UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS DE FRESA Y CEREZA EN EL CANTÓN QUILANGA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE LOJA.

Tesis previa a la obtención del Título de Ingeniera comercial

AUTORA:

Claudia Geovanna Correa Tamayo

Director:

Dr. Luis A. Quizhpe Salinas, MAE.

Loja - Ecuador

2014

CERTIFICACIÓN

Dr. Luis A. Quizhpe Salinas

DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

CERTIFICA:

Haber dirigido todo el proceso investigativo realizado por la egresada **CLAUDIA GEOVANNA CORREA TAMAYO,** previo a la obtención del título de Ingeniera Comercial cuyo tema se denomina: **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS DE FRESA Y CEREZA EN EL CANTÓN QUILANGA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE LOJA.",** el mismo que cuenta con los requerimientos establecidos por la Universidad en sus aspectos de fondo y de forma por lo que autorizo su presentación para la calificación privada, sustentación y defensa.

Loja, junio de 2014

Dr. Luis A. Quizhpe Salinas, MAE.

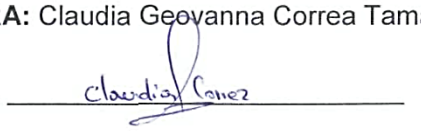
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo Claudia Geovanna Correa Tamayo, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

AUTORA: Claudia Geovanna Correa Tamayo

FIRMA: 

CÉDULA: 1104983364

FECHA: Loja, junio de 2014

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

Yo Claudia Geovanna Correa Tamayo, declaro ser autor de la Tesis Titulada **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS DE FRESA Y CEREZA EN EL CANTÓN QUILANGA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE LOJA".** Como requisito para optar al título de **Ingeniera 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 su 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 06 días del mes de junio del dos mil catorce, firma el autor.

Firma: _____

Autora: Claudia Geovanna Correa Tamayo
Cédula: 1104983364
Dirección: Loja, Quilanga, Las Aradas.
Correo Electrónico: claudia.correa593@gmail.com
Teléfono: 0939458148

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director de Tesis: Dr. Luis A. Quizhpe Salinas, MAE.

Tribunal de Grado:

Ing. Mgtr. Galo Eduardo Salcedo	PRESIDENTE
Ing. Mgtr. Carlos Rodríguez	VOCAL
Ing. Mgtr. Edison Espinoza	VOCAL

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Nacional de Loja, Modalidad de Estudios a Distancia y de manera especial a todo el personal docente de la Carrera de Administración de Empresas, Ingeniería Comercial por la formación académica brindada.

A su vez mi profunda gratitud al Doctor Luis Quizhpe Salinas, por su tiempo y guía en el desarrollo del presente trabajo, quien me supo orientar para poner en práctica todo lo estudiado en el transcurso de mi Carrera. Es una persona digna de admiración por su entrega, dedicación y amor a la Docencia.

Mi inmensa gratitud y amor a Dios, por darme la sabiduría y fortaleza necesarias. A mis queridos Padres: Manuel y María, porque siempre me han acompañado en todo momento de manera incondicional y me ayudaron a solucionar mis problemas con sus buenos y sabios consejos, para ellos mi perdurable gratitud y cariño.

A mis compañeros Patricia, Silvana, José, a mi querida abuelita Carmen, a mis tíos Fredis, Domitila, Patricia, Dionicio y Wilter, a mis queridos primos, aquellos amigos y familiares que directa o indirectamente me ayudaron en la culminación de este proyecto y me acompañaron en todo momento de mi vida estudiantil, vayan para ellos mi profundo agradecimiento de cariño y admiración por su férrea labor cumplida.

La Autora.

DEDICATORIA

El presente trabajo de tesis es el reflejo de mi ardua labor, lo dedico con el más ferviente aprecio al Divino Niño y la Virgen de Guadalupe quienes han guiado mi carrera estudiantil. A mis padres, abuelita, tíos, compañeros y amigos por brindarme su apoyo incondicional, espiritual, moral y económico para la culminación de mi carrera y ser un verdadero ejemplo de honestidad y constancia a lo largo de mi vida, la fuerza que me impulsa para alcanzar mis metas más deseadas por el campo del saber.

CLAUDIA

a. TÍTULO

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS DE FRESA Y CEREZA EN EL CANTÓN QUILANGA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE LOJA.

b. RESUMEN

El objetivo principal planteado de la presente tesis, fue REALIZAR UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS DE FRESA Y CEREZA EN EL CANTÓN QUILANGA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE LOJA**,** con la finalidad de contribuir al desarrollo, económico y empresarial, de la provincia de Loja.

El presente trabajo contiene bibliografía que respalda el desarrollo práctico de los diferentes estudios del proyecto, Así mismo se presentan los materiales y métodos los mismos que sirvieron para un mejor tratamiento de los resultados que intervienen en los diferentes estudios. Entre los métodos utilizados se encuentra el método científico, inductivo*,* deductivo y analítico. Las técnicas que se aplicaron fueron la observación directa y la encuesta.

Para el estudio de mercado se aplicaron 399 encuestas a la población de la Provincia de Loja, estableciéndose que existe una demanda potencial de 65794 familias; una demanda real de 13159 familias y una demanda efectiva de 486036 sachets de 10 gr. de frutas deshidratadas para el primer año de vida útil del proyecto anuales, además oferta de 51930 sachets de 10 gr. de frutas deshidratadas al año existiendo una demanda insatisfecha de 434106 sachets de 10 gr. de frutas deshidratadas para el primer año de vida útil del proyecto.

También se determinó que la macro y microlocalización de la empresa debe ser en La provincia de Loja, específicamente en el cantón Quilanga, sector del

parque central de ese cantón debido a la gran oportunidad de acceso a la materia prima, la disponibilidad servicios básicos e infraestructura. La empresa dispondrá de 2 obreros, un asesor jurídico, una secretaria contadora, un jefe de ventas, un jefe de producción, un vendedor y un conserje guardián que permitirán cubrir las necesidades del mercado.

La demanda insatisfecha muestra la gran oportunidad que tiene la empresa, para la colocación del producto sachets de frutas deshidratadas obteniendo lo siguientes resultados:

La empresa está en capacidad de ofertar 314400 sachets de 10 gr. de frutas deshidratadas trabajando al 100% de su capacidad instalada máxima, pero por razones de introducción al mercado se empezará trabajando únicamente en el 80% de su capacidad total para producir el producto a precios accesibles.

En la ingeniería del proyecto, se diseñaron los diagramas de proceso, la operatividad y gestión, los requerimientos técnicos de los equipos e instalaciones, muebles y enseres de oficina y el estudio organizacional y administrativo, llegándose a determinar que la empresa debería ser una Compañía Limitada y se implementó la estructura orgánico – funcional para los niveles directivo, ejecutivo, legislativo, asesor, auxiliar y operativo y la redacción de un manual de funciones y los organigramas estructural, funcional y que sirvieron de base para poner en práctica la organización.

Para la puesta en marcha del proyecto la inversión requerida es de 17.564,47 dólares, cuyo capital propio es 7.564,47 dólares y un crédito al banco de Fomento de $ 10.000 a 2 años plazo.

La evaluación financiera arroja los siguientes resultados: El VAN, tuvo un valor de 32.707,40 dólares que es factible para su realización. La TIR**,** es de 80,82%, que de igual manera es valor satisfactorio para el proyecto. La relación beneficio – costo es de 0,25 centavos, por cada dólar invertido. El período de recuperación de capital es de 1años 1 meses y 22 días, Los valores de sensibilidad son 099 y 0,99 al incrementar el 11,17% los costos y disminuir el 9,02% los ingresos, respectivamente.

Finalmente se indican las conclusiones y recomendaciones del proyecto, determinado que el proyecto es factible de realización de acuerdo a los estudios que se han realizado.

SUMMARY

The main objective of this thesis raised was CONDUCT A FEASIBILITY PROJECT FOR THE CREATION OF A PRODUCER OF SACHETS DRIED FRUIT STRAWBERRY AND CHERRY COMPANY IN CANTON AND MARKETING Quilanga Loja province, with the aim of contributing to development, economic and business, in the province of Loja.

This paper contains a bibliography that supports the practical development of the various studies of the project, the same way the materials and methods are presented that served them for better treatment of the results involved in the different studies. The methods used are scientific, inductive, deductive, analytical method. The techniques applied were direct observation and survey.

For market research surveys 399 were applied to the population of the Province of Loja, establishing that there is a potential demand of 65794 families; a real demand for 13159 families and effective demand for 486,036 sachets of 10 gr. of dried fruit for the first year of life annual project also deal 51930 sachets of 10 gr. Dehydrated fruits a year there is an unmet demand of 434106 sachets of 10 gr. of dried fruit for the first year of project life.

It was also determined that the macro and micro localization of the company should be in the province of Loja , specifically in the Quilanga , sector central park that canton because of the great opportunity of access to raw materials , the availability of basic services and infrastructure. Us have 2 workers, a manager legal counsel, secretary accountant, a sales manager, a head of

production, a seller and a guardian concierge that will meet the needs of the market.

The unmet demand shows the great opportunity for the company to product placement sachets of dried fruits getting the following results:

The company is able to offer 314400 sachets of 10 gr. dehydrated fruit working at 100 % of its maximum capacity , but for reasons of market introduction will begin working only 80% of its total capacity to produce the product at affordable prices.

The project engineering , process diagrams , the operation and management, the technical requirements of the equipment and facilities , furniture and fixtures and office organization and management study , reaching determine that the company should be designed a Limited Company functional levels for managerial , executive , legislative, advisory , operational and assistant writing a manual functions and structural , functional, and which formed the basis for implementing the organization charts - and the organic structure was implemented.

For the implementation of the project the required investment is $ 17,564.47, which is $ 7,564.47 Equity and Development credit bank $ 10,000 2-year term.

The financial evaluation shows the following results: The VAN, had a value of $ 32,707.40 that is feasible for implementation. The IRR is 80.82 %, which is equally satisfactory value for the project. The benefit ratio - cost is 0.25 cents for

every dollar invested. The capital recovery period is one month 1years and 22 days, sensitivity values are 099 and 0.99 to 11.17% increase costs and decrease revenues 9.02%, respectively.

Finally the conclusions and recommendations of the project are shown, determined that the project is feasible embodiment according to studies that have been conducted.

c. INTRODUCCIÓN

El Cantón Quilanga, se encuentra ubicado en la provincia de Loja, es un lugar muy productivo cuyas actividades económicas están dedicadas a la actividad agrícola, ganadera y sobre todo turismo, ventajas que permitirá a la empresa un posicionamiento muy significativo y contribuirá al mejoramiento de la economía de sus habitantes, el aprovechamiento de los lugares turísticos propios del lugar, por estas razones se planteó la factibilidad e implementación de la Empresa Productora de Sachets de Frutas Deshidratadas de Fresa y Cereza cuyo propósito es el de ofertar un producto natural y sano para el consumo de los habitantes del canto y las diferentes provincias.

La metodología que corresponde a la utilización de los métodos científico, descriptivo, analítico, sintético, inductivo – deductivo, estadístico y las técnicas de observación directa, entrevista y encuesta que permitieron determinar la demanda insatisfecha, oferta, tamaño, localización de la empresa, organización jurídica – administrativa, factibilidad económica y su rentabilidad.

Consta la discusión, en donde se hace referencia al estudio de mercado, el proceso de producción, la determinación de costos e ingresos, el estudio técnico y la evaluación financiera que permiten la toma de decisiones sobre inversión y puesta en marcha, con el menos grado de incertidumbre y mayor grado de certeza permisible; la capacidad de producción, lo concerniente al proceso productivo y a través de la evaluación financiera se determinó la factibilidad para la implementación de la empresa.

Terminando la totalidad del proyecto, concluyó y recomiendo invertir en su puesta en práctica, debido a que a partir del análisis de resultados, la discusión, el marco teórico conceptual y todo el proceso investigativo se ha considerado pertinente desarrollar el presente proyecto denominado **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS DE FRESA Y CEREZA EN EL CANTÓN QUILANGA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE LOJA.",** en el que se plantearon los siguientes objetivos:

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda y oferta, y establecer la potencial demanda insatisfecha de la sachets de frutas deshidratadas de fresa y cereza en la provincia de Loja.
- Elaborar el estudio técnico que permita establecer el tamaño del proyecto en base a su capacidad instalada y utilizada, la localización y la ingeniería del proyecto.
- Diseñar un estudio administrativo, que determine la estructura organizacional y legal de la empresa a constituir.
- Estructurar el estudio financiero que permita definir la inversión a realizar y estructurar los presupuestos de costos (fijos y variables) e ingresos para elaborar los estados financieros.

- Realizar la evaluación financiera del proyecto considerando criterios como VAN, TIR, B/C, PRC y Análisis de Sensibilidad.

.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

SACHETS DEFINICIÓN:

Sachet (en francés significa bolsita, saquito), en ocasiones castellanizado saché, es una pequeña bolsa hermética descartable empleada para contener alimentos y otros productos, usualmente líquidos, que suelen consumirse de forma continua y de una sola vez.

DESHIDRATADO DE FRUTAS

DEFINICIÓN DE DESHIDRATADO

“El deshidratado sobre todo en las zonas rurales es el sistema más efectivo para preservar las frutas. Es una técnica tradicional y puede llegar a ser de bajo costo.

Durante este proceso el agua es extraída por la interacción de tres elementos: aire, temperatura y humedad.

El deshidratado reduce el grado de humedad deteniendo el crecimiento de microorganismos que son los causantes que la fruta se deteriore.

El objetivo de este proceso es el poder preservar el producto para evitar que se malogre y pierda su valor, además de obtener un producto refinado.”[1]

[1] Soluciones prácticas. ITDG. Tecnologías desafiando la pobreza. www.solucionespracticas.org.pe

TIPOS DE DESHIDRATACIÓN

Al aire libre

“El producto se extiende al aire libre sobre todo en superficies naturales exponiéndolo a la acción directa de los rayos solares de tal manera que recibe calor y aireación para evaporar el agua, con esta técnica la desventaja es que normalmente el producto final va a ser de baja calidad debido al poco control de higiene y los efectos del clima y de la contaminación.

Deshidratado Solar

Para contrarrestar las desventajas del secado al aire libre se han diseñado los secadores o deshidratadores solares, usando la luz solar y las corrientes de aire en forma mucho más eficiente. El secador solar puede ser de varias formas por ejemplo se puede presentar como un cajón semi-aislado pintado de negro en su interior, con un vidrio en la cara superior y va a tener dos puertas que sirven para airear y para introducir las bandejas. Otra forma puede ser un cajón con forma irregular y en su interior se introducen piedras con el fin de absorber e irradiar calor, la cara superior va a ser de plástico (el vidrio y el plástico dejan pasar la radiación solar sin que se salga nuevamente), mientras que la parte interna del cajón y las piedras van a estar pintadas de negro (el color negro tiene la característica de absorber calor de la luz solar y elevar su temperatura).

Deshidratado Mecánico

Para este secado se utiliza combustible ya sea directa o indirectamente:

- Directo: El alimento se va a deshidratar por efecto de los gases que se forman quemando el combustible.
- Indirecto: El combustible calienta el aire que luego se va a utilizar para deshidratar el producto.

Deshidratado por ósmosis

Este proceso consiste en preservar las frutas conservándolas en jarabe de azúcar en la superficie de la fruta. Luego se deshidratarán directa o indirectamente. Este deshidratado se va a obtener seguido del deshidratado solar.

Ventajas

-La concentración de azúcar en la superficie reduce la decoloración y oscurecimiento de la fruta.

-Algunos ácidos son eliminados resultando un producto menos fuerte de sabor y más dulce.

-El período de deshidratado se reduce

Desventajas

-La disminución del nivel de acidez puede resultar una desventaja ya que los hongos tendrán mayor posibilidad de desarrollarse.

-Puede mantenerse una delgada capa de azúcar que hará pegajosa la superficie de la fruta, esto se reduce enjuagándola ligeramente y secándola nuevamente antes de envasarla".[2]

[2] TEKHNE. Cómo construir un secado solar para frutas y hortalizas. Santiago, Chile.

MARCO CONCEPTUAL

ESTUDIO DE PROYECTOS DE FACTIBILIDAD

“Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias”.[3]

El objetivo del estudio de Proyectos de Inversiones introducir los conceptos básicos de una técnica que busca recopilar, crear y analizar en forma sistemática un conjunto de antecedentes económicos que permitan juzgar cualitativamente y cuantitativamente las ventajas y desventajas de asignar recursos a una determinada iniciativa.

Es un instrumento de decisión que determina que si el proyecto se muestra rentable debe implementarse pero que si no resulta rentable debe abandonarse. Nuestra opción es de qué se debe tomar como una posibilidad de proporcionar más información a quien debe decidir.

El proyecto surge como respuesta a una idea que busca ya sea la solución del problema o la forma para aprovechar una oportunidad de negocio, que por lo general corresponde a la solución de un problema.

Si se desea evaluar un proyecto de creación de un nuevo negocio, ampliar instalaciones de una industria, o remplazar tecnología, cubrir un vació en el mercado, lanzar un nuevo producto, proveer servicios, etc. Tal proyecto debe evaluarse en términos de conveniencia, de tal forma que se asegure que habrá de resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable. La optimación se inicia antes de preparar y evaluar un proyecto. En efecto al

[3] http://www.proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml

identificar un problema que se va ha solucionar con el proyecto o una oportunidad de negocios que se va ha aprovechar con él deberá, prioritariamente, buscarse en todas las opciones que conduzcan al objetivo. Cada opción será un proyecto. En una primera instancia se preparará el proyecto, es decir se determinará la magnitud de sus inversiones, costos y beneficios. En segunda instancia se evaluará el proyecto, o sea se medirá la rentabilidad de la inversión. Ambas etapas constituyen lo que se conoce como la preinversión.

Múltiples factores influyen en el éxito o fracaso de un proyecto; en general podemos señalar que si el bien o servicio producido es rechazado por la comunidad, esto significa que la asignación de recursos adoleció de efectos de diagnóstico o de análisis, que lo hicieron inadecuado para las expectativas de satisfacción de las necesidades del conglomerado humano.

Los cambios en el contexto político pueden generar transformaciones cualitativas y cuantitativas en los proyectos en marcha.

La inestabilidad de la naturaleza, el entorno institucional, la normativa legal de muchos factores hace que la predicción perfecta sea un imposible.

La toma de decisiones asociadas a un proyecto.- No existe una concepción rígida definida en términos de establecer mecanismos precisos en la toma de decisiones asociadas a un proyecto. No obstante, resulta obvio señalar que la adopción de decisiones exige disponer de un sinnúmero de antecedentes que permitan que ésta se efectué inteligentemente. Para ello se requiere la aplicación de técnicas asociadas a la idea que da origen a un proyecto y lo conceptualicen mediante un raciocinio lógico que implique considerar toda la gama de factores que participan en el proceso de concreción y puesta en marcha de éste. Lo fundamental en la toma de decisiones es que se encuentre cimentada en antecedentes básicos concretos que hagan que las decisiones se adopten concienzudamente y con el más pleno conocimiento de las distintas

variables que entran en juego, una vez valoradas permitirán adoptar las mejores decisiones posibles.

La evaluación de proyectos pretende medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas que resultan del estudio del proyecto, y dan origen a operaciones matemáticas que permiten obtener diferentes coeficientes de evaluación.

El marco de la realidad económica e institucional vigente en un país será lo que defina en mayor o menor grado el criterio imperante en un momento determinado para la evaluación de un proyecto, cualquiera que sea el marco en que el proyecto esté inserto, siempre será posible medir los costos de las distintas alternativas de asignación de recursos a través de un criterio económico que permita, en definitiva conocer las ventajas y desventajas cualitativas y cuantitativas que implica la asignación de los recursos escasos a un determinado proyecto de inversión.

La evaluación social de proyectos compara los beneficios y costos que una determinada inversión pueda tener para la comunidad de un país en su conjunto.

ESTUDIO DEL MERCADO

Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

Dicho de otra manera 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.

“El objetivo aquí es estimar las ventas. Lo primero es definir el producto o servicio: ¿Qué es?, ¿Para qué sirve?, ¿Cuál es su "unidad": piezas, litros, kilos, etc.?, después se debe ver cuál es la demanda de este producto, a quien lo compra y cuanto se compra en la ciudad, o en el área donde está el "mercado".4

“Una vez determinada, se debe estudiar la OFERTA, es decir, la competencia ¿De dónde obtiene el mercado ese producto ahora?, ¿Cuántas tiendas o talleres hay?, ¿Se importa de otros lugares?, se debe hacer una estimación de cuanto se oferta. De la oferta y demanda, definirá cuanto será lo que se oferte, y a qué precio, este será el presupuesto de ventas. Un presupuesto es una proyección a futuro.”5

COMPONENTES DEL ESTUDIO DE MERCADO

Los componentes del objetivo son: Análisis del sector económico al cual se va a entrar, análisis del mercado propiamente dicho, estrategia de mercadeo.

Con el análisis del resultado del sector económico en el que se pretende entrar, se debe conocer: La estructura actual y perspectivas de crecimiento del sector; tendencias socioeconómicas, culturales o políticas que tienen incidencia en el sector; estabilidad económica del país y ciudad, ¿hay inversiones?, ¿está creciendo el sector?; existen barreras para el ingreso de empresas en el sector; se hallan los suficientes clientes y proveedores de modo que hagan atractivo al sector; se motiva la inversión, etc.

Existen principales funciones dentro de la empresa y son:

- Características del bien o servicio.
- El uso para el que fue concebido.

[4] http://www.proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml
[5] http://www.mailxmail.com/proyecto-inversion-concepto-caracteristicas_h

- Los similares sustitutos o complementarios.
- Productos competidores.
- Factores que lo diferencia con relación a los competidores.
- Cuidados especiales.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA “La demanda es el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago".[6]

"La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido".[7]

Conocer la demanda es uno de los requisitos más importantes de mercadeo, pues se debe saber cuántos compradores están dispuestos a adquirir los bienes o servicios y a qué precio. En el análisis de la demanda, se deben estudiar aspectos tales como:

Los tipos de consumidores a los que se quiere vender los productos o servicios; segmentados por actividad, edad, sexo ubicación geográfica, ingresos, etc.

Posibilidades de consumo

Aparte de ello, se deben conocer los gustos y preferencias pues estos varían dependiendo el segmento.

A la relación inversa existente entre el precio un bien y la cantidad de demandada, en el sentido de que al aumentar el precio disminuye la cantidad

[6] Dirección de Marketing, Edición del Milenio, de Kotler Philip, Cámara Dionicio, Grande Idelfonso y Cruz Ignacio, Prentice Hall, Pág. 10.
[7] http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html

demandada, y lo contrario ocurre cuando se reduce el precio, de le suele denominar en economía la ley de la demanda.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

“Define la oferta como la cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado. También se designa con este término a la propuesta de venta de bienes o servicios que, de forma verbal o por escrito, indica de forma detallada las condiciones de la venta".[8]

Se define como la cantidad de bienes o servicios que se ponen a disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar. Al hacer un análisis del mercado competidor se debe tener en cuenta:

- El posicionamiento de los competidores en la mente de los clientes.
- Fortalezas y debilidades de los competidores.
- Quienes están ofreciendo el mismo bien o servicio, aún los sustitutos en la plaza donde se desea participar.
- Las características de los bienes o servicios suministrados por la competencia y el precio de venta prevaleciente.
- El estudio debe contener la cantidad de empresas participantes, los volúmenes ofrecidos en la zona y el precio promedio al que se vende.
- Es conveniente realizar un cuadro comparativo entre los distintos tipos de ofertantes con sus diversos bienes o servicios, compara sus precios y la calidad ofrecidos, de preferencia investigar a cerca de los potenciales de producción, o sea saber si pueden ofrecer en mayores volúmenes y

[8] Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., Pág. 237. / http://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html

hacer un mapeo de la distribución en la zona de interés, respecto del giro que se propone instalar.

Dentro de este análisis es importante destacar el tamaño del mercado global, el tamaño del mercado específico, las estrategias de precios, de venta, estrategia promocional, de distribución, políticas de servicio, tácticas de ventas y planes de contingencia.

Mientras la tabla de demanda muestra el comportamiento de los consumidores, la tabla de oferta señala el comportamiento de los productores.

EL ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos.

El objetivo de aquí es diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:

- Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- Donde obtener los materiales o materia prima.
- Que máquinas y procesos usar.
- Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

“En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.”[9]

TAMAÑO DEL PROYECTO

Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerado normal para la naturaleza del proyecto de que se trate, se refiere a la capacidad instalada y se mide en unidades producidas por año.

La determinación y análisis de este punto resulta importante para la posterior realización y evaluación del proyecto porque permitirá en primer instancia llevar a cabo una aproximación de costos involucrados en las inversiones necesarias para la realización y puesta en marcha del proyecto, que conlleven a un grado óptimo de aprovechamiento conforme a lo requerido por un tamaño y capacidad determinados.

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El estudio y análisis de la localización de los proyectos puede ser muy útil para determinar el éxito o fracaso de un negocio, ya que la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto no solo considera criterios económicos, sino también criterios estratégicos, institucionales, técnicos, sociales, entre otros. Por lo tanto el objetivo más importante, independientemente de la ubicación misma, es el de elegir aquel que conduzca a la maximización de la rentabilidad del proyecto entre las alternativas que se consideren factibles.

De tal modo que para la determinación de la mejor ubicación del proyecto, el estudio de localización se ha subdividido en dos partes: Macrolocalización y Microlocalización, los cuales se muestran a detalle en los siguientes dos apartados.

[9] Proyectos de inversión.monografías.com/trabajos

INGENIERÍA DE PROYECTOS

FACTORES DETERMINANTES

Para determinar el tamaño de nuestro proyecto existen ciertos parámetros, entre los que tenemos:

- Las ventas

- Capital

- Número de trabajadores, etc.

TECNOLOGÍA

Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio, por ejemplo en el caso de una empresa metal mecánica tenemos las máquinas de soldar, máquinas de cortar metal, etc; en una empresa textil tenemos las máquinas de costura recta, remalladotas, bordadoras, etc.

PROCESOS PRODUCTIVOS

En toda actividad productiva existen procesos que permiten llevar a cabo la producción de un producto de una manera eficiente que permite un flujo constante de la materia prima, eficiencia en el uso del tiempo, orden, etc. Por tal motivo es importante diseñar los subprocesos dentro del proceso de producción de tal manera que pueda darse un proceso óptimo en la fabricación del producto o la prestación del servicio.

INFRAESTRUCTURA

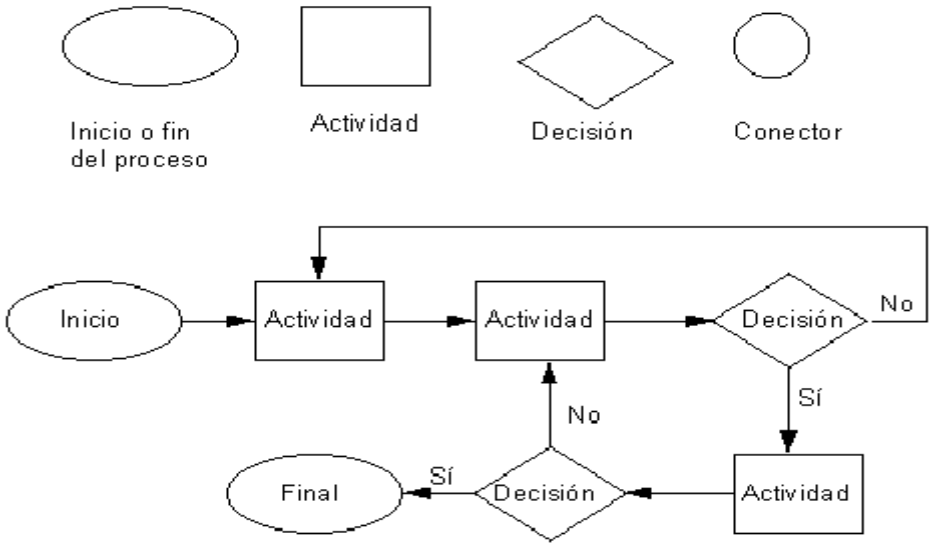
Todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido establecer las características del local o de la

infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios, para lo cual se tiene que considerar:

FLUJOGRAMA

“EL Flujograma o Diagrama de Flujo, consiste en representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos o relaciones de todo tipo, por medio de símbolos.

El Flujograma o Fluxograma, es un diagrama que expresa gráficamente las distintas operaciones que componen un procedimiento o parte de este, estableciendo su secuencia cronológica. Según su formato o propósito, puede contener información adicional sobre el método de ejecución de las operaciones, el itinerario de las personas, las formas, la distancia recorrida el tiempo empleado, etc”.[10]



[10] flujograma-flujograma.blogspot.com/2009/07/concepto-de-flujograma.html

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA EMPRESARIAL

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

”La estructura organizacional es clave para organizar la cadena de mando, la distribución de la autoridad y el control”.[11]

El propósito de una estructura organizacional es definir las guías, parámetros y el procedimiento necesario para un grupo para alcanzar un objetivo principal. Por ejemplo, la anatomía de una estructura organizacional, organiza prioridades en forma jerárquica.

La estructura organizacional implica como un negocio por ejemplo, organiza categoriza y delega tareas para alcanzar un objetivo en particular. Determinando como un negocio está yendo para tomar decisiones y como esas decisiones son implementadas es el propósito y la esencia de la estructura organizacional.

