



1859

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD POR LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE AVENA (BEBIDA LÁCTEA) PARA LA CIUDAD DE LOJA”

**TESIS PREVIA A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERAS
COMERCIALES.**

AUTORAS:

Noela Valdivieso L.

Yajaira Veintimilla L.

DIRECTORA:

Ing. Roció Toral Tinitana Mg. Sc.

LOJA – ECUADOR

2012

CERTIFICACIÓN

ING. COM. ROCÍO CARMEN TORAL TINITANA, Mg. Sc.
DIRECTORA DE TESIS:

C E R T I F I C A:

Haber dirigido la investigación realizada por las señoritas egresadas: Noela Valdivieso L. y Yajaira Veintimilla L. la misma que se denomina **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE AVENA (BEBIDA LÁCTEA) PARA LA CIUDAD DE LOJA”**, la cual cumple con los requerimientos de fondo y de forma establecidos por la Universidad Nacional de Loja para efectos de graduación por lo que autorizo su presentación para los trámites legales correspondientes.

Loja, Diciembre del 2012

Ing. Roció Carmen Toral Tinitana, Mg. Sc.
DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA

Los conceptos, ideas, opiniones y procedimientos de investigación, resultados, conclusiones, recomendaciones y propuestas son de exclusiva responsabilidad de sus autoras.

.....
Noela Valdivieso L.

.....
Yajaira Veintimilla

AGRADECIMIENTO

Al concluir nuestra carrera queremos dejar constancia de nuestra imperecedera gratitud y un especial agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja por darnos la oportunidad de cursar y culminar nuestros estudios superiores, también a la Carrera de Administración de Empresas por permitir formarnos como profesionales, a su planta docente, quienes desinteresadamente supieron compartir sus conocimientos en forma oportuna y sincera; a nuestra Directora de Tesis a la Ing. Rocío Toral Tinitana que en forma profesional y leal orientó el presente trabajo de tesis.

Las Autoras

DEDICATORIA

Con amor y gratitud dedicó este proyecto de estudio a mis padres Aldo Valdivieso, quien desde el cielo ha guiado mis pasos, a mi madre Beatriz Loyola, Quien ha sido mi apoyo incondicional y en especial a mi hijo José Nicolás Ulluari Valdivieso, quien lo ha sido para mí, por el he salido adelante y he logrado cumplir con una meta más de mi vida, para continuar siempre por el camino del éxito.

Noela Katalina Valdivieso Loyola

Esta tesis y título le dedico a mi esposo Rodrigo, mi adorable hija Zarita con todo el cariño que les profeso, a mis queridos padres Perfecto y Elena y a mis hermanos que con su apoyo incondicional me supieron ayudar a guiar en todo este largo trayecto de mi educación superior.

Yajaira Mariela Veintimilla Loaiza

a. TITULO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
EMPRESA PRODUCTORA y COMERCIALIZADORA DE AVENA
(BEBIDA LÁCTEA) PARA LA CIUDAD DE LOJA”**

b. RESUMEN

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

Es por esto que las nuevas generaciones de profesionales tenemos que realizar esfuerzos en pro de crear pequeñas empresas innovadoras, ocupando la mano de obra local, con recursos de la zona y con productos que pueden salir al mercado en condiciones óptimas, de calidad y precio, compitiendo con otros similares que vienen de otras provincias o ciudades del país, ocasionando aún más la desocupación y fuentes de trabajo.

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

De aquí la real necesidad de producir bienes y servicios, siendo emprendedores y afrontando la grave crisis que atraviesa nuestro país, siendo conveniente realizar y ejecutar nuestro proyecto de tesis denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE AVENA (BEBIDA LÁCTEA) PARA LA**

CIUDAD DE LOJA”, el mismo que contribuya al desarrollo de esta provincia.

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

El estudio de mercado analiza la oferta y la demanda. Para todo estos se realizó una encuesta tanto a demandantes como oferentes, para luego determinar la demanda insatisfecha que es de 513.369 litros para el primer año, se determinó la capacidad instalada que es del 100% y la capacidad utilizada del proyecto es de 34,19% solo para el primer año.

El lugar para la implementación de la empresa es en el Barrio Capulí, sector la Pompeya a 800 metros del control policial, al sur de la ciudad de Loja.

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

La empresa hará el comercio bajo la razón social **"VALDIVIESO & VEINTIMILLA " Cía. Ltda.** La misión será producir y comercializar avena bebida láctea (tetrapak 250 cm³), para satisfacer con calidad y precios competitivos la demanda de la ciudad de Loja.

Estudio económico y financiero para conocer sobre la inversión del proyecto (inversión en activos fijos, diferidos y capital de trabajo), financiamiento de la inversión, presupuesto de ingresos y egresos, análisis de costos, puntos de equilibrio y estudio y análisis de los estados financieros (estado de pérdidas y Ganancias y el flujo de caja).

Finalmente se realizó la evaluación del proyecto para establecer la conveniencia del proyecto y de su ejecución para cual se analizó los siguientes indicadores como el Valor Actual Neto de \$470.086,53; Tasa Interna de Retorno de 48,30%; Relación Beneficio Costo es de \$1,15 por cada dólar invertido la empresa gana 0,15 centavos de dólar; Periodo de Recuperación de Capital es de 2 años, 1 mes y 28 días; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 7,53% dando un total del 0,98% y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos del 6,57% dando un total del 0,99% por lo cual el proyecto es factible, cuyas conclusiones y recomendaciones así lo determinan, adjuntándose la bibliografía consultada con sus respectivos anexos.

SUMMARY

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

That is why the new generation of professionals we have to make efforts to create small innovative companies, occupying the local workforce, with resources in the area and with products that may hit the market in top condition, quality and price, competing with the like who come from other provinces or cities, causing even more unemployment and jobs. For these reasons this project is intended to assist with the implementation of a company that will create some jobs, leverage existing resources, creating economic value added and put into practice the knowledge acquired for the benefit of a society that needs to their new professionals are inserted into the economic and productive life. From here the real need to produce goods and services, being enterprising and facing the grave crisis facing our country, being convenient to carry out and execute our thesis project called "PAR FEASIBILITY STUDY IMPLEMENTATION OF A PRODUCTION AND MARKETING COMPANY OF OATS (milk drink) FOR THE CITY OF LOJA ", it contributes to the development of this province.

The complete analysis of the Project shall be required for the realization of them studio and siguientes Analysis Market study, study technical,

administrative and legal study, study and Financial Economical and ultimately the valuation of the project .

Market research is very important because it analyzes the market, ie supply and demand. For all these were surveyed both plaintiffs and suppliers, and then determine the unsatisfied demand is 513.369 liters for the first year, it was determined that the installed capacity is 100% and the capacity utilization of the project is 34,19% for the first year only. The place for the implementation of the company is located in the Barrio Capulí, the Pompeii area 800 meters from the police checkpoint, south of the city of Loja.

Administrative and legal study of the company allows to determine the business group's mission, vision, objectives, constitution, organization and functions manuals.

The company will trade under the name "VALDIVIESO & VEINTIMILLA" Cia. Ltd. mission is to produce and market milk drink oats (tetrapak 250 cm³), to meet quality and competitive prices with the demand of the city of Loja.

Economic and financial study to learn about the project investment (investment in fixed assets and working capital deferred), investment financing, budget revenues and expenditures, cost analysis, balance points and study and analysis of financial statements (Profit and loss statement and cash flow).

Finally, the project evaluation conducted to determine the suitability of the project and its implementation which was analyzed for the following indicators such as net present value of \$ 470.086,53; internal rate of return of 48.30% Cost benefit is \$ 1 , 15 for every dollar the company earns 0.15 cents, Capital Recovery Period is 2 years, 1 month and 28 days; sensitivity analysis indicates that the project supports a cost increase of 7.53% giving a total of 0.98% and a sensitivity analysis on the decrease in revenue of 6.57% danto a total of 0.99% so the project is feasible, the conclusions and recommendations so determine, accompanied the literature with exhibits thereto.

c. INTRODUCCIÓN

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

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad analizar la factibilidad para implementar una empresa productora y comercializadora de avena bebida láctea (tetrapak 250 cm³) en la provincia de Loja que ofrezca un producto de calidad y a un precio asequible para el consumidor.

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

Para el desarrollo de dicho proyecto de inversión se aplicó el presente proceso:

En la exposición de resultados se procedió a redactar los referentes del producto y materia prima a utilizar, así como también se describió y representó el estudio de mercado, el mismo que nos sirvió para realizar el análisis de oferta y demanda de nuestro producto en la ciudad de Loja, a través de encuestas directas aplicadas a los consumidores y las comercializadoras de productos de consumo masivo, de cuyos análisis se obtuvo la cuantificación de la demanda y oferta, obteniendo así la oportunidad en el mercado, además se determinó las posibilidades del

proyecto en el mercado, los canales de comercialización, precios y publicidad.

Una vez obtenida la oportunidad de mercado se procedió a determinar el tamaño del proyecto sobre la base del análisis de ciertos factores como son: demanda, oferta, tecnología requerida, la distribución de la planta, como también establecer la macro y micro localización.

En el estudio organizacional se establece la organización legal, estructura organizativa y manual de funciones de la empresa, las mismas que serán una base para el normal funcionamiento de la empresa.

Seguidamente se procedió a realizar el estudio financiero, en donde se determinó las inversiones y financiamiento del proyecto, también se realizó la evaluación del proyecto para establecer la conveniencia del proyecto y de su ejecución para cual se analizó los siguientes indicadores como el Valor Actual Neto; Tasa Interna de Retorno; Relación Beneficio Costo; Periodo de Recuperación de Capital; Análisis de Sensibilidad del incremento en los costos y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos, lo mismo que indican que es factible la puesta en ejecución del proyecto

Una vez realizados los estudios necesarios para la elaboración del proyecto se formuló las debidas conclusiones y recomendaciones de la investigación.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

GENERALIDADES DE LA AVENA

Origen

"Las avenas cultivadas tienen su origen en Asia Central, la historia de su cultivo es más bien desconocida, aunque parece confirmarse que este cereal no llegó a tener importancia en épocas tan tempranas como el trigo o la cebada, ya que antes de ser cultivada la avena fue una mala hierba de estos cereales. Los primeros restos arqueológicos se hallaron en Egipto, y se supone que eran semillas de malas hierbas, ya que no existen evidencias de que la avena fuese cultivada por los antiguos egipcios. Los restos más antiguos encontrados de cultivos de avena se localizan en Europa Central, y están datadas de la Edad del Bronce"

Morfología y Taxonomía

"La avena es una planta herbácea anual, perteneciente a la familia de las gramíneas, es una planta autógama y el grado de alogamia rara vez excede el 0.5%. La mayoría de las avenas cultivadas son hexaploides, siendo la especie *Avena sativa* la más cultivada, seguida de *Avena byzantina*. También se cultiva la especie *Avena nuda*, conocida como avena de grano desnudo, al desprenderse las glumillas en la trilla. Las características botánicas del grupo de avenas hexaploides son principalmente: la articulación de la primera y segunda flor de la espiguilla, el carácter desnudo o vestido del grano y la morfología de las aristas.

Raíces: posee un sistema radicular potente, con raíces más abundantes y profundas que las de los demás cereales.

Tallos: los tallos son gruesos y rectos, pero con poca resistencia al vuelco; tiene, en cambio, un buen valor forrajero. La longitud de éstos puede variar de medio metro hasta metro y medio. Están formados por varios entrenudos que terminan en gruesos nudos.

Hojas: las hojas son planas y alargadas. En la unión del limbo y el tallo tienen una lígula, pero no existen estipulas. La lígula tiene forma oval y color blanquecino; su borde libre es dentado. El limbo de la hoja es estrecho y largo, de color verde más o menos oscuro; es áspero al tacto y en la base lleva numerosos pelos. Los nervios de la hoja son paralelos y bastante marcados.

Flores: la inflorescencia es en panícula. Es un racimo de espiguillas de dos o tres flores, situadas sobre largos pedúnculos. La dehiscencia de las anteras se produce al tiempo de abrirse las flores. Sin embargo, existe cierta proporción de flores que abren sus glumas y glumillas antes de la maduración de estambres y pistilos, como consecuencia se producen degeneraciones de las variedades seleccionadas.

Fruto: El fruto es en cariósipide, con las glumillas adheridas.

Valor Nutricional

El valor nutricional del grano de avena es superior al de otros cereales, al ser la avena más rica en aminoácidos esenciales, especialmente en lisina.

El contenido en proteínas digeribles del grano de avena es mayor que en

maíz y también tiene una mayor riqueza en materia grasa que la cebada y el trigo.

En la siguiente tabla se muestra la composición de la avena:

Composición del grano de avena en 100 g de sustancia

Hidratos de carbono	58.2
Agua	13.3
Celulosa	10.3
Proteínas	10.0
Materia grasa	4.8
Materias minerales	3.1

A continuación se muestra la composición de la avena verde durante la época de floración:

Composición de la avena verde en 100 g de sustancia	
Agua	77
Materia no nitrogenada	10
Celulosa	8
Materiales minerales	2.5
Proteínas	1.9
Materia grasa	0.6

En la siguiente tabla se muestra la composición de la paja de avena:

Composición de la paja de avena en 100 g de sustancia	
Celulosa	41.2
Materia no nitrogenada	35.6
Agua	14.3
Materiales minerales	4.4
Proteínas	2.5
Materia grasa	2

La avena contiene grasas insaturadas y ácido linoleico.

Estas grasas, a diferencia de las de origen animal, son saludables y necesarias en la dieta. "De igual forma la avena contiene carbohidratos que proporcionan energía durante mucho tiempo. De este modo se evita la sensación de desmayo que se produce por la bajada de glucosa, cuando el cuerpo reclama más alimento. Vitaminas y minerales"².

"Entre todos los cereales, la avena es el que más vitaminas y minerales concentrados tiene. Vitaminas, E, B1, B2 y minerales como el calcio, hierro, zinc, fósforo y magnesio están presentes en grandes cantidades.

También posee fibra que, aunque desde el punto de vista nutritivo, resulta menos interesante, ayuda a la buena digestión y a reducir el colesterol.

De igual forma contiene Betagluconos componentes que absorben el colesterol y los ácidos biliares del intestino, evitando que los compuestos nocivos pasen al organismo.

También ayudan a eliminarlos de forma natural.

Fuente de energía Es un alimento ideal para personas que sufren gran desgaste físico por su actividad, como los deportistas, y para todas aquellas que se sientan cansadas, sin fuerza, con sensación de sueño permanente o con estrés. Cuida la línea La avena no engorda y además ayuda a reducir los kilos de más.

Al contener fibra, esta actúa como regulador metabólico. Es un alimento saciante que ayuda a regular la sensación de apetito, ya que aporta energía durante largo tiempo.

Además, es diurética por lo que ayuda a reducir la acumulación de líquido en el cuerpo.

Buena para el estómago Es un buen medicamento para los trastornos digestivos; sensación de llenura, ardor de estómago, estreñimiento o diarreas. Su fibra ayuda el tránsito intestinal y los betaglucanos forman una capa fina en el intestino, que lo protege.

Contra la diabetes

La avena baja los niveles de azúcar en sangre. Esto hace que sea un cereal muy eficaz en tratamientos de diabetes no insulínicas.

Buena para el embarazo Durante el embarazo ayuda al desarrollo del feto y durante la lactancia favorece la producción de leche materna, además de aportar cantidad de vitaminas y minerales a la misma.

LA AVENA EN EL ECUADOR

Cuatro compañías han entrado al negocio de vender en el país avena lista para beber.

"Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), la avena es uno de los cereales que disminuye en el 30% los riesgos de padecer enfermedades cardíacas y ciertos tipos de cáncer." ³

Eso, más el valor nutritivo de este producto, es lo que han considerado algunas industrias que comenzaron a desarrollar un nuevo mercado: la avena preparada, sola o en distintas combinaciones en envases tetra pack. El negocio coge fuerza en el país. Lapionera fue la avena con frutas de Nestlé, a disposición de los consumidores desde el 2002. Tres años después, aproximadamente, ingresaron al mercado las avenas de Toni y Alpina. Lácteos San Antonio tiene la suya con su marca Nutrí Avena.

Y sí bien es una bebida para toda la familia, su consumo ha ganado aceptación, especialmente de niños y jóvenes -revelan los fabricantes, por su alto valor nutricional. Después de su acogida en los envases de un litro, el producto con sabor a naranjilla y sin leche completó su línea de oferta desde febrero de este año, con el envase de 330 mililitros tetraprisma y 250 mililitros (un cuarto de litro) en envase de cartón.

A más de las avenas con sabor a frutas también existe la opción de la avena con leche, segmento en el cual está Nestlé desde hace un año, seguida de la avena Alpina. Para industrias Lácteas Toni, en cambio,

insertar su oferta de avena con leche será una decisión que definirá el mercado.

Avena Toni tiene actualmente cerca del 30% de participación en el mercado en el canal tradicional (tiendas). La meta de la empresa es crecer en este producto en el 10% para el próximo año y abarcar más en autoservicios.

Fabián Armendáriz, consumer Marketing Manager DPA-Nestlé, aseguró que desde que la avena se encuentra en el mercado ha mantenido un liderazgo con crecimientos anuales que superan los dos dígitos. En tanto, las ventas de Alpina registraron un crecimiento del 30% entre el 2005 y el 2006, llegando a H'510. 885 dólares en el último año, según consta en su página web.

El crecimiento tiene relación con las estrategias de repartición de productos, con la incorporación de nuevos distribuidores en Esmeraldas, Manabí y el norte del país, así como la consolidación de la operación en Máchala, lo cual permitió la recuperación de una importante plaza, en la Costa.

En cuanto a comercialización, los productos Alpina (entre los que está la avena) crecieron en ventas de manera general en todos los canales de entrega: 39% en micro mercados, 30% en el canal tradicional, 24% en supermercados y 22% en distribuidores.

En tanto que Productos Lácteos San Antonio tiene en las estanterías una avena con frutas. Esta se expende bajo la marca Nutrí Avena.

Empresa.- “Grupo social en el que a través de la administración de capital y el trabajo se producen bienes y servicios y los servicios tendientes a la satisfacción de las necesidades de la comunidad” ¹.

Empresario.- Actividad de un individuo u organización que implica producción, comercio / o servicio.

Organización.- La transformación de una organización es la utilización plena del poder intelectual del empleo, la sistemática eliminación del desperdicio y el retroceso, la apreciación de la variación inherente de un proceso, todos los esfuerzos son parte de un sistema; no se puede cambiar una parte sin que se afecten las otras.

PROYECTO DE INVERSIÓN

Los proyectos surgen de las necesidades individuales y colectivas de las persona. Es ella la que importa, son sus necesidades las que deben satisfacer a través de una demanda asignación de recursos, teniendo en cuenta la realidad social, cultural y política en la que el proyecto pretende desarrollarse. Un proyecto puede ser variable tanto por tener un mercado asegurado como por ser técnicamente factibles.”¹

Etapas de la Factibilidad de un Proyecto de Inversión.

El análisis completo de un proyecto requiere de cinco estudios complementarios: del mercado técnico, organizacional administrativo, económico-financiero y evaluación económica, social y ambiental. Mientras los tres primeros proporcionan información económica de costos

¹Microsoft® Encarta® 2008. © 1993-2007 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

y beneficios, el último además de generar información, contribuye los flujos de caja y evalúa el proyecto.

ESTUDIO DE MERCADO

“El estudio de mercado es aquella etapa de un proyecto que tiene por objeto estimar la demanda, es decir la cantidad de bienes y servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios y un cierto período de tiempo”²

Objetivos

- Conocer lo que está sucediendo y que se espera que suceda en el sector de la economía al cual se pretende incursionar con el producto.
- Establecer las fortalezas y debilidades de los competidores para aprovechar oportunidades en cuanto a la satisfacción de los clientes.
- Verificar que los clientes previstos existen realmente.
- Medir la potencialidad de esta demanda.
- Determinar el precio del producto o servicio.
- Elegir los medios más rentables para realizar la cifra de negocios, venta, comunicación, distribución, etc.

Comportamiento del Mercado

Un mercado se confluyen productos y consumidores para realizar intercambios de compra y venta. Para conocer el comportamiento del mercado, es preciso conocer todos y cada uno de los agentes que, con

²www.yahoo.com “ESTUDIO DE MERCADO”; © Agence Pour la Création d’Entreprises (APCE)

su actuación tendrán algún grado de influencia sobre las decisiones que se tomarán al definir las estrategias comerciales.

Para realizar el presente estudio se determinará cinco tipos de mercado:

- Mercado proveedor (quienes nos abastecen)
- Mercado distribuidor (intermediarios)
- Mercado consumidor (los clientes)
- Mercado competidor (la competencia)
- Mercado externo (fuentes externas de abastecimiento)

Análisis de la Demanda (clientes)

Definición.- “La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio y una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir”³.

Conocer la demanda es uno de los requisitos de un estudio de mercado, pues se debe saber cuántos compradores están dispuestos a adquirir los bienes y servicios y a qué precio.

Para realizar el análisis de la demanda se debe tomar en cuenta:

- Los tipos de consumidores.
- Segmentarlos por actividad, edad, sexo, ubicación geográfica, ingresos.
- Conocer los gustos y preferencias.

Demanda Potencial

La demanda potencial es la cantidad global de las familias lojanas de la provincia que corresponden al porcentaje de la población total de la

³www.google.com “DICCIONARIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS” Factores de Producción.

provincia, dividida por cuatro miembros por hogar, independientemente de los medios y preferencias para la adquisición del producto.

Para determinar la demanda potencial se considera:

1. La tasa de crecimiento poblacional
2. Población urbana
3. Cuatro miembros por familia

Demanda Real

Se denomina demanda real a la demanda verdaderamente ejercida en los mercados. En sí, la demanda real es el número absoluto de familias que están dispuestas a adquirir el producto.

Para obtener la demanda real tomamos en consideración lo siguiente:

1. Demanda potencial
2. Porcentaje de las familias que no consumen
3. Porcentaje de familias que no apoyan al producto
4. Porcentaje de familias que no contestan.

