00		2.400,00	12.600,00
2	12.600,00		2.400,00	10.200,00
3	10.200,00		2.400,00	7.800,00
4	7.800,00		2.400,00	5.400,00
5	5.400,00		2.400,00	3.000,00

**ANEXO Nº 14****PRESUPUESTO PARA MANTENIMIENTO VEHÍCULO**

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
El mantenimiento corresponde al 2% mensual del valor del activo	300,00	3.600,00
<b>TOTAL</b>	<b>300,00</b>	<b>3.600,00</b>

**ANEXO Nº 14.A****PROYECCIÓN PARA MANTENIMIENTO VEHICULO**

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,70%
1	3.600,00
2	3.697,20
3	3.797,02
4	3.899,54
5	4.004,83

FUENTE: Tasa de inflación 2,70% Año 2013

ELABORACIÓN: El Autor

**ANEXO Nº 15****PRESUPUESTO PARA HERRAMIENTAS**

CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Caja de Herramientas	120,00	240,00
2	Aceiteras para máquinas	20,00	40,00
<b>TOTAL</b>			<b>280,00</b>

FUENTE: FERRITODO

ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO N° 15.A

### DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTAS

<b>VALOR DEL ACTIVO:</b> 280,00				
<b>AÑOS DE VIDA UTIL:</b> 5 años		<b>DEPRECIACIÓN:</b> 20%		
AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	280,00	28,00		280,00
1	280,00		50,40	229,60
2	229,60		50,40	179,20
3	179,20		50,40	128,80
4	128,80		50,40	78,40
5	78,40		50,40	28,00

## ANEXO N° 16

### PRESUPUESTO PARA SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN

CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
4	Guantes	28,00	112,00
2	Delantales de cuerosil	15,00	30,00
2	Mascarillas	4,00	8,00
2	Ollas Industriales	60,00	120,00
2	Jarras	3,00	6,00
2	Recipientes	4,00	8,00
3	Manteles	1,50	4,50
4	Cucharas Grandes	1,75	7,00
<b>TOTAL</b>			<b>295,50</b>

**FUENTE:** Almacenes de la Ciudad

**ELABORACIÓN:** El Autor

**ANEXO Nº 16.A****PROYECCIÓN PARA SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL INC. 2,70%</b>
1	295,50
2	303,48
3	311,67
4	320,09
5	328,73

FUENTE: Tasa de inflación 2,70% Año 2013

ELABORACIÓN: El Autor

**ANEXO Nº 17****PRESUPUESTO PARA COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES**

<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
48	Gas Industrial	20,00	960,00
	Gasolina	50,00	600,00
	Lubricantes	15,00	180,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.740,00</b>

FUENTE: Almacenes de la Ciudad

ELABORACIÓN: El Autor

**ANEXO Nº 17.A****PROYECCIÓN PARA COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL INC. 2,70%</b>
1	1.740,00
2	1.786,98
3	1.835,23
4	1.884,78
5	1.935,67

FUENTE: Tasa de inflación 2,70% Año 2013

ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO Nº 18

### PRESUPUESTO PARA CONSUMO DE SERVICIOS BÁSICOS PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Consumo de energía eléctrica	50,00	600,00
Consumo de agua potable	55,00	660,00
Consumo de teléfono	12,50	150,00
<b>TOTAL</b>		<b>1.410,00</b>

FUENTE: EERSSA, UMAPAL Y CNT

ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO Nº 18.A

### PROYECCIÓN PARA CONSUMO DE SERVICIOS BÁSICOS PRODUCCIÓN

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,70%
1	1.410,00
2	1.448,07
3	1.487,17
4	1.527,32
5	1.568,56

FUENTE: Tasa de inflación 2,70% Año 2013

ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO Nº 19

### PRESUPUESTO PARA CONSUMO DE SERVICIOS BÁSICOS ADMINISTRACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Consumo de energía eléctrica	25,00	300,00
Consumo de agua potable	17,00	204,00
Consumo de teléfono	9,50	114,00
<b>TOTAL</b>		<b>618,00</b>

FUENTE: EERSSA, UMAPAL Y CNT

ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO Nº 19.A

### PROYECCIÓN PARA CONSUMO DE SERVICIOS BÁSICOS ADMINISTRACIÓN

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,70%
1	618,00
2	634,69
3	651,82
4	669,42
5	687,50

FUENTE: Tasa de inflación 2,70% Año 2013  
ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO Nº 20

### PRESUPUESTO PARA SUMINISTROS DE OFICINA

CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
4	Resmas de Papel Bond	4,00	16,00
1	Caja de Lápices	2,40	2,40
1	Caja de Esferográficos	3,12	3,12
	Otros		3,48
<b>TOTAL</b>			<b>25,00</b>

FUENTE: Almacenes de la Ciudad  
ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO Nº 20.A

### PROYECCIÓN PARA SUMINISTROS DE OFICINA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,70%
1	25,00
2	25,68
3	26,37
4	27,08
5	27,81

FUENTE: Tasa de inflación 2,70% Año 2013  
ELABORACIÓN: El Autor



## ANEXO Nº 21

### PRESUPUESTO PARA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Spot Publicitario por 30 segundos en ECOTEL TV 6 Cuñas Radiales en Radio Matovelle 500 Hojas Volantes	400,00
Tiempo de duración	Un año
<b>TOTAL</b>	<b>4.800,00</b>