El diagrama organizacional u organigrama muestra como los departamentos, divisiones, y varios niveles de una organización interactúan entre sí. Un diagrama organizacional es a menudo representado como una ilustración visual.

Organigrama (órgano = órgano u organismo + grama = gráfico) es la gráfica que representa la organización de una empresa, o sea, su estructura organizacional.

Es la gráfica estadística, esto es, corresponde a la radiografía de la empresa y muestra su esqueleto y su constitución interna, pero no su funcionamiento ni su dinámica. También son herramientas necesarias para llevar a cabo una organización racional.

---

[11] http://socioempresa.blogspot.com/2009/07/estructura-organizacional-un-concepto.html

Cadena de mando

La importancia de la estructura organizacional identifica quienes participan del proceso de toma de decisión y como estas decisiones se actualizan.

Distribución de la autoridad

Implica la determinación de como una estructura distribuye autoridad a través de un organización. Por ejemplo 1) Los subordinados están implicados en la toma de decisiones? 2) La toma de decisiones está exclusivamente reservada para unas pocas figuras de autoridad en cada departamento?

Estructura de línea vs. Estructura de staff

Una estructura organizacional puede adoptar una estructura de línea o de staff o ambas. Una estructura de línea identifica las actividades que son responsables por el objetivo principal de la organización. Una estructura de staff es el soporte o la red de asistencia a la línea en sus objetivos.

Departamentalización

La estructura organizacional define como tareas específicas y actividades son asignadas a sus departamentos. Por ejemplo, los representantes de ventas estarán agrupados dentro del departamento o división de ventas

Control

En la estructura organizacional se define el número de empleados sobre los cuales un mando ejerce su autoridad.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

Desde que se inició y se conoció la administración se sabía que era una forma de administrar recursos financieros para aséelo generar utilidades y que se mantenga en el mercado determinada empresa. Pero a través del tiempo se ha ido evolucionado la administración con diferentes conceptos a través de ella misma.

Por ejemplo tenemos lo que es la estructura administrativa que es una forma de separar cada departamento administrativo de una empresa para que tengan más claro sus actividades a realizar y tareas a manejar.

Y a través de esta forma de administrar determinando la estructura administrativa de una empresa se puede ver el desarrollo organizacional que puede tener determinada empresa.

La estructura administrativa es el "sistema de relaciones formales que se establecen en el interior de una organización/empresa para que ésta alcance sus objetivos de conservación, productivos y económicos".

Una organización es un grupo humano deliberadamente constituido en torno a tareas comunes y en función de la obtención de metas específicas. Para poder alcanzar los propósitos propuestos, partiendo, en la casi totalidad de los casos, de recursos limitados, resulta necesaria la construcción de un esquema

o modelo, que permita la interrelación e interacción de sus elementos. La estructura será entonces, la herramienta que le permita a la organización alcanzar sus objetivos.

Permite lograr una determinada disposición de sus recursos, facilita la realización de las actividades y coordinación de su funcionamiento. De esta manera, puede realizarse el esfuerzo coordinado que lleve a la obtención de objetivos, definiendo las relaciones y aspectos más o menos estables de la organización.

"La estructura organizacional puede definirse como el conjunto de medios que maneja la organización con el objeto de dividir el trabajo en diferentes tareas y lograr la coordinación efectiva de las mismas".

En la estructura, las partes están integradas, es decir que se relacionan de tal forma que un cambio en uno de los elementos componentes afecta y genera cambios en los demás, en las relaciones entre los mismos y en la conducta de toda la organización.

Eficacia y eficiencia en la estructura administrativa

A través del diseño de la estructura de la organización se busca el logro de un adecuado grado de eficacia y eficiencia. La estructura formal es un elemento fundamental para proporcionar un ambiente interno adecuado, en el que las actividades que desarrollan sus miembros contribuyen al logro de los objetivos. Una estructura es eficiente si permite esa consecución con el mínimo de costo o evitando consecuencias imprevistas para la organización.

Lo formal y lo informal en la estructura organizacional

La estructura organizacional presenta dos aspectos:

Lo formal. Se puede identificar con los elementos visibles, susceptibles de ser representados, modelados con el uso de diversas técnicas, que se verán más

adelante,como organigramas, manuales, procedimientos, documentación de sistemas, etc.

Lo informal. Se puede identificar con lo que no se ve, lo no escrito, lo que no está representado en los modelos formales; entran aquí las relaciones de poder, los intereses grupales, las alianzas interpersonales, las imágenes, el lenguaje, los símbolos, la historia, las ceremonias, los mitos y todos los atributos conectados con la cultura de la organización, que generalmente más importa para entender la vida organizacional.

Elementos de la estructura administrativa

Los elementos de la estructura administrativa consisten en la especificación de las tareas a realizar en cada posición de trabajo y agrupamiento de las tareas similares y/o relacionadas en departamentos, los que a su vez serán ordenados en unidades mayores que los contengan, de acuerdo a su especialización, similitud o vinculación de procesos y funciones. A este proceso se lo denomina departamentalización.

Fijación de los mecanismos de coordinación de las personas entre sí, por un lado y de las unidades o departamentos, por el otro. Existen tres mecanismos de coordinación:

- **Adaptación mutua, o comunicación informal:** Se logra a través del conocimiento de lo que cada uno debe hacer dentro de una lógica de decisiones programadas.

- **Supervisión directa:** surge como consecuencia directa de la autoridad que establecerá y controlará qué, quién, cómo, cuándo y dónde debe hacerse algo.

- **Formalización o normalización:** consiste en estandarizar actividades o atributos respecto de un proceso, producto o resultado. Se plasma a

través de instrumentos como los manuales, los circuitos administrativos, etc.

- **Determinación del sistema de autoridad:** A través de éste se consolidarán: Los niveles jerárquicos, los procesos de toma de decisiones, las asignaciones de atribuciones (misiones y funciones) y los alcances de las responsabilidades.

Las organizaciones poseen diferentes estructuras entre sí, y una misma puede ir cambiando, conforme evoluciona su número de integrantes, la especialización, el grado de concentración de la autoridad, etc. Por lo tanto, esta puede ser modificada toda vez que las necesidades de la institución así lo requieran; debiendo guiarse por una lógica que permita el logro de la eficacia y eficiencia organizacional.

Toda organización, en función de su misión y objetivos y de acuerdo a determinados factores, como el contexto, la tecnología que emplea en sus actividades, su tamaño, etc., decidirá la forma particular de su estructura. La elección de una u otra forma definirá la filosofía que guiará el accionar organizacional, que se materializará a través de su diseño institucional, dentro del cual sus participantes verán condicionados sus comportamientos, en función de las relaciones espacio-temporales que se verifican.

Para la determinación de los niveles o escalas jerárquicas, se puede utilizar el modelo de los autores clásicos, que representa la estructura de las organizaciones como un triángulo, habitualmente llamado "pirámide administrativa", en el que se determinan tres niveles: Superior o político, intermedio, ejecutivo o directivo y el inferior, técnico u operativo.

De esta manera, la estructura formal representa una cadena de niveles jerárquicos, o cadena escalar, superpuestos, formando una pirámide. En cada uno de estos se presenta una división administrativa en la cual los superiores tienen autoridad sobre los subordinados que se encuentran en los inferiores,

aumentando la autoridad y la responsabilidad a medida que se asciende en la escala jerárquica.

En general, cuanto más grande es la organización, mayor es el número de subdivisiones en cada renglón de su estructura. Existen tres aspectos fundamentales en la estructura: Cantidad de niveles jerárquicos, normas o reglas para acotar las tareas y centralización (o descentralización) de la toma de decisiones.

Lo que constituye las dimensiones de la estructura: Complejidad, formalización y centralización. Luego de analizar los puestos de la organización, se elaborará un proceso de síntesis, que permita la agregación de los puestos en unidades homogéneas, lógicas y consistentes. Por lo tanto, se definirán los criterios sobre los que se agruparán los puestos o unidades (departamentos) y éstas en unidades mayores (direcciones) y la dimensión de las mismas.

Departamentalización

Este concepto se refiere a agrupar tareas homogéneas, de acuerdo a algún criterio. A medida que la organización crece, el organigrama también. Es común encontrar una conjugación de diversos tipos de departamentalización expuestos no son suficientes para que a través de ellos mismos, se estructure una organización por cuanto no indican claramente como son establecidas las interrelaciones entre los diversos departamentos, ni cómo deben estar subordinados.

"La departamentalización busca organizar las actividades de una empresa, de forma tal que facilite el logro de sus objetivos. No es tampoco la solución ideal, pues la separación de actividades, cualquiera que sea el tipo adoptado, crea problemas de coordinación generalmente de difícil solución".

La ventaja principal de la departamentalización según criterios funcionales, además de su lógica intrínseca, es la larga experiencia que existe al respecto.

Por otra parte, este sistema al colocar los más altos directivos al frente de los departamentos que realizan las funciones básicas de la empresa, asegura a ésta que la realización de estas funciones será la preocupación permanente de ellos, quienes naturalmente trataran de defender el poder y el prestigio de sus posiciones, de las amenazas de su seguridad por parte de los departamentos de servicios o de los grupos de staff.

La especialización ocupacional que mantiene por funciones y por tanto una mayor eficiencia en el uso de los recursos humanos, es otra ventaja de la departamentalización funcional. Otras ventajas son la facilidad de entrenamiento del nuevo personal, y de un estricto control puesto que la responsabilidad por el rendimiento económico de la empresa, se halla localizada totalmente al más alto nivel.

Coordinación

Tiene como fin lograr que los diferentes departamentos funcionen como una unidad. Es el resultado de la necesidad que tienen las organizaciones de integrar diversas funciones. La misma deberá conciliarse con la necesidad de la especialización. La falta de coordinación provoca conflictos, pérdida de control y una responsabilidad diluida por la separación entre autoridad y competencia y rechazo de la responsabilidad.

Los dispositivos que contribuyen son: la autoridad; la coordinación entre departamentos, que a su vez puede lograrse a través de: Los comités, el sistema de planificación, el manual de organización, los procedimientos, las comunicaciones laterales, las reuniones, las funciones de asesoramiento y las unidades de proyectos especiales.

Delegación: autoridad y responsabilidad

Es el proceso por el cual una persona que posee una autoridad superior otorga a otra persona una específica que, al aceptarla se responsabiliza frente al superior por el cumplimiento de la tarea.

De esta definición surge que en este proceso la única responsabilidad que se transfiere es la relacionada con las cuestiones de eficiencia y operatividad, es decir, la ejecución de acciones tendientes a la realización de las tareas. Es decir, la responsabilidad que la función exige; así como la autoridad y los medios necesarios para que la persona pueda cumplir con lo que se le ha delegado, dentro de los límites establecidos.

Por ello, quien delega autoridad conserva la responsabilidad última, lo que significa que un administrador sigue siendo responsable, ante su superior, en última instancia, por las acciones de sus subordinados a quienes se les ha delegado autoridad y transferido la responsabilidad operativa.

Descentralización

Descentralizar es **"desconcentrar el poder de toma de decisiones".** La descentralización no se aprecia en el organigrama, pues en éste sí se puede ver quién depende de quién, pero no alcanzamos a apreciar quién es quien toma las decisiones en la organización. Pues, además, en la toma de decisiones intervienen muchos aspectos informales. Por ejemplo, relaciones de parentesco, o el caso de directores de una misma línea jerárquica, pero que informalmente tienen distinto poder a la hora de tomar decisiones.

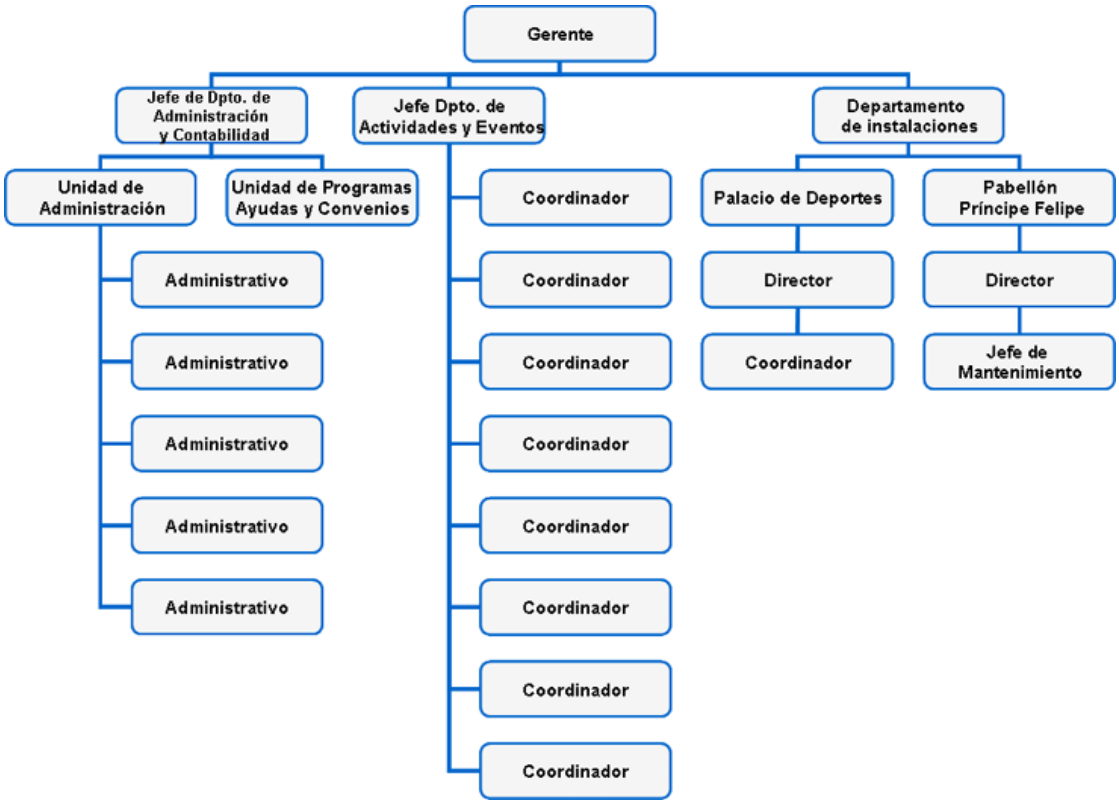
Organigrama

El organigrama es un "**modelo gráfico que representa, entre otras cosas, la forma en que se han agrupado las tareas, actividades o funciones en una organización**". Muestra las áreas o departamentos de una organización. El organigrama da una visión global de la organización, permite comparar ésta

con otras y aclara rápidamente las incongruencias, como las fallas de control, duplicación de funciones, etc.

Parámetros a respetar en el diseño de organigramas: claridad, simplicidad y simetría (los niveles de igual jerarquía se ubican a la misma altura), teniendo siempre en cuenta que estos modelos deben cumplir con la finalidad de facilitar la comunicación entre las personas.

EJEMPLO DE ORGANIGRAMA FUNCIONAL



EL ESTUDIO FINANCIERO

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable?,. Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar maquinas más baratas o gastar menos.

“Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión.

Así, después de modificaciones y cambios, y una vez seguro de que la idea es viable, entonces, se pasara al último estudio.”12

El objetivo central del estudio económico es la determinación de los métodos económicos del proyecto y para ello hay la necesidad de identificar las necesidades de inversión, los ingresos, los gastos, la utilidad y rentabilidad del proyecto.

El estudio financiero tienen efecto directo sobre el anterior y su objetivo central es determinar las necesidades de recursos financieros, las fuentes y las condiciones de ellas y las posibilidades reales de tener acceso a dichas fuentes.

PLAN DE INVERSIONES DE UN PROYECTO

Corresponde a la descripción detallada de las necesites de capital en que se va a incurrir para la materialización del mismo. Las inversiones son los desembolsos necesarios para la ejecución de proyecto y como por el momento no se relacionan con los mecanismos que se vayan a utilizar para el financiamiento de los mismos.

- Las inversiones fijas.- constituyen lo que más tarde serán los activos fijos de la empresa y corresponden a los bienes que la empresa adquiere con el ánimo de destinarlos a su explotación.

- Capital de trabajo o de operación.- es uno de los aspectos más importantes de un proyecto pero lamentablemente la mayor parte de las veces se lo

[12] http://www.seofrecensoluciones.com/edmundop/Libro%20Proyecto.pdf

descuida y en general existe una tendencia a subestimar el monto requerido e ignorar aspectos básicos.

Se llama capital circulante o de trabajo el patrimonio en cuenta corriente que requiere la empresa para atender las operaciones de producción y distribución de bienes o servicios.

“El Plan de Inversión comprende la inversión en equipos: Equipo Transmisor, Sistema Radiante, Equipo de Producción, Infraestructura: Comprende la inversión en terrenos, caminos de acceso, torres, instalaciones electromecánicas, edificios, casetas, etc equipos de oficina, computadoras, vehículos, etc., incluyendo repuestos y accesorios, fletes internos, derechos de introducción y gastos de instalación”.[13]

COSTOS E INGRESOS

Costos.- tiene varias interpretaciones dentro de la literatura económica, pero se la identifica más comúnmente en relacionan con el concepto monetario y entonces lo podemos definir como los desembolsos en moneda o su equivalente, los cuales son necesarios para conseguir determinada meta.

Además de este concepto tangible o contable como pueden distinguirse otro concepto, cuya medición es más compleja, por referirse a situaciones intangibles, tales como esfuerzos o sacrificios, los cuales también se suceden para obtener esa determinada meta.

ANÁLISIS DE COSTOS

“El objetivo esencial de la misma es comunicar información financiera y no financiera a la administración a efecto de que esta pueda ejercer la planeación el control y la evaluación de los productos.

[13] http://www.ecofin.ull.es/users/ipinillo/planes%20de%20inversion-financiacion/PLAN%20DE%20INVERSION.pdf

El análisis del costo es sumamente importante ya que el mismo mide el sacrificio económico en el que se haya incurrido para alcanzar las metas de una organización".14

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

COSTOS FIJOS.- "Son aquellos cuyo monto total no se modifica de acuerdo con la actividad de producción. En otras palabras, se puede decir que los Costos Fijos varían con el tiempo más que con la actividad; es decir, se presentarán durante un periodo de tiempo aun cuando no haya alguna actividad de producción".[15]

COSTOS VARIABLES.- "Es aquel que se modifica de acuerdo a variaciones del volumen de producción (o nivel de actividad), se trate tanto de bienes como de servicios. Es decir, si el nivel de actividad decrece, estos costos decrecen, mientras que si el nivel de actividad aumenta, también lo hace esta clase de costos".[16]

Punto de Equilibrio

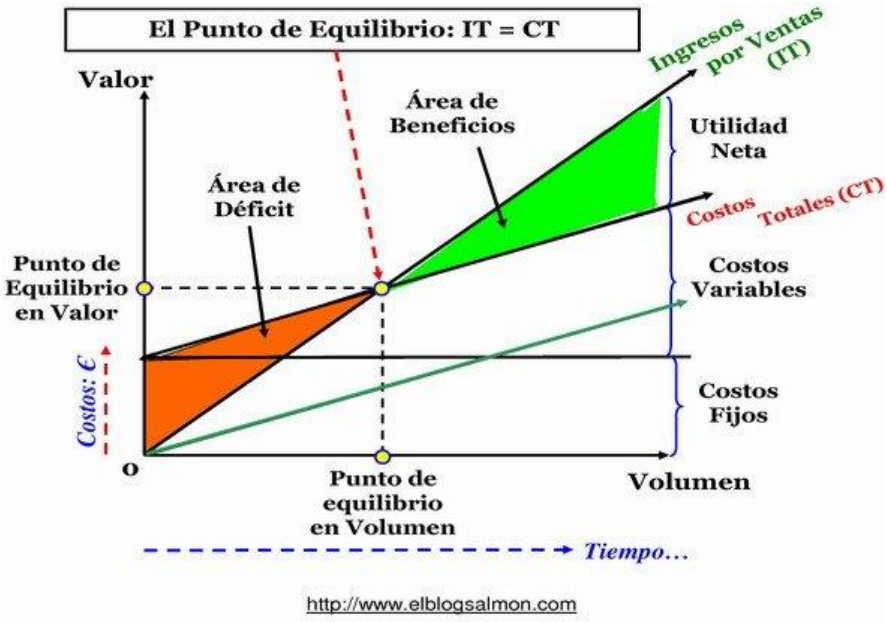
Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto (**IT = CT**). Un **punto de equilibrio** es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender un determinado producto. Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos; de otra manera es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto.

Sean IT los ingresos totales, CT los costos totales, P el precio por unidad, Q la cantidad de unidades producidas y vendidas, CF los costos fijos, y CV los costos variables. Entonces:

[14] http://www.gerencie.com/definicion-de-costos.html
[15] http://www.promonegocios.net/costos/costos-fijos.html
[16] http://es.wikipedia.org/wiki/Costo_variable

Si el producto puede ser vendido en mayores cantidades de las que arroja el **punto de equilibrio** tendremos entonces que la empresa percibirá beneficios. Si por el contrario, se encuentra por debajo del punto de equilibrio, tendrá pérdidas.

GRÁFICA DEL PUNTO DE EQUILIBRIO



ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

"El Flujo de Caja es un informe financiero que muestra los flujos de ingreso y egreso de efectivo que ha obtenido una empresa".[17]

La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determinen.

La información básica para realizar esta proyección está contenida en los estudios de mercado, técnico, organizacional. Al proyectar el flujo de caja será

[17] http://www.crecenegocios.com/como-elaborar-un-flujo-de-caja/

necesario incorporar información adicional relacionada principalmente con, los efectos tributarios de la depreciación, de la amortización del activo nominal, valor residual, utilidades y perdidas.

Los elementos del flujo de caja son cuatro:

a.- Los egresos iniciales de fondo

b.- Los ingresos y egresos de operación

c.- El momento en que ocurren estos ingresos y egresos

d.- El valor de desecho y salvamento del proyecto

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es uno de los estados financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y de los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas.

“El estado de resultado o estado de pérdidas y ganancias es un documento contable que muestra detalladamente y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio”.[18]

BALANCE GENERAL

Es el documento contable que informa en una fecha determinada la situación financiera de una empresa presentando en forma clara el valor de sus propiedades y derechos, sus obligaciones y su capital valuaos y elaborados de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados.

[18] http://www.wikipedia.com

“Es un resumen de todo lo que tiene la empresa, de lo que debe, de lo que le deben y de lo que realmente le pertenece a su propietario, a una fecha determinada”[19].

BALANCE DE SITUACIÓN

“Este estado es un documento estático ya que representa la situación patrimonial de la empresa en un momento dado”.[20]

Es una herramienta que utilizamos en contabilidad para conocer la situación patrimonial de la empresa. Cuando hablamos de situación patrimonial nos referimos al patrimonio de una empresa, que está formado por bienes, derechos y obligaciones.

EVALUACIÓN DE PROYECTO DE INVERSIÓN

Es el proceso de búsqueda y hallazgo de una solución inteligente al planteamiento de un problema con la intención de resolver unas de muchas necesidades humanas ya que tal acción debe tomarse con una base de decisión que justifique la aplicabilidad del proyecto, dado que la limitación de los recursos disponibles obligue a destinarlos conforme su mejor aprovechamiento.

EVALUACIÓN ECONÓMICA

“La evaluación de un proyecto es el proceso de medición de su valor, que se basa en la comparación de los beneficios que genera y los costos o inversiones que requiere, desde un punto de vista determinado”.

Se vale de algunos métodos matemáticos los cuales intentan tomar el valor del dinero a través del tiempo dentro de estos tenemos:

[19] http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/balancege.htm
[20] http://www.contabilidad.tk/node/155

Período de recuperación de la inversión (PRI).- consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsara el desembolso original de capital.

Los periodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El periodo de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial

Análisis beneficio-costo (A B/C).- de interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, pues dada la toma de decisiones se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

- B/C>1 Se puede realizar el proyecto
- B/C=1 Es indiferente realizar el proyecto
- B/C<1 Se debe rechazar el proyecto[21]

Valor actual neto (VAN).- consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizaran en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

Tasa interna de retorno (TIR).- Se define a la Tasa Interna de Retorno, como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial. La tasa de descuento es el valor presente neto sea 0; es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

[21] http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/balancege.htm

Análisis de sensibilidad.- se trata de medir si le afectan o no a un proyecto. El análisis de sensibilidad es la interpretación dada la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conoce las condiciones que se espera en el futuro.[22]

[22] http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/balancege.htm.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES

En todo trabajo investigativo los materiales juegan un papel primordial ya que los mismos sirven como complemento dentro del desarrollo de la investigación.

Para la realización del presente trabajo se requirió lo siguiente:

SUMINISTROS.- Dentro de los cuales tenemos:

- Papel
- Carpetas
- Esferos
- Lápiz
- Entre otros

EQUIPOS DE OFICINA.- Los equipos de oficina utilizamos los siguientes:

- Computadora
- Impresora
- Flash Memory

TALENTO HUMANO

Se contó con la Dirección de un Docente de la Universidad Nacional de Loja, de la Carrera Administración de Empresas Dr. Luis A. Quizhpe Salinas y mi persona Claudia Geovanna Correa Tamayo como aspirante al Título de Ingeniera Comercial.

MÉTODOS

Los métodos que se utilizarán en la presente investigación son:

Método Científico.- Método de estudio sistemático, que incluye las técnicas de observación, la forma de recoger y analizar datos, el uso de un estilo propio de

lógica y la utilización de teorías modelos. Etapas como realizar observaciones y experimentos, formular criterios, extraer resultados y analizarlos e interpretarlos van a ser características de cualquier investigación.Este método se lo utilizó para analizar cada uno de los resultados obtenidos en las encuesta.

Método Inductivo.- Es aquel que permite pasar de conocimiento de lo específico y particular al conocimiento de lo general y universal, mediante este método el investigador trata de descubrir las relaciones de causa y efecto de una situación, y luego establece un principio general aplicable a todos los problemas dentro de una misma categoría.

Este método se lo utilizó para diseñar en el estudio organizacional y financiero de la empresa mediante el cual verificaremos los criterios de autores y determinar la estructura organizacional y el detalle del estudio financiero.

Método Deductivo.- El método deductivo es un método científico que considera que la conclusión se halla implícita dentro las premisas. Esto quiere decir que las conclusiones son una consecuencia necesaria de las premisas: cuando las premisas resultan verdaderas y el razonamiento deductivo tiene validez, no hay forma de que la conclusión no sea verdadera. Este método se utilizó para elaborar los análisis correspondientes en cada una de las preguntas que se realizaron y con ello elaborar cada uno de los estudios correspondientes.

Método Analítico.- El Método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Este método se utilizó para analizar la información proveniente de los instrumentos de recolección de información, así como para en cada uno de los análisis correspondientes para establecer la demanda y oferta del producto además para establecer las conclusiones y recomendaciones.

TÉCNICAS

OBSERVACIÓN DIRECTA: La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; por tal razón nos apoyaremos en la observación directa para obtener el mayor número de datos. A partir de la observación surge el planteamiento del problema que se va a estudiar, para el presente proyecto de factibilidad se aplicó esta técnica para verificando paso a paso el proceso productivo en la elaboración del producto.

LA ENCUESTA: Es una técnica de recogida de información por medio de preguntas escritas organizadas en un cuestionario impreso. Se emplea para investigar hechos o fenómenos de forma general y no particular. La encuesta a diferencia de la entrevista, el encuestado lee previamente el cuestionario y lo responde por escrito, sin la intervención directa de persona alguna de las que colaboran en la investigación.

Para la presente investigación se aplicó una encuesta para determinar la demanda que fue realizada a las familias de la provincia de Loja, además se realizó una encuesta a los locales comerciales de la provincia de Loja, los mismos que son en un número de 21,949 según en INEC entre Bodegas, Mercados, Tiendas, Supermercados y Centros Naturistas.

Población para la demanda

La población del proyecto para la demanda fue las familias de la provincia de Loja, según el censo de 2010, la población de la provincia de Loja es de 448.966 habitantes con una tasa de crecimiento poblacional de 7.57 %.

Proyección

Como la población de la provincia de Loja es de 448.966 hasta 2010, es necesario establecer la población futura para el año en que se empezará el proyecto de inversión, 2013.

Fórmula para la proyección de la población

$$Pf = Po\ (1+r)^{n}$$

Dónde: 0,0757

Pf = Población final

Po = Población actual

i = Tasa de crecimiento poblacional

1 = Constante

n = Número de años

$pf = 448.966\,(1+0{,}0757)^{3} = 464634$ Familias para el año 2013

Esta población se divide para los 4 integrantes de la familia que es el número promedio, en la provincia de Loja según el INEC.

464634/ 4 = 116159 Familias de la provincia de Loja.

Tamaño de la Muestra.- Para el cálculo del tamaño de la muestra utilizamos la siguiente formula:

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

n = Tamaño de la muestra

N = Población

e = Margen de Error 0,05 0,0025

Esta fórmula al ser aplicada proporcionó como resultado:

$$\mathbf{n=} \quad \frac{116159}{1+116159\ (0{,}05)^2}$$

$$\mathbf{n=} \quad \frac{115987}{1+116159\ (0.0025)}$$

$$\mathbf{n=} \quad \frac{116159}{291{,}3975}$$

$$\mathbf{n=} \quad \mathbf{398{,}63}$$

399 encuestas fueron aplicadas a las familias de la provincia de Loja. Para determinar el número de encuestas a aplicar en cada cantón de la provincia de Loja se realizó un cuadro de distribución muestral.