Plan de Comercialización

El propósito de plan de comercialización es de prevenir a la empresa acerca de su posición actual y futura, puesto que los alcances de hoy y sus planes para el futuro depende de juicios anticipados de las condiciones del mercado.

La comercialización es un instrumento de la dirección de empresas que suministra a las mismas los medios para diseñar y vender el producto aprovechando los recursos de la empresa.

El plan de comercialización está elaborado en base a:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción y
- Posventa

Análisis de la Oferta (competencia)

Definición.- Es la cantidad de bienes y servicios que se pone a disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para los que adquieran

Para realizar el análisis 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 ese mismo bien o servicio.
- Las características de los bienes o servicios de la competencia y el precio.

ESTUDIO TÉCNICO

“Determina los requerimientos empresariales en función al tamaño y localización de la planta, descripción técnica y descripción de procesos, la capacidad de las máquinas (capacidad instalada) y la cantidad de recursos humanos”⁴.

⁴“ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN”; Guía de Estudio, Módulo X; Carrera de Administración de Empresas; Área Jurídica, Social y Administrativa; Editorial Universitaria; UNL Loja- Ecuador, 2004 – 2005.

Tamaño de la Planta

Tamaño.- Considera su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal.

Localización de la Planta

Localización.- Para la elección de la localización adecuada se debe tomar en cuenta:

- a) La suma de los costos de transporte de insumos y productos.
- b) la disponibilidad y costos relativos de los recursos.
- c) Clima facilidades administrativas, Disposición de aguas residuales, olores y ruidos molestos, etc.

Ingeniería del Proyecto

El estudio de la ingeniería del proyecto tiene como objeto, determinar el proceso de producción o el desarrollo del servicio óptimo que permita la localización efectiva y eficaz de los recursos.

En el estudio de ingeniería se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

1. Estudio del producto o servicio a ofrecer
 - Presentación, embalaje, normas de calidad
 - Características, usos
2. Estudio de los insumos
 - Selección del proceso
 - Descripción del proceso
 - Disponibilidad de tecnología

3. Estudios de los insumos

- materias primas principales
- Materiales indirectos
- Mano de obra

4. Estudio de las instalaciones

- Materia y equipo
- Distribución de planta y edificio
- Instalaciones principales y auxiliares
- Montaje y cronograma

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Dar a conocer como se encuentra conformada la empresa en su área administrativa y los niveles jerárquicos que representan en la organización, además describe el papel que desempeña cada uno, como también se conoce le tipo de sociedad o compañía.

Organización Legal

Se refiere a la parte jurídica de la compañía que puede ser Sociedad Armónica, Limitada, Mixta, Comandita simple y Comandita por acciones.

Organización Administrativa

“La organización administrativa se refiere al establecimiento preciso de los centros de autoría y rangos correspondientes de responsabilidad”⁵.

⁵ guias@economia.gob.mx, “PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS”; Secretaría de Economía, 22 de diciembre del 2004; México.

Es necesario diseñar una estructura administrativa a través del componente administrativo de la organización, el cual debe integrar tres componentes básicos.

- a. Unidades organizativas
- b. Recursos humanos técnicos y financieros
- c. Los planes de trabajo

Niveles Administrativos

- 1) Nivel Legislativo –Directivo
- 2) Nivel Ejecutivo
- 3) Nivel Asesor
- 4) Nivel auxiliar o de Apoyo
- 5) Nivel Operativo

Manual de Funciones

El manual de funciones constituye una fuente de información que revela las tareas, obligaciones y deberes que deben desarrollar y cumplir los diferentes puestos que integran la empresa, encaminados a la concesión de los objetivos planteados por la organización.

Organigramas

Un organigrama es la gráfica que muestra la estructura orgánica interna de la organización formal de una empresa.

Existen dos tipos de organigramas, estructural y funcional.

ESTUDIO FINANCIERO

“La función básica del estudio financiero es de determinar el monto de la inversión y la forma de cómo financiarlo, conocer los beneficios que se obtendrán al ejecutarla”.

Inversión y Financiamiento

Inversiones

Es la aplicación que las personas dan a sus fondos tanto propios como ajenos y que se realizan con el ánimo de obtener una rentabilidad o beneficio futuro.

La inversión se compone por los bienes materiales e inmateriales que son necesarios para el desarrollo de la empresa, entre las cuales se encuentran:

- Activo fijo
- Activo Diferido
- Activo circulante o Capital de trabajo

Financiamiento

Es la acción por la que una persona o sociedad consigue capital para su creación o funcionamiento. El financiamiento se lo puede efectuar con capital propio o capital ajeno.

a.- Capital Propio Son los que proviene de la emisión y venta de acciones, de aportes en efectivo o en especies de los costos y de las utilidades y reservas de la empresa.

b.- Capital Ajeno Son los que se obtienen de bancos y Financieras Privadas o de Fomento de Proveedores a través de la misión de obligaciones propias de la empresa.

Análisis de Costos

El costo son los gastos que son producen para la elaboración de un producto durante el periodo. Se analizan 2 analizan 2 tipos de costos.

a.- Costos de fabricación

b.- Costos de operación

Costos de Fabricación

Son los costos que se relacionan directamente con la actividad productiva de la organización, incluyendo en ellos el costo primo y los costos generales de fabricación.

a.- Costo primo

Comprende:

- Materia Prima Directa
- Mano de Odra Directa

b.- Costos Generales de Fabricación

Comprende:

- Materia de Obra Indirecta
- Mano Prima Indirecta
- Carga Fabril
- Depreciaciones

Elaboración de Presupuestos

El presupuesto recoge una previsión de ingresos y costos que se van a producir en el desarrollo de una actividad en un determinado periodo.

Presupuesto de Ingresos

Para la elaboración de este presupuesto se toma como referencia el costo unitario para el primer año de vida de proyecto, dato que se lo proyectará para el resto del año.

Presupuestos de Costos

Para la elaboración de Presupuesto de Costo se considera igualmente la tasa inflacionaria y se proyecta los costos de fabricación y operación, excepto las depreciaciones ya que su valor es constante para la vida útil del proyecto igualmente la amortización del diferido.

Estado de Pérdidas y Ganancias

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

El estado de pérdidas y ganancias llamando también Estado de Resultados nos muestra cual es la utilidad y la pérdida durante un periodo económico.

Ingresos

Están conformados por los resultados de las ventas u otros ingresos.

Egresos

Se forma por la sumatoria del Costo Primo, Gastos de Producción Gastos de Operación y Gastos Financieros

Determinación del Punto de Equilibrio

Es un punto de balance entre ingresos y egresos, denominado como punto muerto porque no hay pérdida ni ganancias; Cuando los ingresos y gastos son iguales se produce el Punto de Equilibrio.

Punto de Equilibrio en Función

Este método permite conocer cuál debe ser el mismo nivel de ingreso que generen las ventas para no tener pérdidas.

Punto de Equilibrio en Función de la Capacidad Instalada

Permite conocer el porcentaje mínimo de la capacidad instalada que debe trabajar la empresa para producir, permite obtener sus ventas al nivel de ingresos que cubran los costos.

Punto de Equilibrio en Función de la Producción

Permite conocer el número de unidades que se debe producir y comercializar en un precio determinado para obtener ingresos en los cuales pueda cubrirse los costos.

Evaluación Financiera

“Permite demostrar que la inversión propuesta se da o no económicamente rentable mediante la combinación de operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación basada en valores actuales de ingresos y gastos”.

Los criterios más utilizados son:

- Valor Actual neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Análisis de Sensibilidad
- Relación Beneficio Costo (B/C)
- Periodo de Recuperación de Capital

Para poder determinar estos indicadores primero se determina el Flujo de Caja.

Flujo de Caja

“Representa el movimiento neto de caja durante cierto periodo que generalmente es de un año, permitiendo cubrir todos requerimientos de efectivo para el proyecto. Es importante recalcar que para la determinación del Flujo Neto de Caja se debe considerar solamente los ingresos reales y eficientes, es decir aquello que se producen por movimiento de dinero entre la empresa y el exterior.”⁶

Valor Actual Neto

Consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos y ingresos a través de la vida útil del proyecto.

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

Actualizando los valores se debe decidir la aceptación o rechazo del proyecto bajo los siguientes fundamentos:

- a.- Si el van es positivo se acepta la inversión
- b.- Si el VAN es igual a cero la decisión de invertir in indiferente

⁶ROSEMBERG, Jerry M. “DICCIONARIO INTERACTIVO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS”, Grupo Editorial Océano. SEPARATAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA. 2005.

c.- Si el van es negativo se rechaza la inversión

Formula

VAN= Sumatoria de Flujos Netos – Inversión

Tasa de Retorno (TIR)

Representa la tasa máxima de interés que se podría pagar por un préstamo de los ingresos provenientes del proyecto. Es también la tasa de rendimiento que ofrece el proyecto sobre la inversión a realizar.

Los criterios de decisión para la TIR son los siguientes:

- a) Si la TIR es mayor al costo de capital o al costo de oportunidad se acepta la inversión
- b) Si la TIR es igual al costo del capital o el costo de oportunidad, la decisión resulta indiferente
- c) Si la TIR es menor al costo de capital o al costo de oportunidad se rechaza la inversión.

Formula

$$TIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN\ Menor}{VAN\ Menor - VAN\ Mayor} \right)$$

Relación Costo – Beneficio

Este indicador se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido en el proyecto. Los criterios de decisión se expresan en los siguientes términos:

B/C > 1 Se debe ejecutar el proyecto

B/C = 1 Es indiferente ejecutar el proyecto

B/C < 1 Se debe realizar el proyecto

Formula

$$R\ B/C = \frac{\text{IngresosActualizados}}{\text{EgresosActualizados}}$$

Periodo de Recuperación del Capital

Este indicador mide el número de años que transcurrirán desde la puesta en explotación de la inversión, para recuperar el capital invertido en el proyecto mediante las utilidades netas del mismo, considerando además la depreciación y los gastos financieros. En otros términos se dice que es el período que media entre el inicio de la explotación hasta que se obtiene el primer saldo positivo o período de tiempo de recuperación de una inversión.⁷

$$PRC = \text{Año anterior a cubrir la Inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo Año que supera la inversión}}$$

Análisis de Sensibilidad

Se lo realiza para determinar la vulnerabilidad del proyecto ante las alternativas futuras de mayor incidencia como son los ingresos y los costos, considerando que los demás se encuentren constantes.

Formula

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

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

$$\text{Porcentaje de Variación} = \text{Dif. TIR} / \text{TIR del Proyecto}$$

$$\text{Coeficiente de Sensibilidad} = \text{Porcent. Var.} / \text{Nueva TIR}$$

⁷ “DICCIONARIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS” Factores de Producción.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

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

1. Materiales

Para el desarrollo del presente proyecto se utilizó los siguientes materiales como: suministros y equipos de oficina.

- Entre los suministros tenemos: papelería, esferográficos, clips, carpetas, CD´S, entre otros.
- En tanto que los equipos de oficina utilizados tenemos: calculadora, computadora, grapadora, perforadora, flash memory, cámara fotográfica, entre otros.

2. Métodos

La realización del presente trabajo investigativo: “Estudio de Factibilidad para la implementación de una Empresa Productora de Avena (bebida láctea) para la Ciudad De Loja”, exige el manejo metodológico de los diversos métodos y técnicas que permitan una planificación sistematizada de las actividades en cada una de sus fases o etapas que permitan el logro de los objetivos establecidos y proponer alternativas para su implementación y puesta en marcha del proyecto.

- **Método descriptivo - analítico:** Este método se utilizó durante el desarrollo de toda la investigación, puesto que se realizó un proceso descriptivo – analítico, el cual permitió analizar e interpretar la

situación actual de la avena, su procesamiento, requerimientos del mercado, especificaciones técnicas, organizacionales y financieras, que permitan la puesta en marcha en estudio de factibilidad.

- **Método inductivo:** Consiste en un proceso analítico- sintético del cual se parte para el estudio de hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley general. Este método nos sirvió como apoyo para definir el grado de aceptación del segmento de la población encuestada y la percepción del usuario frente al consumo y adquisición de la avena en la ciudad de Loja.
- **Método deductivo:** Es un proceso sintético analítico que presenta, conceptos, principios, definiciones, leyes generales de las cuales se extrae conclusiones y consecuencias. Permitió obtener conclusiones válidas para determinar si es viable o no la creación del proyecto, conociendo de forma real el entorno dónde se ubica la empresa.

3. Técnicas

Para el desarrollo del trabajo de investigación se utilizó algunas técnicas de investigación como: encuestas, observación directa, las mismas que sirven para determinar algunos parámetros dentro del estudio de campo, como parte del diagnóstico a ejecutar en la presente investigación; así tenemos:

Observación Directa: Permitió ponernos en contacto con los hechos y actos que permitieron registrar y valorar comportamientos observados, para obtener un conocimiento real acerca de la avena objeto del presente estudio investigativo.

Encuesta

- Se aplicó una encuesta a 397 familias de la Provincia de Loja con la finalidad de conocer si el producto va a tener acogido en el mercado.
- Se utilizó otra encuesta a las comercializadoras de productos de consumo masivo de la ciudad de Loja.

POBLACIÓN

La población tomada para el desarrollo de este proyecto fué para la ciudad de Loja, en la cual tomamos las familias, por cuanto es un producto alimenticio masivo consumido por las familias; así mismo con los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC en el año 2010, la ciudad de Loja cuenta con 180617 habitantes y una tasa de crecimiento del 2,65%, cuya proyección se describe a continuación:

Formula:

$$P_{2012} = 180617 (1+0,0265)^2$$

$$P_f 2012 = 180617 (1,05370)$$

$$P_f 2012 = 190317 \text{ habitantes}$$

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

Con el propósito de conocer el tamaño de la muestra tomamos la población proyectada para el año 2012, de 190317 habitantes, que lo dividimos para el promedio de 4 miembros de cada familia, lo que nos da un total de 47579 familias.

CUADRO DE PROYECCIÓN DE PARROQUIAS URBANAS
Cuadro N° 2

POBLACIÓN PARROQUIAS URBANAS					
PARROQUIAS	HABITANTES 2010	TASA DE CRECIMIENTO	PROYECCIÓN 2011	PROYECCIÓN 2012	FAMILIAS
EL VALLE	32511	2,65%	33373	34257	8564
EL SUCRE	63216	2,65%	64891	66611	16653
EL SAGRARIO	25286	2,65%	25956	26644	6661
SAN SEBASTIÁN	59604	2,65%	61183	62805	15701
TOTAL	180617	2,65%	185403	190317	47579

Fuente: INEC 2010

Elaborado: Las autoras

MUESTRA

Para determinar la muestra se ha tomado el número de familias en la ciudad de Loja del año 2012 que representa a 47579 familias.

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

$$n = \frac{47579}{1 + (0.05)^2 47579}$$

$$n = \frac{47579}{1 + 118.95} = 397$$

<p>n= Tamaño de muestra e= Margen de error (5%)=0,05 N= Población o universo 1= Constante</p>

CUADRO DE DISTRIBUCIÓN DE LAS ENCUESTAS

Cuadro N° 3

Parroquias urbanas	Población de familias	Encuestas
El Valle	8564	71
El Sucre	16653	139
El Sagrario	6661	56
San Sebastián	15701	131
TOTAL	47579	397

Fuente: INEC 2010

Elaborado: Las Autoras

Así mismo se procedió a determinar el tamaño de la muestra para aplicar las encuesta a las diferentes comercializadoras, de acuerdo a los

establecimientos registrados en el Ilustre Municipio de Loja que son en un número de 1.286 locales comerciales, considerándose que cada año se registran un local comercial que equivale al 0,1%.

Para determinar el tamaño de la muestra se procedió a aplicar la siguiente fórmula:

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

$$n = \frac{1.286}{1 + (0.05)^2 (1.286)}$$

n = 305 Locales comerciales.

Para proceder a aplicar las encuestas se tuvo que realizar un censo de los locales comerciales que existían en cada una de las parroquias y de esa forma distribuir el número de encuestas.

Población y Muestra de los Locales Comerciales en la Ciudad de Loja
Cuadro N° 4

PARROQUIAS	LOCALES COMERCIALES	PORCENTAJE	N° DE ENCUESTAS APLICAR
Valle	365	28%	87
Sagrario	225	17%	53
Sucre	344	27%	82
San Sebastián	352	27%	83
TOTAL	1.286	100%	305

Fuente: Ilustre Municipio del Cantón Loja, Dir. Higiene y Catastro 2012

Elaborado: Las Autoras

PROCEDIMIENTO

Uno de los procedimientos más utilizados en la aplicación de las encuestas, es el método estratificado simple, el cual se aplicó en el presente estudio investigativo; este consiste en sectorizar los diferentes barrios a encuestar, determinando en números de manzanas y casas de viviendas, las mismas que se las procede a enumerar al azar; de tal manera que se escoge uno o más números aleatorios de cada manzana, serán los hogares a encuestar. Este método nos permitió a través de la numeración de las manzanas, no duplicar la información y por otro lado a efectuar encuestas a hogares estratificados al azar sin determinar el origen y condición de los mismos; consideramos que este sistema es muy práctico de fácil aplicación y positivo para obtener la información requerida. Una vez aplicados los instrumentos de investigación al sector en estudio, se procedió a sistematizar la información de acuerdo a las respuestas obtenidas, representada a través de cuadros y gráficos estadísticos, de esta forma se obtuvo una mayor comprensión sobre los datos realizando un análisis e interpretación de la información; estos datos son de vital importancia ya que permitió determinar la oferta y demanda, así como la existencia de la demanda insatisfecha. Posterior al estudio de mercado se ejecutó el estudio técnico, con la finalidad de determinar el tamaño, localización e ingeniería de proyecto. Una vez realizado ese estudio se procedió a presentar una propuesta organizacional para la nueva unidad productiva, a fin de establecer su base legal y su estructura organizacional; así como la parte financiera del proyecto, con sus respectivas conclusiones y recomendaciones.

f. RESULTADOS

ENCUESTA APLICADA A LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE LOJA

1. ¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

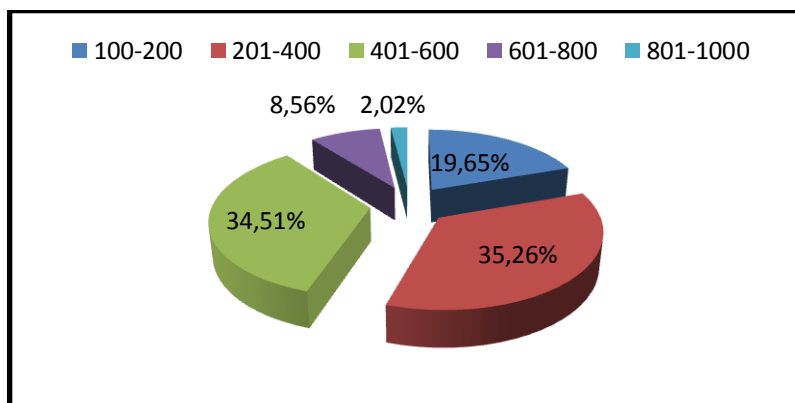
Cuadro N° 5

Ingresos \$	Frecuencia	Porcentaje
100-200	78	19,65
201-400	140	35,26
401-600	137	34,51
601-800	34	8,56
801-1000	8	2,02
TOTAL	397	100,00

Fuente: Encuestas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 1



Análisis.- respecto a esta interrogante se puede mencionar que la frecuencia mayoritaria está entre 201 – 400 dólares, esto corresponde a 35,26%, seguido de un 34,51% que indica percibir un ingreso entre 401 – 600 dólares, el 19,65% manifestó que su ingreso está entre 100-200 dólares, el 8,56% su ingreso está entre 601-800 y finalmente un 2,02% indica que su ingreso se da entre 801-1000.

El cálculo del valor promedio del ingreso mensual por familia se lo efectúa de la siguiente manera:

Cuadro N° 6

VALOR PROMEDIO DEL INGRESO POR FAMILIA				
Li	Ls	Xm	Fr.	Xm. Fr
100	200	150	78	11700,00
201	400	300,5	140	42070,00
401	600	500,5	137	68568,50
601	800	700,5	34	23817,00
801	1000	900,5	8	7204,00
Total			397	153359,50
Valor Promedio del Ingreso por Familia Mensual				386,30

Fuente: Cuadro N° 5

Elaboración: Las Autoras

Con estos resultados se calcula el valor promedio del ingreso por familia a través del siguiente proceso:

$$\text{Promedio} = \frac{153359,50}{397}$$

$$\text{Promedio} = 386,30$$

Lo que demuestra que el valor en promedio de los ingresos que percibe cada familia mensual es de \$386,30 dólares.

2. ¿En su hogar consumen avena?

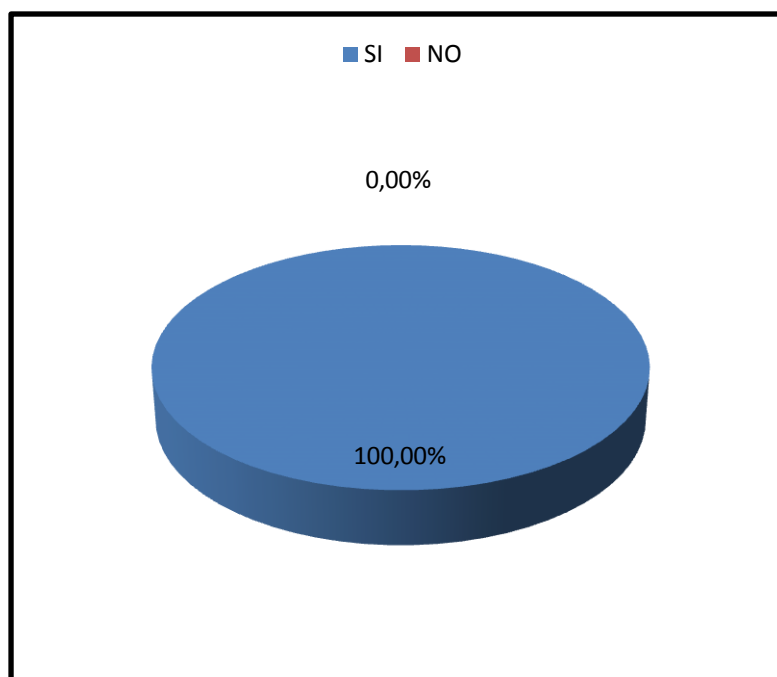
Cuadro N° 7

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	397	100,00
NO	0	0,00
Total	397	100,00

Fuente: Encuestas a las familias de la Ciudad de Loja

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 2



Análisis.- En los hogares de la ciudad de Loja, el 100% consumen avena en diferentes presentaciones. Con estos resultados se puede determinar que en la ciudad de Loja existe un alto porcentaje de consumo de avena.