FUENTE: Medios de Comunicación

ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO Nº 21.A

### PROYECCIÓN PARA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,70%
1	4.800,00
2	4.929,60
3	5.062,70
4	5.199,39
5	5.339,78

FUENTE: Tasa de inflación 2,70% Año 2013

ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO Nº 22

### PRESUPUESTO PARA ARRIENDO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL
Arriendo de Local	500,00	6.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>6.000,00</b>

FUENTE: Propietaria del Local

ELABORACIÓN: El Autor

**ANEXO Nº 22.A****PROYECCIÓN PARA ARRIENDO**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL INC. 2,70%</b>
1	6.000,00
2	6.162,00
3	6.328,37
4	6.499,24
5	6.674,72

**FUENTE:** Tasa de inflación 2,70% Año 2013

**ELABORACIÓN:** El Autor

**ANEXO Nº 23****PRESUPUESTO PARA ÚTILES DE ASEO**

<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
2	Escobas	2,00	4,00
1	Lavavajilla	2,50	2,50
2	Desinfectantes de Litro	3,00	6,00
2	Basureros	2,00	4,00
2	Trapeadores	2,50	5,00
2	Recogedores de Basura	1,50	3,00
<b>TOTAL</b>			<b>24,50</b>

**FUENTE:** Almacenes de la Ciudad

**ELABORACIÓN:** El Autor

**ANEXO Nº 23.A****PROYECCIÓN PARA ÚTILES DE ASEO**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL INC. 2,70%</b>
1	24,50
2	25,16
3	25,84
4	26,54
5	27,26

**FUENTE:** Tasa de inflación 2,70% Año 2013

**ELABORACIÓN:** El Autor

## ANEXO Nº 24

### AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO

AÑOS	VALOR ACTIVO DIFERIDO	AMORTIZACIÓN	VALOR TOTAL
1	6.262,00	1252,40	5.009,60
2	5.009,60	1252,40	3.757,20
3	3.757,20	1252,40	2.504,80
4	2.504,80	1252,40	1.252,40
5	1.252,40	1252,40	0,00
<b>TOTAL</b>			<b>25,00</b>

FUENTE: Cuadro 40  
ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO Nº 25

### PRESUPUESTO PARA SUELDOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	GERENTE	SECRETARIA CONTADORA	CONSERJE GUARDIÁ
<b>REMUNERACIONES</b>			
Salario Básico	600,00	340,00	340,00
13º Sueldo	50,00	26,50	26,50
14º Sueldo	26,50	26,50	26,50
Aporte Patronal (11,15%)	66,90	35,46	35,46
IECE (0,50%)	3,00	1,59	1,59
SECAP (0,50%)	3,00	1,59	1,59
Vacaciones	25,00	13,25	13,25
<b>TOTAL</b>	<b>774,40</b>	<b>422,89</b>	<b>422,89</b>
Número de empleados	1	1	1
<b>Total Mensual</b>	<b>774,40</b>	<b>422,89</b>	<b>422,89</b>
<b>Total Anual</b>	<b>9.292,80</b>	<b>5.074,68</b>	<b>5.074,68</b>

FUENTE: Tabla Tributaria 2013 (a partir del segundo año se paga fondos de reserva)  
ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO Nº 25.A

### PROYECCIÓN PARA SUELDOS ADMINISTRATIVOS

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,70%
1	19.442,16
2	19.967,10
3	20.506,21
4	21.059,88
5	21.628,49

FUENTE: Tasa de inflación 2,70% Año 2013  
ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO Nº 26

### PRESUPUESTO PARA VENTAS

DESCRIPCIÓN	JEFE DE VENTAS	CHOFER VENDEDOR
<b>REMUNERACIONES</b>		
Salario Básico	350,00	340,00
13º Sueldo	29,17	26,50
14º Sueldo	26,50	26,50
Aporte Patronal (11,15%)	39,03	35,46
IECE (0,50%)	1,75	1,59
SECAP (0,50%)	1,75	1,59
Vacaciones	14,58	13,25
<b>TOTAL</b>	<b>462,78</b>	<b>422,89</b>
Número de empleados	1	1
<b>Total Mensual</b>	<b>462,78</b>	<b>422,89</b>
<b>Total Anual</b>	<b>5.553,36</b>	<b>5.074,68</b>

FUENTE: Tabla Tributaria 2013 (a partir del segundo año se paga fondos de reserva)  
ELABORACIÓN: El Autor

**ANEXO Nº 26.A****PROYECCIÓN PARA VENTAS**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL INC. 2,70%</b>
1	10.628,04
2	10.915,00
3	11.209,70
4	11.512,36
5	11.823,20

**FUENTE:** Tasa de inflación 2,70% Año 2013

**ELABORACIÓN:** El Autor

# ÍNDICE

PORTADA .....	i
CERTIFICACIÓN .....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA.....	vi
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN .....	2
ABSTRACT .....	5
c. INTRODUCCIÓN .....	7
d. REVISIÓN DE LITERATURA .....	9
e. MATERIALES Y MÉTODOS .....	54
f. RESULTADOS .....	60
g DISCUSIÓN.....	79
h. CONCLUSIONES .....	163
i. RECOMENDACIONES .....	165
j. BIBLIOGRAFÍA .....	167
k. ANEXOS.....	169
ÍNDICE .....	200