CUADRO N° 1

DISTRIBUCIÓN MUESTRAL

CANTONES	POBLACIÓN TOTAL 2013	POBLACIÓN POR FAMILIAS	NÚMERO DE ENCUESTAS A APLICAR
Calvas	28 185	7046	25
Catamayo	30 638	7660	28
Celica	14 468	3617	14
Chaguarpamba	7 161	1790	7
Espíndola	14 799	3700	14
Gonzanamá	12 716	3179	12
Loja	214 855	53714	187
Macará	19 018	4755	18
Olmedo	4 870	1218	4
Paltas	23 801	5950	22
Pindal	8 645	2161	8
Puyango	1 513	378	14
Quilanga	4 337	1084	4
Saraguro	30183	7546	26
Sozoranga	7 465	1866	7
Zapotillo	12 312	3078	12
TOTAL	**448966**	**108742**	**399**

MUESTRA PARA DETERMINAR LA OFERTA

Para determinar la oferta se realizó una encuesta a los locales comerciales de la provincia de Loja, los mismos que son en un número de 21,949 según en INEC entre Bodegas, Mercados, Tiendas, Supermercados y Centros Naturistas.

Para el cálculo del tamaño de la muestra se utiliza la siguiente fórmula:

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

Esta fórmula al ser aplicada proporcionó como resultado:

$$\mathbf{n=} \quad \frac{21.949}{1+21949\ (0,05)^2}$$

$$\mathbf{n=} \quad \frac{21.949}{1+21949\ (0.0025)}$$

$$\mathbf{n=} \quad 392,84$$

393 encuestas a aplicarse a los Locales Comerciales de la provincia de Loja. Para determinar el número de encuestas a aplicar en cada cantón de la provincia de Loja se realizara un cuadro de distribución muestral.

f. RESULTADOS

ENCUESTA PARA DETERMINAR LA DEMANDA

DATOS GENERALES

a. ¿CUÁLES SON LOS INGRESOS FAMILIARES MENSUALES PROMEDIO?

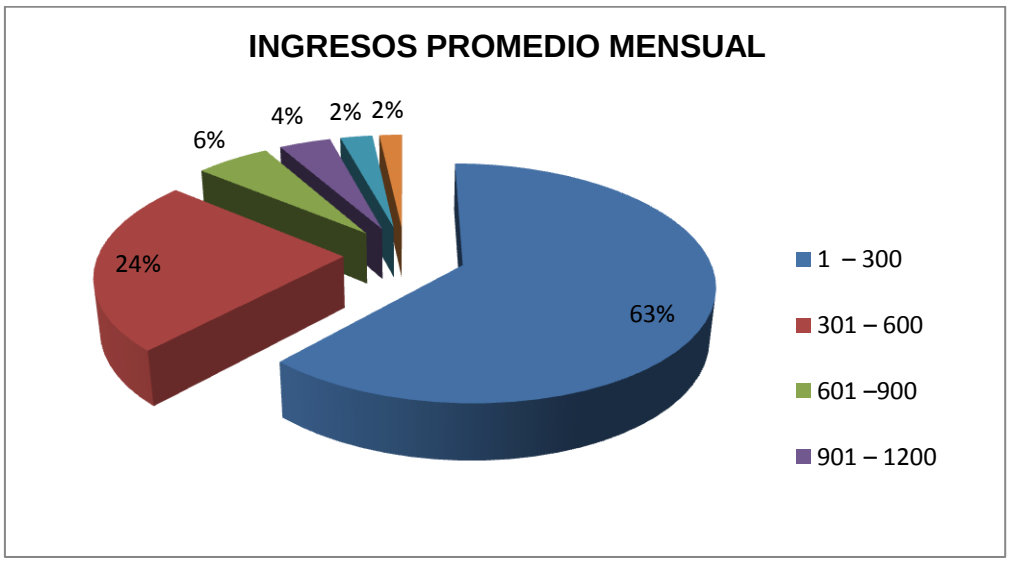
CUADRO N° 2

INGRESOS PROMEDIO MENSUAL

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1 – 300	247	62%
301 – 600	96	24%
601 – 900	23	6%
901 – 1200	16	4%
1201 – 1500	10	2%
Más de 1500	7	2%
TOTAL	**399**	**100%**

Fuente: Encuesta Ofertantes
Elaboración : Claudia Correa

GRÁFICO N° 1



INTERPRETACIÓN:

De 399 encuestados, 247 familias con un porcentaje del 62% manifestaron que es de 1 – 300 dólares sus ingresos mensuales; mientras que 96 encuestados con el porcentaje de 24% es de 301 – 600 dólares; 23 encuestados con el porcentaje del 6% es de 601 – 900 dólares; 16 encuestados con el 4% es de 901 – 1200 dólares; 10 encuestados con el porcentaje del 2% es de 1201 – 1500 dólares y 7 encuestados con el porcentaje del 2% es mas de 1500 dólares. Por lo tanto se concluye que en la provincia de Loja los ingresos de hombres y mujeres es de 300 – 600 dólares es decir el 62%.

b. ¿CONSUME UD. PRODUCTOS PROCESADOS NATURALMENTE COMO SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS O QUE CONTENGAN QUÍMICOS?

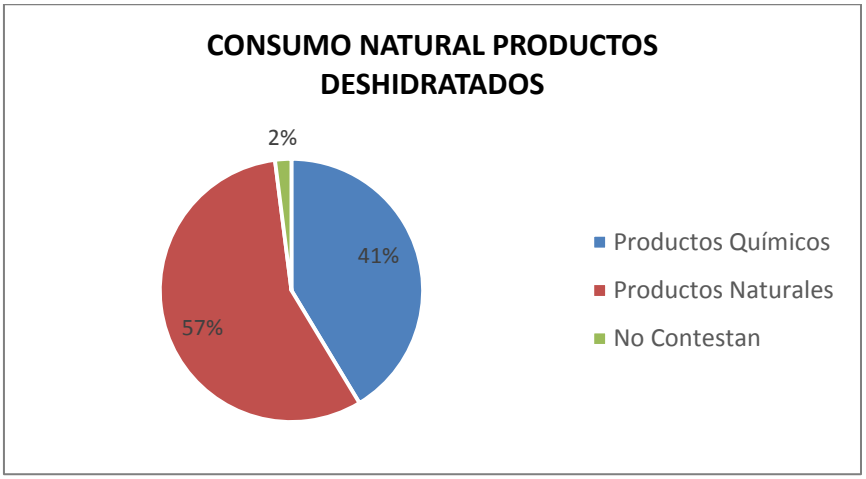
CUADRO N° 3

CONSUMO NATURAL DE SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Productos Químicos	165	41%
Productos Naturales	226	57%
No Contestan	8	2%
TOTAL	**399**	**100%**

Fuente: Encuestas Ofertantes
Elaboración : Claudia Correa

GRÁFICO N° 2



INTERPRETACIÓN:

De 165 encuestados correspondiente al 41% manifestaron que consumen productos químicos; mientras que de 226 encuestados con el porcentaje del 57% supieron responder que consumen productos naturales y el 2% no contestaron. Se concluye que el 57% de familias manifiestan que consumen productos químicos.

DATOS ESPECÍFICOS

1. ¿EN SU HOGAR CONSUME SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS DE FRESA Y CEREZA?

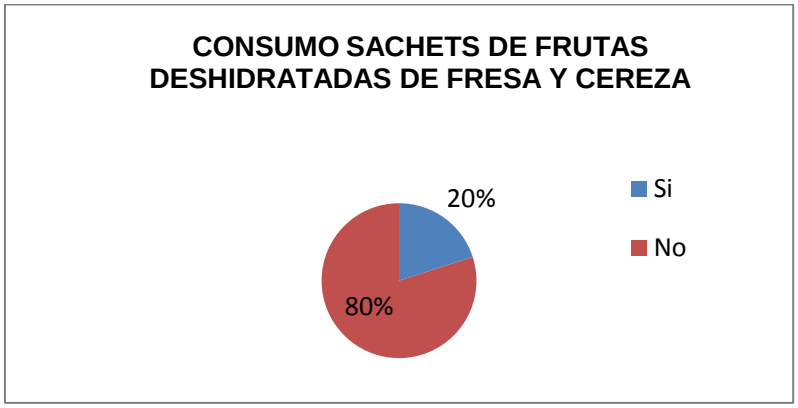
CUADRO N° 4

CONSUMO SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS DE FRESA Y CEREZA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	45	20%
No	181	80%
TOTAL	**226**	**100%**

Fuente: Encuestas Ofertantes
Elaboración : Claudia Correa

GRÁFICO N° 3



INTERPRETACIÓN:

Un total de 45 encuestados correspondiente al 20% respondieron que si consume en su alimentación diaria Sachets de frutas deshidratadas; mientras que 181 encuestados con el porcentaje del 80% supieron responder que en su alimentación diaria no consumen Sachets de Frutas Deshidratadas. Por lo tanto la mayoría de habitantes de la provincia de Loja no consume Sachets de Frutas Deshidratadas.

2. ¿EN QUE LUGAR UD. ADQUIERE EL PRODUCTO?

CUADRO N° 5

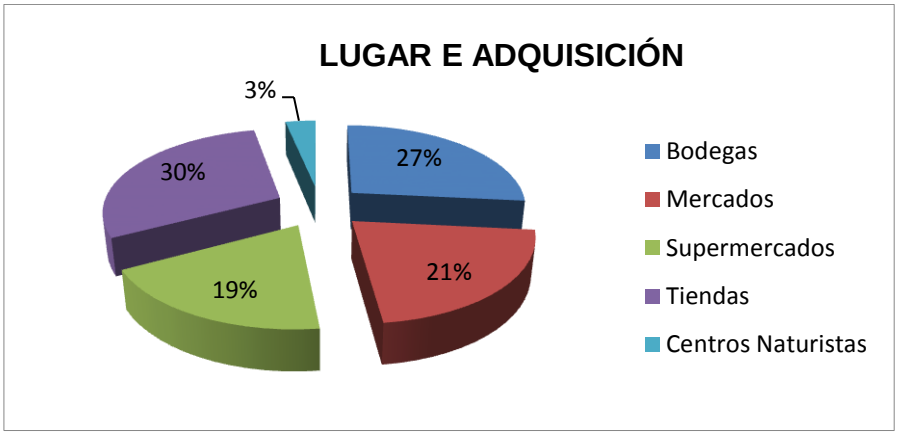
LUGAR DE ADQUISICIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Bodegas	61	27%
Mercados	47	21%
Supermercados	43	19%
Tiendas	68	30%
Centros Naturistas	7	3%
TOTAL	**226**	**100%**

Fuente: Encuestas Ofertantes

Elaboración : Claudia Correa

GRÁFICO N° 4



INTERPRETACIÓN:

De 61 encuestados correspondiente al 27% manifestaron que adquieren el producto en bodegas; mientras que 47 encuestados con un 21% lo compran en mercados; 43 encuestados con un porcentaje del 19 % supieron responder que lo adquieren en supermercados; 68 encuestados con un porcentaje del 30% lo adquieren en tiendas y 7 encuestados con un porcentaje del 3% lo adquieren en centros naturistas. Se concluye que el 30% de encuestados adquieren el producto en tiendas.

3. ¿CUÁL ES EL PRECIO EN QUE COMPRA LA CAJA DE SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS?

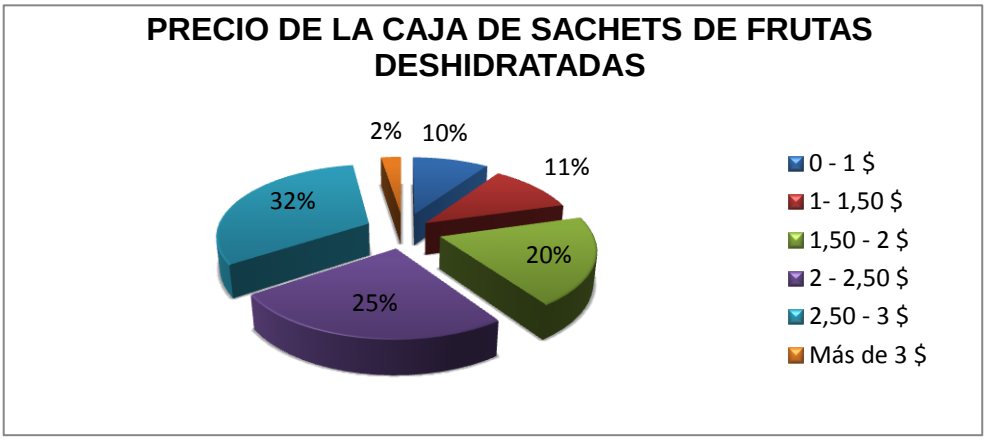
CUADRO N° 6

PRECIO DE LA CAJA DE SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
0 - 1$	23	10%
1- 1,50$	25	11%
1,50 - 2$	45	20%
2 - 2,50$	57	25%
2,50 - 3$	72	32%
Más de 3$	5	2%
TOTAL	**226**	**100%**

Fuente: Encuestas Ofertantes
Elaboración : Claudia Correa

GRÁFICO N° 5



INTERPRETACIÓN:

En cuanto se refiere al precio que desearían comprar la caja de Sachets de Frutas Deshidratadas, un total 23 encuestados con un porcentaje del 10% sostiene que el precio razonable oscila en 0 - 1$; 25 encuestados con un porcentaje del 11% indica que el precio seria entre 1- 1,50$; 45 encuestados con un porcentaje del 20% manifiesta estar de acuerdo con un precio de 1,50 - 2$; 57 encuestados con un porcentaje del 25% respondieron que asignarían 2 - 2,50$; 72 encuestados con un porcentaje del 32% a un precio de 2,50 - 3$ y 5 encuestados con un porcentaje del 2% respondieron que asignarían más de 3$.

4. ¿CONSIDERA QUE LOS PRECIOS QUE PAGA POR SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS SON?

CUADRO N° 7

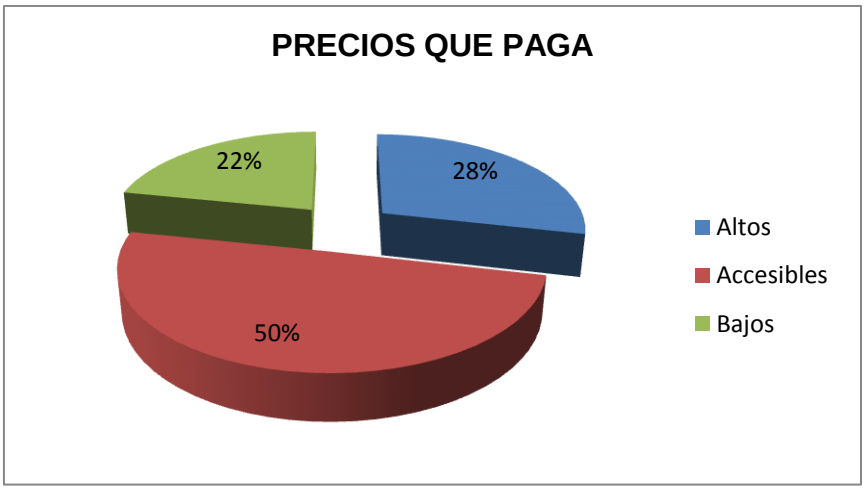
PRECIOS QUE PAGA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Altos	63	28%
Accesibles	113	50%
Bajos	50	22%
TOTAL	**226**	**100%**

Fuente: Encuestas Ofertantes

Elaboración : Claudia Correa

GRÁFICO N° 6



INTERPRETACIÓN:

De 63 encuestados con un porcentaje del 28% contestaron que los precios son altos; 113 encuestados con un porcentaje del 50% respondieron que son accesibles y 50 encuestados con un porcentaje del 22% contestaron que los precios que paga son bajos. Por lo tanto 198 si pagarían el producto a precios accesibles.

5. ¿LA CALIDAD DEL PRODUCTO QUÉ USTED CONSUME ES?

CUADRO N° 8

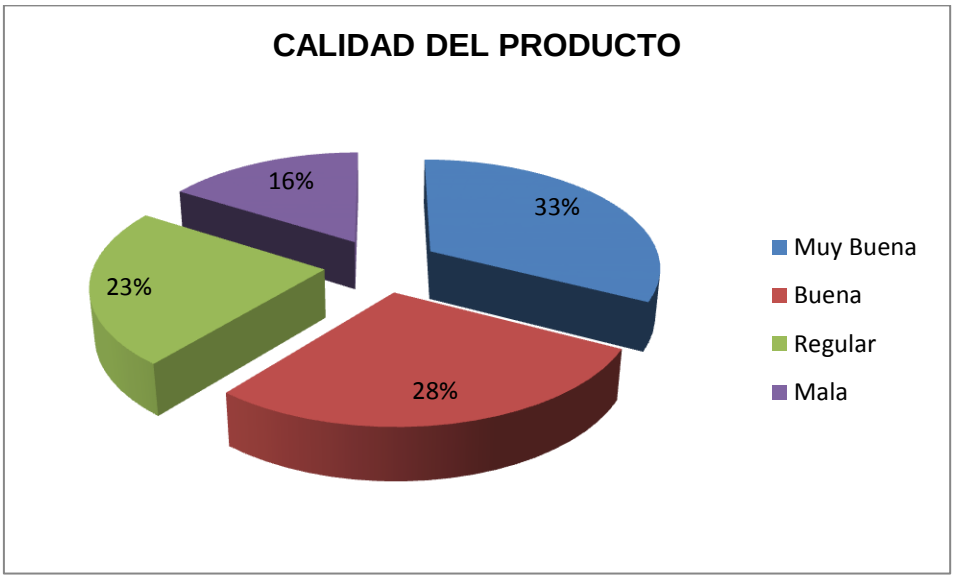
CALIDAD DEL PRODUCTO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Muy Buena	75	33%
Buena	63	28%
Regular	52	23%
Mala	36	16%
TOTAL	**226**	**100%**

Fuente: Encuestas Ofertantes

Elaboración : Claudia Correa

GRÁFICO N° 7



INTERPRETACIÓN:

De 75 encuestados con un porcentaje del 33% contestaron que la calidad del producto que consume es muy buena; 63 encuestados con un porcentaje del 28% respondieron que es buena; 52 encuestados con un porcentaje del 23% contestaron que es regular y 36 encuestados con un porcentaje del 16% contestaron que es mala.

6. ¿CUÁNTOS SOBRES DE 10g. DE SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS UD. CONSUME MENSUALMENTE?

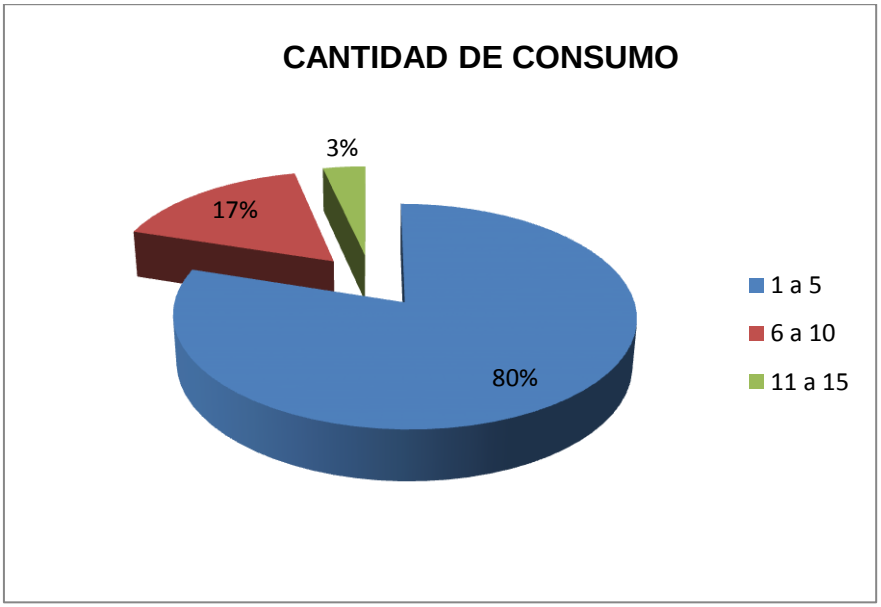
CUADRO N° 9

CANTIDAD DE CONSUMO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1 a 5	183	81%
6 a 10	38	17%
11 a 15	5	2%
TOTAL	**226**	**100%**

Fuente: Encuestas Ofertantes
Elaboración : Claudia Correa

GRÁFICO N° 8



INTERPRETACIÓN:

De 183 encuestados con un porcentaje del 81% contestaron que consumen de 1 a 5 sobres semanalmente; mientras que 38 encuestados con un porcentaje del 17% manifestaron que de 6 a 10 sobres; 5 encuestados con un porcentaje del 2% de 11 a 15 sobres. Se concluye que el 81% consume de 1 a 5 sobres mensualmente.

7. ¿SI SE CREA UNA EMPRESA DE SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS EN EL CANTÓN QUILANGA, UD. ESTARÍA DISPUESTO A COMPRAR EL PRODUCTO PARA SU CONSUMO?

CUADRO N° 10

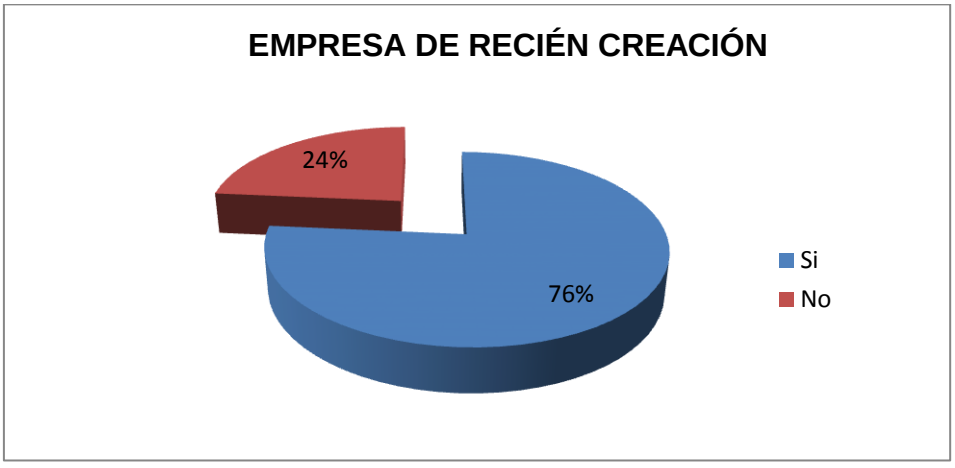
EMPRESA DE RECIÉN CREACIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	172	76%
NO	54	24%
TOTAL	**226**	**100%**

Fuente: Encuestas Ofertantes

Elaboración : Claudia Correa

GRÁFICO N° 9



INTERPRETACIÓN:

De 226 encuestados, 172 con un porcentaje del 76% contestaron que si estarían de dispuestos a consumir este producto por lo que sería un apoyo al desarrollo local y provincial, y 54 encuestados con un porcentaje del 24% respondieron que no lo consumirían por la economía de su hogar. Es decir la mayoría está dispuesta a comprar el producto.

8. ¿DÓNDE LE GUSTARÍA ADQUIRIR SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS PARA SU CONSUMO O EL DE SU FAMILIA?

CUADRO N° 11

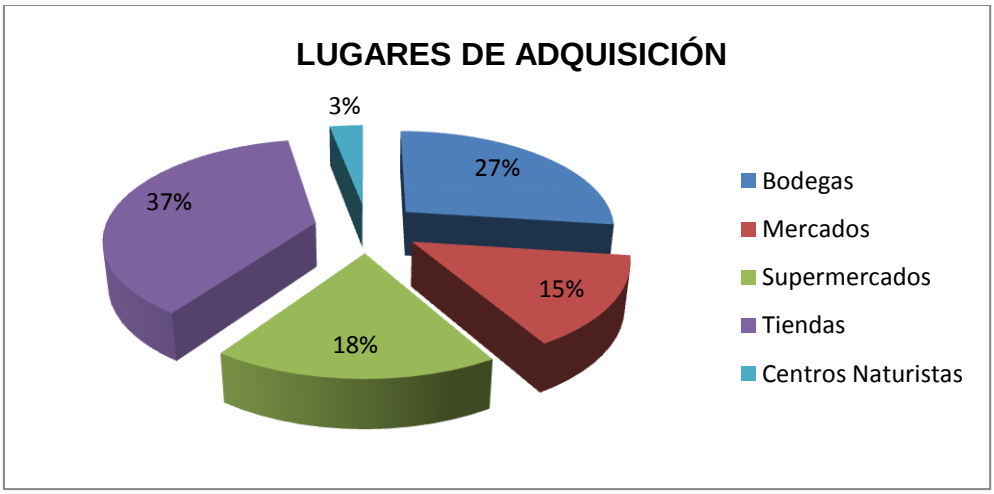
LUGARES DE ADQUISICIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Bodegas	43	25%
Mercados	22	13%
Supermercados	43	25%
Tiendas	58	37%
Centros Naturistas	5	3%
TOTAL	**172**	**100%**

Fuente: Encuestas Ofertantes

Elaboración : Claudia Correa

GRÁFICO N° 10



INTERPRETACIÓN:

De 43 encuestados con un 25% lo adquieren al producto en las bodegas; mientras 22 encuestados con un porcentaje del 13% lo adquieren en los mercados; 43 encuestados un porcentaje 25% en supermercados; 58 encuestados con un porcentaje del 37% en tiendas y 5 personas con un porcentaje del 3% la adquiere en centros naturistas.

9. ¿QUÉ TIPO DE ENVASE DESEARÍA QUE TENGA EL PRODUCTO?

CUADRO N° 12

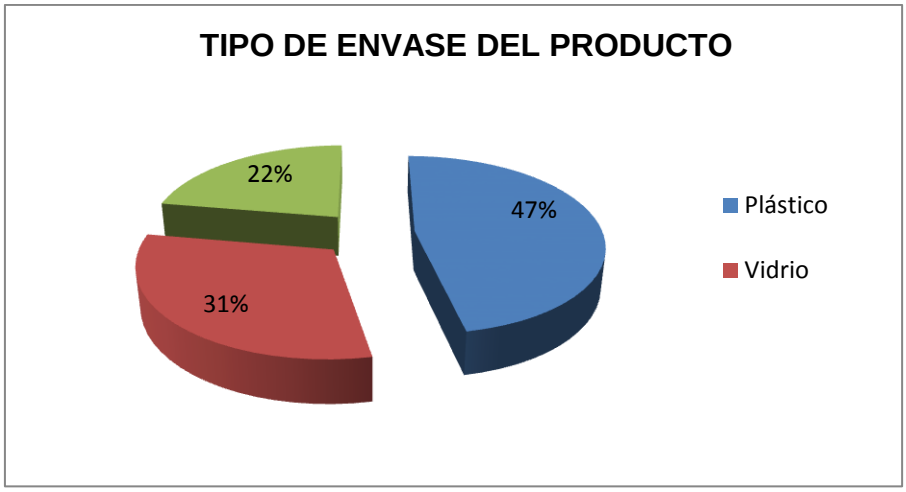
TIPO DE ENVASE DEL PRODUCTO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Plástico	81	47%
Vidrio	53	31%
Tetrapak	38	22%
TOTAL	**172**	**100%**

Fuente: Encuestas Ofertantes

Elaboración : Claudia Correa

GRÁFICO N° 11



INTERPRETACIÓN:

Del total de encuestados, 81 con un porcentaje del 47% contestaron que el envase que estarían dispuestos a adquirir es en plástico; mientras 53 encuestados con un porcentaje del 31% manifestaron que le gustaría adquirir en vidrio y 38 encuestados con un porcentaje del 22% respondieron que lo comprarían en tetrapak.

10. ¿QUÉ CONSIDERARÍA USTED AL MOMENTO DE ADQUIRIR SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS?

CUADRO N° 13

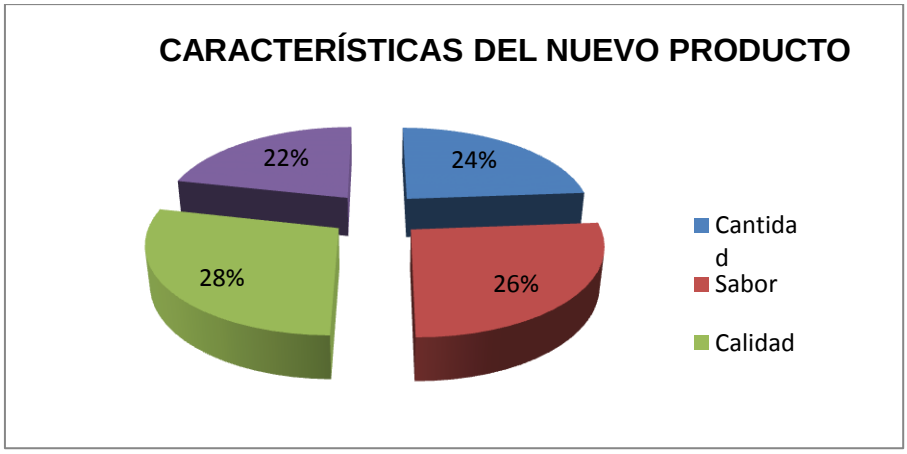
CARACTERÍSTICAS DEL NUEVO PRODUCTO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Cantidad	95	24%
Sabor	105	26%
Calidad	113	28%
Precio	86	22%

Fuente: Encuestas

Elaboración : Claudia Correa

GRÁFICO N° 12



INTERPRETACIÓN:

Del total de los encuestados, 95 con un porcentaje del 24 % ven la cantidad; mientras que 105 encuestados con un porcentaje del 26% su sabor; 113 encuestados con un porcentaje del 28% dijeron que es muy importante la calidad del producto; 86 encuestados con un porcentaje del 22% el precio. Por lo tanto se concluye que el 28% manifiestan que ven la calidad.