3. ¿En qué presentación adquieren en su hogar la avena?

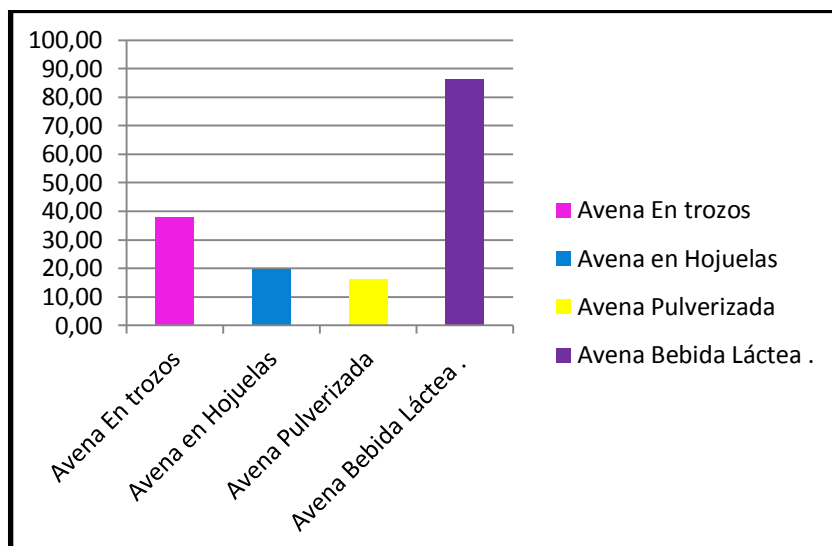
Cuadro N° 8

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Avena en trozos	150	37,78
Avena en hojuelas	78	19,65
Avena pulverizada	65	16,37
Avena bebida láctea.	343	86,40

Fuente: Encuestas a las Familias de la Ciudad de Loja

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 3



Análisis.- Con respecto a la presentación que adquieren las familias de los diferentes hogares, el 86,40% en avena en bebida láctea, el 37,78% avena en trozos, el 19,65% avena en hojuelas y tan solo el 16,37% avena pulverizada. Esto nos demuestra que la mayoría de las familias lojanas prefieren que la presentación del producto sea avena en bebida láctea.

4. ¿Qué Cantidad de Avena en bebida láctea consume Semanalmente?

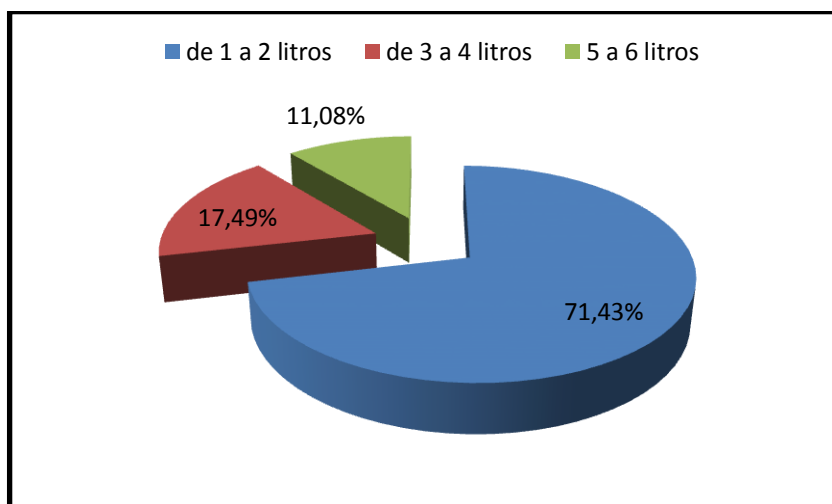
Cuadro N° 9

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
de 1 a 2 litros	245	71,43
de 3 a 4 litros	60	17,49
5 a 6 litros	38	11,08
Total	343	100,00

Fuente: Encuestas a Demandantes

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 4



Análisis: Con respecto a esta interrogante los 343 encuestados 245 consumen de 1 a 2 litros semanal, con un total del 71,43%; en segundo lugar 60 familias consumen de 3 a 4 litros de avena en bebida láctea, correspondiendo un porcentaje del 17,49%; y 38 familias consumen de 5 a 6 litros semanal, con el porcentaje del 11,08%.

El cálculo del promedio de consumo de avena láctea semanalmente por familia se lo efectúa de la siguiente manera:

Cuadro N° 10

PROMEDIO DEL CONSUMO DE AVENA POR FAMILIA				
Li	Ls	Xm	Fr.	Xm. Fr
1	2	1,5	245	367,5
3	4	3,5	60	210
5	6	5,5	38	209
Total			343	786,50
consumo por Familia Semanal				2,29
consumo por familia anual				119

Fuente: Cuadro N° 9

Elaboración: Las Autoras

Con estos resultados se calcula el valor promedio de consumo por familia a través del siguiente proceso:

$$\text{Promedio} = \frac{786,50}{343}$$

$$\text{Promedio} = 2,29$$

Lo que demuestra que el consumo promedio de avena que percibe cada familia mensual es de 2,29 litros de avena y esto multiplicado por las 52 semanas que tiene el año da un total de 119 litros anual

5. ¿Cuál es la marca y tamaño de avena en bebida láctea de preferencia en su familia?

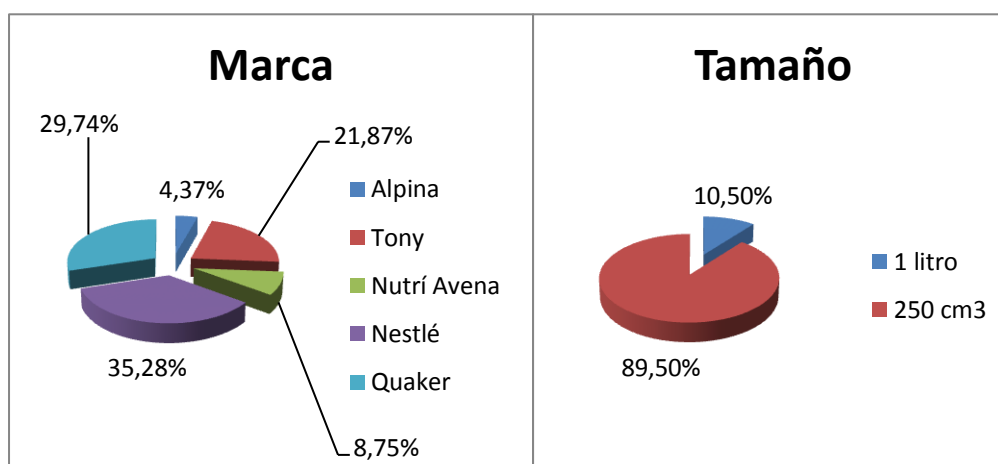
Cuadro N° 11

Alternativas	Tamaños	Frecuencia		Porcentaje	
		1 litro	250 cm ³	1 litro	250 cm ³
Alpina	1 litro y 250 cm ³	3	12	0,87	3,50
Tony	1 litro y 250 cm ³	8	67	2,33	19,53
Nutrí Avena	1 litro y 250 cm ³	5	25	1,46	7,29
Nestlé	1 litro y 250 cm ³	11	110	3,21	32,07
Quaker	1 litro y 250 cm ³	9	93	2,62	27,11
Subtotal		36	307	10,50	89,50
TOTAL		343		100,00	

Fuente: Encuestas a Demandantes

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 5



Análisis.- Las marcas de bebidas lácteas que se ofrecen en el mercado y que son de preferencia de los consumidores tenemos, que el 35,28% consumen la marca de Nestlé, ya que al ser la primera empresa que incursiono en este negocio, la misma ya se encuentra posesionada en el mercado; el 29,74% adquieren productos Quaker; el 21,87% adquieren de la marca Tony, el 8,75% Nutrí Avena y el 4,37% Alpina , y en cuanto al tamaño del producto el 89,50% de las familias encuestadas avena bebida láctea en presentación de 250 cm³; ya que son más prácticos para transportarlo y tan solo el 10,50% en adquiere estos productos de 1 litro. Esto nos demuestra que al lanzar el producto al mercado de la ciudad de Loja, se tendría que competir con estas marcas y ofrecer el producto de 250 cm³ que es el más consumido en el mercado.

6. ¿A qué precio adquiere los 250 cm³ de Avena en bebida láctea?

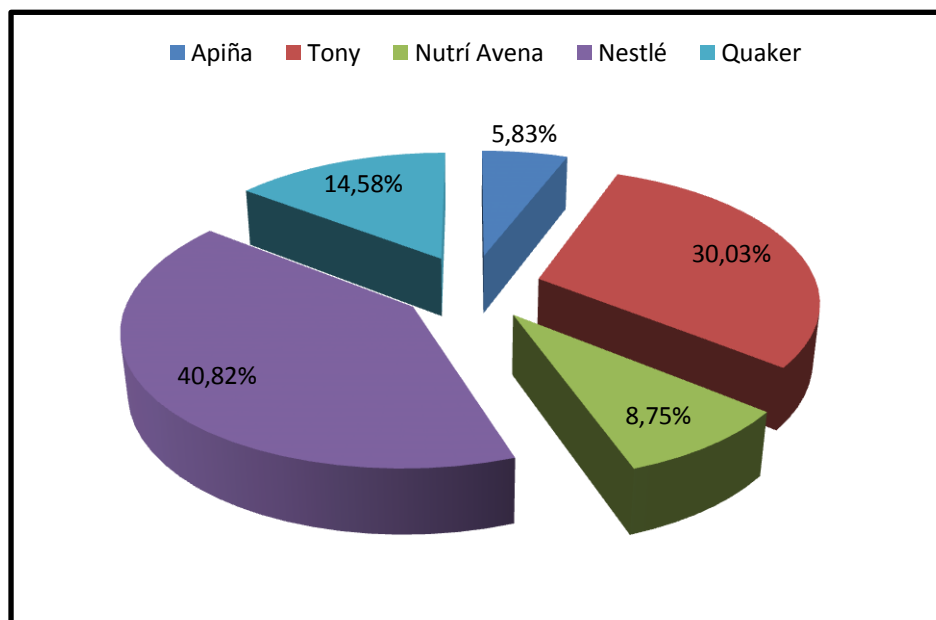
Cuadro N° 12

Precios	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Alpina	1,35	20	5,83
Tony	1,15	103	30,03
Nutrí Avena	1,50	30	8,75
Nestlé	1,50	140	40,82
Quaker	1,55	50	14,58
Total		343	100,00

Fuente: Encuestas a Demandantes

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 6



Análisis.- Con relación al precio los encuestados manifestaron que el mismo depende de la marca del producto, en este caso, los que adquieren de la marca Nestlé, pagan \$1,50 dólares americanos con un porcentaje de 55,39%, seguido por Tony \$0,59 con el 30,03%, Nutrí avena \$1,35 con el 8,75%, Quaker \$ 1,55 con el 14,58% y por ultimo Alpina \$.1, 35 con el 5, 83%.

7. ¿En qué lugar adquiere la avena en bebida Láctea?

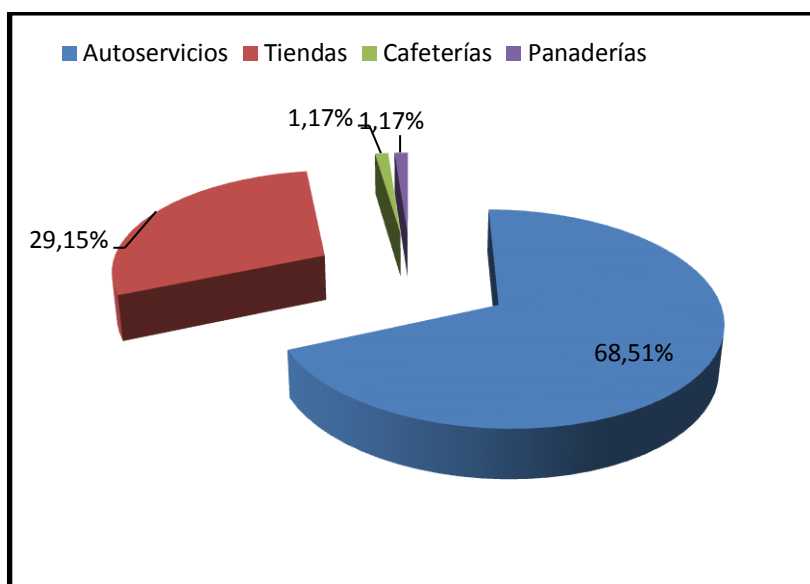
Cuadro N° 13

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Autoservicios	235	68,51
Tiendas	100	29,15
Cafeterías	4	1,17
Panaderías	4	1,17
TOTAL	343	100,00

Fuente: Encuestas a Demandantes

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 7



Análisis.- Los lugares en donde adquieren el producto los consumidores, el 68,51% por lo general lo hacen en los autoservicios, el 29,15% en las tiendas, el 1,17% en las cafeterías y el 1,17% en panaderías. Lo que significa que el producto tendría que ser distribuido a los autoservicios.

8. ¿Al implementarse una empresa en la ciudad de Loja de Bebida Láctea de Avena en envase tetrapak, usted adquiriría el producto?

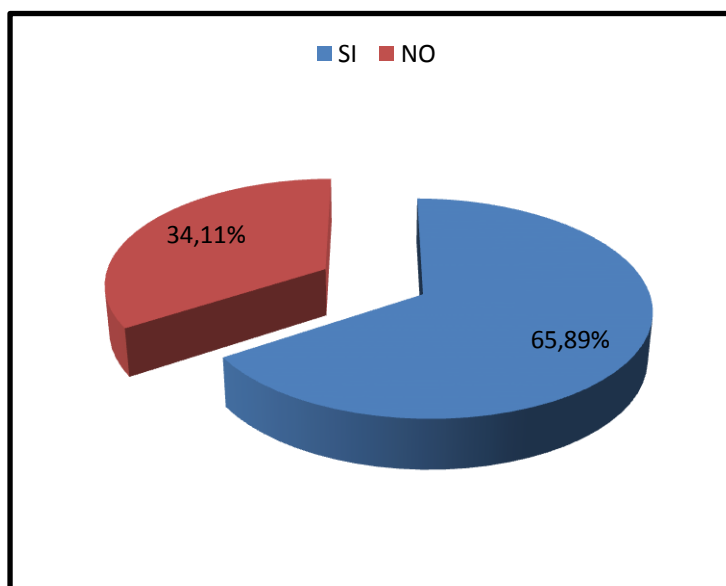
Cuadro N° 14

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	226	65,89
NO	117	34,11
TOTAL	343	100,00

Fuente: Encuestas a Demandantes

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 8



Análisis.- La aceptación que tiene la implantación de la nueva unidad productiva para las familias de la ciudad de Loja es el 65,89%, y tan solo un 34,11% no van a adquirir este producto. Lo que significa que la empresa al ejecutarse va a tener una buena acogida y de esa forma puede incursionarse en el mercado.

9. ¿En qué presentación le gustaría adquirir el producto?

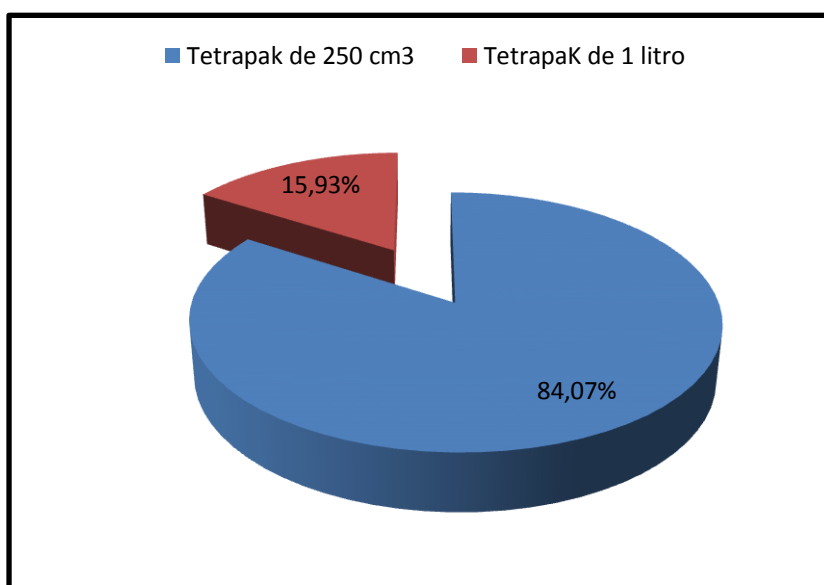
Cuadro N° 15

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tetrapak de 250 cm ³	190	84,07
TetrapaK de 1 litro	36	15,93
TOTAL	226	100,00

Fuente: Encuestas a Demandantes

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 9



Análisis.- Los consumidores en un 84,07% prefieren adquirir el producto en cartones de tetrapak de 250 cm³, ya que este lo consideran como parte del Lonch escolar para sus hijos, mientras que el 15,93% prefieren adquirir de un litro. Para realizar el envasado y comercialización del producto se considerará la presentación de mayor porcentaje.

10. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría que se haga conocer el producto?

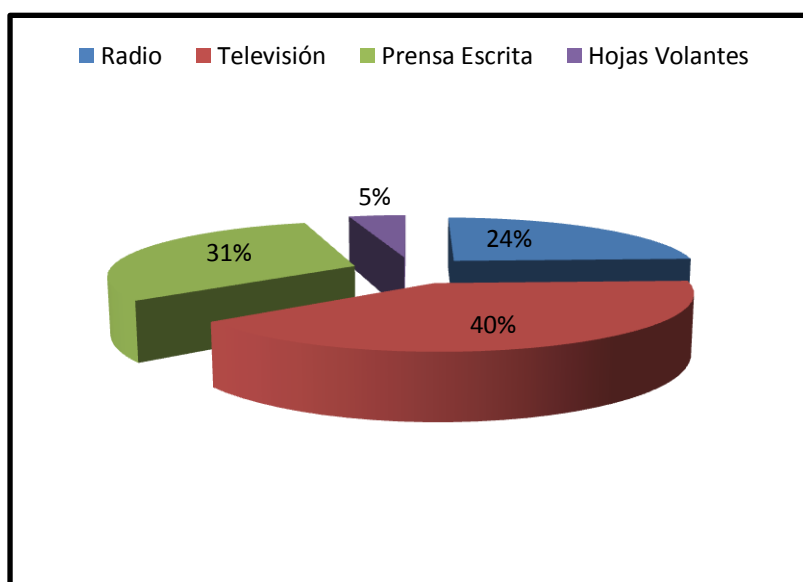
Cuadro N° 16

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	55	24,34
Televisión	91	40,27
Prensa Escrita	70	30,97
Hojas Volantes	10	4,42
Total	226	100,00

Fuente: Encuestas a Demandantes

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 10



Análisis.- Las familias desean conocer la existencia de la nueva unidad productiva y el producto a ofrecerse, el 39,82% por la televisión, el 30,97% por la prensa escrita, el 24,34% por la radio y el 4,87% a través de hojas volantes. Esto nos da la pauta para analizar qué medios de comunicación se tienen que utilizar para hacer conocer la empresa y promocionar el producto.

ENCUESTAS APLICADAS A LAS COMERCIALIZADORAS DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO DE LA CIUDAD DE LOJA

1. Tipo de Negocio:

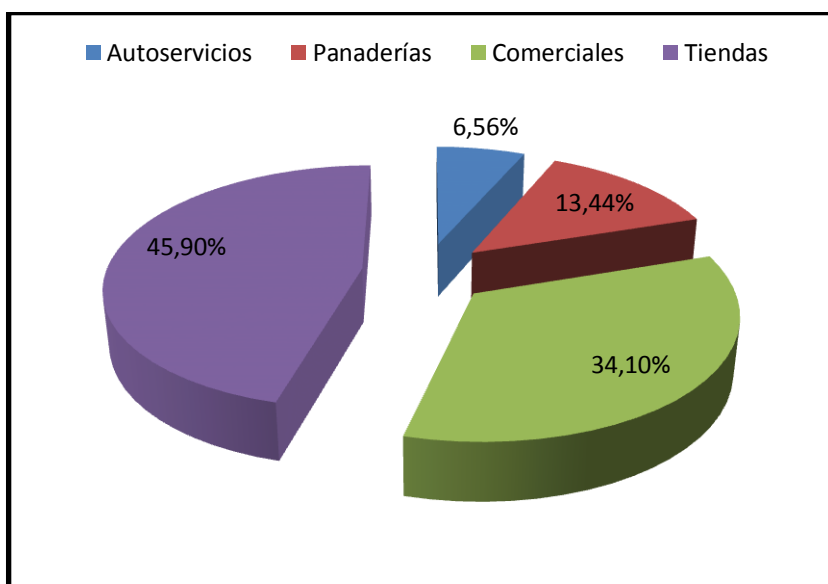
Cuadro N° 17

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Autoservicios	20	6,56
Panaderías	41	13,44
Comerciales	104	34,10
Tiendas	140	45,90
TOTAL	305	100,00

Fuente: Encuesta a oferentes

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 11



Interpretación.- de acuerdo con esta interrogante realizada a los oferentes manifestaron el tipo de negocio que tienen son más tiendas con un 45,90%; comerciales el 34,10%; panaderías 13,44% y autoservicios con el 6,56%.

2. ¿Comercializa en su negocio avena en bebida láctea?