11. ¿QUÉ MEDIO PUBLICITARIO ES POR EL CUAL USTED SE ENTERA DE LOS AVISOS PUBLICITARIOS?

CUADROS N° 14

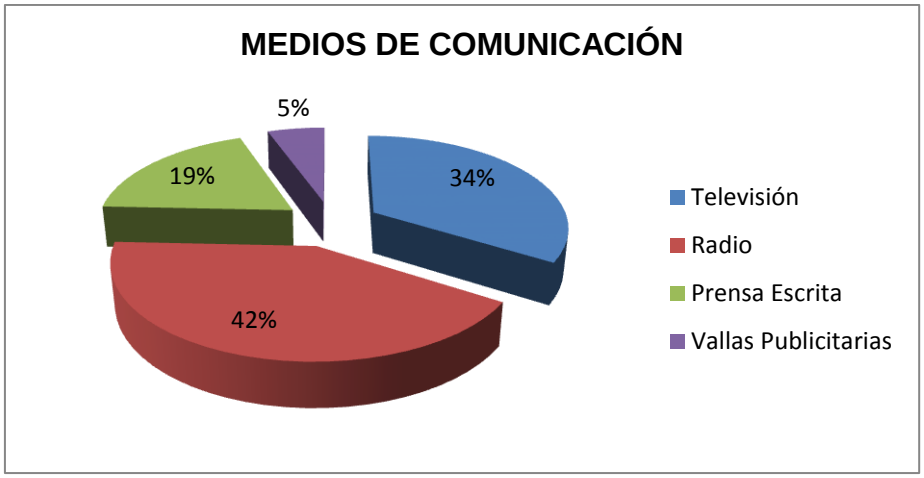
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Televisión	135	34%
Radio	167	42%
Prensa Escrita	75	19%
Vallas Publicitarias	22	5%

Fuente: Encuestas Demandantes

Elaboración : Claudia Correa

GRÁFICO N° 13



INTERPRETACIÓN:

Con motivo de determinar el medio publicitario por el cual se puede plantear la promoción de la empresa propuesta se preguntó la preferencia de los medios para los avisos comerciales a los encuestados y supieron manifestar lo siguiente: el 34% sostienen que el medio publicitario con más audiencia es la televisión; el 42% manifiesta que el medio con más cobertura y es de mayor frecuencia es la radio; con el 19% se encuentra la prensa escrita y el 5% manifiesta que para este tipo de negocios sobre todo lo que más funcionaría son las vallas publicitarias ubicadas en puntos estratégicos.

12. ¿QUÉ PROMOCIONES DESEARÍA QUE OFREZCA LA EMPRESA?

CUADRO N° 15

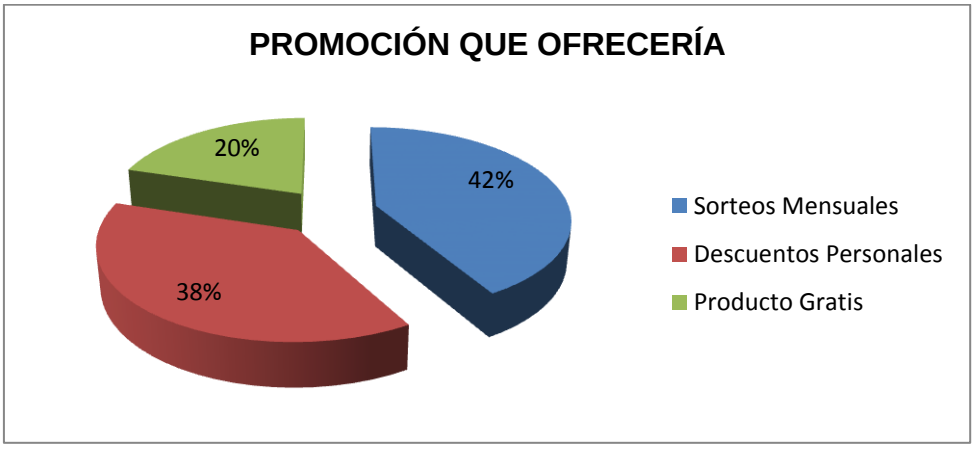
PROMOCIÓN QUE OFRECERÍA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Sorteos Mensuales	72	42%
Descuentos Personales	65	38%
Producto Gratis	34	20%
TOTAL	**172**	**100%**

Fuente: Encuestas Ofertantes

Elaboración : Claudia Correa

GRÁFICO N° 14



INTERPRETACIÓN:

Del total de encuestados,72 familias con un porcentaje de 42% contestaron que si desearían que la empresa ofrezca promociones como sorteos mensuales; 65 encuestados con un porcentaje del 38% contestaron que les gustarían descuentos personales y 34 encuestados con un porcentaje del 20% les gustaría que la empresa ofrezca productos gratis a sus clientes. Por lo tanto se concluye que el 42% les gustaría que la empresa ofrezca sorteos mensuales.

ENCUESTA PARA DETERMINAR LA OFERTA

1. ¿USTED VENDE SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS?

CUADRO N° 16

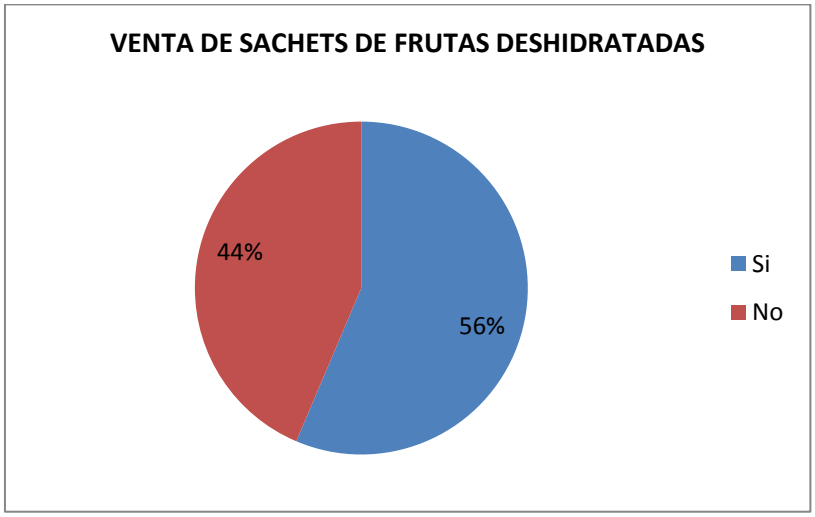
VENTA DE SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	225	56%
No	174	44%
TOTAL	**399**	**100%**

Fuente: Encuestas Ofertantes

Elaboración : Claudia Correa

GRÁFICO N° 15



INTERPRETACIÓN:

Con motivo de determinar si en los locales comerciales de la provincia de Loja venden sachets de frutas deshidratadas manifestaron: 399 encuestados con un porcentaje del 100% dijeron que no venden el producto ya que no lo conocen.

2. ¿CUÁL ES EL PRECIO AL QUE USTED VENDE CADA CAJA DE SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS?

CUADRO N° 17

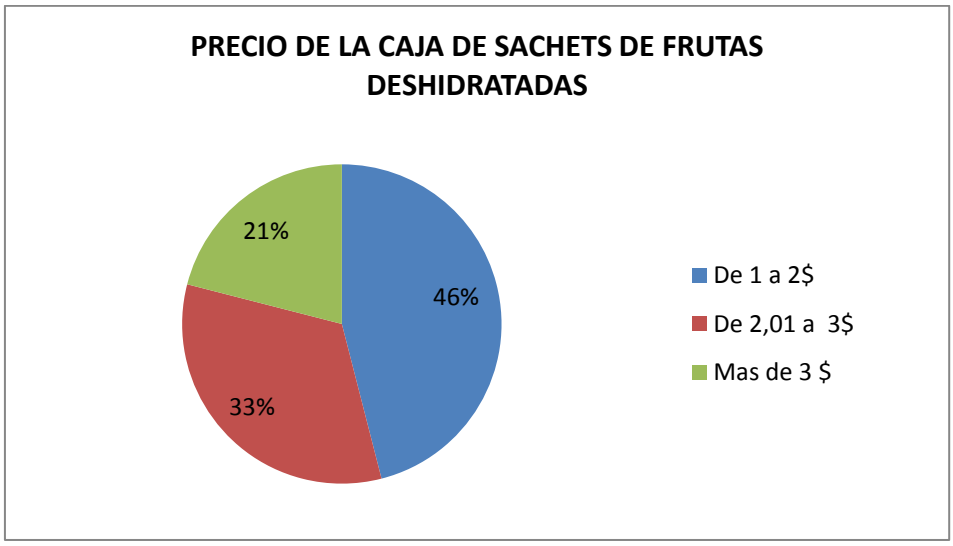
PRECIO DE LA CAJA DE SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS

ALTERNATIVA Peso en Gramos	FRECUENCIA	%
De 1 a 2$	104	46%
De 2,01 a 3$	74	33%
Más de 3 $	47	21%
TOTAL	**225**	**100%**

Fuente: Encuestas Ofertantes

Elaboración : Claudia Correa

GRÁFICO N° 16



INTERPRETACIÓN:

De 104 encuestados con un porcentaje del 46% contestaron que el precio que venden la caja es de 1 a 2$; mientras que 74 encuestados con un porcentaje del 33% manifestaron que el precio que venden es de 2,01 a 3$ y 47 encuestados con un porcentaje del 21% en un precio de mas de 3 $.

3. ¿QUÉ CANTIDAD DE SACHETS DE 10g. DE FRUTAS DESHIDRATADAS VENDE MENSUALMENTE EN LA PROVINCIA DE LOJA?

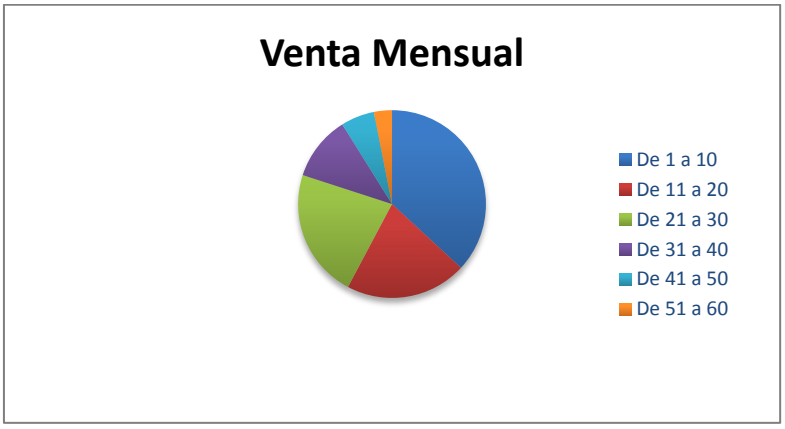
CUADRO N° 18

VENTA MENSUAL

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
De 1 a 10	83	37%
De 11 a 20	47	21%
De 21 a 30	50	22%
De 31 a 40	25	11%
De 41 a 50	13	6%
De 51 a 60	7	3%
TOTAL	**225**	**100%**

Fuente: Encuestas Ofertantes
Elaboración : Claudia Correa

GRÁFICO N° 17



INTERPRETACIÓN:

El 37% de los encuestados respondieron que la cantidad de cajas de sachet que vende semanalmente es de 1 a 10, mientras que 47 encuestados que corresponde al 21% contestaron que venden de 11 a 20 sachets de un gramo de frutas deshidratadas; 50 de los encuestados con un porcentaje del 22% respondieron que de 21 a 30; 25 de los encuestados con un porcentaje de 11% respondieron que de 31 a 40; 13 de los encuestados con un porcentaje del 6% respondieron que de 41 a 50; y finalmente 7 de los encuestados con un porcentaje del 3% respondieron de 51 a 60.

4. ¿UTILIZA MEDIOS DE PUBLICIDAD PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS QUE USTED OFRECE?

CUADRO N° 19

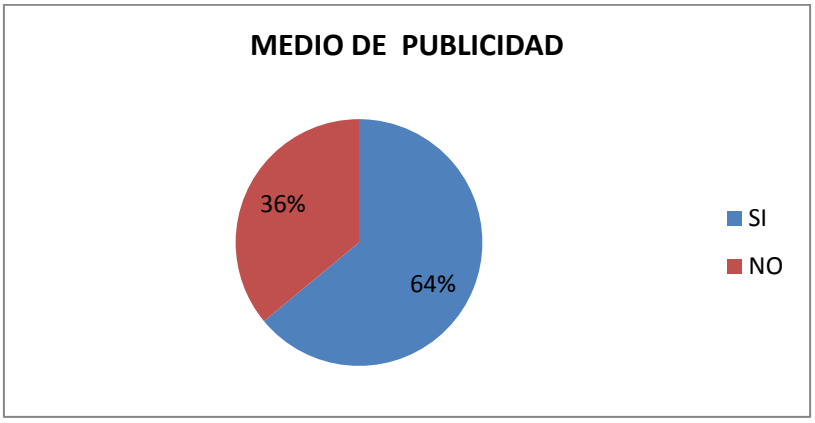
MEDIO DE PUBLICIDAD

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	144	64%
NO	81	36%
TOTAL	**225**	**100%**

Fuente: Encuestas Ofertantes

Elaboración : Claudia Correa

GRÁFICO N° 18



INTERPRETACIÓN:

De 144 encuestados con un porcentaje del 64% contestaron que si utilizan medios de publicidad para dar a conocer sus productos y 81 encuestados con un porcentaje del 36% respondieron que no utilizan medio de publicidad para dar a conocer sus productos por la economía.

5. ¿EN QUÉ MEDIOS DE PUBLICIDAD UD. DA A CONOCER LOS PRODUCTOS DE SU LOCAL COMERCIAL?

CUADROS N° 20

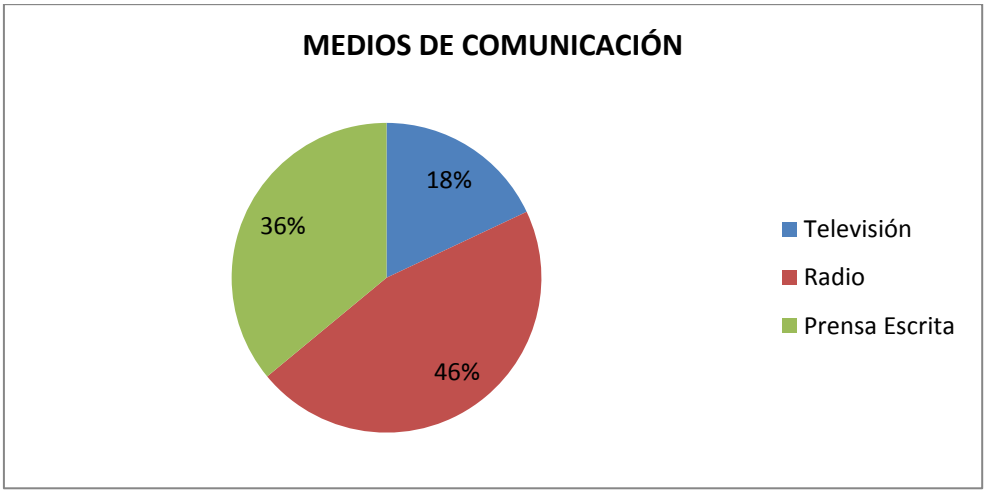
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Televisión	41	18%
Radio	104	46%
Prensa Escrita	81	36%
TOTAL	**225**	**100%**

Fuente: Encuestas Ofertantes

Elaboración : Claudia Correa

GRÁFICO N° 19



INTERPRETACIÓN:

Con motivo de determinar el medio publicitario por el cual dan a conocer los productos que venden en su local comercial, supieron manifestar lo siguiente: el 41 encuestados con un porcentaje del 18% sostienen que el medio publicitario en el que dan a conocer su producto es la televisión; 104 encuestados con un porcentaje del 46% manifiesta que la radio y 81 encuestados con un porcentaje de 36% se encuentra la prensa.

6. ¿QUÉ TIPO DE PROMOCIONES REALIZA USTED EN SU NEGOCIO?

CUADRO N° 21

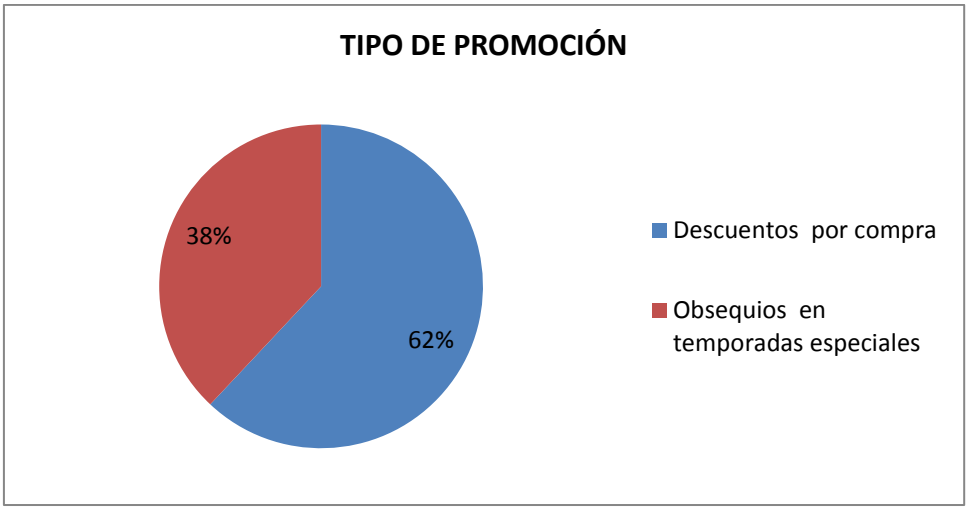
TIPO DE PROMOCIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Descuentos por compra	140	62%
Obsequios en temporadas especiales	86	38%
TOTAL	**225**	**100%**

Fuente: Encuestas

Elaboración : Claudia Correa

GRÁFICO N° 20



INTERPRETACIÓN:

De 140 encuestados con un porcentaje de 62% contestaron que realizan descuentos por compra en su negocio y 86 encuestados con un porcentaje del 38% contestaron que da obsequios en temporadas especiales a sus clientes.

g. DISCUSIÓN

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA Y LA OFERTA

DEMANDA POTENCIAL

Para establecer el total de la población de estudio segmentada que utiliza la empresa productora de sachets de frutas deshidratadas de fresa y cereza, con proyección hasta el año cinco que es el tiempo estimado de duración del proyecto, se tomó como base la población por familias de la provincia de Loja para el año 2013, con una tasa de crecimiento poblacional de 7,57% anual.

La demanda potencial del proyecto será las personas que indican que consumen productos procesados naturalmente, que es el 57% de la población según el cuadro número 3, estableciendo de esta manera la demanda potencial del proyecto como se muestra a continuación.

Demanda Potencial 2013 = 116159 x 57% = 65794 familias

CUADRO Nº 23

DEMANDA POTENCIAL

AÑO	POBLACIÓN FAMILIAS	Tasa de Crecimiento Poblacional	PORCENTAJE	DEMANDA POTENCIAL
0	116159	7.57%	57%	65794
1	124952	7.57%	57%	70775
2	134411	7.57%	57%	76133
3	144586	7.57%	57%	81896
4	155531	7.57%	57%	88095
5	167305	7.57%	57%	94764

Fuente: Cuadro Nº3 (INEC, TC: 7,57%)

Elaboración : Claudia Correa

DEMANDA REAL

En base a la encuesta aplicada, se identifica la población por familias que realmente consumen sachets de frutas deshidratadas de fresa y cereza, que según la pregunta 1 de la encuesta cuadro 4, son el 20%, con este porcentaje se establece la demanda real del producto como se muestra a continuación:

Cuadro Nº 24

DEMANDA REAL

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	PORCENTAJE	DEMANDA REAL
0	65794	20%	13159
1	70775	20%	14155
2	76133	20%	15227
3	81896	20%	16379
4	88095	20%	17619
5	94764	20%	18953

Fuente: Cuadro Nº4 y 24
Elaboración : Claudia Correa

La Demanda Real para el año base será de 13159 familias.

CONSUMO PER CÁPITA

Para establecer el consumo per cápita se tomó como referencia la pregunta Nº 6 del cuadro 9, que se refiere a la periodicidad con la que se consume el producto, a la vez se calcula el total anual de gramos de Consumo Per Cápita por cada opción, resultado que dividido para el total de encuestados que consumen el producto, presenta la cantidad 49 sobres de 10 gramos de sachets de frutas deshidratadas de fresa y cereza por familia al año, como se muestra a continuación en el cuadro siguiente.

Cuadro Nº 25

CONSUMO PER CÁPITA

Alternativas	Frecuencia	Punto Medio	Punto medio x frecuencia	TIEMPO	TOTAL ANUAL
1 a 5	183	3	549.18	12	6590.16
6 a 10	38	8	307.36	12	3688.32
11 a 15	5	13	58.76	12	705.12
TOTAL	**226**				**10983.6**

Fuente: Encuestas

Elaboración : Claudia Correa

$$CP = \frac{xm.f}{F}$$

$$CP = \frac{10983.6}{226}$$

$$CP = 49$$

Sobres de 10 gr. de sachet de frutas Promedio Anual por Familia

DEMANDA EFECTIVA

Para identificar la población segmentada con voluntad de compra de Sachets de Frutas Deshidratadas de Fresa y Cereza a la nueva empresa, se utiliza el resultado en porcentaje de la pregunta Nº 7 cuadro 10, donde se expone que el 76% de los encuestados está dispuesto a comprar el producto, luego de esto se procede a multiplicar el promedio de consumo por la demanda efectiva, lo que da como resultado la demanda efectiva en sobres de 10gr de sachets de frutas.

Cuadro Nº 26

DEMANDA EFECTIVA

AÑO	DEMANDA REAL	PORCENTAJE	DEMANDA EFECTIVA	PROMEDIO DE CONSUMO	Demanda Efectiva en sachets de 10 gr
0	13159	76%	10001	49	486036
1	14155	76%	10758	49	522829
2	15227	76%	11572	49	562407
3	16379	76%	12448	49	604981
4	17619	76%	13390	49	650778
5	18953	76%	14404	49	700042

Fuente: Cuadro Nº4 y 24

Elaboración : Claudia Correa

OFERTA

Se entiende por oferta la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de ofertantes, productores empleados o personas, ponen en el mercado para su comercialización a un precio determinado. De ello se desprende la necesidad de que un proyecto de inversión se conozca la cantidad existente de los bienes que ya están en el mercado a disposición de los consumidores, ya que de ello también dependerá el éxito de la empresa. El producto que se pretende elaborar en la presente investigación, no es producido en la provincia de Loja, por no existir empresas que elaboren estos productos, estableciendo solamente la comercialización en bodegas, mercados, supermercados, tiendas y centros naturistas, que según el INEC de la provincia de Loja existen 21,949 locales comerciales.

OFERTA REAL

Para determinar la oferta real fue necesario determinar el porcentaje de comercializadoras que efectivamente vende sachets de frutas deshidratadas, estableciendo que solo el 56% lo hace según la pregunta 1 de la oferta o el cuadro 16, con lo cual se determinó la oferta real como se muestra en el cuadro siguiente, además se hizo la proyección para los 5 años de vida útil del proyecto, tomando en cuenta la tasa de crecimiento de los negocios que según datos de SRI es el 4,73% de la provincia de Loja, como se muestra en el cuadro siguiente

CUADRO 27
OFERTA REAL

AÑOS	Población Oferta	Porcentaje	Tasa de Crecimiento	Oferta Real
0	21949	56%	4.73%	12377
1	21949	56%	4.73%	12963
2	21949	56%	4.73%	13576
3	21949	56%	4.73%	14218
4	21949	56%	4.73%	14890
5	21949	56%	4.73%	15595

Fuente: Cuadro 16

Elaboración: Claudia Correa

OFERTA TOTAL

Luego de determinar la oferta efectiva del producto fue necesario establecer la oferta total del mismo, mediante la pregunta 3 de la encuesta a los oferentes se establece que los ofertantes venden de 1 a 10 sachets de 10 gramos un total de 8 locales comerciales, luego se determina el punto medio de la variable que en este caso es de 5.5, luego se multiplica el punto medio por la frecuencia como en el primer caso cuyo valor es de 456.5, finalmente este valor se lo multiplica por el tiempo que en este caso es mensual determinando el valor de 5478, que es el valor total de esta variable. Al realizar el mismo procedimiento

con el resto de variables se obtiene un valor total de 51930 sachets de un gramo de frutas deshidratadas que es el valor que la oferta vende anualmente, los resultados y el procedimiento se muestran el cuadro siguiente.

CUADRO 28

OFERTA TOTAL DE FRUTAS DESHIDRATADAS

VARIABLE	FRECUENCIA	xm	xm.f	TIEMPO	TOTAL ANUAL
De 1 a 10	83	5.5	456.5	12	5478
De 11 a 20	47	15.5	728.5	12	8742
De 21 a 30	50	25.5	1275	12	15300
De 31 a 40	25	35.5	887.5	12	10650
De 41 a 50	13	45.5	591.5	12	7098
De 51 a 60	7	55.5	388.5	12	4662
TOTAL	**218**				**51930**

Fuente: Cuadro 18
Elaboración: La **autora**

OFERTA PROYECTADA

Una vez establecida la oferta real, se realizó la protección de la oferta total para los 5 años de vida útil del proyecto

CUADRO 29
OFERTA EFECTIVA

AÑOS	OFERTA ANUAL	TASA DE CRECIMIENTO
0	51930	4,73%
1	54386	4,73%
2	56959	4,73%
3	59653	4,73%
4	62474	4,73%
5	65430	4,73%

Fuente: Cuadro 27 y 28

Elaboración: Claudia Correa

DEMANDA INSATISFECHA

Una vez determinada la oferta, se requiere conocer la demanda insatisfecha para los años de vida útil del proyecto, para lo cual se aplica la siguiente formula:

DE – O = DI

Demanda Efectiva - Oferta = Demanda Insatisfecha

CUADRO 33
DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA TOTAL	DEMANDA INSATISFECHA
0	486036	51930	434106
1	522829	54386	468442
2	562407	56959	505448
3	604981	59653	545328
4	650778	62474	588304
5	700042	65430	634612

Fuente: Cuadro 29 y 32

Elaboración: Claudia Correa

La Demanda Insatisfecha para el año 1 asciende a 434106 Sachets de Frutas Deshidratadas de Fresa y Cereza de 10 gr.

PLAN DE MERCADO

ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS.

Para conseguir que la idea, materia de la realización del proyecto no fracase, es menester trazar un plan real y concreto luego de estudiar el mercado, su

realidad actual y porque no de los procesos anteriores a este, para afianzar nuestra seguridad de invertir, ya que cada plaza es distinta, tienen sus propias particularidades y complejidades que solo con estrategias solidas las podremos afrontar. Puedo mencionar entre las estrategias de mercado las siguientes: el análisis de mercado y sus necesidades, la determinación del producto adecuado, sus características, el precio, la selección de un segmento dentro del mismo y la comunicación de nuestro mensaje, la logística de la distribución del producto. La demanda insatisfecha, la competencia y sus necesidades de los clientes, permitirán establecer las estrategias adecuadas y de conveniencia para el posicionamiento del producto.

PRODUCTO

Para lograr la introducción del producto de Sachets de Frutas Deshidratas de Fresa y Cereza, es necesario relacionar sus características con los gustos y preferencias del consumidor, este referente se lo consiguió de las encuestas aplicadas a las familias de la provincia de Loja. La información obtenida en la interpretación de resultados, orienta en el establecimiento de las estrategias que se detallan a continuación:

- Producción de Sachets de Frutas Deshidratas de Fresa y Cereza.
- Ofrecer precios accesibles al mercado local.
- Emplear para el proceso de producción, materias primas con componentes de calidad.
- Utilizar equipos de laboratorio básico y apropiado.
- Presentar el producto al usuario con imagen llamativa tanto en su envase como en su caja de presentación.
- Establecer controles de calidad en todo el proceso de producción.
- Emplear sellos o etiquetas de garantía.

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

ENVASES

GRÁFICO 21

NOMBRE DEL PRODUCTO Y LOGOTIPO

GRÁFICO 22

FRUHIDRAT

PRECIO

Los precios a fijarse y que se establecerán a partir del estudio técnico, contribuirán a conseguir los objetivos de la empresa, tomando en cuenta que este cubra los costos de producción y el margen de utilidad tanto a la empresa como a los vendedores, considerando además los que oferta la competencia esto es a precios que varían entre 1,00 dólar, 1, 50 dólares, 2, 00 dólares, 2,50

y 3,00 dólares, así mismo, para determinarlo se tomara en consideración los criterios de flexibilidad y orientación de mercado.

PLAZA

Las estrategias de distribución tendrán su soporte en los contenidos del marketing mix así como del análisis e identificación de puntos de referencia exitosos del mercado local para productos industriales (bechmarking).

La empresa para llevar el producto hasta el usuario final, utilizará el siguiente canal de distribución:

GRÁFICO 23

Se ha determinado este canal de distribución ya que mediante este la empresa podrá en los diferentes intermediarios de negocios de Sachets de Frutas Deshidratas de Fresa y Cereza, los mismos que ayudaran a vender el producto al consumidor final, pero también la empresa podrá vender directamente al consumidor final, pero al mismo precio de los intermediarios, para no perder el valor del precio establecido al público.