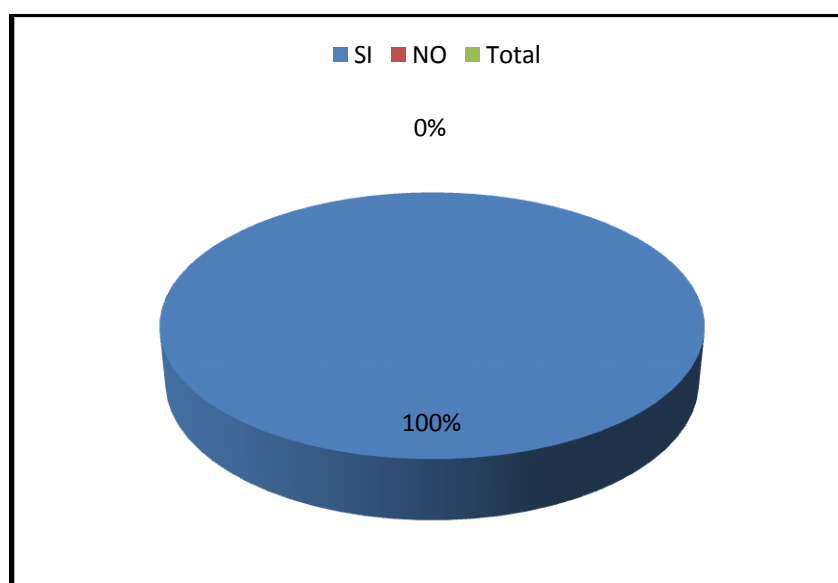
Cuadro N° 18

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	305	100
NO	0	0
Total	305	100

Fuente: Encuesta a oferentes

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 12



Análisis: De los negocios encuestados el 100% manifiestan que si venden la avena en bebida láctea. Esto nos demuestra que la mayor parte de locales comerciales de consumo masivo venden este producto

3. ¿Qué marca de avena en bebida láctea vende?

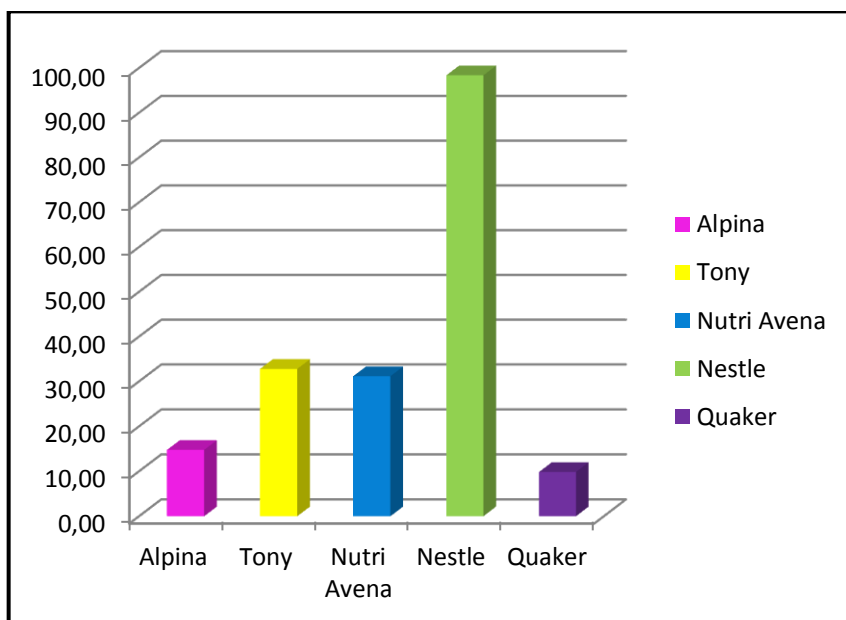
Cuadro N° 19

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Alpina	45	14,75
Tony	100	32,79
Nutri Avena	95	31,15
Nestlé	300	98,36
Quaker	30	9,84

Fuente: Encuesta a oferentes

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 13



Análisis: La distribución de los diferentes tipos de marca de avena en el mercado es alta, los que más se destacan son Nestlé con un 98,36%; seguido por Tony con un 32,79%; Nutri Avena con 31,15%; Alpina con un 14,75% y Quaker con un 9,84% respectivamente.

4. ¿Qué cantidad promedio vende diariamente de avena en bebida láctea presentación de 250 Cm³?

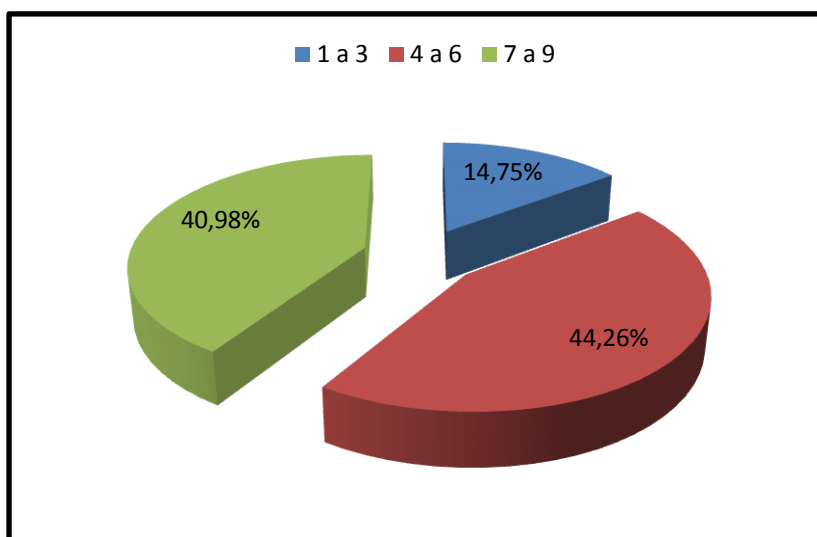
Cuadro N° 20

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 a 3	45	14,75
4 a 6	135	44,26
7 a 9	125	40,98
Total	305	100,00

Fuente: Encuesta a oferentes

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 14



Análisis: Respecto a esta interrogante tenemos que un 44,26% de los encuestados vende entre 4 a 6 litros diarios, un 40,98% indica que vende entre 7 a 9 litros, y otro 14,75% manifiesta que vende entre 1 a 3.

El cálculo del promedio de la venta de avena láctea diaria se lo efectúa de la siguiente manera:

Cuadro N° 21

Li	Ls	Xm	Fr.	Xm. Fr.
1	3	2	45	90
4	6	5	135	675
7	9	8	125	1000
Total			305	1765
Ventas diaria				6
Ventas anuales				2112

Fuente: Cuadro N° 20

Elaboración: Las Autoras

Con estos resultados se calcula el valor promedio de la venta diaria a través del siguiente proceso:

$$\text{Promedio} = \frac{1765}{305}$$

$$\text{Promedio} = 6$$

Lo que demuestra que la venta promedio de avena láctea que realizada cada oferente diario es de 6 Unidades de avena láctea en 250 cm³ y esto multiplicado por las 365 días que tiene el año da un total de 2112 unidades anuales.

5. ¿Cuál es el precio de venta de la avena en bebida láctea?

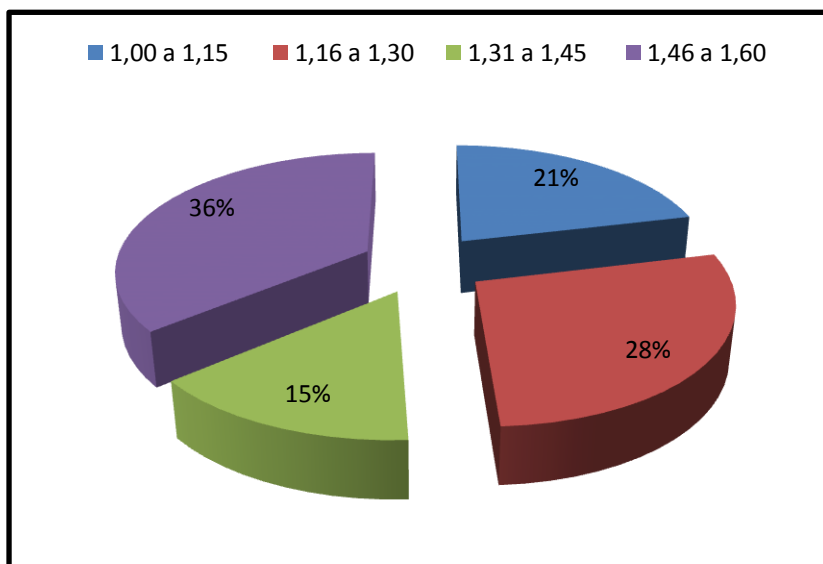
Cuadro N° 22

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1,00 a 1,15	65	21,31
1,16 a 1,30	85	27,87
1,31 a 1,45	45	14,75
1,46 a 1,60	110	36,07
Total	305	100,00

Fuente: Encuesta a oferentes

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 15



Análisis: Con respecto a esta interrogante el precio de este producto que el 36,07% de los oferentes ofrecen en el mercado está entre \$1,46 a \$1,60; el 27,87% su precio de venta de este producto es \$1,16 a \$1,30 dólares; el 21,31% lo ofrecen entre \$1,00 a \$1,15 y tan solo el 14,75% el precio está entre \$1,31 a \$1,45.

El cálculo del promedio del precio de la avena en bebida láctea de 250 cm³ se lo efectúa de la siguiente manera:

Cuadro N° 23

Li	Ls	Xm	Fr.	Xm. Fr.
1,00	1,15	1,08	65	69,88
1,16	1,3	1,23	85	104,55
1,31	1,45	1,38	45	62,10
1,46	1,60	1,53	110	168,30
Total			305	404,83
Precio Promedio				1,33

Fuente: Cuadro N° 20

Elaboración: Las Autoras

Con estos resultados se calcula el precio promedio a través del siguiente proceso:

$$\text{Promedio} = \frac{404,83}{305}$$

$$\text{Promedio} = 1,33$$

Lo que demuestra que el promedio del precio de avena en bebida láctea de 250 cm³ es de \$1,33.

6. ¿El precio que usted recibe por la comercialización de avena, compensa la inversión realizada?

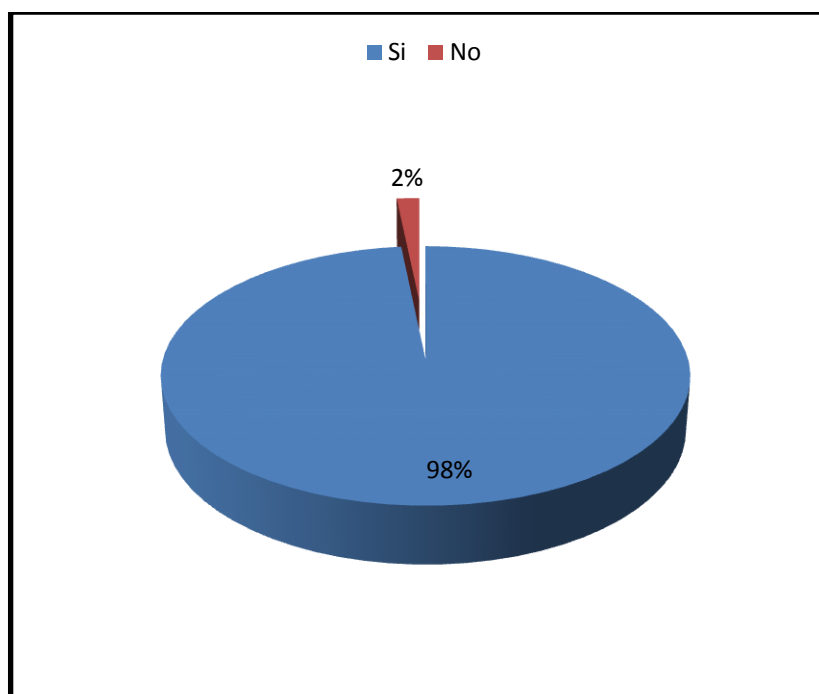
Cuadro N° 24

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	300	98,36
No	5	1,64
Total	305	100,00

Fuente: Encuesta a oferentes

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 16



Análisis: El 98,36 manifestó que el precio por la comercialización que realizan si compensa lo que invirtió y el 1,64 indico que no cubre la inversión.

7. El producto que usted adquiere, tiene procedencia:

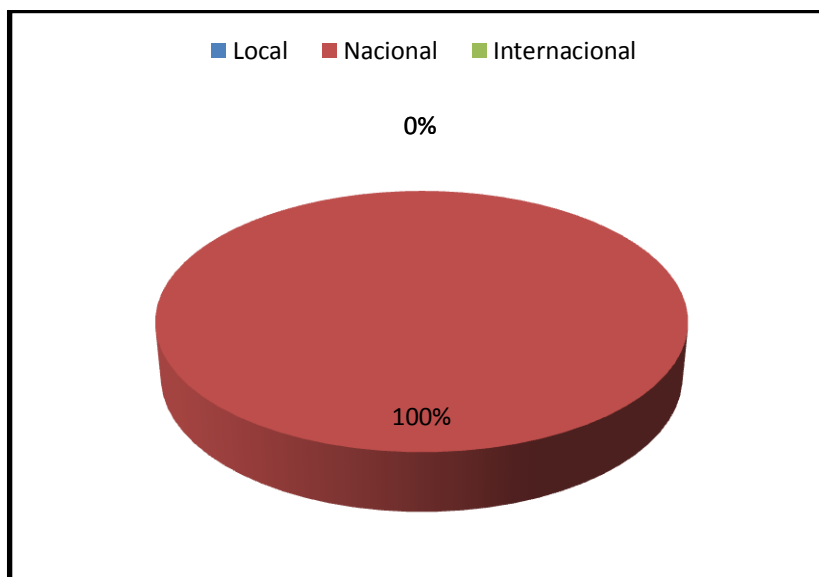
Cuadro N° 25

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Local	0	0,00
Nacional	305	100
Internacional	0	0,00
Total	305	100

Fuente: Encuesta a oferentes

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 17



Análisis: Con relación a los resultados de esta pregunta tenemos que la avena que comercializan en un 100% es de origen nacional, de ciudades como Guayaquil tenemos la avena Toni, Cayambe a la avena Nestlé, Cuenca Nutre Avena, Colombia la Alpina, demostrándose así que en la localidad no existen empresas productoras de avena.

8. ¿Está de acuerdo con la instalación de una empresa productora y comercializadora de avena en la ciudad de Loja?

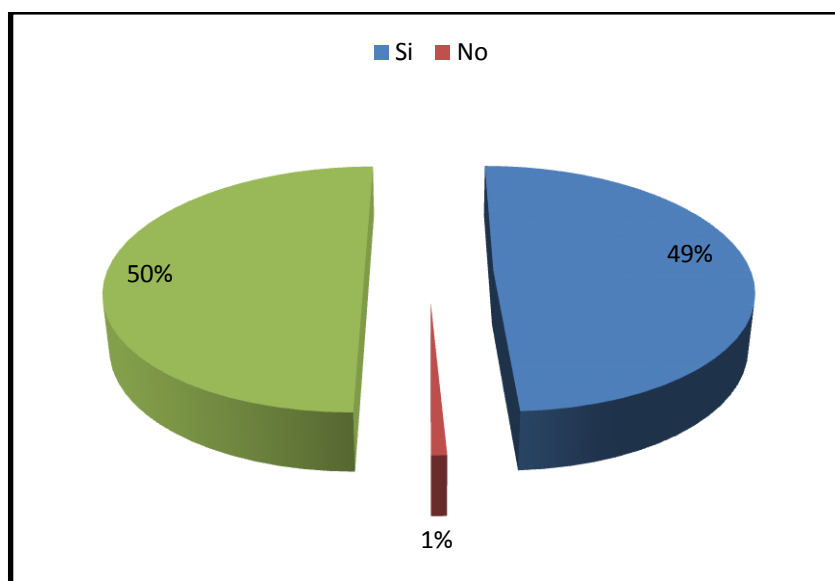
Cuadro N° 26

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	300	98,36
No	5	1,64
Total	305	100

Fuente: Encuesta a oferentes

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 18



Análisis: Con relación a esta pregunta tenemos que el 98,36% de los encuestados está de acuerdo con la implementación de una empresa productora y comercializadora de avena en la ciudad de Loja.

g. DISCUSIÓN

1. ESTUDIO DE MERCADO

Es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de resultados que serán analizados y procesados mediante herramientas estadísticas, obteniendo como resultados aciertos y complicaciones de un producto o servicio dentro del mercado, a través de este análisis, se podrá encontrar determinar la demanda de bebida de avena láctea en la ciudad de Loja. Para el presente estudio, se obtuvo información de las familias lojanas, por medio de las encuestas aplicadas a los mismos, que permitirán sustentar el trabajo investigativo en mención. El proyecto tendrá una vida útil de 10 años.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

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

La proyección de la población para el 2012 es de 190317 habitantes y 47579 familias. Cuya demanda potencial se la determina así.

Cuadro N° 27
Demanda Potencial

Año	Demanda Potencial (2,65%)	N° de Familias
1	190317	47579
2	195360	48840
3	200537	50134
4	205852	51463
5	211307	52827
6	216906	54227
7	222654	55664
8	228555	57139
9	234611	58653
10	240829	60207

Elaboración: Las Autoras

Demanda Real o Actual

Está constituida por la cantidad de bienes que se consumen de un producto específico en el mercado. De acuerdo al estudio de mercado se pudo determinar que la totalidad es de un 86,40% (Cuadro N° 8) de las familias encuestadas en la provincia de Loja consumen avena, en sus diferentes presentaciones.

Cuadro N° 28
Demanda Real o Actual

Demanda Real			
Año	Demanda Potencial	% demanda Real	Demanda Real
1	47579	86,40%	41108
2	48840	86,40%	42198
3	50134	86,40%	43316
4	51463	86,40%	44464
5	52827	86,40%	45642
6	54227	86,40%	46852
7	55664	86,40%	48093
8	57139	86,40%	49368
9	58653	86,40%	50676
10	60207	86,40%	52019

Fuente: Pregunta N° 2 (Cuadro N° 8)

Elaboración: Las Autoras

Demanda Efectiva

En el presente estudio, para establecer la demanda efectiva se toma como referencia las respuestas obtenidas de los encuestados en relación a su aceptación para una nueva empresa productora de avena (bebida láctea) (pregunta N° 8), obteniéndose que el 65,89% de la demanda real comprara nuestro producto.

**Cuadro N° 29
Demanda Efectiva**

Demanda Efectiva			
Año	Demanda Real	% de aceptación	Demanda Efectiva
1	41108	65,89%	27086
2	42198	65,89%	27804
3	43316	65,89%	28541
4	44464	65,89%	29297
5	45642	65,89%	30074
6	46852	65,89%	30871
7	48093	65,89%	31689
8	49368	65,89%	32528
9	50676	65,89%	33390
10	52019	65,89%	34275

Fuente: Cuadro N° 14

Elaborado: Las autoras

Demanda Efectiva en Litros

El consumo promedio de avena láctea por familia anualmente es de 119 litros (Cuadro N° 10), posteriormente se obtiene la demanda efectiva en litros, multiplicando la demanda efectiva por el consumo promedio per cápita.

Cuadro N° 30
Demanda Efectiva en Litros

Año	Demanda efectiva (familias)	Consumo promedio	Demanda Efectiva en litros
2012	27086	119	3229675
2013	27804	119	3315261
2014	28541	119	3403116
2015	29297	119	3493298
2016	30074	119	3585871
2017	30871	119	3680896
2018	31689	119	3778440
2019	32528	119	3878569
2020	33390	119	3981351
2021	34275	119	4086856

Fuente: Demanda Efectiva y Cuadro N° 28 y 29

Elaborado: Las autoras

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Oferta Actual

La oferta actual, es la cantidad de avena que se está ofreciendo en el mercado. Para determinar la oferta actual se tomó en cuenta la cantidad de venta diaria de avena por los diferentes oferentes para conocer cuál es la venta promedio anual (Cuadro N°21). Con base a esta información calculamos el promedio de oferta:

Cuadro N° 31

OFERTA DE BEBIDA DE AVENA LÁCTEA		
Locales comerciales.	Promedio en litros.	Promedio anual en litros.
1286	2112	2716306

Fuente: Cuadro N° 21

Elaborado: Las autoras

Para proyectar la oferta se utiliza con una tasa de crecimiento de 2.65% de la ciudad de Loja de acuerdo a los datos recabados en el INEC. En el cuadro siguiente se detalla la oferta y su proyección.

**Cuadro N° 32
Oferta Projectada**

años	Oferta Litros
2011	2716306
2012	2788288
2013	2862178
2014	2938026
2015	3015883
2016	3095804
2017	3177843
2018	3262056
2019	3348500
2020	3437235

Fuente: Cuadro N° 31

Elaboración: Las Autoras

Análisis Demanda Insatisfecha

La diferencia entre la oferta y la demanda efectiva permitirá obtener la demanda insatisfecha de avena en el mercado de la Ciudad de Loja. Para el primer año la demanda es de 3.229.675 litros anual y la oferta de 2.716.306 litros, la diferencia de estas nos da como resultado una demanda insatisfecha de 513.369 litros al año. En el cuadro siguiente se realizan las operaciones para determinar esta demanda.

**Demanda Insatisfecha
Cuadro N° 33**

Años	Demanda en Litros	Oferta Anual en Litros	Demanda Insatisfecha en Litros
2011	3.229.675	2.716.306	513.369
2012	3.315.261	2.788.288	526.973
2013	3.403.116	2.862.178	540.938
2014	3.493.298	2.938.026	555.273
2015	3.585.871	3.015.883	569.987
2016	3.680.896	3.095.804	585.092
2017	3.778.440	3.177.843	600.597
2018	3.878.569	3.262.056	616.513
2019	3.981.351	3.348.500	632.850
2020	4.086.856	3.437.235	649.621

Fuente: Cuadros N° 31 y 32

Elaboración: Las Autoras

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

PRODUCTO

El producto a elaborarse será una bebida láctea en base a leche y avena, con mínima manipulación humana para evitar su contaminación, pocos preservantes, y un alto contenido nutritivo y alimenticio. Para el presente estudio el producto será **LA AVENA BEBIDA LÁCTEA de 250 cm³**, por ser el tamaño de mayor aceptación en el mercado.