PROMOCIÓN

Para ingresar al mercado local y enfrentar a la competencia, se utilizarán tres herramientas promocionales para alcanzar los objetivos de publicidad y mercadotecnia, que se describen a continuación:

PUBLICIDAD

Se aplicará una efectiva publicidad con información a través de Radio RC Plus, los diferentes medios de comunicación disponibles y de mayor sintonía con el mensaje de la empresa para dar a conocer Sachets de Frutas Deshidratas de Fresa y Cereza deberá informar, convencer y recordar, así mismo tendrá los siguientes contenidos:

- ✓ Nombre de la marca
- ✓ Slogan
- ✓ Beneficios del producto
- ✓ Materia prima utilizada
- ✓ Registro sanitario
- ✓ Lugar de ubicación y contactos telefónicos
- ✓ Cantidad del Contenido en unidades

Ventas Personales.

Loa Agentes Vendedores se encargarán de realizar visitas domiciliarias y de instituciones públicas y privadas la provincia de Loja, con la utilización de los siguientes recursos que serán cuidadosamente diseñados: catálogos y muestrarios.

Proveedores.

La materia prima a utilizar en la producción de Sachets de Frutas Deshidratas de Fresa y Cereza, será adquirida a proveedores e importadores de la provincia de Loja.

La asistencia técnica para la combinación de las mismas y las cantidades, serán efectuadas con el asesoramiento de un Ingeniero Químico.

ESTUDIO TÉCNICO

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y los sachets de frutas deshidratadas. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

TAMAÑO DEL PROYECTO

Para la localización de la empresa y el cumplimiento de sus objetivos, se ha identificado el lugar que evidencia las garantías para la buena marcha de la actividad productiva, se ha considerado los aspectos localizaciones que constituyen la facilidad que tendría la empresa para transportar el producto terminado. Los factores que más comúnmente influyen en la decisión de la localización de un proyecto son los siguientes:

Factores Geográficos, relacionados con las condiciones naturales que rigen en las distintas zonas del país, tales como el clima, los niveles de contaminación y desechos, las comunicaciones (carreteras, vías férreas y rutas aéreas), etc.

Factores institucionales, que son los relacionados con los planes y las estrategias de desarrollo y descentralización industrial.

Factores sociales, los relacionados con la adaptación del proyecto al ambiente y la comunidad. Se refieren al nivel general de los servicios sociales con que cuenta la comunidad, tales como escuelas, hospitales, centros recreativos, facilidades culturales y de capacitación de empleados, y otros.

Factores Económicos, que se refieren a los costos de los suministros e insumos en esa localidad, tales como la mano de obra, las materias primas, el agua, la energía eléctrica, los combustibles, la infraestructura disponible, los terrenos y la cercanía de los mercados y de las materias primas.

CAPACIDAD INSTALADA

Está determinada por el nivel máximo de producción que se puede obtener con la utilización de determinado componente de producción, independientemente de los costos de producción que genere, en el presente caso se trata del horno eléctrico con capacidad de (3kilos) o 3000 gramos para dicho componente se realiza el siguiente proceso y análisis:

Selección de la frutas en 6 minutos, luego se realiza el lavado de las frutas ocupando 10 minutos, en el mezclado y cortado frutas se requiere 12 minutos, se procede a colocar las frutas en latas en 8 minutos, horneado para que se deshidraten 40 minutos, terminado este proceso enfriar estas frutas en 25 minutos, el pesado se lo realiza de 10 gramos por fundita de frutas se requiere 8 minutos ,seguidamente se empaca en 5 minutos, para el etiquetado se requiere 4 minutos y finalmente se almacena en 2 minutos.

Todo este proceso ocupa 120 minutos o 2 horas en que se procesaran 3000 gramos de frutas deshidratadas o 300 sachets de 10 gramos, x 8 horas diarias que laborará la empresa se producirán 1200 sachets o 12000 gramos de frutas deshidratadas diarias, x por los 262 días laborables 314.400 sachets de 10 gramos o 3.144.000 gramos de frutas deshidratadas anuales.

Por lo tanto la capacidad instalada es de 314.400 sachets de 10 gramos de frutas deshidratadas.

CUADRO 34
Capacidad Instalada

Demanda Insatisfecha	Capacidad Instalada en sachets de 10 gr.	% de la demanda Insatisfecha cubierta por la empresa
434106	314400	72.42

Fuente: Cuadros 33
Elaboración : Claudia Correa

CAPACIDAD UTILIZADA

Una vez calculada la capacidad instalada se proyecta que la nueva empresa trabaje para el primer año con una capacidad del 75% de su capacidad máxima por razones de introducción en el mercado, llegando hasta el 99% en el año 5.

CUADRO 35
CAPACIDAD UTILIZADA

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	%	Capacidad Utilizada en Sachets de 10 gr.
1	314400	75%	235800
2	314400	80%	251520
3	314400	85%	267240
4	314400	90%	282960
5	314400	99%	311256

Fuente: Cuadro 34
Elaboración: Claudia Correa

MACROLOCALIZACIÓN

La empresa estará ubicada en la Región Sur, provincia de Loja, Cantón Quilanga, como el área más adecuada para producción de Infusión de Frutas Deshidratadas, de acuerdo a estos factores:

- Mayor Concentración de demandantes de infusión.

- La infraestructura en el área Urbana es favorable.
- Se abastecerá de forma inmediata a todos los locales comerciales.

GRÁFICO 24

MACRO LOCALIZACIÓN

MICRO LOCALIZACIÓN

En la Micro localización se especifica cuáles son las calles con nombres exactos donde será la empresa, determinando la localización exacta de la empresa en nuestro caso estará ubicada en Cantón Quilanga, en el Barrio Centro Poblado, Calles Atahualpa y Manuel Rojas.

Para poder determinar la localización exacta de la empresa hemos tomado en consideración factores como:

- **Disponibilidad de acceso para el cliente.–** Es un factor clave para la localización ya que en cierta forma tiene mucho que ver la ubicación de

la empresa respecto a los consumidores, tomando en cuenta los gastos de transporte que estos deben realizar para llegar a la misma.

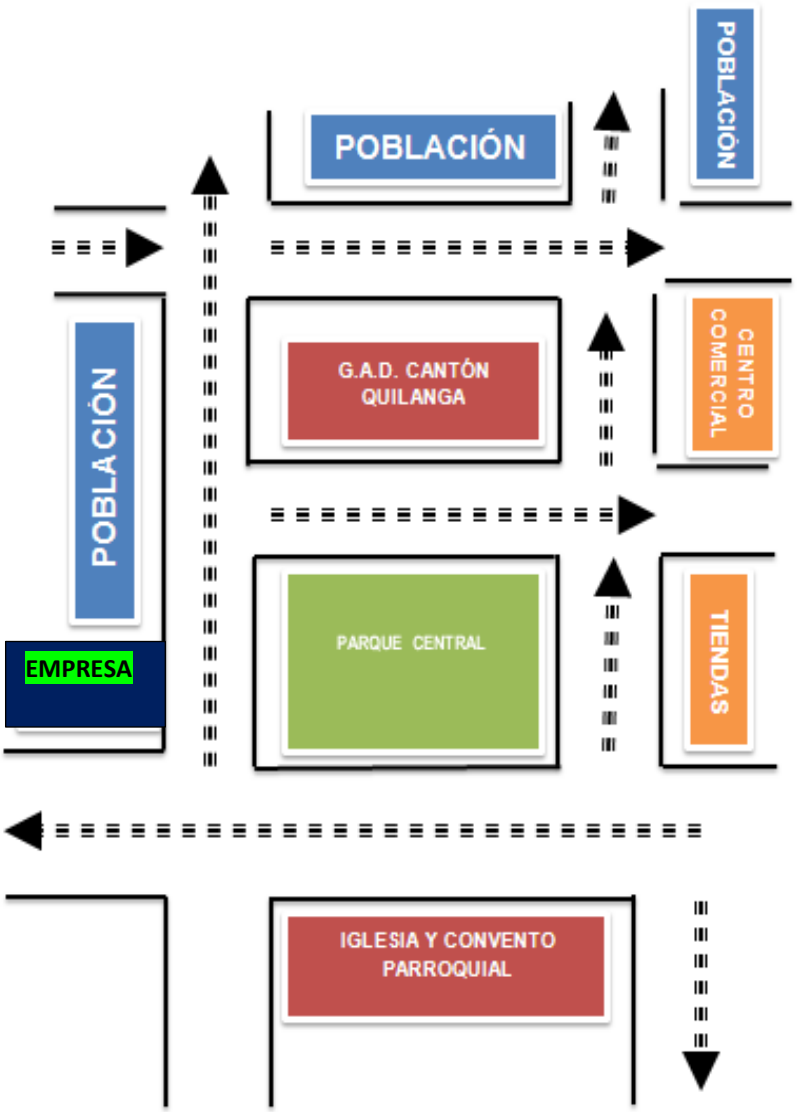
- **Mano de Obra.**- La mano de obra es aspecto importante para el proceso de producción esta proceso no es complicado por lo que explicar el procedimiento al personal no será un problema, lo que permitirá un producto de calidad. El personal que se empleara tiene que estar capacitado y tener conocimientos de elaboración de infusión de frutas deshidratadas
- **Servicios generales.**- La empresa será ubicada en un sector donde existe disponibilidad de los de todos los servicios básicos como: energía eléctrica, agua, teléfono y alcantarillado.
- **Posibilidad de eliminación o tratamientos de desechos.-** Se utilizará mecanismos adecuados para la eliminación de desechos, brindando beneficios no solo para la empresa si no para la localidad.

  Provincia: Loja

  Cantón: Quilanga

  Barrio: Centro Poblado

GRÁFICO 25



PONDERACIÓN DE FACTORES

TABLA DE PONDERACIÓN DE FACTORES

Esta tabla de ponderación es necesario utilizarla por el tamaño de la empresa y tipo de actividad que realizará la misma, con el objetivo de encontrar herramientas que permitan evaluar tanto la factibilidad de iniciar como de continuar con la actividad de la empresa, de compararlo con otras posibilidades, y de analizar las acciones tendientes a mejorar las actividades

ya en marcha.

FUNCIONES Y OBJETIVOS DE LA TABLA DE PONDERACIONES

1.- Analizar la factibilidad de un nuevo negocio o servicios.

2.- Monitorear los cambios de complejo a hostería y su continuidad.

3.- Hacer un seguimiento de la evolución de esta actividad a los efectos de monitorear sus posibilidades futuras y su comparación con otras actividades.

En cuanto a los factores a tomar en consideración debe ser la más amplia posible a los efectos de tomar al momento de la evaluación todos aquellos que sean determinantes de la rentabilidad y riesgos.

Los factores a considerar tenemos:

Rentabilidad.- Podemos considerar la rentabilidad sobre la inversión o bien la rentabilidad sobre los activos totales. En el caso de analizar una actividad deberá calcularse tal rentabilidad en función de las inversiones necesarias para la realización de tales actividades.

Ubicación.- La localización o ubicación de la empresa en muchos casos es fundamental, sobre todo tratándose de servicios de lavado de ropa.

Conocimientos.- Para el profesional dentro del área de servicios, debe estar preparado y tener conocimientos sobre la atención al cliente. Además este factor tendrá un alto nivel de ponderación.

Experiencia.- Cualquier trabajo es fundamental la experiencia para saber de los secretos de cada tipo de actividad.

Nivel de competencia externa.- ante la globalización de la economía es importante seguir muy de cerca la evolución de los competidores externos en la actividad de la empresa. Cuanto mayor sea el riesgo de un incremento de competencia foránea menor será el puntaje. Generar ventajas

competitivas en materia de precios, calidad, servicios y diferenciación es una forma de contrarrestar dichas interferencias.

Forma de Calificar la tabla Ponderaciones

Para el caso de una empresa unipersonal la calificación deberá razonarla el propietario con su asesor personal o bien con el encargado de la empresa. Es fundamental que la calificación no sea individual sino conjunta, de manera tal de ver cada factor desde diferentes y variadas perspectivas.

Siempre se debe estar alerta ante factores que alteren o puedan alterar las calificaciones otorgadas a cada factor. La calificación en si es el razonar la manera en que la empresa se ve favorecida o desfavorecida ante los cambios y de qué forma podemos mejorar la posición y ventaja competitiva de la empresa.

CUADRO 36

PONDERACIÓN DE FACTORES				
NUMERO	**FACTORES**	**A**	**B**	**C**
		GONZANAMÁ	**QUILANGA**	**LOJA**
1	Ubicación Geográfica Estratégica	20	20	20
2	Servicios básicos	20	30	20
3	Infraestructura de acceso vías	5	20	10
4	Transporte público	10	20	5
5	El esparcimiento	5	5	1
6	Existencia de competencia	1	0	1
TOTAL		**61**	**95**	**57**

De acuerdo al resultado obtenido se ha podido considerar que el Cantón Quilanga provincia de Loja tiene un total de 95 puntos sobre el 100%, siendo este lugar el de mayores oportunidades para realizar este proyecto.

El puntaje aplicado va de:

- **Uno:** Para una situación muy mala.
- **Cinco:** Para una situación mala.
- **Diez**: Para una posición regular.
- **Veinte:** Valido para una buena situación.
- **Treinta**: Correspondiente a una situación o posición muy buena.

INGENIERÍA DEL PROYECTO.

El objetivo de esta parte del estudio técnico es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, esto es, desde insumos suministros, procesos, maquinaria, incluye desde la distribución de la planta hasta la estructura organizacional, diseño, productos.

PRODUCTO.

El producto que se pretende producir debidamente elaborado, es Fresa y Cereza deshidratadas en sachets de 10 gramos, para lo cual se le dará un nombre adecuado para que sea identificado en el mercado. Por lo tanto, se cree que el más adecuado sería **"FRUHIDRAT".**

De acuerdo a las encuestas realizadas en el Estudio de Mercado, se pudo establecer que se consume en sachets de 10 gramos, por lo que se decidió presentar sachets de frutas deshidratadas de fresa y cereza en 10 gramos, permitiendo a los consumidores disfrutarlo plenamente y al mismo tiempo formarse una idea clara de este producto.

La etiqueta es la parte exterior de un producto en la cual se informa al usuario las características generales del mismo, la información mínima que debe contener la etiqueta es:

- Nombre del producto: Sachets de Frutas Deshidratadas de Fresa y Cereza

- Marca Comercial: **FRUHIDRAT**
- Identificación del lote
- Razón social de la empresa: Claudia Correa Cía. Ltda.
- Contenido neto: 10 gramos
- Número de registro sanitario:
- Fecha de elaboración y tiempo máximo de utilización
- Lista de ingredientes: Fresa y Cereza
- Precio de venta al público
- Calidad y país de Elaboración

En base a esta información la etiqueta de Sachets de Frutas Deshidratadas de Fresa y Cereza será la siguiente:

GRÁFICO 26

Los sachets de Frutas Deshidratadas de Fresa y Cereza se envasarán en sobres de polietileno de 10 gramos.

PROCESO PRODUCTIVO.

A continuación se describe cada una de las actividades que se requieren para transformar la materia prima en producto terminado que en este caso es sachets de Frutas Deshidratadas de Fresa y Cereza.

FLUJOGRAMA DE PROCESOS.

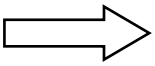
Sachets de Frutas Deshidratadas compuesta por Fresa y Cereza, constituyen la materia prima, a esto se le aplica el deshidratado hasta darle una apariencia agradable, por lo tanto este proyecto intenta presentar una nueva forma productiva que incorpore ciertas ventajas al producto, para la aceptación del consumidor, es así que seguidamente daremos a conocer el respectivo proceso, el cual está representado por las siguientes etapas:

- Revisión de la materia prima
- Mezcla de los ingredientes de fresa y cereza
- Elaborar Frutas deshidratadas de fresa y cereza
- Pesado de Frutas Deshidratadas de Fresa y Cereza
- Control de calidad
- Etiquetado
- Almacenamiento

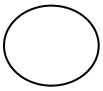
SIMBOLOGÍA

DEMORA

TRANSPORTE

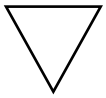


OPERACIÓN

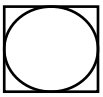


INSPECCIÓN

ALMACENAMIENTO



OPERACIÓN E INSPECCIÓN



FLUJOGRAMA DE PROCESO DE ELABORACIÓN DE SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS DE FRESA Y CEREZA

	TIEMPO
Selección de la frutas por separado (fresas y cerezas)	**6 min**
Lavado de las frutas por separado (fresas, cerezas)	**10 min**
Mezclado y cortado de la frutas	**12 min**
Colocación frutas en bandejas	**8 min.**
Horneado y deshidratado	**40 min.**
Enfriado	**25 min.**
Pesado	**8 min.**
Empacado	**5 min.**
Etiquetado	**4 min.**
Almacenado	**2 min.**
TOTAL MINUTOS	**120**

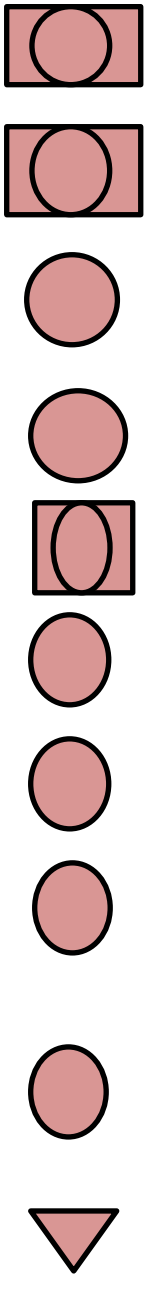
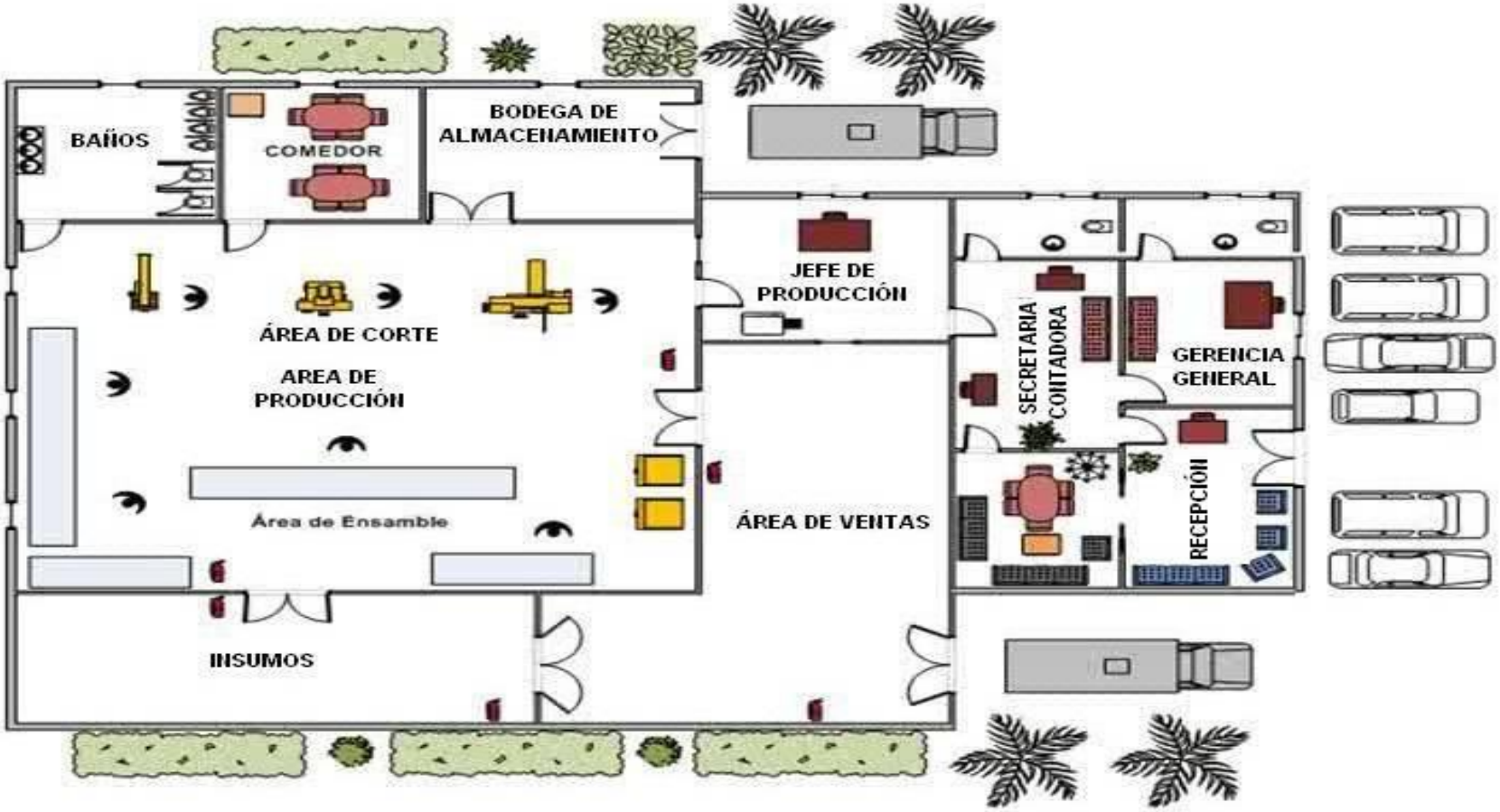


GRÁFICO 27

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



RECURSOS NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES Y RECURSOS MATERIALES.

MAQUINARIA Y EQUIPO

- Horno eléctrico
- Envasadora
- Etiquetadora

OTROS MATERIALES

Escritorio con sillón	3
Archivador	1
Sillas	10
Mesas	3
Perchas	1 juego
Computadoras	1
Sumadora	1
Teléfono	1
Kit de herramientas	1

REQUERIMIENTO DE RECURSOS HUMANOS.

El personal necesario para el funcionamiento de la empresa y con la finalidad de precautelar la vida de los mismos en sus lugares de trabajo, se estará capacitando por medio de cursos.

MANO DE OBRA DIRECTA.

Obreros	2
Jefe de producción	1

PERSONAL ADMINISTRATIVO

Gerente	1
Secretaria Contadora	1
Asesor Jurídico	1
Conserje Guardián	1

PERSONAL DE VENTAS

Jefe de Ventas	1
Vendedor	1

ÁREA REQUERIDA

Gerencia	4 m
Área de Ventas	8 m

Jefe de Producción 4 m

Secretaria Contadora 5 m

Recepción 6 m

Baño 3 m

ÁREA PRODUCTORA

Área de Producción 18 m

Bodega de Materia Prima 8 m

Bodega Almacenamiento 10m

Baños 6 m

Áreas complementarias c25 m

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

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

BASE LEGAL

MINUTA PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA

EN NOMBRE COLECTIVO

Señor Notario:

En la ciudad de Quilanga, cabecera Cantonal del mismo nombre, hoy 21 de noviembre del año 2013, ante la señora Notaria Primera de la ciudad de Quilanga, se eleva a minuta la constitución de la siguiente Compañía Colectiva.

En el registro de escritura pública a su cargo, dígnese insertar una que contenga la constitución de la Compañía Colectiva “Claudia Correa y Cía. Litda.”.

Concurren al otorgamiento de esta escritura los Señores: Claudia Correa y Manuel Rojas, de nacionalidad ecuatoriana, domiciliados en esta ciudad y quienes comparecen por sus propios derechos.

Estatuto de la Compañía Colectiva “Claudia Correa y Cía. Litda.”, se conforma con arreglo a las declaraciones y clausulas siguientes:

Capítulo Primero

Razón Social, Domicilio, Objetivo Social y Plazo de Duración

Art. 1.- La Compañía llevará la razón social “Claudia Correa y Cía. Litda.”

Art. 2.- El domicilio de la Compañía es el cantón Quilanga, provincia de Loja.

Art. 3.- La Compañía está constituida mediante este documento, tendrá como objetivo la producción y comercialización de Sachets de Frutas Deshidratadas de Fresa y Cereza.

Art. 4.- Los socios han acordado que el plazo de duración de la compañía es de 10 años, pero por resolución unánime de las mismas podrán liquidar antes del vencimiento de este plazo o prorrogar su duración.

Art. 5.- El tipo de empresa es industrial, puesto que la materia prima sufrirá una transformación para obtener el producto final, utilizando maquinaria tecnificada y mano de obra calificada.

Capítulo Segundo

Capital Social

Art. 6.- El Capital de la Compañía es de: $ 1.000,00 dólares americanos.

Art. 7.- La Compañía puede aumentar su capital social por resolución de la Junta General de los socios en valor igual por cada una.

Art. 8.- La resolución de aumento y reducción de capital se tomara con el consentimiento unánime de los socios.

Capítulo Tercero

Art. 9.- Son obligaciones de los socios:

- Tomar a su cargo las funciones que les fueron encomendadas por la Junta General de Socios y por el Presidente.
- Cumplir con las encomiendas y deberes que le asigne la Junta General de Socios y el Gerente General.
- Cumplir con las obligaciones previstas por la ley.

Art. 10.- Los socios tendrá derecho a:

- Intervenir con voz y voto en la sesiones de la Junta General.
- Elegir y ser elegido administrador y demás organismos de administración y fiscalización.
- Percibir utilidades y beneficios de las aportaciones pagadas.

Capítulo Cuarto

Art. 11.- El administrador de la Compañía se ejercerá por medio de la Junta General de Socios

Art. 12.- La Junta General de los Socios es el órgano superior de la compañía y está integrado por los socios legalmente convocados.

Sesiones de los Socios

Art. 13.- La Junta General de los Socios son ordinarias y extraordinarias o se reunirán en el domicilio principal.

Art. 14.- La Junta General ordinaria y extraordinaria serán convocadas por el Gerente de la Compañía, personalmente a cada uno de los socios y por escrito.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL INTERNA

La estructura empresarial interna es la estructura organizativa con que cuenta la empresa, ya que una buena organización conlleva la asignación de funciones y responsabilidades a cada una de las integrantes de la misma.

Esto permitirá que los recursos especialmente el humano sea administrado con eficiencia. La estructura organizativa se representa mediante organigramas los cuales se presentan a continuación junto al manual de funciones correspondientes.

NIVELES JERÁRQUICOS

La estructura administrativa de la empresa "Claudia Correa y Cía. Litda." estará establecida por cinco niveles jerárquicos, que son:

Nivel Legislativo Directivo: Estará conformado por la Junta General de

Nivel Ejecutivo: Es el cual donde se ejecuta los planes y programas impuestos por el nivel legislativo, es decir la ejecución y control de la empresa, estará representado por la Gerente de la misma.

Nivel Asesor: La constituye la persona que la empresa contratará en forma temporal según las necesidades de la misma, estará integrado por un asesor Jurídico (Temporal).

Nivel de Apoyo: Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con eficiencia y eficacia, se encuentra conformado por la Secretaria y el Conserje.

Nivel Operativo: Se describen los departamentos que se encargan de la marcha operativa de la empresa, dentro de este nivel estarán el departamento de Contabilidad, Producción y Ventas.

ORGANIGRAMAS

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

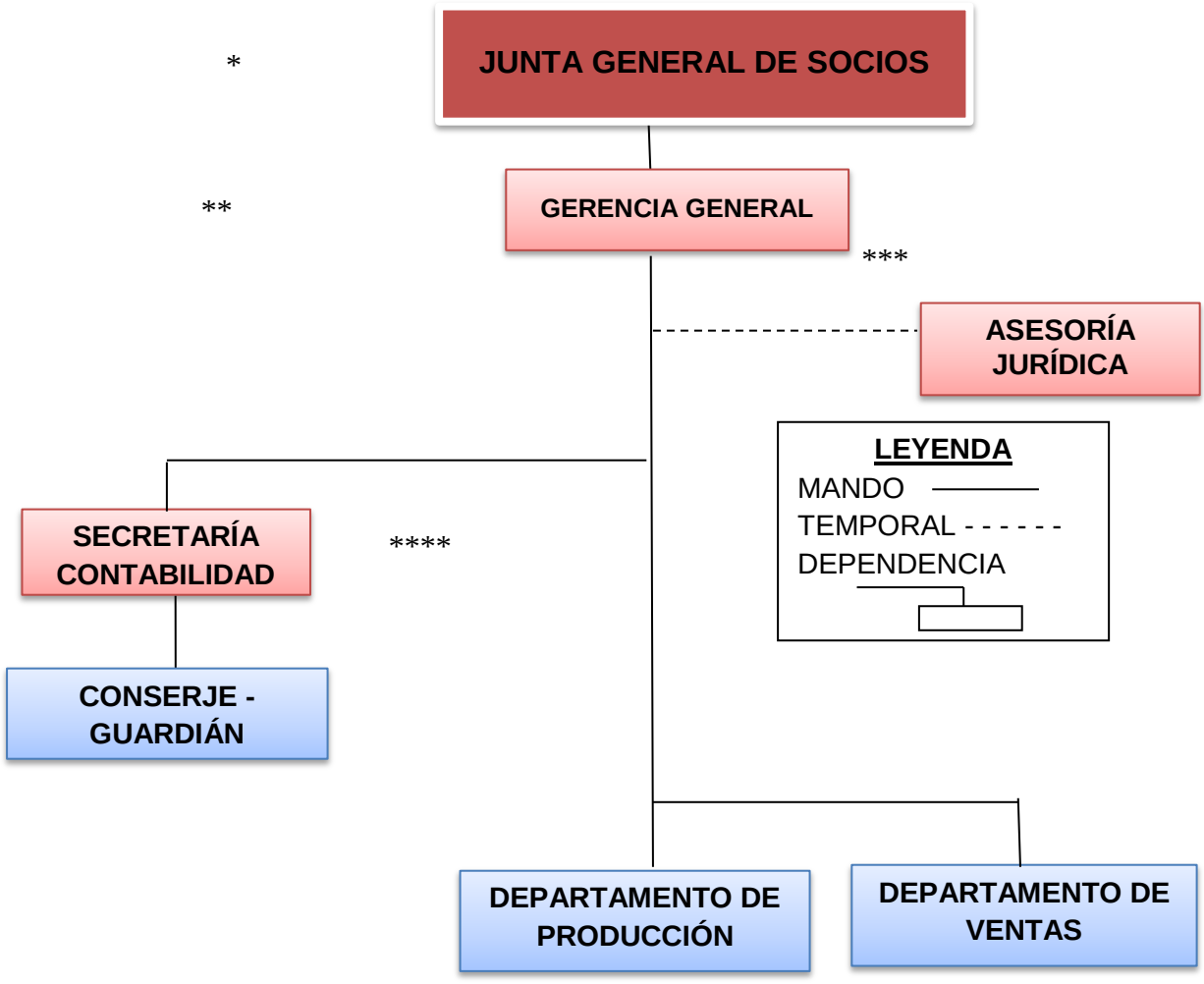
- ✓ **Organigrama Estructural.-** Representa el esquema básico de una organización, permitiendo conocer de una forma objetiva sus unidades administrativas, apreciándose la organización de la empresa como un todo.