PRECIO

Nuestro producto tiene un costo unitario de \$1,09 dólares y una utilidad de 0,16 centavos de dólar (15%), siendo el precio de venta al público de \$1,25 dólares, para el primer año. Tomando en cuenta que la competencia lo vende desde \$1,15 a \$1,55 en promedio.

Para determinar el precio del producto, se analizaron los costos de producción y los costos de producción como son: los costos de administración, comercialización y financieros, que se encuentran inmersos en la elaboración del producto, así como los precios de los productos sustitutos en el mercado.

PROMOCIÓN

Es uno de los instrumentos fundamentales del marketing. Con la promoción la empresa pretende transmitir las cualidades del producto a sus clientes, para que estos se vean impulsados a adquirirlos. Es decir consiste en un mecanismo de transmisión de información.

- Se realizará una promoción por apertura del local donde se utilizaran hojas volantes y para la comercialización tarjetas de presentación.
- Se contará con un rótulo

La apertura de “**LA AVENA BEBIDA LÁCTEA**” se hará pública a través de los medios de comunicación más ventajosos y sintonizados por las familias.

Además se utilizarán hojas volantes y tarjetas de presentación para la comercialización.

Se contará con la instalación de un rotulo a las afueras de la empresa de manera que permita ser identificada con facilidad por los clientes y pueda ser distinguida de la competencia.

DISEÑO DEL PLAN DE MARKETING MIX

PRODUCTO

El producto que se ofrecerá se constituye en un complemento para el desarrollo nutricional humano, tomando en consideración el análisis científico de los componentes que conforman la materia prima.

- **Características Generales del Producto**

Todos sabemos que es bueno consumir alimentos que contengan fibra, pero lo que no sabemos es que la fibra ayuda a adelgazar y protege a nuestro cuerpo contra el cáncer.

Las siguientes 6 razones para consumir alimentos ricos en fibra son condensadas de un artículo; que apareció en la revista "Shape". (Pág. 2 articulo 22 - 003.)

- ✓ La fibra disminuye el apetito: Porque ocupan más campo en el estómago y se siente lleno más pronto; la fibra necesita más tiempo para ser digerida y por lo tanto Ud., se demora más en sentir hambre.
- ✓ La fibra disminuye las calorías: Por cada gramo de fibra que se consume, el cuerpo absorbe siete calorías menos.
- ✓ La fibra reduce el colesterol: Disminuye la grasa, reduce el riesgo de diabetes.
- ✓ La fibra insoluble en el pan de grano entero, cereales, frutas y vegetales que se adhiere al agua se mantiene hace funcionar el intestino con regularidad.
- ✓ La fibra provee alimentos sólidos ricos en vitaminas, ayuda a proteger el cáncer en los senos y el colon, se une y remueve los cancerígenos en el cuerpo y puede hacer lo mismo con el estrógeno, el cual es bien conocido como promotor del cáncer.
- ✓ Los productos alimenticios son básicos y controlan el desarrollo integral de nuestro cuerpo, como lo es para el niño que se encuentra en una etapa de crecimiento y para el adulto fortalecer todo su nivel digestivo desarrollando una perfecta digestión y circulación en todo su aparato (locomotor).

- **PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO.**

El producto se presentara en un cartón de tetrapak de 250 cm³. Para determinar en unidades se tomó en consideración los resultados presentados de las encuestas aplicadas a los consumidores.

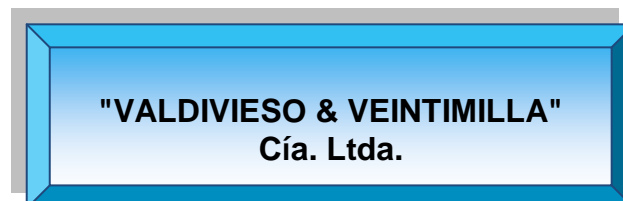
Por su parte en la presentación del producto llevará impresa la marca y el logotipo en llamativos colores, también los datos informativos de contenido en unidades, componentes de elaboración, nombre y dirección de la fábrica, fecha de elaboración y vencimiento, registro sanitario, un código de barras y el precio de venta al público.

MILK TRENCHES FORTIFICANTE

Leche Avena fortificante



La marca con la que se identificará el servicio será:



PLAZA

La comercialización es un proceso que hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio proveniente de su unidad productiva al consumidor o usuario, en las condiciones óptimas de lugar y tiempo

Canal de Comercialización



Como se observa en el gráfico, por lo general la empresa entregará su producto a su distribuidores como son las tiendas, autoservicios,

comerciales, panaderías, cafeterías, etc., los mismos que harán llegar el producto al consumidor final.

PRECIO

El precio de un producto constituye un determinante fundamental en la demanda del mismo y en muchas ocasiones influye en el volumen de ventas, sin embargo un factor importante a la hora de comprar un producto lo constituye la calidad, comodidad y aplicabilidad del mismo.

Para determinar el precio se tomara en cuenta los siguientes factores:

- ◆ Poder adquisitivo de los clientes
- ◆ Precios de la materia prima
- ◆ Precio de los materiales a consumir indirectamente
- ◆ Costos administrativos
- ◆ Competencia

Así pues para determinar el precio exacto, más adelante se desprende la información del estudio financiero del proyecto donde se establece los costos de producción más el margen de utilidad.

PUBLICIDAD

La publicidad es una herramienta fundamental que va a permitir difundir en el mercado los diversos aspectos del nuevo producto, para ello se ha tomado en consideración el criterio de los encuestados sobre los medios de comunicación más vistos, escuchados y leídos, para que sea en estos medios de mayor acogida donde se coloque la publicidad referente a nuestro producto y empresa.

2. ESTUDIO TÉCNICO

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

TAMAÑO

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

FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO DE LA PLANTA

TAMAÑO DEL MERCADO

En el Ecuador el sector industrial ha constituido un factor relevante para la economía del mismo, dentro de este se ha destacado notoriamente la industria de alimentos; lo cual se dedica a transformar los recursos naturales en productos terminados.

Capacidad de diseño o teórica: tasa estándar de actividad en condiciones normales de funcionamiento.

Capacidad Instalada: actividad máxima posible de alcanzar con los recursos humanos y materiales trabajando de manera integrada. Para el presente proyecto se tomará en consideración la capacidad de la marmita, la misma que nos servirá para realizar la transformación de las materias primas en producto terminado o acabado, en este caso tendrá una capacidad de 1000 litros, lo que significa que estará en capacidad de producir 730.000 litros al año.

Capacidad Instalada

Cuadro N° 34

Producción (Litros)	Días	N° de Producción	Producción Anual (Litros)
1000	365	2 veces al día	730.000

Elaboración: Las Autoras

Determinación de la Demanda a Cubrir por el Proyecto

Cuadro N° 35

Años	Demanda Existente	Capacidad Instalada al 100%	% de Atención
0	513369	730.000	70
1	526973	730.000	72
2	540938	730.000	74
3	555273	730.000	76
4	569987	730.000	78
5	585092	730.000	80
6	600597	730.000	82
7	616513	730.000	84
8	632850	730.000	87
9	649621	730.000	89

Fuente: Cuadro N° 34

Elaborado: Las Autoras

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

Para determinar la capacidad utilizada se tomará en consideración el componente tecnológico y el porcentaje de producción que vamos a ofertar para cubrir la demanda insatisfecha.

El tanque Refrigerante tiene una capacidad de almacenado de 1000 litros de avena láctea preparada y purificada, se trabajara de lunes a sábado (6 días semanales) y multiplicado por las 52 semanas al año se obtiene un total de 312 días al año, laborando 8 horas al día.

El proceso productivo se efectuara con 400 litros 2 veces al día, dando un total de 800 litros diarios que al multiplicarlo por 312 días laborables al año.

Se procesará 249600 litros de avena bebida Láctea, pero se debe indicar que la venta se la realizará en la presentación de 250 cm³, para lo cual de un litro de producción salen 4 unidades de 250 cm³, por lo tanto se producirá 998402 unidades de Tetrapak.

Capacidad Utilizada

Cuadro N° 36

Años	Capacidad Instalada	Porcentaje	Capacidad Utilizada	Capacidad Utilizada en 250 cm³
1	730000	34,19%	249600	998402
2	730000	39,19%	286100	1144401
3	730000	44,19%	322600	1290401
4	730000	49,19%	359100	1436401
5	730000	54,19%	395600	1582401
6	730000	59,19%	432100	1728401
7	730000	64,19%	468600	1874401
8	730000	69,19%	505100	2020401
9	730000	74,19%	541600	2166401
10	730000	79,19%	578100	2312401

Fuente; Demanda Insatisfecha

Elaboración: Las Autoras

LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

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

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

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

- 1. Mercado que se desea atender:** Para el presente proyecto el mercado que se atenderá serán los autoservicios, tiendas, comerciales, cafeterías, panaderías, por cuanto en donde la empresa se ubicará está cerca de estos lugares.
- 2. Transporte y accesibilidad de los usuarios:** En donde se va a encontrar ubicada la empresa, existen vías de comunicación de primer orden, en donde los demandantes pueden acudir sin ningún inconveniente.

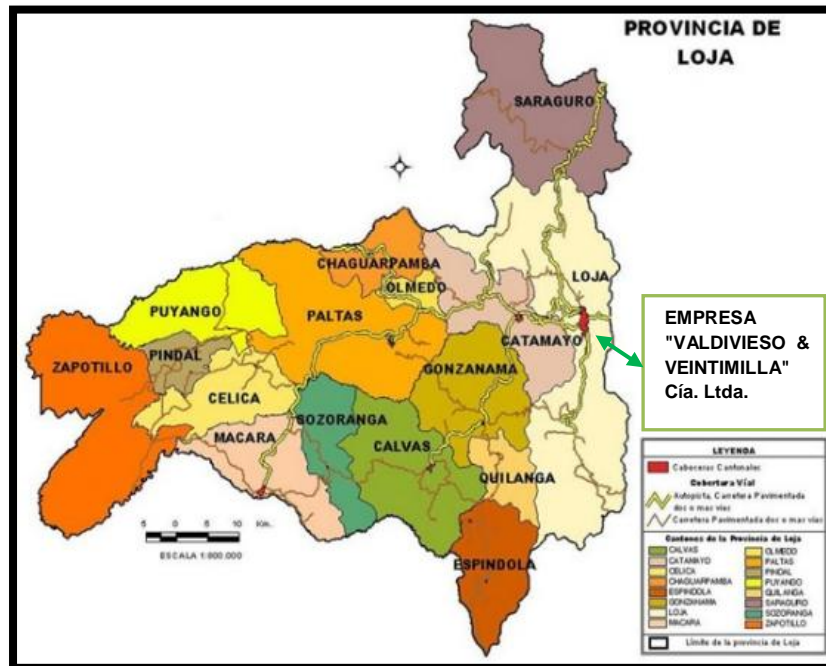
- 3. Regulaciones Legales:** Por encontrarse la empresa en un lugar del sector urbano de la ciudad, no va a existir ningún inconveniente con respecto a que existan restricciones legales para su funcionamiento.
- 4. Viabilidad Técnica:** El lugar en donde se va a alquilar para el funcionamiento de la empresa se encuentra en óptimas condiciones con respecto a su calidad de construcción, en este caso lo que se tendrá que realizar algunas adecuaciones para oficinas, e instalación de maquinaria.
- 5. Viabilidad Ambiental:** En este caso no va a existir ningún impacto ambiental, peor aún los vehículos pueden acceder sin ningún inconveniente sin exceder la normas de impacto vial existente.
- 6. Costo y disponibilidad de terrenos o edificaciones adecuados:** Por ser una empresa que no requiere de un local demasiado amplio y por empezar con poca producción se procederá a arrendar el local, para lo cual se cuenta el presupuesto necesario.

Macro localización

Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

La empresa se encontrará ubicada en la Provincia de Loja en el cantón LOJA.

MAPA DE LA PROVINCIA DE LOJA

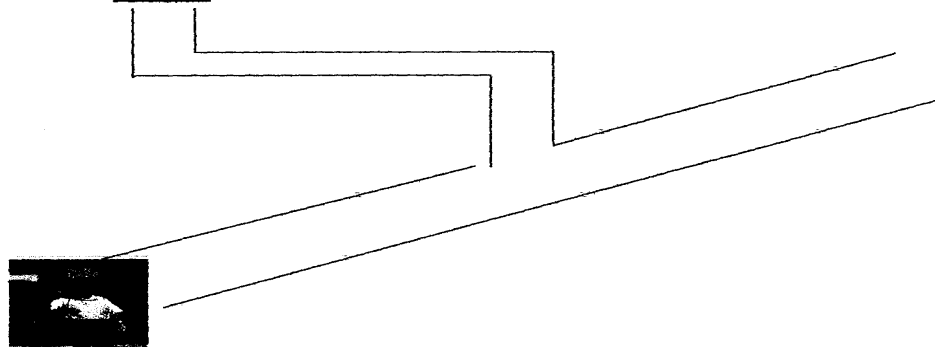


Micro localización

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

La nueva unidad productiva se encontrará ubicada en el Barrio Capulí, sector la Pompeya a 800 metros del control policial, al sur de la ciudad de Loja.

**SECTOR LA POMPEYA
EMPRESA**



CONTROL DEL CAPULÍ

INGENIERÍA DEL PROYECTO

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

TECNOLOGÍA A UTILIZAR

La tecnología que se utilizara está representada por la maquinaria requerida para la producción de avena bebida láctea, su descripción a continuación:

Batidora Industrial



CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

- Batidora monofásica cuerpo construido en hierro fundido.
- Equipada con 3 tipos diferentes de agitador y tres velocidades.
- Gancho: para masas de harina pesadas y otros materiales de alta viscosidad, velocidad BAJA.

- Batidor: para alimentos líquidos, cremas y huevos, velocidad ALTA.
- Desplazamiento vertical del bowl mediante palanca.
- Medidas: 415 x 530 x 780 mm.
- Volumen: 20 litros.
- Potencia: 0,75 Kw.
- Velocidad: 113/168/400 (r.p.m.)
- Peso: 113 Kgs Bruto / 98 Kgs Neto

Cocina industrial



CARACTERÍSTICAS:

- Cocina industrial con 2 quemadores
- Medidas:
 - 1 metro de largo
 - 40 cm de ancho
 - 75 cm de alto

- Material:
 - Construida en acero galvanizado
 - Pintada con pintura electrostática, lo cual le da un acabado más resistente que la pintura convencional

Selladora y envasadora Automática



Datos del producto:

Tipo: maquina de llenado

Tipo de empaquetado: Cartón

Grado Automático: Automático

Energía: 35 kw

Uso: bebida

Material de empaquetada: papel

Tipo Conducido: eléctrico

Tanque Enfriador



Características:

- * Capacidad de 1000 litros
- * Unidad condensador de 3 HP
- * Trifásico
- * Gas Refrigerante R-22

Refrigerador



Características:

Uso del producto: Refrigerar Productos Alimenticios.

Capacidad: 1.388 Litros / 49 Pies³

Eléctrica: 1.093 Vatios

INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Se relaciona con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa. En esta parte del estudio debe contarse con el asesoramiento de los profesionales de la construcción; al igual que la tecnología debe guardar relación con el mercado y sus posibilidades de expansión.

Para que las actividades se desarrollen con normalidad y en un ambiente agradable, se requiere de un terreno de aproximadamente 300 metros cuadrados como mínimo, para que en el mismo se proceda a la edificación de las instalaciones físicas necesarias

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

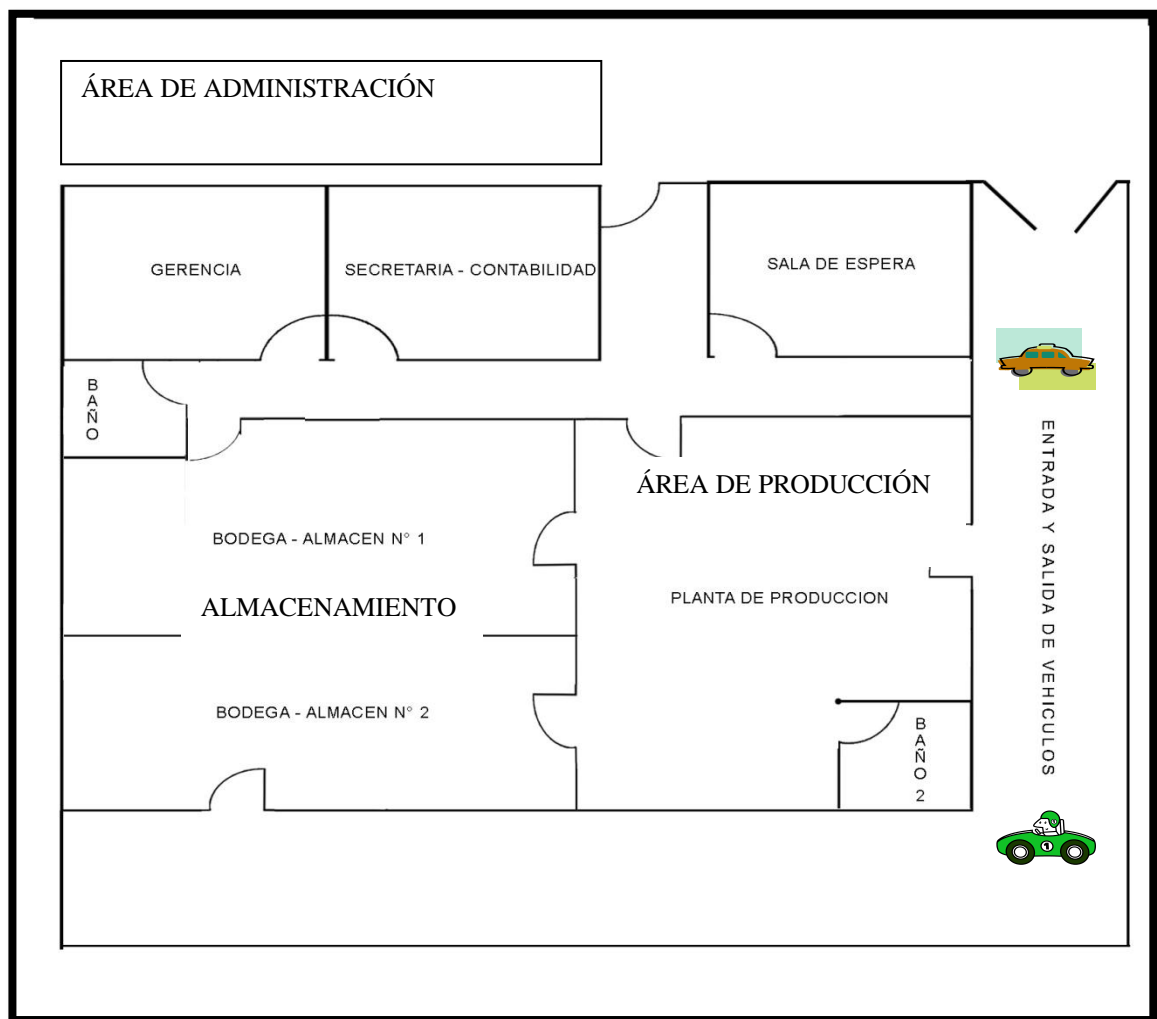
La planta de producción de la empresa de avena bebida láctea, estará dividida en 5 partes o secciones que son:

- ◆ **Sector administrativo:** dentro de este sector estarán ubicadas las oficinas donde prestaran sus servicios el personal administrativo, ubicando aquí las oficinas del gerente, secretaria contadora, jefe de producción y una sala de espera para clientes.
- ◆ **Bodega N° 1:** destinada como el área de almacenamiento de materias primas, este espacio será adecuado y destinado para apilar toda la materia prima adquirida por la empresa para la producción.
- ◆ **Planta de producción:** en este espacio se destinaran las maquinarias y herramientas. En este lugar se dará el proceso de transformación de la materia prima en un producto terminado.

- ◆ **Parqueadero:** este es un espacio destinado para que sirva de estacionamiento para vehículos de clientes y de la empresa.
- ◆ **Bodega N° 2 de almacenamiento:** en este espacio se apilara el producto terminado, listo para su comercialización en la ciudad de Loja.

DISEÑO DE LA PLANTA

GRAFICO Nº 19



Elaboración: Las Autoras

PROCESO DE PRODUCCIÓN

En esta parte se describe el proceso mediante se obtendrá el producto, es importante indicar cada una de las fases del proceso.

En el proceso o preparación del producto, la empresa deberá ser muy escrupulosa en la realización de ello; ya que el producto (la avena bebida Láctea), deberá ser lo menos manipulado para evitar su contaminación.

- 1. Recepción de materia prima:** en esta etapa se adquieren los materiales los cuales son adquiridos a la diferente empresa dentro del mercado, y estos son transportados a la fábrica de producción.
- 2. Almacenamiento de la materia prima:** este paso se deberá almacenar los materiales adquiridos con el tratamiento previo es uno de los más importantes, puestos que la calidad de estos depende en un elevado porcentaje de las condiciones en las que logra mantener antes del procesamiento.
- 3. Mezcla de materias primas:** en este paso se mezcla la avena triturada, leche en agua, leche en polvo, todo ello se efectúa en una licuadora industrial de bastante capacidad.
- 4. Cocción:** en esta etapa se agregan los ingredientes faltantes clavos, canela, azúcar. Siendo calentada por una estufa industrial, preferiblemente a gas para mayor economía. En este proceso de cocción, se tiene que estar constantemente En movimiento, para no permitir que la mezcla se pegue con la olla.
- 5. Control:** Se realiza un control minucioso del producto para obtener una buena calidad.

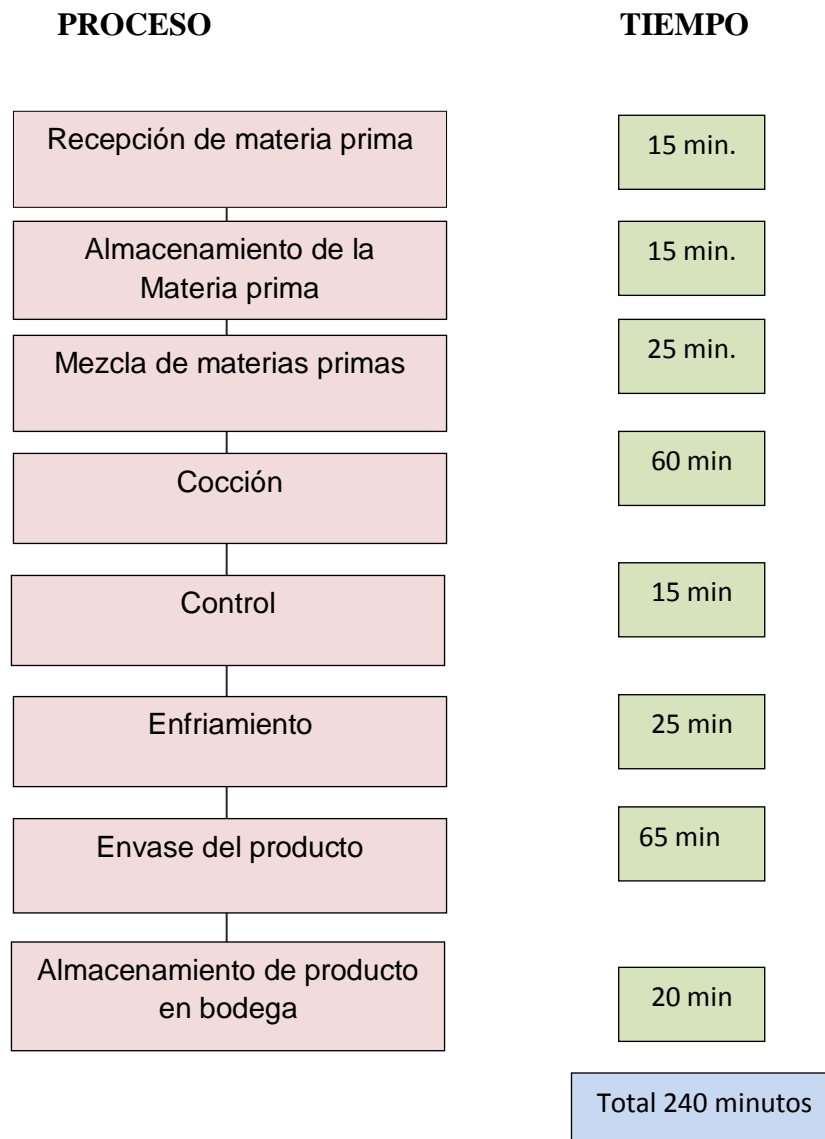
- 6. Enfriamiento:** Es todo el proceso que se realiza con el objetivo de enfriar el producto.
- 7. Envase del producto:** en este paso se envasa la avena bebida Láctea en cartón de tetrapack de 250 cm³ más o menos a una temperatura de 63 °C. Se debe tener en cuenta que el transporte de la avena será por medio de tubería de inoxidable austeníticos serie 300, diámetro 2 pulgadas, siendo su transporte lo más corto posible y en caliente.
- 8. Almacenamiento:** estando ya empacado en canastillas se introducirán al cuarto frío para su mayor conservación.

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO

Nº	ACTIVIDADES							RESPONSABLE	TIEMPO
1	Recepción de materia prima	x						Obrero	15 min
2	Almacenamiento de la Materia prima	x						obrero	15 min
3	Mezcla de materias primas	x						Obrero	25 min
4	Cocción	x						Obrero	60 min
5	Control	x						Obrero	15 min
6	Enfriamiento		x					Jefe de producción	25 min
7	Envase del producto	x						obrero	65 min
8	Almacenado				x			obrero	20 min
Total									240 minutos

Nota: El proceso productivo para la elaboración de avena bebida láctea empacado en envases de tetrapak de 250 cm³ dura un tiempo aproximado de 240 minutos cada proceso.

FLUJOGRAMA DEL PROCESO PARA LA ELABORACIÓN DE 400 LITROS DE AVENA BEBIDA LÁCTEA



Elaboración: Las Autoras

Nota: La empresa realizara 2 producciones de 240 minutos cada proceso dando un total de 480 minutos al día (8 horas laborables en el día).

3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA

Organización Legal de la Empresa.

La forma legal de constitución de la empresa, tiene directa relación con el marco específico que lo norma tanto en lo legal, tributario y administrativo como en las formas de fiscalización.

Desde este punto de vista se han analizado algunas aspectos relacionados con la constitución de las empresas, para lo cual al realizar dicho análisis se determinó la forma jurídico - administrativa más conveniente es el de conformar una **COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.**

El **Art. 93** de la Ley de Compañías establece: "La compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras Compañía Limitada o su correspondiente abreviatura".

La Empresa existirá a partir de la fecha a inscribirse mediante el contrato social en el registro mercantil, para efectos fiscales y tributarios de la empresa.

- **Capital Social**

Al constituirse la compañía, el capital estará conformado con las aportaciones que estarán pagadas por lo menos el 50% de cada participación, las aportaciones pueden hacerse en numerario o en especie. Por tanto, el saldo del capital deberá integrarse en un plazo no

mayor a 12 meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

Los aportes en numerario se depositarán en una cuenta especial de "Integración de Capital", que será abierta en uno de los bancos de la localidad a nombre de la compañía en formación

Las participaciones que comprenden los aportes de capital de esta compañía serán iguales, acumulativas e indivisibles.

La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación, en el que constará su carácter de no negociable y el número de sus aportaciones.

El capital social de la empresa **VALDIVIESO & VEINTIMILLA CÍA. Ltda.**, es de \$265451,50 (**DOSCIENTOS SESENTA Y CINCO MIL CUATROCIENTOS CINCUENTA Y UNO, CON CINCUENTA CENTAVOS DE DÓLAR**).

- **Razón Social**

La Razón Social de la empresa estará definida por los socios. Para efectos de nuestro proyecto **se** denominará:

EMPRESA "VALDIVIESO & VEINTIMILLA " Cía. Ltda.

- **Objeto Social**

El objeto social de la empresa será la producción y comercialización de **Avena Bebida Láctea.**

- **Domicilio**

La empresa estará ubicada en:

PROVINCIA: Loja

CANTÓN: Loja
SECTOR: El Capulí
BARRIO: La Pompeya
CALLES: Vía a Malacates a 800 metros del control policial

- **Duración**

El tiempo de duración de la empresa será de 10 años, término del cual podrá ser renovado si así lo deciden los socios.

- **Base Legal**

La empresa se registrará por la Constitución Política de la República, la Ley de Compañías, Código de trabajo y otros reglamentos pertinentes.

Estructura Empresarial.

Permite asignar funciones y responsabilidades al talento humano que conforma la empresa. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas con su respectivo manual de funciones.

La forma legal de constitución de la empresa, tiene directa relación con el marco específico que lo norma tanto en lo legal, tributario y administrativo como en las formas de fiscalización.

La empresa de producción y comercialización de Avena Bebida Láctea estará integrada con el siguiente personal:

- Gerente
- Secretaría-Contadora
- Asesor Jurídico.
- Jefe de producción
- Conserje-Guardián

- Bodeguero

Niveles Jerárquicos

Dentro de la estructura legal de la empresa se considerará los siguientes niveles jerárquicos.

Nivel Legislativo

Está representado por la Junta General de socios, quienes toman decisiones sobre las políticas de la empresa, reglamentos generales de la misma, normar procedimientos, ordenanzas, resoluciones, etc., y decidir sobre aspectos que tengan mayor relevancia en la empresa.

Nivel Directivo

Dentro de este nivel se encuentra inmerso el Presidente de la empresa, el mismo que es elegido por la Junta General de Social, por un período de dos años con la posibilidad de ser reelegido indefinidamente. Se encargará de presidir las sesiones del directorio, cumplir y hacer cumplir las resoluciones.

Nivel Ejecutivo

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

Nivel Asesor

Lo conforman el Asesor Jurídico cuya función es la de sugerir, recomendar, aconsejar en relación de materia jurídica.

Nivel Auxiliar

Lo integra la secretaria-contadora, este nivel ayuda a los otros niveles administrativos a la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia.

Además es un nivel de apoyo a las labores ejecutivas asesoras y operacionales.

Su grado de autoridad es mínimo, se limita a cumplir órdenes de los niveles ejecutivos y operacionales, y ejecutar las actividades administrativas de rutina.

Nivel Operativo

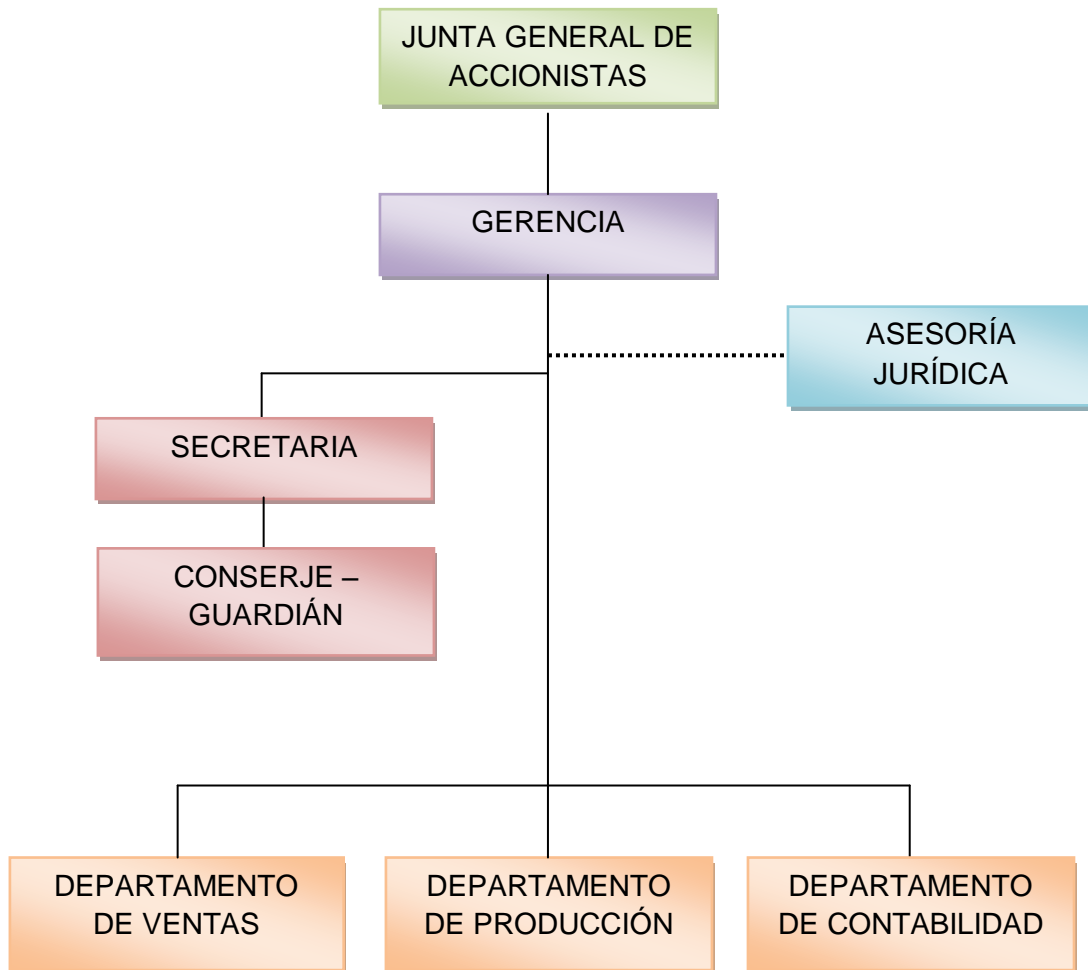
Está conformado por los jefes departamentales y sus respectivos dependientes.

Este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la empresa. Es el ejecutor material de las órdenes emanadas del órgano directo.

Organigramas

Es la representación gráfica de la estructura administrativa de cómo está constituida la empresa, en la que se determina y visualiza las interrelaciones y los niveles de autoridad de la organización.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA

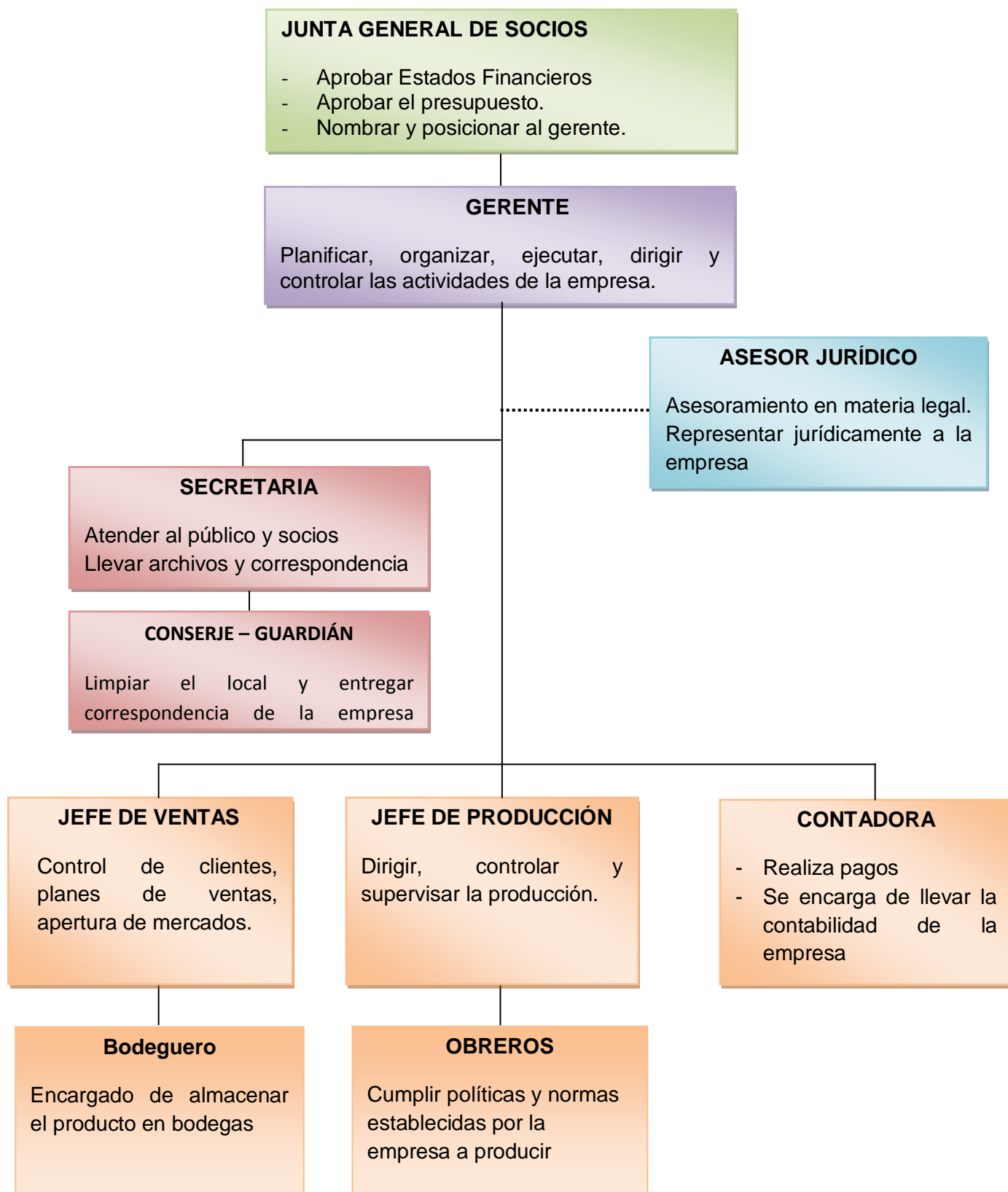


Simbología:

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

Elaboración: Las Autoras

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA



Elaboración: Las Autoras

MANUAL DE FUNCIONES

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO Y SUS RESPECTIVAS FUNCIONES DE LA EMPRESA "VALDIVIESO & VEINTIMILLA" Cía. Ltda.

NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Ejecutivo
CÓDIGO: 01
NOMBRE DEL PUESTO : Gerente
NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificar, programar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en la compañía.
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Responde ante la Junta General de Accionistas por la correcta administración. • Tramitar órdenes y cheques y más documentos que el reglamento lo autorice. • Planificar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades de la empresa. • Nombrar y remover por causa justa al personal administrativo a su cargo. • Velar por la correcta utilización de los recursos de la empresa, y demás funciones y disposiciones que los organismos superiores le deleguen.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none"> • Actuar con independencia profesional usando su criterio para la solución de problemas inherentes en el cargo. • Supervisar, coordinar las actividades del personal bajo su mando, así como en la de la empresa en general.
REQUISITOS MÍNIMOS: EDUCACIÓN: Título de Ingeniero Comercial EXPERIENCIA: Mínimo 4 a 5 año en sus funciones similares

NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Asesor
CÓDIGO: 02
NOMBRE DEL PUESTO : Asesor Jurídico
NATURALEZA DEL TRABAJO: Asesorar todos los niveles jerárquicos de la compañía, en asuntos relacionados a los problemas legales cuando se lo requiera.
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none">• Asesorar jurídicamente al nivel Directivo, Ejecutivo, Asesor, Apoyo y Operativo de la empresa.• Representar a la Empresa, judicial y extrajudicialmente en asuntos inherentes a su profesión y función.• Cumplir las funciones propias e inherentes en asuntos laborales, penales, civiles, administrativos y mercantiles de la Empresa.• Autorizar las minutas y suscribirlas respecto a los contratos que realice la empresa.• Participar en los Comités o grupos de trabajo que señalen las leyes, reglamentos o el nivel directivo o ejecutivo de la Institución.• Emitir los informes y/o dictámenes de carácter jurídico que le sean o no solicitados por los directores departamentales, Gerencia, Directorio.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none">• Responder ante la Junta de Accionistas en cuanto a aspectos de trámites legales.
REQUISITOS MÍNIMOS: EDUCACIÓN: Título de Abogado EXPERIENCIA: Mínima de 2 años

NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Auxiliar
CÓDIGO: 03
NOMBRE DEL PUESTO : Secretaria
NATURALEZA DEL TRABAJO: Realiza labores de secretaria o de asistente directa del Gerente
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none">• Excelente redacción y ortografía.• Elaborar actas de asamblea de la Junta de Accionistas• Atender al público que solicite información y concertar entrevistas con el Gerente de la Empresa.• Atender la correspondencia, manejando con diplomacia y eficiencia.• Controlar la asistencia del personal• Mantener un archivo adecuado y ordenado de los documentos (oficios , memorándum)
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none">• El puesto requiere de la gran eficiencia, responsabilidad, discreción, en el desarrollo de sus funciones• Establecer buenas relaciones interpersonales con el personal de la compañía y sus usuarios de la misma.
REQUISITOS MÍNIMOS: EDUCACIÓN: Título de secretaria Ejecutiva EXPERIENCIA: Mínima de 2 años en funciones similares

NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Auxiliar
CÓDIGO: 04
NOMBRE DEL PUESTO : Conserje- Guardián
NATURALEZA DEL TRABAJO: Ejecución de labores de seguridad y custodio de los bienes y personal de la empresa.
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none">• Colaborar con la seguridad de los bienes de la empresa.• Solicitar identificación a las personas que ingresen a la empresa.• Mantener el orden dentro de la empresa.• Abrir la planta y facilitar el ingreso del personal• Asear interna y externamente las instalaciones de la empresa• Cierra las puertas una vez terminada la jornada de trabajo.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none">• Es responsable por el cumplimiento de seguridad y protección de los activos y del personal de la empresa, así como también de las personas que ingresen en ella.
REQUISITOS MÍNIMOS: EDUCACIÓN: Título de Bachiller EXPERIENCIA: Mínima de un año en funciones similares

NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Operativo
CÓDIGO: 05
NOMBRE DEL PUESTO : Bodeguero
NATURALEZA DEL TRABAJO: Responder por el adecuado manejo, almacenamiento y conservación de los elementos entregados bajo custodia y administración, así como el inventario del almacenan según normas actuales, llevando el control del material, equipo y herramienta que se tiene en bodega
<p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Archivar en orden los pedidos del día. • Realización de las guías de salida de los insumos utilizados por las diferentes áreas de trabajo en las actividades realizadas por ellos en el día. • Tener conocimiento sobre los tipos de movimiento, para realizar correctamente el documento. • Velar por el orden en la bodega, acondicionando los insumos o materiales que se encuentren en orden por género o código. • Velar por la limpieza de la bodega (estanterías, piso, baños e insumos). • Revisión y recolección de firmas de la guías de salida de los responsables de cada área de trabajo. • Revisión o conteo de algunos artículos en base al inventario físico que tuvieron movimiento durante la semana.
<p>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</p> <p>Venta y promoción de producto en la ciudad</p>
<p>REQUISITOS MÍNIMOS:</p> <p>EDUCACIÓN: Mínimo bachiller, conocimientos fundamentales en ventas y atención al cliente.</p> <p>EXPERIENCIA: Experiencia mínima de dos años en funciones similares.</p>

NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Operativo
CÓDIGO: 06
NOMBRE DEL PUESTO : Jefe de Producción
NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificar, organizar, dirigir y controlar el funcionamiento y la producción correcta de la planta procesadora.
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none">• Elaborar y hacer cumplir los lineamientos de la producción determinados según la programación establecida.• Realizar un control estricto y permanente de calidad de la materia prima e insumos y del producto durante el proceso hasta que esta concluya.• Supervisar y controlar las actividades afines diarias del departamento.• Capacitar a los obreros oportunamente en el perfeccionamiento de los procesos y la dosificación de los insumos a utilizarse por cada producción.• Supervisar y controlar las existencias de materia prima e insumos y su cuidado de estas para evitar paralizar a las actividades fabriles.• Presentar informes diarios detallados de materiales utilizados en el proceso de producción, de inconvenientes durante el proceso ya sea por materiales o falta de equipos, la cantidad y la calidad del producto obtenido.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <p>Elaboración y control de la producción de avena en bebida láctea.</p>
REQUISITOS MÍNIMOS: <p>EDUCACIÓN: Tecnólogo en Agroindustrias.</p> <p>EXPERIENCIA: Experiencia de dos año en funciones similares.</p>

NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Operativo
CÓDIGO: 07
NOMBRE DEL PUESTO : OBREROS
NATURALEZA DEL TRABAJO: Realiza la elaboración de la avena en bebida láctea en la empresa para su posterior comercialización.
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none">• Es el responsable de los materiales y herramientas que se empleen en la ejecución de las actividades.• Se encargan de la actividad productiva de la empresa, aplicando técnicas adecuadas y modernas para la realización del producto.• Realizar todas las actividades inherentes a la producción.• Informa de todas las actividades realizadas y de los inconvenientes encontrados a su inmediato superior.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <p>Elaboración y control de la producción.</p>
REQUISITOS MÍNIMOS: <p>EDUCACIÓN: Bachiller técnico en agroindustrias.</p> <p>EXPERIENCIA: Experiencia de un año en funciones similares.</p>

NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Operativo
CÓDIGO: 08
NOMBRE DEL PUESTO : Contadora
NATURALEZA DEL TRABAJO: Ejecutar las operaciones contables de la empresa y realizar el análisis financiero.
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none">• Preparar los estados financieros de la empresa.• Actualizar los sistemas contables de la empresa.• Organizar adecuadamente los registros contables.• Elaborar los roles de pago de todo el personal.• Mantener correctamente el manejo de los libros contables.• Determinar el control previo sobre los gastos.• Mantener un archivo adecuado y ordenado de los documentos del mismo• Enviar a los directivos de la empresa los estados financieros debidamente comprobados.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none">• El puesto requiere de mucha responsabilidad y mucha concentración. <p>Responsabilidad técnica y económica en el manejo de las operaciones contables</p>
REQUISITOS MÍNIMOS: EDUCACIÓN: Título de Contadora. EXPERIENCIA: Experiencia mínima de dos años en funciones similares.