- ✓ **Organigrama Funcional.**- Es una modalidad del estructural y consiste en representar gráficamente las funciones principales o básicas de una unidad administrativa. Al detallar las funciones se inicia por los más importantes y luego se registra aquellas de menor trascendencia.

GRÁFICO 28

"Claudia Correa Cía. Ltda."

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



*	Nivel Legislativo
**	Nivel Ejecutivo
***	Nivel Asesor
****	Nivel Auxiliar
*****	Nivel Operativo

ELABORACIÓN: Claudia Correa

GRÁFICO 29

"Claudia Correa Cía. Ltda."

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

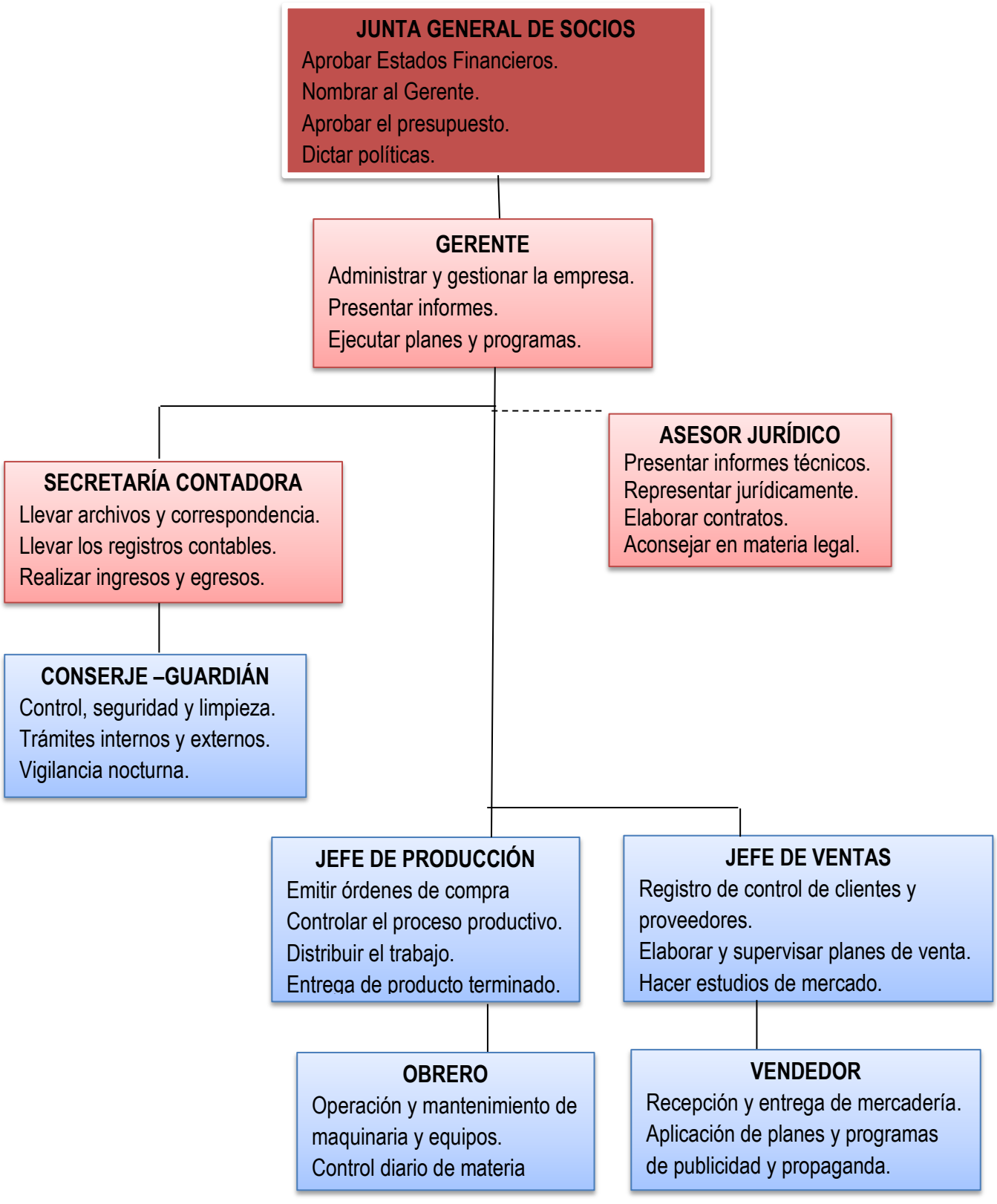
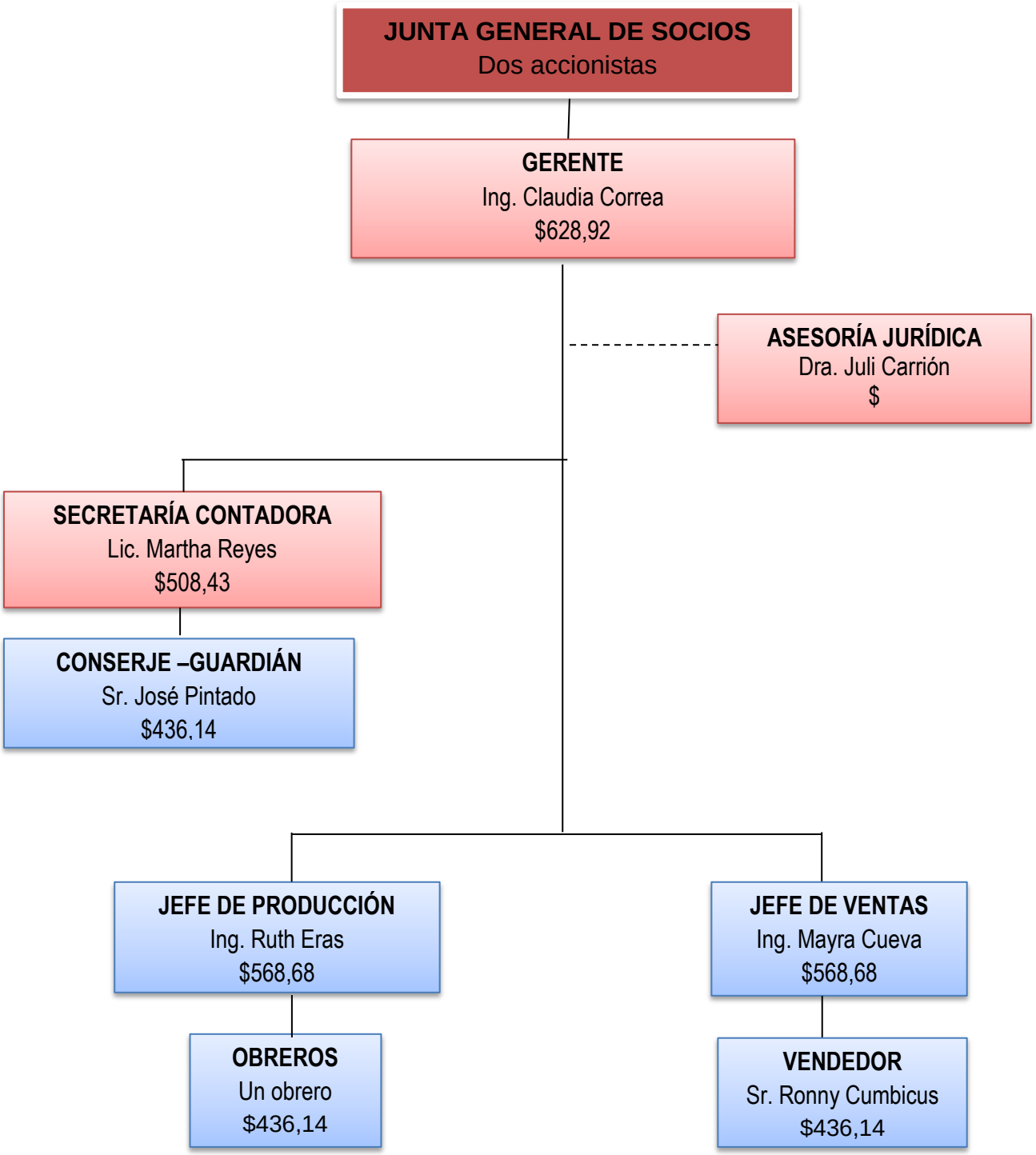


GRÁFICO 30

"Claudia Correa Cía. Litda."

ORGANIGRAMA POSICIONAL



MANUAL DE FUNCIONES

CÓDIGO: 01 **TÍTULO DE PUESTO: GERENTE**
NATURALEZA DEL TRABAJO • Planificar, programar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en la empresa.
FUNCIONES TÍPICAS • Cumplir con las disposiciones dadas en el Directorio e informar sobre la marcha de las mismas. • Ejercer la representación legal judicial y extrajudicial de la empresa. Diseñar, implementar y mantener procedimientos de compras de materia prima. • Tramitar órdenes, controles, cheques y más documentos que el reglamento lo autorice, aprobando, autorizando y firmando para lograr un correcto desenvolvimiento. • Nombrar y contratar trabajadores cumpliendo con los requisitos del caso. • Organizar cursos de capacitación. • Presentar al directorio, programas de producción, pronósticos de ventas y más documentos de trabajo para su aprobación.
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE • Tener conocimiento sobre cómo administrar una empresa •Tener capacidad de comunicación con los demás colaboradores • Principios y prácticas de contabilidad. • Aplicación y desarrollo de sistemas contables. • Tener conocimientos en leyes y decretos dentro del área de contabilidad.
REQUISITOS MÍNIMOS **EDUCACIÓN:** Título de Ingeniero Comercial, Mg s. en Administración **EXPERIENCIA:** Cuatro años en funciones similares.

CÓDIGO: 02

TÍTULO DE PUESTO: ASESOR JURÍDICO

NATURALEZA DEL TRABAJO

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

FUNCIONES TÍPICAS

• Asesorar a los directivos y funcionarios de la empresa sobre asuntos de carácter jurídico.

• Aconsejar e informar sobre proyectos en materia jurídica, para la empresa.

• Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa.

• Participar en procesos contractuales.

• Asesorar a los accionistas en lo relacionado al aspecto legal.

• Realizar los trámites legales de la empresa.

• Preparar informes y dictámenes de tipo legal.

• Prestar sus servicios temporalmente cuando se amerite de ellos.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

• Responsabilidad en la legalización de documentos.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN: Título Universitario de Abogado

EXPERIENCIA: Experiencia en casos similares (2 años)

CÓDIGO: 03

TÍTULO DE PUESTO: SECRETARIA - CONTADORA

NATURALEZA DEL TRABAJO

• Realizar labores de secretaría o asistencia directa al gerente de la empresa.

• Suministrar a la gerencia información financiera confiable útil, y oportuna para la toma de decisiones.

FUNCIONES TÍPICAS

• Redactar y digitar todo tipo de correspondencia, como oficios, memorando, circulares de la empresa.

• Atender al público que solicite información y concertar entrevistas con el gerente de la empresa.

• Mantener archivos de la correspondencia enviada y recibida.

• Controlar la asistencia del personal con un libro destinado para el efecto.

• Atender la correspondencia, manejándola con diplomacia y eficiencia.

• Las demás que le asigne el Jefe de Unidad o Gerente de área, dentro del ámbito de su actividad.

• Ordenar y archivar la documentación que respalda las operaciones contables

• Registrar las operaciones contables en los libros autorizados.

• Informar sobre los resultados obtenidos en las transacciones de la organización en un periodo determinado.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

• El puesto requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de sus funciones.

•, Establecer buenas relaciones interpersonales con el personal de la empresa y público en general.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN: Título de Licenciado en contabilidad y auditoria

EXPERIENCIA: Un año en funciones afines.

ADICIONAL: Haber participado en cursos de relaciones humanas.

CÓDIGO: 04

TÍTULO DE PUESTO: CONSERJE GUARDÍAN

NATURALEZA DEL TRABAJO

• Ejecución de labores de conserjería, custodia de la Empresa y realización de trámites administrativos.

FUNCIONES TÍPICAS

• Entregar y receptar correspondencia de la empresa.

• Velar por la seguridad de la maquinaria y equipos de la empresa.

• Colaborar ocasionalmente con la ejecución de labores sencillas de oficina.

• Realizar la limpieza diaria de los muebles y enseres de oficina.

• Solicitar identificación a las personas que ingresen a la fábrica.

• Las demás que le asigne el Jefe de Unidad o Gerente de área, dentro del ámbito de su actividad.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

• Es el responsable por el cumplimiento de labores sencillas y rutinarias, sujeto a disposiciones y normas dispuestas por sus superiores.

• El trabajo requiere para su ejecución de constante esfuerzo físico

• Trabajo sujeto a sufrir accidentes de manera eventual

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN: Bachiller en cualquier especialidad.

EXPERIENCIA: Un año de experiencia en funciones similares.

CÓDIGO: 05

TÍTULO DE PUESTO: JEFE DE PRODUCCIÓN

NATURALEZA DEL TRABAJO

• Planificar, organizar, dirigir y controlar el funcionamiento del departamento de producción.

FUNCIONES TÍPICAS

• Supervisar y controlar las actividades diarias de los trabajadores del departamento.

• Elaborar y hacer ejecutar los programas de producción.

• Mantener los niveles de producción correctamente para evitar desabastecimiento del producto.

• Supervisar la entrega y recepción de implementos de su departamento.

• Presentar informes de los requerimientos del departamento.

• Establecer sistemas de medidas, de tiempos y movimientos para efectivizar al máximo su producción.

• Controlar inventarios de materias primas e insumos.

• Controlar el buen uso de la maquinaria y equipos.

• Realizar un correcto control de calidad del producto.

• Dar el mantenimiento adecuado a las máquinas supervisando y controlando esta actividad.

• Asesorar a los directivos de la empresa en asuntos de producción.

• Organizar cursos de capacitación para el personal a su cargo.

• Las demás que le asigne el Jefe de Unidad o Gerente de área, dentro del ámbito de su actividad.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

• Esta clase de puesto se caracteriza por la responsabilidad de supervisar y controlar las existencias de materias primas y el cuidado de las mismas para evitar paralizaciones de las actividades.

• Responder por equipos a su cargo hasta un valor de $. 1000.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN: Título de Tecnólogo en Industrias.

EXPERIENCIA: Un año en labores afines.

CÓDIGO: 06

TÍTULO DE PUESTO: OBRERO

NATURALEZA DEL TRABAJO

• Manipular con diligencia y cuidado la maquinaria para el procesamiento de la materia prima. Dar mantenimiento a la misma

FUNCIONES TÍPICAS

• Operar, cuidar y custodiar la maquinaria a su cargo.

• Cumplir las disposiciones dadas por sus superiores.

• Procesar la materia prima y obtener un producto final de buena calidad.

• Informar sobre el requerimiento de materiales e insumos.

• Cumplir las disposiciones emanadas por los superiores

• Pesar la cantidad de materia prima a procesar

• Vigilar el proceso productivo.

• Controlar el mantenimiento y conservación de la maquinaría.

• Operar la maquinaria y equipo bajo su cargo

• Evitar desperdicios de materiales.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

• Destreza y agilidad para el manejo de la máquina a utilizar (máquina industrial).

• Trabaja de esfuerzo física pues sus actividades son de ejecución dentro de la empresa.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN: Bachiller en Educación media.

EXPERIENCIA: Conocimiento de manejo de maquinaria

CÓDIGO: 07

TÍTULO DE PUESTO: VENDEDOR

NATURALEZA DEL TRABAJO

• Planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar las actividades que se realicen en la Empresa en referencia a Ventas y Publicidad.

FUNCIONES TÍPICAS

• Atender al público que requiera información en el área de ventas.

• Realizar pronósticos de ventas, manteniendo relación con el departamento de producción.

• Establecer sistemas efectivos sobre precios realizando estudios de comportamiento de los mismos.

• Mantener un sistema adecuado de comercialización.

• Asesorar a los directivos de la empresa en asuntos concernientes a ventas.

• Establecer stocks mínimos y máximos en bodega.

• Elaborar los planes y calendarios de pedidos y entregas del producto.

• Presentar informes de ventas a su inmediato superior.

• Las demás que le asigne el Jefe de Unidad o Gerente de área, dentro del ámbito de su actividad.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

• Es el responsable por la ejecución de las labores de ventas

• Requiere de iniciativa y criterio para la ejecución de su trabajo.

• Requiere constante concentración

• Requiere de mediano esfuerzo físico para la ejecución de su trabajo

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN: Licenciado en Administración de Empresas.

EXPERIENCIA: Dos años en labores de ventas.

CÓDIGO: 08

TÍTULO DE PUESTO: AUXILIAR DE VENTAS

NATURALEZA DEL TRABAJO

• Supervigilar, guiar, analizar el proceso de comercialización de la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS

• Proponer los sistemas de comercialización y planificar la publicidad del mismo

• Mantener contacto con los consumidores y proveedores a fin de determinar la información necesaria sobre calidad y precios.

• Proponer el sistema de comercialización del producto y planificar la publicidad del mismo.

• Mantener contacto con los consumidores y proveedores, a fin de determinar la información necesaria, sobre calidad y precios.

• Realizar contratos de ventas vía telefónica y bajo pedido de los pasibles consumidores locales o interprovinciales.

• Realizar pronósticos de ventas, manteniendo estrecha relación con el departamento de ventas.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

• Responsabilidad técnica y económica en sus tareas.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN: Tener título en administración en Mercadotecnia o economía.

EXPERIENCIA: Experiencia mínima dos años.

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero determinara Las inversiones dentro del proyecto que constituyen el tipo de recursos financieros que se requieren para la instalación y puesta en marcha del proyecto. Las inversiones del proyecto fueron estimadas a través de presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado ya que se necesitara obtener el monto total de la inversión, por lo que se definirá los rubros en los cuales se obtendrá cotizaciones de la maquinaria, utensilios, equipos e insumos para la producción considerando las cotizaciones más convenientes. También se determinara como la empresa se financiara para obtener todo lo necesario para la producción y comercialización.

Las inversiones que el proyecto tendrá serán de tres tipos de activos:

- ✓ **Activos fijos**
- ✓ **Activos diferidos**
- ✓ **Capital de trabajo o Activo circulante**

ACTIVOS FIJOS

Comprende las inversiones tangibles fijas sujetas a depreciación, y se genera en la instalación de la empresa, En el siguiente cuadro se muestran los activos en que se deberá invertir:

ADECUACIONES

Son los gatos que incurre la empresa para adecuar el local donde funcionará la nueva empresa, pintura limpieza, etc.

CUADRO 37
Adecuaciones

CONCEPTO	CANTIDAD EN METROS	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Adecuaciones	50	50	2500
TOTAL	50		**2500**

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Claudia Correa

MAQUINARIA Y EQUIPO

Constan los valores de la maquinaria que su utilizará para el proceso productivo

CUADRO 38
Maquinaria y Equipo

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Horno de Eléctrico 2 cámaras	1	$ 2,895.00	$ 2,895.00
Envasadora	1	$ 1,493.00	$ 1,493.00
Etiquetadora	1	$ 258.00	$ 258.00
TOTAL			**$ 4,646.00**

Fuente: Almacenes de la localidad

ELABORACIÓN: Claudia Correa

HERRAMIENTAS

Constan los rubros necesarios para la compra de herramientas como son perchas, ventilador, mesa de trabajo, etc.

CUADRO 39
Herramientas

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Ventilador	1	$ 120.00	$ 120.00
Mesa de trabajo	3	$ 115.00	$ 345.00
Fuentes	6	$ 35.00	$ 210.00
Ollas	6	$ 70.00	$ 420.00
Percha	1	$ 50.00	$ 50.00
TOTAL			**$ 1,145.00**

Fuente: Almacenes de la localidad

ELABORACIÓN: Claudia Correa

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Son los gastos pertinentes a las computadoras e impresora necesarias para desarrolla las actividades administrativas de la empresa

CUADRO 40
Equipo de Computación

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computador Personal	2	$ 550.00	$ 1,100.00
Impresora Canon	2	$ 95.00	$ 190.00
TOTAL			**$ 1,290.00**

Fuente: Almacenes de la localidad

ELABORACIÓN: Claudia Correa

EQUIPO DE OFICINA

Se presentan los rubros que la empresa necesitará a fin de desarrollar las actividades las actividades diarias, como sumadora teléfono etc.

CUADRO 41
Equipo de Oficina

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Sumadora	1	$ 105.00	$ 105.00
Teléfono	1	$ 45.00	$ 45.00
Reloj de pared	1	$ 12.00	$ 12.00
Calculadora	1	$ 60.00	$ 60.00
TOTAL			**$ 222.00**

Fuente: Almacenes de la localidad

ELABORACIÓN: Claudia Correa

MUEBLES Y ENSERES

Son los muebles necesarios para las actividades que se desarrollan en la parte administrativa de la empresa

CUADRO 42
Muebles y Enseres

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Escritorio	5	$ 90.00	$ 450.00
Archivadores	2	$ 75.00	$ 150.00
Sillón Tipo Gerente	1	$ 115.00	$ 115.00
Sillas para escritorio	4	$ 30.00	$ 120.00
Sillas para clientes	2	$ 15.00	$ 30.00
Caja	1	$ 70.00	$ 70.00
Basurero	2	$ 22.00	$ 44.00
TOTAL			**$ 979.00**

Fuente: Almacenes de la localidad

ELABORACIÓN: Claudia Correa

EQUIPO DE SEGURIDAD

Son los componentes que se necesita para la seguridad y buena marcha de la empresa y los obreros que se encargarán del proceso productivo

CUADRO 43
Equipo de Seguridad Industrial

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mandiles	2	$ 14.00	28.00
Extinguidor	2	$ 198.00	396.00
Mascarillas	2	$ 8.50	17.00
Botiquín	1	$ 160.00	160.00
TOTAL			**601**

Fuente: Almacenes de la localidad
Elaboración: Claudia Correa

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

A continuación se presenta el detalle de la inversión en activos fijos

CUADRO 44

Resumen de Inversiones en Activos Fijos

CONCEPTO	VALOR TOTAL
Adecuaciones	$ 2,500.00
Maquinaria y Equipo	$ 4,646.00
Herramientas	$ 1,145.00
Equipo de Computación	$ 1,290.00
Equipo de Oficina	$ 222.00
Muebles y Enseres	$ 979.00
Equipo de Seguridad Industrial	$ 601.00
Imprevistos 5%	$ 444.15
TOTAL	**$ 11,827.15**

FUENTE: Cuadro 37 a 43

ELABORACIÓN: Claudia Correa

ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS

Estas inversiones se las realiza sobre activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente, incluyen los siguientes gastos:

CUADRO 45
Activos Diferidos

DETALLE	V/TOTAL
Estudios Preliminares	$ 500.00
Constitución legal	$ 250.00
Gastos de constitución	$ 120.00
Permisos de funcionamiento y operación	$ 180.00
Imprevistos 5%	$ 52.50
TOTAL	**$ 1,102.50**

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Claudia Correa

ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO

Con esta denominación se designa a los valores en que se debe incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posible laborar durante un periodo de tiempo establecido, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas. Para este proyecto se establece el capital de operación para 1 mes. A continuación describiremos los gastos que representará el capital de trabajo.

MATERIA PRIMA DIRECTA

Constan los componentes del producto en este caso fresa y cereza, se ha calculado en base a la capacidad utilizada, tomando en cuenta que cada sachets tendría 5 gr de fresa y 5 gr de cereza y además el precio de estos componentes en el mercado

CUADRO 46
Materia Prima Directa

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Fresa	Gramos	98250	$ 0.0028	270.75	3249.01
Cereza	Gramos	98250	$ 0.0033	324.90	3898.81
TOTAL				**595.65**	**7147.82**

Fuente: Almacenes de la localidad

ELABORACIÓN: Claudia Correa

MATERIALES INDIRECTOS

Son los materiales que se necesitan a fin de que se presente al mercado de manera adecuada para el consumo, en este caso se hace constar, fundas, cartón y cinta adhesiva.

CUADRO 47
Materiales Indirectos

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Fundas	Unidad	19650	$ 0.0075	$ 147.38	1768.50
Cartón	Unidad	1638	$ 0.10	$ 163.75	1965.00
Cinta adhesiva	Unidad	5	$ 0.45	$ 2.25	27.00
TOTAL				**$ 313.38**	**3760.50**

Fuente: Almacenes de la localidad

ELABORACIÓN: Claudia Correa

MANO DE OBRA DIRECTA

La Mano de Obra Directa es el personal de Talento Humano que interviene directamente en la elaboración del producto, su valor para el primer año es de 10467.44 USD, que corresponde a los 2 obreros que tendrá la nueva empresa. Recordando que en el primer año no hay rubro de fondos de reserva que según la ley se paga a partir del segundo año como consta en el cuadro 49

CUADRO 48
Mano de Obra Directa Primer Año

CARGO	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE(0,5%) Y SECAP(0,5%)	APORTE PERSONAL 9,35%	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
OBRERO	340	41.31	31.79		28.33	26.50	436.14	2	10467.44

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales
ELABORACIÓN: Claudia Correa

CUADRO 49
Mano de Obra Directa Segundo Año

CARGO	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE(0,5%) Y SECAP(0,5%)	APORTE PERSONAL 9,35%	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
OBRERO	340	41.31	31.79	28.33	28.33	26.50	464.48	2	11147.44

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales
ELABORACIÓN: Claudia Correa

MANO DE OBRA INDIRECTA

Al Jefe de Producción se lo considera como mano de obra indirecta, por cuanto está a su cargo indirectamente de la producción en lo que respecta a las mezclas, control de calidad y puesta en marcha de todos los procesos de producción dentro del área correspondiente a su cargo, ósea que participa indirectamente en la elaboración del producto.

CUADRO 50

Mano de Obra Indirecta Primer Año

CARGO	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE(0,5%) Y SECAP(0,5%)	APORTE PERSONAL 9,35%	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
JEFE DE PRODUCCIÓN	450	54.68	42.08		37.50	26.50	568.68	6824

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: Claudia Correa

CUADRO 51

Mano de Obra Indirecta Segundo Año

CARGO	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE(0,5%) Y SECAP(0,5%)	APORTE PERSONAL 9,35%	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
JEFE DE PRODUCCIÓN	450	54.68	42.08	37.50	37.50	26.50	606.18	7274

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: Claudia Correa

SUELDOS ADMINSTRATIVOS

Son los valores de los sueldos que cada trabajador percibe en la parte administrativa, como son el gerente, jefe de ventas, secretaria etc.