4. ESTUDIO FINANCIERO

Inversiones y Financiamiento

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

Inversiones

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

Inversiones en Activos Fijos

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

Maquinaria y Equipo: Son aquellos instrumentos que van a permitir realizar la transformación de la materia prima en producto terminado o acabado, en este caso la Bebida Láctea (Leche Avena Fortificante). El monto de este rubro asciende a \$152.427,00.

Maquinaria y Equipo
Cuadro N° 38

Descripción	Cantidad	Costo	Costo Total
Batidora Industrial	1	900,00	900,00
Cocina industrial	1	227,00	227,00
Selladora y envasadora	1	150.000,00	150.000,00
Tanque enfriador	1	550,00	550,00
Refrigerador	1	750,00	750,00
TOTAL			152.427,00

Fuente: Almacenes del país

Elaboración: Las Autoras

Herramientas: Están constituidas por instrumentos manuales que se utilizarán para el proceso de producción de bebida de avena, y por su naturaleza se integran a la maquinaria y equipo. El monto total asciende \$954,00.

**Cuadro N° 39
Herramientas**

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Olla de Acero Inoxidable 100 litros	4	150,00	600,00
Paletas	3	9,00	27,00
Manguera de gas	1	15,00	15,00
Cilindro de gas	2	150,00	300,00
Cernidor industrial	1	12,00	12,00
TOTAL			954,00

Fuente: Almacenes de la Localidad

Elaboración: Las Autoras

Equipo de Seguridad: Se ha tomado en consideración este rubro el valor para adquisición de equipo de protección como guantes, mandiles, gorras y máscaras; que servirán para seguridad de los obreros durante la ejecución del proceso de producción, esos tienen un tiempo de vida útil de un año; de tal modo que el producto reúna las condiciones necesarias de higiene y calidad. El monto total asciende a \$292,00.

**Cuadro N° 40
Equipo de Seguridad**

Descripción	Cantidad Mensual	Costo Unitario	Costo Anual
Guantes (2 pares cada semana x 2 obreros)	208	0,75	156,00
Mandil (1 cada 6 meses)	4	16,00	64,00
Gorro (1 cada 6 meses)	4	3,00	12,00
Mascarillas(1 cada 6 meses)	4	15,00	60,00
Total			292,00

Fuente: Casas Comerciales

Elaboración: Las Autoras

Equipo de oficina: los equipos de oficina que a continuación se detallan servirán para desarrollar con mayor rapidez y eficiencia las actividades dentro del área administrativa de la empresa. El monto total asciende a \$220,00.

**Equipo de oficina
Cuadro N° 41**

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Sumadora marca Casio	1	125,00	125,00
Teléfono	1	95,00	95,00
Total			220,00

Fuente: La Reforma

Elaboración: Las Autoras

Muebles y Enseres: En este rubro se incluyen los valores correspondientes al mobiliario que facilitara la comodidad y adecuación del área administrativa y producción para el uso del personal y de los clientes. El monto total del rubro asciende a \$ 584,00.

**Cuadro N° 42
Muebles y Enseres**

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Escritorios Normales	3	120,00	360,00
Sillas Giratorias	1	65,00	65,00
Mesas para computador	1	45,00	45,00
Sillas	2	17,00	34,00
Archivadores	1	80,00	80,00
Total			584,00

Fuente: Carpintería San José

Elaboración: Las Autoras

Equipos de Computación

Comprende aquellos equipos que permiten realizar las actividades administrativas, financieras, de producción y de ventas en forma eficiente y efectiva. El total del presente rubro asciende a \$802,00.

**Equipos de Computación
Cuadro N° 43**

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Computadores	1	750,00	750,00
Impresoras	1	52,00	52,00
TOTAL			802,00

Fuente: PC Máster

Elaboración: Las Autoras

Vehículo: Tomando en consideración que la empresa debe transportar materia prima y realizar la distribución del producto, tanto en el mercado local como provincial se ha previsto la adquisición de un vehículo. El costo del bien es de \$8000,00.

**Cuadro N° 44
Vehículo**

Descripción	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Vehículo Ford F500 (segunda)	unidad	1	8000,00	8000,00

Fuente: Feria de Carros de la Ciudad de Loja.

Elaboración: Las Autoras

**RESUMEN DE DEPRECIACIONES
Cuadro N° 45**

Descripción	Valor	% Depreciación	Valor Residual	Vida Útil	Depr. Anual
maquinaria y equipo	152427,00	10,00%	15242,70	10	13718,43
Herramientas	954,00	33,33%	317,97	3	212,01
Vehículo	8000,00	20,00%	1600,00	5	1280,00
Equipo de Oficina	220,00	33,33%	73,33	3	48,89
Muebles y Enseres	584,00	20,00%	116,80	5	93,44
Equipo De Computación	802,00	33,33%	267,31	3	178,23
Total			17618,10		15531,00

Fuente: Cuadro N° 38, 39, 41, 42, 43 y 44

Elaboración: Las Autoras

Formula:

$$Vr = Va \frac{100\%}{N^{\circ} \text{ años}}$$

$$Dp = \frac{Va - Vr}{N^{\circ} \text{ años}}$$

Nomenclatura

Vr= Valor Residual; **Va**= Valor Actual; **Dp**= Depreciación del Activo

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

Cuadro N° 46

ACTIVOS	V. TOTAL
Equipo y Maquinaria	152.427,00
Herramientas	954,00
Equipo de Seguridad	292,00
Equipo de Oficina	220,00
Muebles y Enseres	584,00
Vehículo	8000
Equipos de Computación	802,00
Imprevistos 5%	8163,95
Total	171442,95

Elaboración: Las Autoras

Inversiones en Activos Diferidos

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

Cuadro N° 47

Inversiones en Activos Diferidos

Conceptos	Ítems	Monto Individual	Monto Total
Elaboración del Proyecto	Estudios preliminares	550,00	950,00
	Constitución de la empresa	400,00	
Prueba de funcionamiento	Montaje de equipos y Maquinaria	700,00	700,00
Permisos	Pago de patentes	350,00	350,00
Instalaciones	Arreglo varios	370,00	370,00
Imprevistos	3%	71,10	71,10
Total		2441,10	2441,10

Fuente: Asesoramiento Profesional

Elaboración: Las Autoras

AMORTIZACIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO

Cuadro N° 48

Descripción	Vida Útil	Valor Activo	Valor Amortizado Anual
Activos Diferidos	10	2.441,10	244,11

Fuente: Cuadro N° 47

Elaboración: Las Autoras

Inversiones en Activos Circulantes

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

Materia Prima Directa: Son todos los componentes básicos para la obtención del producto terminado; su cantidad está relacionada con la capacidad de la planta, y su costo depende de la calidad y del lugar donde se encuentren los proveedores.

Cuadro N° 49
Materia Prima Directa

Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Total Anual
Avena Molida	Libras	37000	0,85	31450,00	377400,00
Leche Liquida	Litros	450	0,35	157,50	1890,00
Total				31607,50	379290,00

Fuente: Mercado de la Localidad

Elaboración: Las Autoras

Proyección de la Materia Prima Directa: La proyección se la realizará con el 5,41%, que es la tasa de inflación del año 2011.

Cuadro N° 50
Proyección de la Materia Prima Directa

Años	V. Total
1	379290,00
2	399809,589
3	421439,29
4	444239,15
5	468272,49
6	493606,03
7	520310,12
8	548458,90
9	578130,52
10	609407,38

Fuente: Tasa de inflación 2011 de 5,41%

Elaboración: Las Autoras

Mano de Obra Directa: En este rubro se considera todo el gasto empleado en la contratación del personal que interviene directamente en el proceso de producción, es decir aquellos que con su trabajo transforman la materia prima en producto terminado. La mano de obra directa estará integrada por 2 obreros, quienes ejecutaran el proceso de producción.

**Cuadro N° 51
Mano de Obra Directa**

Cargo	Salario Básico Unificado	Aporte Patronal al IESS (12,15%)	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Total Mensual	Sub Total	Total Anual sin Fondos de Reserva	Fondo de Reserva	Total a Pagar con Fondo de Reserva
Obrero	292,00	35,48	24,33	24,33	12,17	388,31	388,31	4659,74	292,00	4951,74
Obrero	292,00	35,48	24,33	24,33	12,17	388,31	388,31	4659,74	292,00	4951,74
Total						776,62		9319,47		9903,47

Fuente: Inspectoría de Trabajo

Elaboración: Las Autoras

Proyección de la Mano de Obra Directa: La proyección se la realizará con el 5,41%, que es la tasa de inflación del año 2011.

**Cuadro N° 52
Proyección de la Mano de Obra Directa**

Años	V. Total
1	9319,47
2	9823,66
3	10355,12
4	10915,33
5	11505,85
6	12128,31
7	12784,45
8	13476,09
9	14205,15
10	14973,65

Fuente: Tasa de inflación 2011 de 5,41%

Elaboración: Las Autoras

Materia Prima Indirecta: Constituye todo los gastos de materia prima que complementan al producto de forma indirecta.

Cuadro N° 53
Materia Prima Indirecta

Detalle	Unidad Medida	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Total Anual
Azúcar	Quintales	2	25	50,00	600,00
Canela	Libras	2	0,6	1,20	14,40
Clavo de Olor	Libras	2	1	2,00	24,00
Fundas de 250 Cm ³	Unidades	83200	0,65	54080,00	648960,00
Total				54133,20	649598,40

Fuente: Mercado de la Localidad

Elaboración: Los Autores

Proyección de los Materia prima Indirecta: La proyección se la realizará con el 5,41%, que es la tasa de inflación del año 2011.

Cuadro N° 54
Proyección de los Materia prima Indirecta

Años	V. Total
1	649598,40
2	684741,67
3	721786,20
4	760834,83
5	801996,00
6	845383,98
7	891119,25
8	939328,80
9	990146,49
10	1043713,42

Fuente: Tasa de inflación 2011 de 5,41%

Elaboración: Las Autoras

Mano de Obra Indirecta: Son los Gastos de contratación de empleados que intervienen de forma indirecta en el proceso de producción, la mano de obra indirecta estará a cargo de un jefe de producción (el gerente realizará esta función, por lo cual su sueldo se especifica en los gastos administrativos) y el bodeguero.

Cuadro N° 55
Mano de Obra Indirecta

Cargo	Salario Básico Unificado	Aporte Patronal al IESS (12,15%)	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Total Mensual	Sub-Total	Total Anual sin Fondos de Reserva	Fondo de Reserva	Total a Pagar con Fondo de Reserva
Bodeguero	292,00	35,48	24,33	24,33	12,17	388,31	388,31	4659,736	292,00	4951,74
Total						388,31		4659,736		4951,74

Fuente: Inspectoría de Trabajo

Elaboración: Las Autoras

Proyección de la Mano de Obra Indirecta: La proyección se la realizará con el 5,41%, que es la tasa de inflación del año 2011.

Cuadro N° 56
Proyección de la Mano de Obra Indirecta

Años	V. Total
1	4659,74
2	4911,83
3	5177,56
4	5457,66
5	5752,92
6	6064,16
7	6392,23
8	6738,05
9	7102,57
10	7486,82

Fuente: Tasa de inflación 2011 de 5,41%

Elaboración: Las Autoras

Gas Industrial: Es aquel que servirá para hacer funcionar los diferentes equipos que permitirán el respectivo proceso de producción. El monto de este rubro asciende a \$. 840,00. Anual.

Cuadro N° 57
Gas

Cantidad	Descripción	P/Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
2	Cilindros de gas de 45 Kg	35	70,00	840,00
	TOTAL		70,00	840,00

Fuente: LOJAGAS.

Elaboración: Las Autoras

Proyección del Gas Industrial: La proyección se la realizará con el 5,41%, que es la tasa de inflación del año 2011.

Cuadro N° 58

Proyección del de Gas Industrial

Años	V. Total
1	840,00
2	885,44
3	933,35
4	983,84
5	1037,07
6	1093,17
7	1152,31
8	1214,65
9	1280,36
10	1349,63

Fuente: Tasa de inflación 2011 de 5,41%

Elaboración: Las Autoras

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

Cuadro N° 59
Servicios Básicos

Descripción	Mes	Año
Servicio Telefónico	11,50	138,00
Servicio De Energía Eléctrica	100,50	1206,00
Servicio De Agua Potable	120,96	1451,52
Total	232,96	2795,52

Fuente: Municipio; EERSSA; CNT.

Elaboración: Las Autoras

Proyección de los Servicios Básicos: La proyección se la realizará con el 5,41%, que es la tasa de inflación del año 2011.

Cuadro N° 60
Proyección de los Servicios Básicos

Años	V. Total
1	2795,52
2	2946,76
3	3106,18
4	3274,22
5	3451,36
6	3638,08
7	3834,90
8	4042,36
9	4261,05
10	4491,58

Fuente: Tasa de inflación 2011 de 5,41%

Elaboración: Las Autoras

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

Cuadro N° 61
Sueldos Administrativos

Cargo	Salario Básico Unificado	Aporte Patronal al IESS (12,15%)	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Total Mensual	Sub total	Total Anual Sin Fondos de Reserva	Fondo de Reserva	Total a Pagar con Fondo de Reserva
Gerente	500,00	60,75	41,67	41,67	20,83	664,92	664,92	7979	500,00	8479,00
Conserje-Guardián	292,00	35,48	24,33	24,33	12,17	35,48	35,48	425,736	292,00	717,74
Secretaria-Contadora	325,00	39,49	27,08	27,08	13,54	39,49	39,49	473,85	325,00	798,85
Total						739,88		8878,586		9995,59

Fuente: Inspectoría de Trabajo

Elaboración: Las Autoras

Proyección de Sueldos Administrativos: La proyección se la realizará con el 5,41%, que es la tasa de inflación del año 2011.

Cuadro N° 62
Proyección de Sueldos Administrativos

Años	V. Total
1	8878,59
2	9358,92
3	9865,23
4	10398,94
5	10961,53
6	11554,55
7	12179,65
8	12838,57
9	13533,13
10	14265,27

Fuente: Tasa de inflación 2011 de 5,41%

Elaboración: Las Autoras

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

Cuadro N° 63

Arriendo

Descripción	Mes	Año
Arriendo del Local	350,00	4200,00
Total	350,00	4200,00

Fuente: Localidad de la Ciudad de Loja

Elaboración: Las Autoras

Proyección del Arriendo: La proyección se la realizará con el 5,41%, que es la tasa de inflación del año 2011.

Cuadro N° 64

Proyección del Arriendo

Años	V. Total
1	4200,00
2	4427,22
3	4666,73
4	4919,20
5	5185,33
6	5465,86
7	5761,56
8	6073,26
9	6401,82
10	6748,16

Fuente: Tasa de inflación 2011 de 5,41%

Elaboración: Las Autoras

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

Cuadro N° 65
Útiles de Oficina

Descripción	Mes	Año
Factura	18,00	216,00
Sellos De Caucho (2 En El Año)	24,00	24,00
Cartucho Impresora	10,00	120,00
Carpetas Manila	1,80	21,60
Resmas De Papel Bond	6,40	76,80
Esferos	1,25	15,00
Total	61,45	473,40

Fuente: Librerías de la localidad

Elaboración: Las Autoras

Proyección de Útiles de Oficina: La proyección se la realizará con el 5,41%, que es la tasa de inflación del año 2011.

Cuadro N° 66
Proyección de Útiles de Oficina

Años	V. Total
1	473,40
2	499,01
3	526,01
4	554,46
5	584,46
6	616,08
7	649,41
8	684,54
9	721,58
10	760,61

Fuente: Tasa de inflación 2011 de 5,41%

Elaboración: Las Autoras

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

Cuadro N° 67
Útiles de Aseo

Detalle	Unidad Medida	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total mensual	Precio Total Anual
Escobas	Unid.	1	3,00	3,00	36,00
Trapeador	Unid.	1	3,00	3,00	36,00
Basureros	Unid.	2	7,00	14,00	14,00
Detergente 100g	Fundas	3	2,75	8,25	99,00
Total				28,25	185,00

Fuente: Almacenes Locales

Elaboración: Las Autoras

Proyección de Útiles de Aseo: La proyección se la realizará con el 5,41%, que es la tasa de inflación del año 2011.

Cuadro N° 68
Proyección de Útiles de Aseo

Años	V. Total
1	185,00
2	195,01
3	205,56
4	216,68
5	228,40
6	240,76
7	253,78
8	267,51
9	281,99
10	297,24

Fuente: Tasa de inflación 2011 de 5,41%

Elaboración: Las Autoras

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

Cuadro N° 69

Publicidad

Descripción	Mes	Año (4 veces)
spots de radio (radio Cariamanga)	46,00	184,00
papel volantes	18,00	72,00
	64,00	256,00

Fuente: Radio Cariamanga y Casas Comerciales

Elaboración: Las Autoras

Proyección de Publicidad: La proyección se la realizará con el 5,41%, que es la tasa de inflación del año 2011.

Cuadro N° 70

Proyección de Publicidad

Años	V. Total
1	256,00
2	269,85
3	284,45
4	299,84
5	316,06
6	333,16
7	351,18
8	370,18
9	390,21
10	411,32

Fuente: Tasa de inflación 2011 de 5,41%

Elaboración: Las Autoras

Mantenimiento de Vehículo: Dentro de este rubro se estiman valores que corresponden a gastos producidos por el vehículo en combustibles y lubricantes.

Cuadro N° 71

Mantenimiento de Vehículo

Descripción	Mes	Año
limpieza-cambio de lubricantes	35,00	420,00
Gasolina Súper	25,00	300,00
Total	60,00	720,00

Fuente: Casas Comerciales

Elaboración: Los Autores

Proyección de Combustible y Lubricantes: La proyección se la realizará con el 5,41%, que es la tasa de inflación del año 2011.

Cuadro N° 72

Proyección de Combustible y Lubricantes

Años	V. Total
1	720,00
2	758,95
3	800,01
4	843,29
5	888,91
6	937,00
7	987,70
8	1041,13
9	1097,46
10	1156,83

Fuente: Tasa de inflación 2011 de 5,41%

Elaboración: Los Autores

Mantenimiento de Maquinaria Y Equipo: Para el desarrollo normal de las operaciones de la empresa y evitar posibles fallas en el proceso productivo, es necesario dar el respectivo mantenimiento a la maquinaria, para lo cual se ha procedido a calcular un porcentaje anual correspondiente a cada rubro.

Cuadro N° 73

Mantenimiento de Maquinaria Y Equipo

Descripción	Precio	Mantenimiento	Total
Maquinaria/Equipo	152427,00	1%	1524,27
Total Anual			1524,27
Total Mensual			127,02

Fuente: Asesoramiento Técnico

Elaboración: Las Autoras

Proyección del Mantenimiento de Maquinaria Y Equipo: La proyección se la realizará con el 5,41%, que es la tasa de inflación del año 2011.

Cuadro N° 74

Proyección del Mantenimiento de Maquinaria Y Equipo

Años	V. Total
1	1524,27
2	1606,73
3	1693,66
4	1785,28
5	1881,87
6	1983,68
7	2090,99
8	2204,12
9	2323,36
10	2449,05

Fuente: Tasa de inflación 2011 de 5,41%

Elaboración: Las Autoras

RESUMEN DEL ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

Cuadro N° 75

Detalle	Valor Mensual (1 MESES)
Materia Prima Directa	31607,50
Materia Prima Indirecta	54133,20
Mano de Obra Directa	776,62
Mano de Obra Indirecta	388,31
Personal Administrativo	739,88
Gas Industrial	70,00
Arriendo	350,00
Suministros de Oficina	61,45
Servicios Básico	232,96
Publicidad	64,00
Materiales De Limpieza	28,25
Mantenimiento de Vehículo	60,00
Mantenimiento de Maquinaria Y Equipo	127,02
Imprevisto 3%	2659,18
Total	91.298,37

Elaboración: Las Autoras

INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

Cuadro N° 76

Activos	Valor
Activo Fijo	171.442,95
Activo Diferido	2.441,10
Activo Corriente	91.298,37
Total	265.182,42

Elaboración: Las Autoras

FINANCIAMIENTO:

Para poner en funcionamiento la presente empresa se requieren \$225182,42, mismos que serán suministrados de la siguiente manera; el 84,92% con capital propio, por medio del aporte de las accionistas de la empresa; el 15,08% restante a través de un crédito concebido por el Banco Nacional de Fomento (BNF) a una tasa de interés del 15% anual.