CUADRO 52
Sueldos Administrativos Primer Año

CARGO	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE(0,5%) Y SECAP(0,5%)	APORTE PERSONAL 9,35%	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
GERENTE	500	60.75	46.75		41.67	26.50	628.92	7547
SECRETARIA CONTADORA	400	48.60	37.40		33.33	26.50	508.43	6101
JEFE DE VENTAS	450	54.68	42.08		37.50	26.50	568.68	6824
VENDEDOR	340	41.31	31.79		28.33	26.50	436.14	5234
CONSERJE GUARDIÁN	340	41.31	31.79		28.33	26.50	436.14	5234
TOTAL							**1706.03**	**30940**

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: Claudia Correa

SUMINISTROS DE OFICINA

Constan los rubros necesarios para el funcionamiento administrativo de la empresa

CUADRO 54
Suministros de Oficina

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Grapas	1	2	2	24
Resma de papel bond	2	3.5	7	84
Facturas	1	12	12	144
Carpetas	3	0.2	0.6	7.2
esferos	5	0.3	1.5	18
Tinta de Impresora	4	4.5	18	216
TOTAL			41.1	**493.2**

FUENTE: Investigación directa
ELABORACIÓN: Claudia Correa

SERVICIOS BÁSICOS

Constan el rubro de agua y teléfono que no son parte del proceso productivo pero son necesarios para el funcionamiento de la empresa

CUADRO 55

Servicios Básicos

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	M3	60	0.2	12	144
Teléfono	MINUTOS	200	0.06	12	144
TOTAL				**$ 24.00**	**$ 288.00**

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Claudia Correa

ENERGÍA ELECTRICA

Se hace constar el valor que se pretende gastar en energía eléctrica tomando en cuenta que intervendrá en el proceso productivo

CUADRO 56

Energía Eléctrica

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía Eléctrica	KW/H	200	0.15	30	360

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Claudia Correa

ÚTILES DE ASEO

Son los materiales necesarios para la limpieza de la empresa

CUADRO 57
Útiles de Aseo

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
ESCOBA	UNIDAD	1	$ 2.00	$ 2.00	$ 4.00
TRAPEADOR	UNIDAD	1	$ 1.50	$ 1.50	$ 3.00
RECOGEDOR	UNIDAD	1	$ 1.00	$ 1.00	$ 1.00
PINOKLIN	UNIDAD	1	$ 1.50	$ 1.50	$ 9.00
PAPEL HIGIENICO	UNIDAD	2	$ 0.50	$ 1.00	$ 12.00
JABON LÍQUIDO	UNIDAD	1	$ 1.00	$ 1.00	$ 12.00
TOTAL				**$ 8.00**	**$ 41.00**

FUENTE: Investigación directa
ELABORACIÓN: Claudia Correa

PUBLICIDAD

La publicidad de la nueva empresa estará a cargo de Radio RC Plus, la cual tiene un costo mensual de 105 dólares

CUADRO 59
Publicidad

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
CUÑAS RADIALES	UNIDAD	30	$ 3.50	$ 105.00	$ 1,260.00
TOTAL				**$ 105.00**	**$ 1,260.00**

FUENTE: RC PLUS
ELABORACIÓN: Claudia Correa

RESUMEN DE ACTIVOS DIFERIDOS

A continuación se presenta el resumen de los rubros de activos diferidos

CUADRO 60

Resumen de Activo Circulante Para el Primer Mes

ARTÍCULO	TOTAL
Materia Prima Directa	$ 595.65
Materiales Indirectos	$ 313.38
Mano de Obra Directa Primer Año	$ 872.29
Mano de Obra Indirecta Primer Año	$ 568.68
Sueldos Administrativos Primer Año	$ 1,706.03
Suministros de Oficina	$ 41.10
Servicios Básicos	$ 24.00
Energía Eléctrica	$ 30.00
Útiles de Aseo	$ 8.00
Arriendo	$ 150.00
Publicidad	$ 105.00
IMPREVISTOS 5%	$ 220.71
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS	**$ 4,634.82**

FUENTE: Cuadro 46 al 59
ELABORACIÓN: Claudia Correa

RESUMEN DE ACTIVOS

En el cuadro siguiente se muestra uno a uno los activos necesarios para la nueva empresa

CUADRO 61
INVERSIONES TOTALES

INVERSIONES	PARCIAL	TOTAL	PORCENTAJE
ACTIVOS FIJOS		**$ 11,827.15**	
Adecuaciones	$ 2,500.00		
Maquinaria y Equipo	$ 4,646.00		
Herramientas	$ 1,145.00		
Equipo de Computación	$ 1,290.00		67.34%
Equipo de Oficina	$ 222.00		
Muebles y Enseres	$ 979.00		
Equipo de Seguridad Industrial	$ 601.00		
Imprevistos 5%	$ 444.15		
ACTIVOS DIFERIDOS		**$ 1,102.50**	
Estudios Preliminares	$ 500.00		
Constitución legal	$ 250.00		
Gastos de constitución	$ 120.00		6.28%
Permisos de funcionamiento y operación	$ 180.00		
Imprevistos 5%	$ 52.50		
ACTIVO CIRCULANTE		**$ 4,634.82**	
Materia Prima Directa	$ 595.65		
Materiales Indirectos	$ 313.38		
Mano de Obra Directa Primer Año	$ 872.29		
Mano de Obra Indirecta Primer Año	$ 568.68		
Sueldos Administrativos Primer Año	$ 1,706.03		26.39%
Suministros de Oficina	$ 41.10		
Servicios Básicos	$ 24.00		
Energía Eléctrica	$ 30.00		
Útiles de Aseo	$ 8.00		
Arriendo	$ 150.00		
Publicidad	$ 105.00		
IMPREVISTOS 5%	$ 220.71		
TOTAL DE INVERSIONES		**$ 17,564.47**	**100%**

FUENTE: Cuadro 44, 45 y 60
ELABORACIÓN: Claudia Correa

FINANCIAMIENTO

Una vez determinados los montos correspondientes a las inversiones totales, se requiere analizar la manera de financiarlo.

En esencia, el estudio del financiamiento del proyecto debe indicar las fuentes de recursos financieros necesarios para su ejecución y funcionamiento, y describir los mecanismos mediante los cuales se canalizarán estos recursos hacia los usos específicos del proyecto.

A continuación se presenta una descripción de las formas internas y externas de financiamiento:

a) FUENTES INTERNAS

Son aquellos fondos originados en la operación misma de la empresa; o sea: estos fondos pueden ser utilizados temporalmente como fuente de financiamiento y luego ser distribuidos a los accionistas o por el contrario, pueden ser incorporados definitivamente a los fondos de la empresa a través de una elevación del capital social. Es por ello que el 43% del total de la inversión y que corresponde a 7,564.47 dólares será financiado con aportaciones de los socios.

b) FUENTES EXTERNAS

Son aquéllas que vienen de fuera de la empresa o no se originan en sus operaciones. Estas fuentes provienen básicamente del Mercado de Capitales, del Sistema Bancario y de los Proveedores.

Como alternativa más conveniente se planteó solicitar un préstamo al Banco Nacional de Fomento, ya que es un organismo que otorga créditos a largo plazo.

CUADRO 62

FINANCIAMIENTO		
FUENTE	**%**	**MONTO**
Capital Propio	43	$ 7,564.47
Crédito	57	$ 10,000.00
TOTAL	100	**$ 17,564.47**

FUENTE: Cuadro 61

ELABORACIÓN: Claudia Correa

El crédito que mantendrá el proyecto con el Banco Nacional de Fomento constituirá el 57% que corresponde 10.000 dólares a 2 años plazo al 15% de interés anual con el objeto de financiar la adquisición de maquinaria y parte de las adecuaciones, en consecuencia los rubros de financiamiento se presentan así:

CUADRO 63
TABLA DE AMORTIZACIÓN

AÑO	CAPITAL	INTERÉS 15% ANUAL	DIVIDENDO MENSUAL	SALDO CAPITAL
0				$ 10,000.00
1	$ 416.67	$ 125.00	$ 541.67	$ 9,583.33
2	$ 416.67	$ 119.79	$ 536.46	$ 9,166.67
3	$ 416.67	$ 114.58	$ 531.25	$ 8,750.00
4	$ 416.67	$ 109.38	$ 526.04	$ 8,333.33
5	$ 416.67	$ 104.17	$ 520.83	$ 7,916.67
6	$ 416.67	$ 98.96	$ 515.63	$ 7,500.00
7	$ 416.67	$ 93.75	$ 510.42	$ 7,083.33
8	$ 416.67	$ 88.54	$ 505.21	$ 6,666.67
9	$ 416.67	$ 83.33	$ 500.00	$ 6,250.00
10	$ 416.67	$ 78.13	$ 494.79	$ 5,833.33
11	$ 416.67	$ 72.92	$ 489.58	$ 5,416.67
12	$ 416.67	$ 67.71	$ 484.38	$ 5,000.00
13	$ 416.67	$ 62.50	$ 479.17	$ 4,583.33
14	$ 416.67	$ 57.29	$ 473.96	$ 4,166.67
15	$ 416.67	$ 52.08	$ 468.75	$ 3,750.00
16	$ 416.67	$ 46.88	$ 463.54	$ 3,333.33
17	$ 416.67	$ 41.67	$ 458.33	$ 2,916.67
18	$ 416.67	$ 36.46	$ 453.13	$ 2,500.00
19	$ 416.67	$ 31.25	$ 447.92	$ 2,083.33
20	$ 416.67	$ 26.04	$ 442.71	$ 1,666.67
21	$ 416.67	$ 20.83	$ 437.50	$ 1,250.00
22	$ 416.67	$ 15.63	$ 432.29	$ 833.33
23	$ 416.67	$ 10.42	$ 427.08	$ 416.67
24	$ 416.67	$ 5.21	$ 421.88	$ 0.00
TOTAL	**$ 10,000.00**		**$ 11,562.50**	

Fuente: Cuadro 62 y BNF

Elaboración: Claudia Correa

DEPRECIACIONES

La Depreciaciones son el desgaste que sufren todos los activos fijos tangibles, debido al uso de estos, las depreciaciones para los diez años de vida útil de la empresa se detalla a continuación:

CUADRO 64
DEPRECIACIONES

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL 10%	VALOR A DEPRECIAR	VIDA UTIL EN AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	Reinversión
Adecuaciones	$ 2,500.00	$ 250.00	$ 2,250.00	5	$ 450.00	
Maquinaria y Equipo	$ 4,646.00	$ 464.60	$ 4,181.40	10	$ 418.14	
Herramientas	$ 1,145.00	$ 114.50	$ 1,030.50	10	$ 103.05	
Equipo de Computación	$ 1,290.00	$ 129.00	$ 1,161.00	3	$ 387.00	$ 1,450.99
Equipo de Oficina	$ 222.00	$ 22.20	$ 199.80	10	$ 19.98	
Muebles y Enseres	$ 979.00	$ 97.90	$ 881.10	10	$ 88.11	
Equipo de Seguridad Industrial	$ 601.00	$ 60.10	$ 540.90	3	$ 180.30	$ 676.00

Fuente: Cuadro 61 Tasa de inflación acumulada por 3 años, Ref año 2012 (4,16%)

Elaboración: Claudia Correa

DEPRECIACIONES DE REINVERSIONES.- Constan los rubros de depreciaciones de los activos fijos que se reinvirtieron en los años cuatro, seis, siete, y nueve.

CUADRO 65
DEPRECIACIONES DE REINVERSIONES

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL 10%	VALOR A DEPRECIAR	VIDA UTIL EN AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL
Equipo de Computación	$ 1,450.99	$ 145.10	$ 1,305.89	3	$ 435.30
Equipo de Seguridad Industrial	$ 676.00	$ 67.60	$ 608.40	3	$ 202.80

Fuente: Cuadro 64

Elaboración: Claudia Correa

AMORTIZACIONES DE ACTIVOS DIFERIDOS.- Constan el rubro de la amortización de los activos diferidos cuyo valor se ha prorrateado a 5 años que son los de vida útil del proyecto.

CUADRO 66
AMORTIZACIONES

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	AÑOS DE AMORTIZACIÓN	VALOR DE AMORTIZACIÓN ANUAL
ACTIVOS DIFERIDOS	$ 1,102.50	5	$ 220.50

Fuente: Cuadro 45

Elaboración: Claudia Correa

COSTOS E INGRESOS

El servicio de camionetas incluye una cantidad de ingresos y gastos, cuya sumatoria corresponde a la suma total de los costos de producción. La finalidad de presupuestar los costos totales es para poder determinar los costos unitarios que se deberán tomar en cuenta para poder ofertar el producto, para poder determinar el margen de utilidad para la empresa y el precio que le costará al público en general el mismo

PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

Está integrado por el costo primo y comprende la mano de obra directa; los costos generales los costos de operación y financieros. La finalidad de presupuestar los costos es saber lo que se necesita para la vida útil del proyecto y sobre todo tomando en cuenta los índices de inflación, que para el presente proyecto será necesario tomará en cuenta una tasa de inflación de 4,16% anual.

CUADRO 67
Presupuesto de Costos y Gastos

COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO PRIMO	**$ 21,735.76**	**$ 22,884.52**	**$ 23,836.52**	**$ 24,828.11**	**$ 25,860.96**
Materia Prima Directa	$ 7,147.82	$ 7,445.17	$ 7,754.89	$ 8,077.49	$ 8,413.51
Materiales Indirectos	$ 3,760.50	$ 3,916.94	$ 4,079.88	$ 4,249.60	$ 4,426.39
Mano de Obra Directa	$ 10,467.44	$ 11,147.44	$ 11,611.17	$ 12,094.20	$ 12,597.32
Energía Eléctrica	$ 360.00	$ 374.98	$ 390.58	$ 406.82	$ 423.75
GASTOS ADMINISTRATIVOS	**$ 29,973.60**	**$ 41,002.41**	**$ 42,708.11**	**$ 44,484.77**	**$ 46,335.34**
Mano de obra Indirecta	$ 6,824.10	$ 7,274.10	$ 7,576.70	$ 7,891.89	$ 8,220.20
Sueldos Administrativos	$ 20,472.30	$ 30,939.74	$ 32,226.83	$ 33,567.47	$ 34,963.88
Suministros de Oficina	$ 493.20	$ 513.72	$ 535.09	$ 557.35	$ 580.53
Servicios Básicos	$ 288.00	$ 299.98	$ 312.46	$ 325.46	$ 339.00
Útiles de Aseo	$ 96.00	$ 99.99	$ 104.15	$ 108.49	$ 113.00
Arriendo	$ 1,800.00	$ 1,874.88	$ 1,952.88	$ 2,034.11	$ 2,118.73
GASTOS DE VENTAS	**$ 1,260.00**	**$ 1,312.42**	**$ 1,367.01**	**$ 1,423.88**	**$ 1,483.11**
Publicidad	$ 1,260.00	$ 1,312.42	$ 1,367.01	$ 1,423.88	$ 1,483.11
DEPRECIACIONES	**$ 1,646.58**	**$ 1,554.39**	**$ 1,554.39**	**$ 1,772.31**	**$ 1,772.31**
Adecuaciones	$ 450.00	$ 450.00	$ 450.00	$ 450.00	$ 450.00
Maquinaria y Equipo	$ 418.14	$ 418.14	$ 418.14	$ 418.14	$ 418.14
Herramientas	$ 103.05	$ 103.05	$ 103.05	$ 103.05	$ 103.05
Equipo de Computación	$ 387.00	$ 387.00	$ 387.00	$ 435.30	$ 435.30
Equipo de Oficina	$ 19.98	$ 19.98	$ 19.98	$ 74.91	$ 74.91
Muebles y Enseres	$ 88.11	$ 88.11	$ 88.11	$ 88.11	$ 88.11
Equipo de Seguridad Industrial	$ 180.30	$ 88.11	$ 88.11	$ 202.80	$ 202.80
GASTOS FINANCIEROS	**$ 1,376.75**	**$ 626.75**	**$ 220.50**	**$ 220.50**	**$ 220.50**
Amortización de Activo Diferido	$ 220.50	$ 220.50	$ 220.50	$ 220.50	$ 220.50
Interese de Préstamo	$ 1,156.25	$ 406.25	$ 0	$ 0	$ 0
OTROS GASTOS	**$ 5,000.00**	**$ 5,000.00**	**$ 0.00**	**$ 0.00**	**$ 0.00**
Amortización del crédito	$ 5,000.00	$ 5,000.00			
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN	**$ 60,992.69**	**$ 72,380.49**	**$ 69,686.53**	**$ 72,729.57**	**$ 75,672.22**

Fuente: Cuadro 61 al 66 tasa de inflación año 2013 4,16%
Elaboración: Claudia Correa

Para el primer año de actividad en el presupuesto de operación se necesita una Cantidad de $ 60,992.69 y en el año cinco una cantidad de $ 75,672.22

COSTOS UNITARIOS DEL SERVICIO

El costo unitario del servicio se obtiene al dividir el presupuesto de operación de cada periodo para el número de servicios, para calcular el costo unitario para el primer año se utilizó el siguiente procedimiento.

$$\textbf{COSTO UNITARIO} = \frac{\text{Presupuesto de Operación Año}}{\text{Número de Usuarios del Servicio}}$$

COSTO UNITARIO = 0,26

El costo unitario del producto es de 0,26 .para el primer año de vida útil del proyecto, utilizando un procedimiento similar para la vida útil del proyecto.

En el cuadro siguiente se presenta los costos unitarios para los cinco años de vida útil del proyecto.

COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES

Son aquellos que permiten determinar los costos totales. Los costos fijos son todos aquellos gastos que permanecen sin variación sin importar si aumenta o disminuye la solicitud de servicios. A sí mismo los costos variables son aquellos que guardan relación directa con el número de productos que se va ofrecer.

RESUMEN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

CUADRO 68
CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS EN FIJOS Y VARIABLES

COSTOS	AÑO 1		AÑO 5	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
COSTO PRIMO	**$ 0.00**	**$ 21,735.76**	**$ 0.00**	**$ 25,860.96**
Materia Prima Directa		$ 7,147.82		$ 8,413.51
Materiales Indirectos		$ 3,760.50		$ 4,426.39
Mano de Obra Directa		$ 10,467.44		$ 12,597.32
Energía Eléctrica		$ 360.00		$ 423.75
GASTOS ADMINISTRATIVOS	**$ 29,973.60**	**$ 0.00**	**$ 46,335.34**	**$ 0.00**
Mano de obra Indirecta	$ 6,824.10		$ 8,220.20	
Sueldos Administrativos	$ 20,472.30		$ 34,963.88	
Suministros de Oficina	$ 493.20		$ 580.53	
Servicios Básicos	$ 288.00		$ 339.00	
Útiles de Aseo	$ 96.00		$ 113.00	
Arriendo	$ 1,800.00		$ 2,118.73	
GASTOS DE VENTAS	**$ 1,260.00**	**$ 0.00**	**$ 1,483.11**	**$ 0.00**
Publicidad	$ 1,260.00		$ 1,483.11	
DEPRECIACIONES	**$ 1,646.58**	**$ 0.00**	**$ 1,772.31**	**$ 0.00**
Adecuaciones	$ 450.00		$ 450.00	
Maquinaria y Equipo	$ 418.14		$ 418.14	
Herramientas	$ 103.05		$ 103.05	
Equipo de Computación	$ 387.00		$ 435.30	
Equipo de Oficina	$ 19.98		$ 74.91	
Muebles y Enseres	$ 88.11		$ 88.11	
Equipo de Seguridad Industrial	$ 180.30	$ 0.00	$ 202.80	$ 0.00
GASTOS FINANCIEROS	**$ 1,376.75**	**$ 0.00**	**$ 220.50**	**$ 0.00**
Amortización de Activo Diferido	$ 220.50		$ 220.50	
Interese de Préstamo	$ 1,156.25		$ 0.00	
OTROS GASTOS	**$ 5,000.00**	**$ 0.00**	**$ 0.00**	**$ 0.00**
Amortización del crédito	$ 5,000.00		$ 0.00	$ 0.00
TOTAL DE COSTO	**$ 39,256.93**	**$ 21,735.76**	**$ 49,811.26**	**$ 25,860.96**

Fuente: Cuadro 67

Elaboración: Claudia Correa

INGRESOS

En el presente proyecto los ingresos serán, generados por la venta del producto única y exclusivamente.

Determinar los ingresos fue necesario tomar sobre el costo unitario del producto el 25% de utilidad, con lo que se considera dará el total de ingresos que necesita el proyecto.

CUADRO 69

Ingresos Totales

AÑO	COSTOS TOTALES	CAPACIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD 25%	PRECIO DE VENTA	INGRESOS TOTALES
1	$ 60,992.69	235800	$ 0.26	$ 0.06	$ 0.32	$ 76,240.86
2	$ 72,380.49	251520	$ 0.29	$ 0.07	$ 0.36	$ 90,475.61
3	$ 69,686.53	267240	$ 0.26	$ 0.07	$ 0.33	$ 87,108.16
4	$ 72,729.57	282960	$ 0.26	$ 0.06	$ 0.32	$ 90,911.97
5	$ 75,672.22	311256	$ 0.24	$ 0.06	$ 0.30	$ 94,590.28

Fuente: Cuadro 35 y 67

Elaboración: Claudia Correa

Para determinar el costo del servicio fue necesario realizar el respectivo procedimiento utilizando la siguiente fórmula.

Precio de Venta = Costo unitario + Margen de utilidad (20%)

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias es en donde se presenta la proyección de los ingresos y deducciones cómo costos, reparto de utilidades, reserva legar, impuesto reserva legal entre otros.

La finalidad de elaborar el estado de pérdidas y ganancias es conocer la rentabilidad o pérdidas que tendrá el proyecto durante su vida útil, mediante el siguiente procedimiento que se detalla en el cuadro que se presenta a continuación.

CUADRO 69

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

PERIODOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO POR VENTAS	$ 76,240.86	$ 90,475.61	$ 87,108.16	$ 90,911.97	$ 94,590.28
(-) COSTO TOTAL	$ 60,992.69	$ 72,380.49	$ 69,686.53	$ 72,729.57	$ 75,672.22
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	$ 15,248.17	$ 18,095.12	$ 17,421.63	$ 18,182.39	$ 18,918.06
(-) 15% UTILIDAD A TRABAJADORES	$ 2,287.23	$ 2,714.27	$ 2,613.24	$ 2,727.36	$ 2,837.71
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	$ 12,960.95	$ 15,380.85	$ 14,808.39	$ 15,455.03	$ 16,080.35
(-) 25% DE IMPUESTO A LA RENTA	$ 3,240.24	$ 3,845.21	$ 3,702.10	$ 3,863.76	$ 4,020.09
(=) UTILIDAD NETA DE EJERCICIO	$ 9,720.71	$ 11,535.64	$ 11,106.29	$ 11,591.28	$ 12,060.26
(-) 10% RESERVA LEGAL	$ 972.07	$ 1,153.56	$ 1,110.63	$ 1,159.13	$ 1,206.03
(=) UTILIDAD LÍQUIDA PARA SOCIOS	**$ 8,748.64**	**$ 10,382.08**	**$ 9,995.66**	**$ 10,432.15**	**$ 10,854.23**

Fuente: Cuadro 67 y 69

Elaboración: Claudia Correa

ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es mediante el cual el empresario puede decidir con cuanto de ingresos por sus ventas está siendo igual a los costos del servicio, para lo cual se utilizó un procedimiento matemático y gráfico.

MÉTODO MATEMÁTICO.

PUNTO DE EQUILIBRIO	(PE)
COSTOS FIJOS Y TOTALES	(CFT)
COSTOS VARIABLES TOTALES	(CVT)
COSTOS TOTALES	(CT)
VENTAS TOTALES	(VT)

AÑO 1
MATEMATICAMENTE
EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$\textbf{PE=}\ \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES - COSTO VARIABLE TOTAL}}\ \text{X } 100$$

$$\textbf{PE=}\ \frac{\$\ 39{,}256.93}{\$\ 76{,}240.86 \quad - \quad \$\ 21{,}735.76}\ \text{X } 100$$

$$\textbf{PE=}\ \frac{\$\ 39{,}256.93}{\$\ 54{,}505.10}\ \text{X } 100$$

PE= 72.02 %

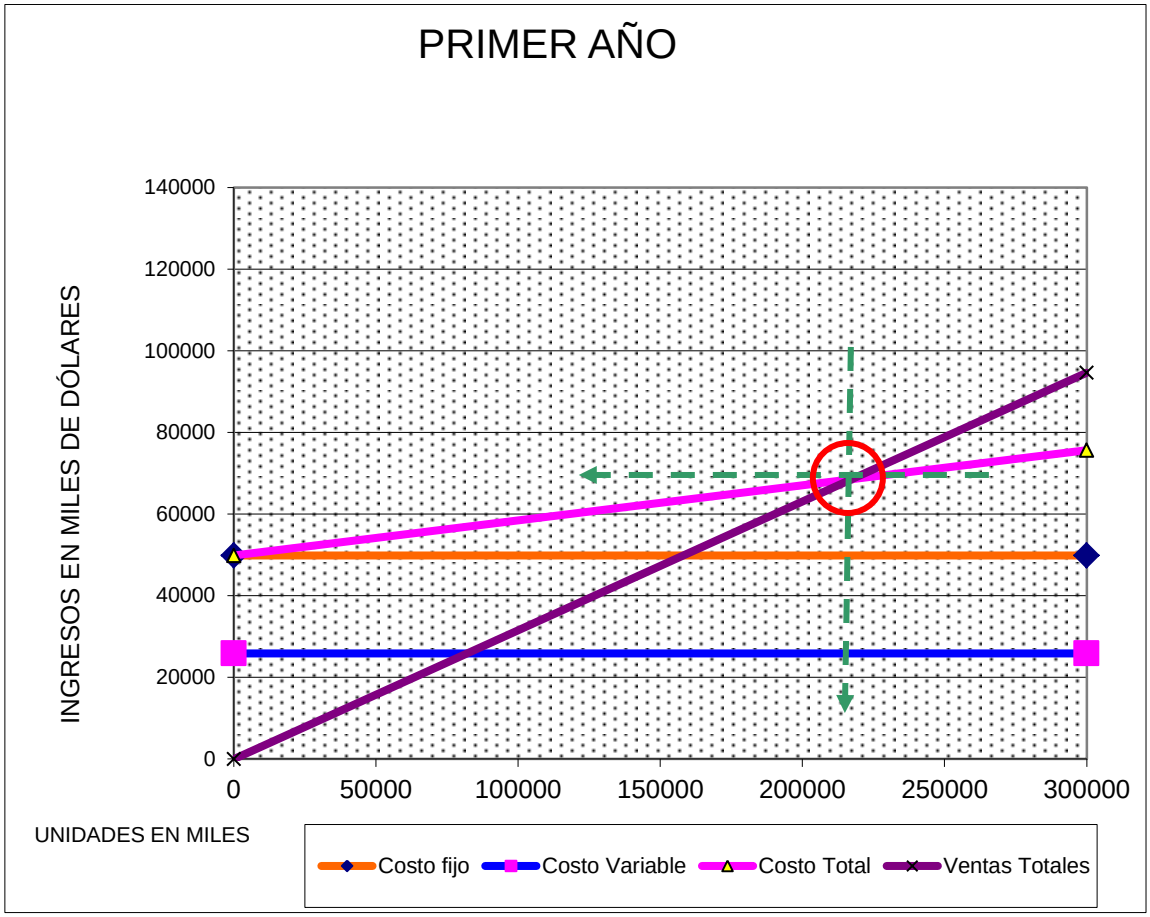
EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

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

$$\textbf{PE=}\ \frac{\$\ 39{,}256.93}{1 - \dfrac{\$\ 21{,}735.76}{\$\ 76{,}240.86}}$$

$$\textbf{PE=}\ \frac{\$\ 39{,}256.93}{1 - \ 0.2850933}$$

PE= $ 54,911.96



Esto significa que la empresa deberá trabajar por lo menos con el 72.02 %de su capacidad productiva para que la inversión proveniente de la prestación del servicio.

La empresa obtendrá su punto de equilibrio cuán se produzca con una capacidad instalada de 72.02 % y cuándo ingresa una cantidad de 54,911.96, es decir la empresa no pierde ni gana, lo que indica que la empresa deberá trabajar por lo menos con el 72.02 % de su capacidad productiva.

A sí mismo para el quinto año la empresa tendrá un punto de equilibrio de, cuando se produzca con una capacidad instalada de 72.47 % e ingresos de 68,553.88 la empresa no pierde ni gana.

AÑO 5
MATEMATICAMENTE
EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES - COSTO VARIABLE TOTAL}} \times 100$$

$$PE = \frac{\$\ 49{,}811.26}{\$\ 94{,}590.28 - \$\ 25{,}860.96} \times 100$$

$$PE = \frac{\$\ 49{,}811.26}{\$\ 68{,}729.32} \times 100$$

PE= 72.47 %

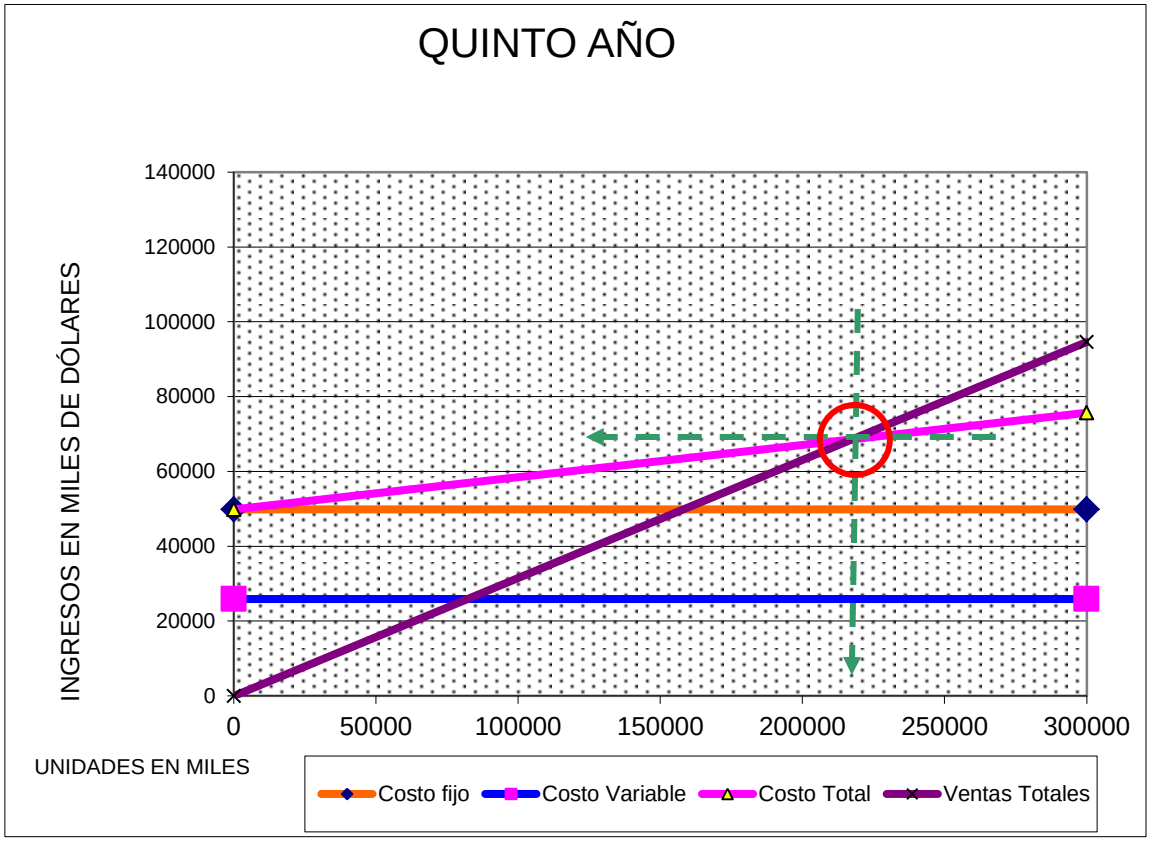
EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

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

$$PE = \frac{\$\ 49{,}811.26}{1 - \frac{\$\ 25{,}860.96}{\$\ 94{,}590.28}}$$

$$PE = \frac{\$\ 49{,}811.26}{1 - 0.2733998}$$

PE= $ 68,553.88



FLUJO DE CAJA

Ésta información permite tomar decisiones sobre el crecimiento que tendrá la empresa en cinco años, partiendo de las fuentes de financiamiento tanto internas como externas.

Los Flujos de caja para cada año se calcularon de la diferencia de los costos totales y de los ingresos totales. Los ingresos representan la prestación del servicio y el valor residual al término de la vida útil de los activos del proyecto. Los egresos será el presupuesto de operación (menos la depreciación y amortización de los activos diferidos y el capital), el reparto de utilidades, impuesto a la renta, y la reserva legal.

CUADRO 71
FLUJO DE CAJA

PERIODOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO POR VENTAS		$ 76,240.86	$ 90,475.61	$ 87,108.16	$ 90,911.97	$ 94,590.28
Capital	$ 17,564.47					
(+) Valor Residual				$ 189.10		$ 250.00
TOTAL DE INGRESOS	**$ 17,564.47**	**$ 76,240.86**	**$ 90,475.61**	**$ 87,297.26**	**$ 90,911.97**	**$ 94,840.28**
EGRESOS						
Activos Fijos	$ 11,827.15					
Activos Diferidos	$ 1,102.50					
Activos Circulantes	$ 4,634.82					
Reinversión					$ 1,450.99	
TOTAL DE EGRESOS	**$ 17,564.47**	**$ 60,992.69**	**$ 72,380.49**	**$ 69,686.53**	**$ 74,180.57**	**$ 75,672.22**
(=) Utilidad Bruta en Ventas	$ 0	$ 15,248.17	$ 18,095.12	$ 17,610.73	$ 18,182.39	$ 19,168.06
(-) 15% Utilidad a Trabajadores		$ 2,287.23	$ 2,714.27	$ 2,641.61	$ 2,727.36	$ 2,875.21
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		$ 12,960.95	$ 15,380.85	$ 14,969.12	$ 15,455.03	$ 16,292.85
(-) 25% De Impuesto a la Renta		$ 3,240.24	$ 3,845.21	$ 3,742.28	$ 3,863.76	$ 4,073.21
(=) UTILIDAD LIQUIDA DE EJERCICIO		$ 9,720.71	$ 11,535.64	$ 11,226.84	$ 11,591.28	$ 12,219.64
(+) Depreciaciones		$ 1,646.58	$ 1,646.58	$ 1,646.58	$ 1,717.38	$ 1,717.38
(+) Amortizaciones		$ 5,220.50	$ 5,220.50	$ 220.50	$ 220.50	$ 220.50
UTILIDAD NETA	$ 0	$ 16,587.79	$ 18,402.72	$ 13,093.92	$ 13,529.16	$ 14,157.51
FLUJO NETO DE CAJA	**$ 0**	**$ 16,587.79**	**$ 18,402.72**	**$ 13,093.92**	**$ 13,529.16**	**$ 14,157.51**

Fuente: Cuadro 67 y 68

Elaboración: La autora

EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera es aquella que permite determinar la rentabilidad del proyecto mediante la determinación de los indicadores financieros, los que se detallarán en su orden a continuación.

VALOR ACTUAL NETO

Es la sumatoria de los flujos actualizados menos la inversión inicial, para poder calcularlo es necesario el valor de actualización que se obtiene de la aplicación de la siguiente fórmula

$F_a = {}_{1/}1+i^n$

CUADRO 72
VALOR ACTUAL NETO

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 15%	VALOR ACTUALIZADO
0	17,564.47		
1	16,587.79	0.869565217	14,424.16
2	18,402.72	0.756143667	13,915.10
3	13,093.92	0.657516232	8,609.47
4	13,529.16	0.571753246	7,735.34
5	14,157.51	0.497176735	7,038.79
	Sumatoria valor actualizado		**51,722.86**
		Inversión	17,564.47
		Reinversión 4to año	1,450.99
		VAN AL 15%	**32,707.40**

Fuente: Cuadro 71

Elaboración: Claudia Correa

TASA INTERNA DE RETORNO

Es cuando la sumatoria del flujo neto actualizado es igual a la inversión del proyecto, para calcular la tasa de rentabilidad, se debe realizar una interpretación de la tasa de descuento que es el proceso que consiste en hallar un valor deseado entre otros dos valores, llamada también de rentabilidad o de rendimiento es la tasa de descuento (la tasa de interés) con la que el valor presente de los egresos (incluida la inversión), es igual al valor presente de los ingresos netos. Representa por así decirlo, la rentabilidad media del dinero invertida durante la vida útil de la empresa.

El criterio a tomarse en cuenta debe ser:

Si la **TIR**, es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto, para calcularla fue necesario el uso de la siguiente fórmula.

$$\textbf{TIR} = T_m + Dt \quad \frac{\text{Van menor}}{\text{Van menor- Van mayor}}$$

CUADRO 73

TASA INTERNA DE RETORNO

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACION 80.00%	VAN MENOR	FACTOR ACTUALIZACION 81.00%	VAN MAYOR
0	17,564.47				
1	16,587.79	0.555555556	9,215.44	0.552486188	9,164.52
2	18,402.72	0.308641975	5,679.85	0.305240988	5,617.26
3	13,093.92	0.171467764	2,245.19	0.16864143	2,208.18
4	13,529.16	0.095259869	1,288.79	0.093172061	1,260.54
5	14,157.51	0.052922149	749.25	0.051476277	728.78
		Valor actualizado	**19,178.51**	**Valor actualizado**	**18,979.28**
		Inversión	17,564.47	Inversión	17,564.47
		Reinversión	1,450.99	Reinversión 4to año	1,450.99
		VAN MENOR	**163.05**	**VAN MAYOR**	**-36.18**

Fuente: Cuadro 72

Elaboración: Claudia Correa

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

$$\textbf{TIR} = 0.8 + 1 \left(\frac{163.05}{199.23} \right)$$

TIR = 80.8184% = 0.808184039

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Se refiere a la comparación de la relación de los ingresos y los egresos actualizados del proyecto. El criterio de evaluación de ésta razón financiera es: Si el resultado es mayor que la unidad se acepta el proyecto.

CUADRO 74
RELACIÓN BENEFICIO-COSTO

PERIODO	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	COSTO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZACION 15%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO	FACT. ACTUALIZACION 15%	INGRESO ACTUALIZADO
1	60,992.69	0.869565217	53,037.12	76,240.86	0.869565217	66,296.40
2	72,380.49	0.756143667	54,730.05	90,475.61	0.756143667	68,412.56
3	69,686.53	0.657516232	45,820.02	87,108.16	0.657516232	57,275.03
4	72,729.57	0.571753246	41,583.37	90,911.97	0.571753246	51,979.21
5	75,672.22	0.497176735	37,622.47	94,590.28	0.497176735	47,028.09
TOTAL COSTO ACTUALIZADO			**232,793.03**	**INGRESO ACTUALIZADO**		**290,991.29**

Fuente: Cuadro 68

Elaboración: Claudia Correa

$$\textbf{R B/C} = \frac{\text{INGRESO TOTAL ACTUALIZADO}}{\text{COSTO TOTAL ACTUALIZADO}}$$

$$\textbf{R B/C} = \frac{290{,}991.29}{232{,}793.03} = \textbf{1.25}$$

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Es la sumatoria de los flujos actualizados hasta cuando se supera la inversión, menos la inversión del proyecto dividido para el último flujo del año en donde se supera el capital.

Con la aplicación se puede determinar el tiempo que debe espera el inversionista para poder recuperar la inversión inicial del proyecto, en el siguiente cuadro se detalla el procedimiento realizado, pero para ello se hizo necesario utilizar la siguiente fórmula.

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

CUADRO 75
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Periodo	Inversión	Flujo neto de caja	Flujo acumulado
0	$ 17,564.47		
1		16,587.79	16,587.79
2		18,402.72	34,990.51
3		13,093.92	48,084.43
4	1,450.99	13,529.16	61,613.59
5		14,157.51	75,771.10

Fuente: Cuadro 72

Elaboración: Claudia Correa

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

DONDE:

- **a =** Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.
- **b =** Inversión Inicial
- **c =** Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.
- **d =** Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

$$PRI = 1 + \frac{19{,}015.46 - 16{,}587.79}{16{,}587.79}$$

PRI = 1.1464

PRI = **1 AÑOS**

PRI = 0.1464 x 12 = 1.7562 = **1 MESES**

PRI = 0.7562 x 30 = 22.687 = **22 DÍAS**

La inversión se recuperará en 1 años 1 meses y 22 días

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Es otro de los indicadores frecuente utilizados, el mismo que determina la solides o fortaleza del proyecto desde el punto de vista financiero, evalúa resultados de modificar una delas variables considerada como susceptible a cambios en el periodo de evaluación, es decir mide hasta qué punto afecta el incremento de los costos y la disminución de los ingresos, afectados por los precios, para tal efecto se requiere modificar los flujos de caja. Su interpretación permite decidir si se acepta o si se rechaza el proyecto, si lo antes dicho afecta a los resultados quiere decir que el proyecto es sensible, si es lo contrario se considera que el proyecto no es sensible.

Así mismo para su interpretación es necesario decir que:

- Si el coeficiente es menor que uno el proyecto es sensible.

CUADRO 76

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO DEL 11,17% DE LOS COSTOS

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 11.17%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACION				
				FLUJO NETO	44.50% FACT. ACTUALIZ.	VAN MAYOR	45.50% FACT. ACTUALIZ.	VAN MENOR
Inversión						-17,564.47		-17,564.47
1	60,992.69	67,806.24	76,240.86	8,434.62	0.692041522	5837.11	0.687285223	5796.98815
2	72,380.49	80,466.18	90,475.61	10,009.43	0.478921469	4793.73	0.472360978	4728.06186
3	69,686.53	77,471.28	87,108.16	9,636.88	0.331433542	3193.99	0.32464672	3128.58166
4	72,729.57	80,854.27	90,911.97	10,057.70	0.229365773	2306.89	0.223124894	2244.12328
5	75,672.22	84,125.64	94,590.28	10,464.64	0.158730639	1661.06	0.153350442	1604.75659
						228.30		**-61.96**

Fuente: Cuadro 71

Elaboración: Claudia Correa

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right) = 44.50 + 1 \left(\frac{228.30}{-290.26} \right) = \mathbf{0.4471}$$

Diferencias TIR = *Tir Proyecto - Nueva Tir* = 0.808 -0.45 = 0.3610

Porcentaje de variación = *Diferencia. Tir / Tir del proyecto* = 0.3610 / 0.808 = 0.45

Sensibilidad = *Porcentaje de variación / Nueva Tir* = 0.45 / 0.4471 = **0.99912**

CUADRO 77

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON UNA DISMINUCIÓN DEL 9,02% DE LOS INGRESOS

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO DISMINUIDO EN UN 9.02%	ACTUALIZACION				
				FLUJO NETO	44.7% FACT. ACTUALIZ.	VAN MAYOR	44.9% FACT. ACTUALIZ.	VAN MENOR
Inversión						-17,564.47		-17,564.47
1	60,992.69	76,240.86	69,367.75	8,375.06	0.691323885	5789.88	0.690131125	5779.888
2	72,380.49	90,475.61	82,319.23	9,938.75	0.477928714	4750.01	0.47628097	4733.635
3	69,686.53	87,108.16	79,255.36	9,568.83	0.330403536	3161.58	0.328696321	3145.240
4	72,729.57	90,911.97	82,716.25	9,986.68	0.228415856	2281.12	0.226843562	2265.414
5	75,672.22	94,590.28	86,062.97	10,390.74	0.157909337	1640.80	0.156551803	1626.689
						58.91		**-13.60**

Fuente: Cuadro 71

Elaboración: Claudia Correa

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right) = 44.7 + 0.30 \left(\frac{-13.60}{-72.51} \right) = \mathbf{0.4470}$$

Diferencias TIR = *Tir Proyecto - Nueva TIR* = 0.8082 0.4470 = 0.36

Porcentaje de variación = *Diferencia. TIR/ TIR del proyecto* = 0.36 / 0.808 = 0.45

Sensibilidad = *Porcentaje de variación / Nueva TIR* = 0.45 / 0.4470 = **0.99995**

h. CONCLUSIONES

Al término del presente trabajo de tesis se pudo llegar a las siguientes conclusiones:

- Existe una demanda efectiva anual de 486036 sachets de frutas deshidratadas en el primer año.
- Según datos de las encuestas aplicadas tanto a las familias de la provincia de Loja como a los oferentes de frutas deshidratadas, se pudo establecer que existe una demanda insatisfecha de 434106 sachets de frutas deshidratadas en el primer año
- El canal de comercialización que se utilizará es productor, detallista consumidor final ya que es el más adecuado para distribuir los productos de la nueva empresa.
- La capacidad instalada para el primer año del proyecto será de 314400 sachets de 10 gr. de frutas deshidratadas en el primer año de vida útil del proyecto y la capacidad utilizada será del 75% llegando a producir 73728 sachets de 10 gr. de frutas deshidratadas.
- La empresa estará localizada en el cantón Quilanga específicamente frente al Parque central del sector, ya que cuenta con los servicios básicos requeridos para el desarrollo de la actividad productiva.
- Estará constituida por una compañía de Responsabilidad Limitada sujetándose a las normas legales establecidas en la Ley de Compañías de nuestro país.

- La inversión total será de 17,564.47 dólares, con costo unitario de cada sachet de $ 0.26, y al sumar el margen de utilidad del 25% da un pvp de 0.32 centavos de dólares.
- De acuerdo a la evaluación financiera el proyecto es rentable y provechoso ya que el VAN es positivo de 32,707.40, la TIR tiene un valor satisfactorio de 0.8081%, la Relación Beneficio – Costo es de $1,25 dólares, lo que significa que la rentabilidad es provechosa; la recuperación de capital se dará en un plazo de 1 años 1 meses y 22 días; El Análisis de Sensibilidad incrementando los costos y disminuyendo los egresos se determinó que el proyecto llega a un punto máximo de sensibilidad con 11,17% de incremento de los costos y con un 9,02% de disminución de los ingresos.
- Finalmente se puede concluir que el proyecto es factible de realización ya que se ha demostrado a lo largo de todos los estudios que se han realizado sobre el.

i. RECOMENDACIONES

- Se recomienda poner en marcha el proyecto ya que constituye una muy buena fuente de ingresos para los inversionistas.
- Al poner en práctica el proyecto es conveniente la contratación de un vendedor para que pueda poner los productos a disposición de los detallistas ya que al empezar el proyecto la empresa aún no es muy conocida.
- Ampliar la cobertura de mercado a las restantes provincias del Ecuador para incrementar los ingresos.
- Se recomienda tratar de incrementar la capacidad instalada de la empresa para cubrir al máximo la demanda insatisfecha.
- Tratar de liquidar la deuda adquirida los más pronto posible evitando con ello los gastos financieros.
- Revisar periódicamente los costos de producción, para evitar su incremento en el costo unitario y como consecuencia de ello la disminución de las ventas.

j. BIBLIOGRAFÍA

Libros

- ARIAS, Fernando. Administración de Recursos Humanos. Editorial Trillas. México 1980

- BACA, Gabriel. Evaluación de proyectos, Editorial MCGRAW-WILL, México, 1998.

- BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Editorial Interamericana Editores S. A. Quinta Edición. México 2007

- Dirección de Marketing, Edición del Milenio, de Kotler Philip, Cámara

  Dionicio, Grande Idelfonso y Cruz Ignacio, Prentice Hall,

- FONAPRE, BID, Preparación de proyectos, Quito, Ecuador, 1986.

- Gabriel, Evaluación de proyectos, Editorial MCGRA W-WILL, México, 1998.

- INFANTE, Arturo. Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión. Editorial Norma, 1992

- SAPAG, Nassir y Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. MCGRAW-HILL, México, 1994.

- UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA, CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, MÓDULO X, Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión Empresarial, Loja-Ecuador 2010.

- TEKHNE. Cómo construir un secado solar para frutas y hortalizas.

  Santiago, Chile.

- Soluciones prácticas. ITDG. Tecnologias desfiando la pobreza.

Páginas de internet

- http://www.contabilidad.tk/node/155

- http://definicion.de/infusion/#ixzz2RwXDV33a

- www.solucionespracticas.org.pe
- http://definicion.de/infusion/#ixzz2RwXDV33a
- http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/balancege.htm
- http://www.proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml
- http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html
- http://socioempresa.blogspot.com/2009/07/estructura-organizacional-un-concepto
- http://www.wikipedia.com

k. ANEXOS

ANEXO 1

FICHA RESUMEN DEL PROYECTO APROBADO

Tema

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS DE FRESA Y CEREZA EN EL CANTÓN QUILANGA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE LOJA

Problemática

El Ecuador es un país con una gran diversidad y por esta característica especial del mismo presenta una variedad de productos en cada una de las regiones del país, sin embargo muchas de las veces estos productos no son aprovechados para su industrialización y solo son comercializados para el consumo interno del país.

Es notorio que en varias regiones del el país las frutas abundan y los propietarios de las fincas solo llegan a comercializar lo que con sus limitados recursos pueden recoger, viéndose desperdicios de todo tipo de frutas en general.

La razón de ser de esta empresa, es brindar un producto de óptima calidad, satisfaciendo así las necesidades y gustos de sus clientes, los que constituyen la base fundamental del funcionamiento y éxito de la organización.

El poco apoyo gubernamental que existe para esta provincia provoca que sea muy difícil instaurar empresas en el medio local, a esto se suma la lejanía que existe con los polos de desarrollo lo cual limita su crecimiento y provoca que los productos de esta provincia no puedan tener fácil acceso a los mercados de provincias más grandes

En el cantón Quilanga a pesar de existir grandes cultivos de fresa y cereza se ven en su mayoría desperdiciadas porque no son cosechadas a tiempo siendo esta una práctica común y generalizada, debido al escaso asesoramiento y capacitación en la industrialización de estos productos, y a la inexistencia de una empresa que productos derivados de estas dos frutas.

Formulación del problema:

“La ausencia de una empresa productora de sachets de frutas deshidratadas de fresa y cereza en el cantón Quilanga no ofrece oportunidades de aprovechamiento de las frutas nativas del sector y limita el de desarrollo económico de este cantón“

d. Objetivos

Objetivo general

- Realizar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de sachets de frutas deshidratadas de fresa y cereza en el cantón Quilanga y su comercialización en la provincia de Loja.

Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda y oferta, y establecer la potencial demanda insatisfecha de la sachets de frutas deshidratadas de fresa y cereza en la provincia de Loja.

- Elaborar el estudio técnico que permita establecer el tamaño del proyecto en base a su capacidad instalada y utilizada, la localización y la ingeniería del proyecto.

- Diseñar un estudio administrativo, que determine la estructura organizacional y legal de la empresa a constituir.

- Estructurar el estudio financiero que permita definir la inversión a realizar y estructurar los presupuestos de costos (fijos y variables) e ingresos para elaborar los estados financieros.

- Realizar la evaluación financiera del proyecto considerando criterios como VAN, TIR, B/C, PRC y Análisis de Sensibilidad.

Metodología

Los métodos que se utilizarán en la presente investigación son:

Método Científico.- Método de estudio sistemático, que incluye las técnicas de observación, la forma de recoger y analizar datos, el uso de un estilo propio de lógica y la utilización de teorías modelos. Etapas como realizar observaciones y experimentos, formular criterios, extraer resultados y analizarlos e interpretarlos van a ser características de cualquier investigación.

Este método se lo aplicará para analizar cada uno de los resultados obtenidos en las encuesta.

Método Inductivo.- Es aquel que permite pasar de conocimiento de lo específico y particular al conocimiento de lo general y universal, mediante este método el investigador trata de descubrir las relaciones de causa y efecto de una situación, y luego establece un principio general aplicable a todos los problemas dentro de una misma categoría.

Este método se lo aplicará para diseñar en el estudio organizacional y financiero de la empresa mediante el cual verificaremos los criterios de autores y determinar la estructura organizacional y el detalle del estudio financiero.

Método Deductivo.- El método deductivo es un método científico que considera que la conclusión se halla implícita dentro las premisas. Esto quiere

decir que las conclusiones son una consecuencia necesaria de las premisas: cuando las premisas resultan verdaderas y el razonamiento deductivo tiene validez, no hay forma de que la conclusión no sea verdadera. Este método se utilizará para elaborar los análisis correspondientes en cada una de las preguntas que se realizarán y con ello elaborar cada uno de los estudios correspondientes.

Método Analítico.- El Método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Este método se utilizará para analizar la información proveniente de los instrumentos de recolección de información, así como para en cada uno de los análisis correspondientes para establecer la demanda y oferta del producto además se utilizará para establecer las conclusiones y recomendaciones.

TÉCNICAS

Observación directa: La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; por tal razón nos apoyaremos en la observación directa para obtener el mayor número de datos. A partir de la observación surge el planteamiento del problema que se va a estudiar, para el presente proyecto de factibilidad se utilizará esta técnica para verificando paso a paso el proceso productivo en la elaboración del producto.

La encuesta: Es una técnica de recogida de información por medio de

preguntas escritas organizadas en un cuestionario impreso. Se emplea para investigar hechos o fenómenos de forma general y no particular. La encuesta a diferencia de la entrevista, el encuestado lee previamente el cuestionario y lo responde por escrito, sin la intervención directa de persona alguna de las que colaboran en la investigación.

Para la presente investigación se realizará una encuesta para determinar la demanda que será realizada a las familias de la provincia de Loja, además se realizará una encuesta a los locales comerciales de la provincia de Loja para determinar la oferta, según el INEC existen en toda la provincia de Loja 21,949 locales comerciales activos y por suspensión definitiva pero no tienen como producto sachets de frutas deshidratadas como fresa y cereza, por ello existen ofertantes del mismo producto en nuestra provincia como ILE.

Población

La población del proyecto será las familias de la provincia de Loja, según el censo de 2010, la población de la provincia de Loja es de 448.966 habitantes con una tasa de crecimiento poblacional de 7.57 %.

Proyección

Como la población de la provincia de Loja es de 448.966 hasta 2010, es necesario establecer la población futura para el año en que se empezará el proyecto de inversión, 2013.

Fórmula para la proyección de la población

$$Pf = Po\ (1+r)^{n}$$

Dónde: 0,0757

Pf = Población final
Po = Población actual
i = Tasa de crecimiento poblacional
1 = Constante
n = Número de años

$pf = 448.966\,(1+0{,}0757)^{3} = 464634$ Familias para el año 2013

Esta población se divide para los 4 integrantes de la familia que es el número promedio, en la provincia de Loja según el INEC.

464634/ 4 = 116159 Familias de la provincia de Loja.

Tamaño de la Muestra.- Para el cálculo del tamaño de la muestra utilizamos la siguiente formula:

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

n = Tamaño de la muestra

N = Población

e = Margen de Error 0,05 0,0025

Esta fórmula al ser aplicada proporcionó como resultado:

$$\mathbf{n=}\quad \frac{116159}{1+116159\ (0{,}05)^{2}}$$

$$\mathbf{n=}\quad \frac{115987}{1+116159\ (0.0025)}$$

$$\mathbf{n=}\quad \frac{116159}{291{,}3975}$$

n= 398,63

399 encuestas a aplicarse a las familias de la provincia de Loja. Para determinar el número de encuestas a aplicar en cada cantón de la provincia de Loja se realizara un cuadro de distribución muestral.

CUADRO N° 1
DISTRIBUCIÓN MUESTRAL

CANTONES	POBLACIÓN TOTAL 2013	POBLACIÓN POR FAMILIAS	NÚMERO DE ENCUESTAS A APLICAR
Calvas	28 185	7046	25
Catamayo	30 638	7660	28
Celica	14 468	3617	14
Chaguarpamba	7 161	1790	7
Espíndola	14 799	3700	14
Gonzanamá	12 716	3179	12
Loja	214 855	53714	187
Macará	19 018	4755	18
Olmedo	4 870	1218	4
Paltas	23 801	5950	22
Pindal	8 645	2161	8
Puyango	1 513	378	14
Quilanga	4 337	1084	4
Saraguro	30183	7546	26
Sozoranga	7 465	1866	7
Zapotillo	12 312	3078	12
TOTAL	**448966**	**108742**	**399**

MUESTRA PARA DETERMINAR LA OFERTA

Para determinar la oferta se realizó una encuesta a los locales comerciales de la provincia de Loja, los mismos que son en un número de 21,949 según en INEC entre Bodegas, Mercados, Tiendas, Supermercados y Centros Naturistas.

Para el cálculo del tamaño de la muestra se utiliza la siguiente fórmula:

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

Esta fórmula al ser aplicada proporcionó como resultado:

$$n = \frac{21.949}{1+21949\ (0,05)^2}$$

$$n = \frac{21.949}{1+21949\ (0.0025)}$$

$$n = 392,84$$

393 encuestas a aplicarse a los Locales Comerciales de la provincia de Loja. Para determinar el número de encuestas a aplicar en cada cantón de la provincia de Loja se realizara un cuadro de distribución muestral.

ANEXO 2

ENCUESTA A LOS DEMANDANTES

A. DATOS GENERALES

a. ¿CUÁLES SON LOS INGRESOS FAMILIARES MENSUALES PROMEDIO?

b. ¿CONSUME UD. PRODUCTOS PROCESADOS NATURALMENTE COMO SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS O QUE CONTENGAN QUÍMICOS?

1. ¿EN SU HOGAR CONSUME SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS DE FRESA Y CEREZA?

2. ¿EN QUE LUGAR UD. ADQUIERE EL PRODUCTO?

3. ¿CUÁL ES EL PRECIO EN QUE COMPRA LA CAJA DE SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS?

4. ¿CONSIDERA QUE LOS PRECIOS QUE PAGA POR SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS SON?

5. ¿LA CALIDAD DEL PRODUCTO QUÉ USTED CONSUME ES?

6. ¿CUÁNTOS SOBRES DE 10g. DE SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS UD. CONSUME MENSUALMENTE?

7. ¿SI SE CREA UNA EMPRESA DE SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS EN EL CANTÓN QUILANGA, UD. ESTARÍA DISPUESTO A COMPRAR EL PRODUCTO PARA SU CONSUMO?

8. ¿DÓNDE LE GUSTARÍA ADQUIRIR SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS PARA SU CONSUMO O EL DE SU FAMILIA?

9. ¿QUÉ TIPO DE ENVASE DESEARÍA QUE TENGA EL PRODUCTO?

10. ¿QUÉ CONSIDERARÍA USTED AL MOMENTO DE ADQUIRIR SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS?

11. ¿QUÉ MEDIO PUBLICITARIO ES POR EL CUAL USTED SE ENTERA DE LOS AVISOS PUBLICITARIOS?

12. ¿QUÉ PROMOCIONES DESEARÍA QUE OFREZCA LA EMPRESA?

ANEXO 3

ENCUESTA PARA DETERMINAR LA OFERTA

1. **¿USTED VENDE SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS?**
2. **¿CUÁL ES EL PRECIO AL QUE USTED VENDE CADA CAJA DE SACHETS DE FRUTAS DESHIDRATADAS?**
3. **¿QUÉ CANTIDAD DE SACHETS DE 10g. DE FRUTAS DESHIDRATADAS VENDE MENSUALMENTE EN LA PROVINCIA DE LOJA?**
4. **¿UTILIZA MEDIOS DE PUBLICIDAD PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS QUE USTED OFRECE?**
5. **¿EN QUÉ MEDIOS DE PUBLICIDAD UD. DA A CONOCER LOS PRODUCTOS DE SU LOCAL COMERCIAL?**
6. **¿QUÉ TIPO DE PROMOCIONES REALIZA USTED EN SU NEGOCIO?**

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN ii

AUTORÍA iii

CARTA DE AUTORIZACIÓN iv

AGRADECIMIENTO v

DEDICATORIA vi

a. TÍTULO 1

b. RESUMEN 2

SUMMARY 5

c. INTRODUCCIÓN 8

d. REVISIÓN DE LITERATURA 10

e. MATERIALES Y MÉTODOS 41

f. RESULTADOS 48

g. DISCUSIÓN 69

h. CONCLUSIONES 151

i. RECOMENDACIONES 153

j. BIBLIOGRAFÍA 154

k. ANEXOS 156

ÍNDICE 168