Cuadro N° 77

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Capital Interno	225182,42	84,92
Capital Externo	40000,00	15,08
Total	265182,42	100,00

Elaboración: Las Autoras

Amortización del Préstamo**Cálculo Matemático:****Datos:**

Saldo inicial: \$ 40.000

Interés: $15\% / 100 = 0,15$

Tiempo: 5 años

Forma de pago: Semestral (10 pagos cada 6 meses) → $6 \text{ m} / 12 = 0,5$

Desarrollo:

Para sacar la amortización se divide:

$40.000 / 10 \text{ \# de pagos} = 4.000,00$

Para sacar el interés se multiplica:

$\$ 40.000 \times 0,5 \times 0,15 = 3.000,00$

AMORTIZACIÓN

Monto: \$ 40000,00

Interés: 15%

Amortización: Semestral

Número de pagos: 10

Pagos anuales: 2

Cuadro N° 78

Año	Semestral	Saldo Inicial	Amortización	Intereses	Dividendo Semestral	Dividendo Anual	Saldo Final
1	1	40.000,00	4.000,00	3.000,00	7.000,00	13.700,00	36.000,00
	2	36.000,00	4.000,00	2.700,00	6.700,00		32.000,00
2	1	32.000,00	4.000,00	2400,00	6.400,00	12.500,00	28.000,00
	2	28.000,00	4.000,00	2100,00	6.100,00		24.000,00
3	1	24.000,00	4.000,00	1800,00	5.800,00	11.300,00	20.000,00
	2	20.000,00	4.000,00	1500,00	5.500,00		16.000,00
4	1	16.000,00	4.000,00	1200,00	5.200,00	10.100,00	12.000,00
	2	12.000,00	4.000,00	900,00	4.900,00		8.000,00
5	1	8.000,00	4.000,00	600,00	4.600,00	8.900,00	4.000,00
	2	4.000,00	4.000,00	300,00	4.300,00		0

Fuente: Banco Nacional de Fomento (BNF)

Elaboración: Las Autoras

ESTRUCTURA DE COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

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

Para la proyección de los costos se utiliza los promedios de la tasa de inflación del 5,41% del año 2011.

PRESUPUESTO DE COSTOS
Cuadro Nº 79

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTO DE PRODUCCIÓN	1067758,40	1124683,90	1184689,08	1247940,53	1314613,88	1384894,27	1458976,82	1537067,24	1619382,35	1674873,84
COSTO PRIMO										
Materia Prima Directa	379290,00	399809,59	421439,29	444239,15	468272,49	493606,03	520310,12	548458,90	578130,52	578130,52
Mano de Obra Directa	9319,47	9823,66	10355,12	10915,33	11505,85	12128,31	12784,45	13476,09	14205,15	14973,65
Total de costos primos	388609,47	409633,24	431794,40	455154,48	479778,34	505734,35	533094,57	561934,99	592335,67	593104,17
GASTOS DE FABRICACION										
Mano de Obra Indirecta	4659,74	4911,83	5177,56	5457,66	5752,92	6064,16	6392,23	6738,05	7102,57	7486,82
Materia prima Indirectos	649598,40	684741,67	721786,20	760834,83	801996,00	845383,98	891119,25	939328,80	990146,49	1043713,42
Depreciaciones	15531,00	15531,00	15531,00	15531,00	15531,00	15531,00	15531,00	15531,00	15531,00	15531,00
Servicios básicos	2795,52	2946,76	3106,18	3274,22	3451,36	3638,08	3834,90	4042,36	4261,05	4491,58
Arriendo	4200,00	4427,22	4666,73	4919,20	5185,33	5465,86	5761,56	6073,26	6401,82	6748,16
Gas	840,00	885,44	933,35	983,84	1037,07	1093,17	1152,31	1214,65	1280,36	1349,63
Mantenimiento de Maq. y equipo	1524,27	1606,73	1693,66	1785,28	1881,87	1983,68	2090,99	2204,12	2323,36	2449,05
Total de gastos de fabricación	679148,93	715050,66	752894,67	792786,05	834835,54	879159,92	925882,24	975132,25	1027046,67	1081769,67
COSTOS DE OPERACIÓN	16457,10	15825,85	15225,37	14657,33	14123,47	13925,66	14665,83	15446,04	16268,47	17135,38
GASTOS ADMINISTRATIVOS										
Sueldos	8878,59	9358,92	9865,23	10398,94	10961,53	11554,55	12179,65	12838,57	13533,13	14265,27
Suministros de Oficina	473,40	499,01	526,01	554,46	584,46	616,08	649,41	684,54	721,58	760,61
Materiales de limpieza	185,00	195,01	205,56	216,68	228,40	240,76	253,78	267,51	281,99	297,24
Total Gastos Administrativos	9536,99	10052,94	10596,80	11170,09	11774,39	12411,38	13082,84	13790,62	14536,69	15323,13
GASTOS DE VENTA										
Mantenimiento de Vehículo	720,00	758,95	800,01	843,29	888,91	937,00	987,70	1041,13	1097,46	1156,83
Publicidad	256,00	269,85	284,45	299,84	316,06	333,16	351,18	370,18	390,21	411,32
Total Gasto de Venta	976,00	1028,80	1084,46	1143,13	1204,97	1270,16	1338,88	1411,31	1487,66	1568,14
GASTO FINANCIERO										
Amortizaciones de activo diferido	244,11	244,11	244,11	244,11	244,11	244,11	244,11	244,11	244,11	244,11
Interés del préstamo	5700,00	4500,00	3300,00	2100,00	900,00					
Total Gasto Financiero	5944,11	4744,11	3544,11	2344,11	1144,11	244,11	244,11	244,11	244,11	244,11
TOTAL DE COSTOS	1084215,50	1140509,75	1199914,45	1262597,85	1328737,35	1398819,92	1473642,65	1552513,28	1635650,81	1692009,23

Elaboración: Las Autoras

INGRESOS TOTALES

Para determinar los ingresos totales de la avena láctea (Tetrapak 250 cm³), se procede a multiplicar el Precio de Venta al Público por las unidades producidas al año.

Cuadro N° 80

Años	Costos Totales	N° de productos al año	Costo Unitario	Margen de Utilidad (15%)	Precio de Venta al Público	Ventas Totales
1	1084215,50	998402	1,09	0,16	1,25	1246847,82
2	1140509,75	1173602	0,97	0,15	1,12	1311586,21
3	1199914,45	1348802	0,89	0,13	1,02	1379901,61
4	1262597,85	1524002	0,83	0,12	0,95	1451987,53
5	1328737,35	1699202	0,78	0,12	0,90	1528047,96
6	1398819,92	1874402	0,75	0,11	0,86	1608642,91
7	1473642,65	2049602	0,72	0,11	0,83	1694689,04
8	1552513,28	2224802	0,70	0,10	0,80	1785390,27
9	1635650,81	2400002	0,68	0,10	0,78	1880998,44
10	1692009,23	2575202	0,66	0,10	0,76	1945810,61

Elaboración: Las Autoras

Distribución de Costos.

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

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

COSTO TOTAL (años 1, 5, y 10)
Cuadro Nº 81

RUBROS	AÑO 1		AÑO 5		AÑO 10	
	C. Fijos	C. Variables	C. Fijos	C. Variables	C. Fijos	C. Variables
COSTO PRIMO						
Materia Prima Directa		379290,00		468272,49		578130,52
Mano de Obra Directa		9319,47		11505,85		14973,65
Total de costos primos						
RUBROS						
Mano de Obra Indirecta	4659,74		5752,92		7486,82	
Materiales Indirectos		649598,40		801996,00		1043713,42
Depreciaciones	15531,00		15531,00		15531,00	
Servicios básicos		2795,52		3451,36		4491,58
Arriendo	4200,00		5185,33		6748,16	
Gas		840,00		1037,07		1349,63
Mantenimiento de Maquinaria y equipo		1524,27		1881,87		2449,05
Total de gastos de fabricación						
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Sueldo	8878,59		10961,53		14265,27	
Suministros de Oficina		473,40		584,46		760,61
Materiales de limpieza		185,00		228,40		297,24
Total Gastos Administrativos						
GASTOS DE VENTA						
Mantenimiento de Vehículo		720,00		888,91		1156,83
Publicidad	256,00		316,06		411,32	
Total Gasto de Venta						
GASTO FINANCIERO						
Amortizaciones de activo diferido	244,11		244,11		244,11	
Interés del préstamo	5700,00		900,00		0,00	
Total Gasto Financiero						
TOTAL DE COSTOS	39469,44	1044746,06	38890,95	1289846,40	44686,69	1647322,54
COSTO TOTAL	\$ 1.084.215,50		\$ 1.328.737,35		\$ 1.692.009,23	

Elaboración: Las Autoras

DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

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

Cálculo del Punto de Equilibrio para el año 1.

Método matemático

a. En función de las ventas

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

$$P. E = \frac{39469,44}{1 - \frac{1044746,06}{1246847,82}}$$

$$P. E = \frac{39469,44}{0,1621}$$

$$P. E = 243503,00$$

b. En función de la capacidad instalada

$$P.E = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables totales}} \times 100$$

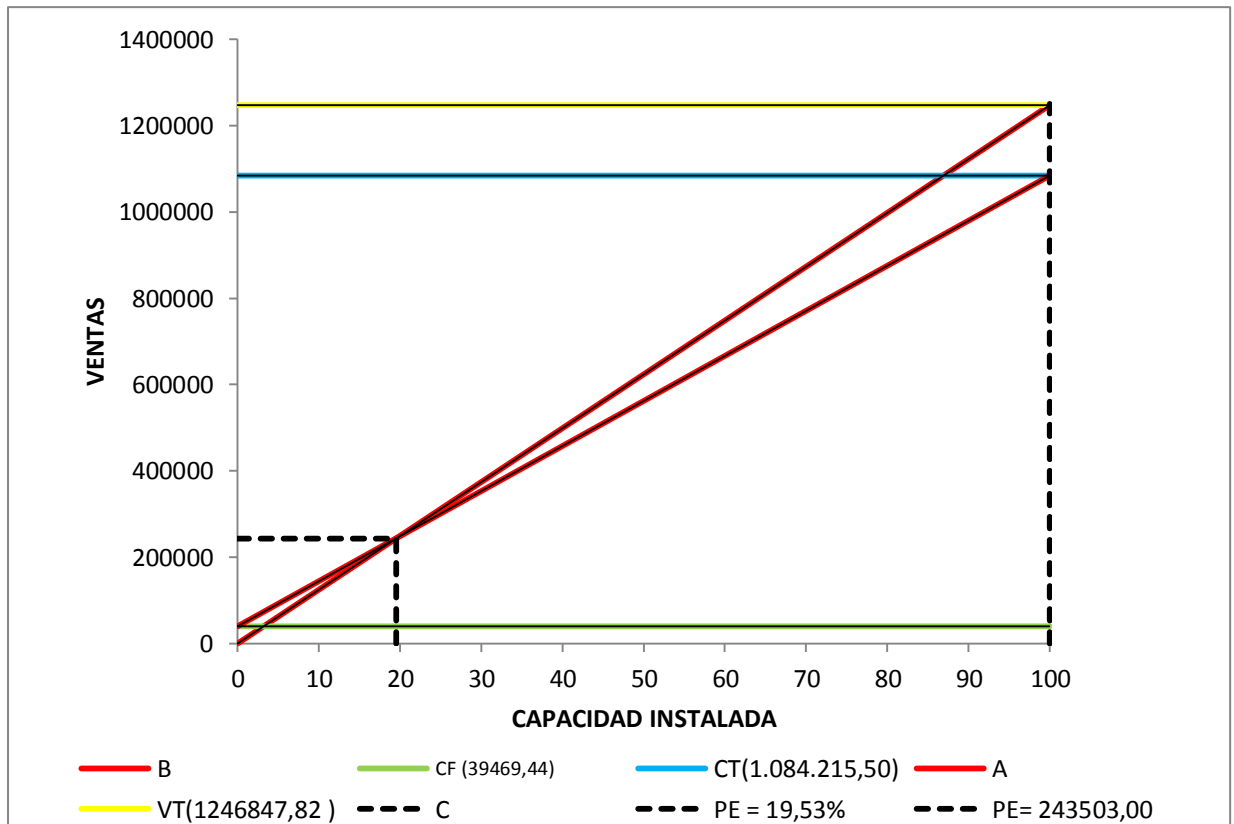
$$P.E = \frac{39469,44}{1246847,82 - 1044746,06} \times 100$$

$$P.E = \frac{39469,44}{202101,76} \times 100$$

$$P.E = 0,1953 \times 100$$

$$P.E = 19,53\%$$

Punto de Equilibrio para el Año 1



Análisis:

El siguiente gráfico nos indica que para el primer año la empresa debe vender \$ 243503,00 dólares de su servicio para llegar al punto de equilibrio con un 19,53 % de capacidad instalada.

Cálculo del Punto de Equilibrio para el año 5.**Método matemático****a. En función de las ventas**

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

$$P. E = \frac{38890,95}{1 - \frac{1289846,40}{1528047,96}}$$

$$P. E = \frac{38890,95}{0,1559}$$

$$P. E = 249482,99$$

b. En función de la capacidad instalada

$$\text{P. E} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables totales}} \times 100$$

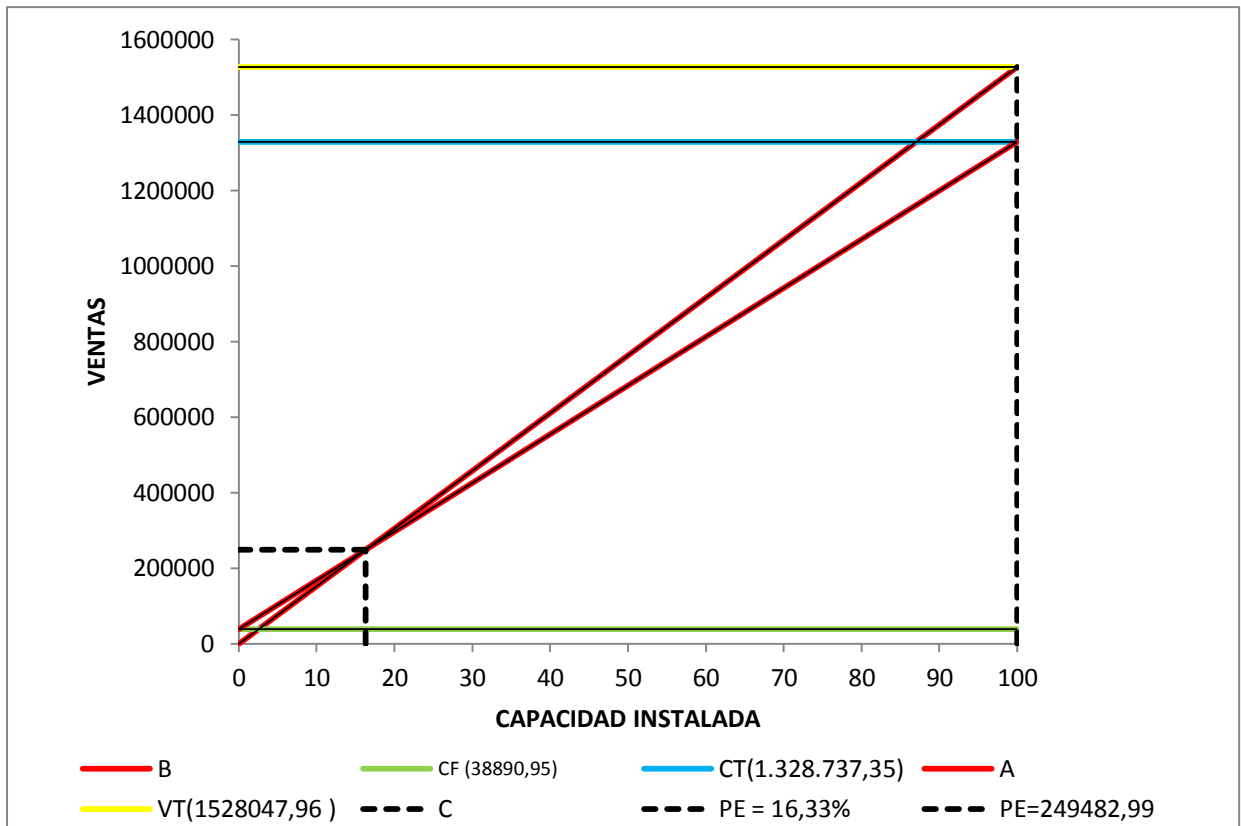
$$\text{P. E} = \frac{38890,95}{1528047,96 - 1289846,40} \times 100$$

$$\text{P. E} = \frac{38890,95}{238201,56} \times 100$$

$$\text{P. E} = 0,1633 \times 100$$

$$\text{P. E} = 16,33\%$$

Punto de Equilibrio para el Año 5



Análisis:

El siguiente gráfico nos indica que para el quinto año la empresa debe vender \$ 1528047,96 dólares de su servicio para llegar al punto de equilibrio con un 16,33% de capacidad instalada.

Cálculo del Punto de Equilibrio para el año 10.**Método matemático****a. En función de las ventas**

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

$$P. E = \frac{44686,69}{1 - \frac{1647322,54}{1945810,61}}$$

$$P. E = \frac{44686,69}{0,1534}$$

$$P. E = 291307,57$$

b. En función de la capacidad instalada

$$P. E = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables totales}} \times 100$$

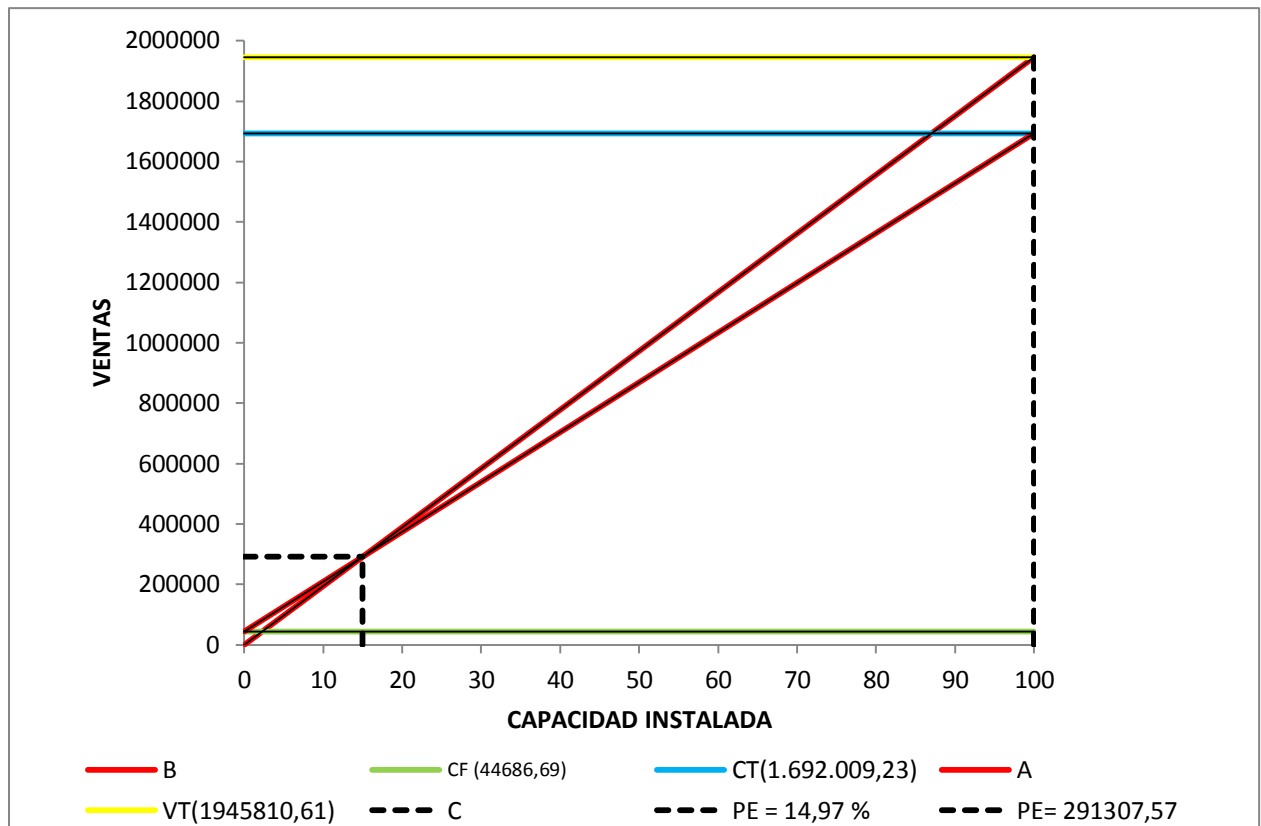
$$P. E = \frac{44686,69}{1945810,61 - 1647322,54} \times 100$$

$$P. E = \frac{44686,69}{298488,07} \times 100$$

$$P. E = 0,1497 \times 100$$

$$P. E = 14,97\%$$

Punto de Equilibrio para el Año 10



Análisis:

El siguiente gráfico nos indica que para el décimo año la empresa debe vender \$ 291307,57 dólares de su servicio para llegar al punto de equilibrio con un 14,97% de capacidad instalada.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

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

Cuadro Nº 82

PERIODOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por ventas	1.246.847,82	1.311.586,21	1.379.901,61	1.451.987,53	1.528.047,96	1.608.642,91	1.694.689,04	1.785.390,27	1.880.998,44	1.945.810,61
(-) Costo Total	1084215,50	1140509,75	1199914,45	1262597,85	1328737,35	1398819,92	1473642,65	1552513,28	1635650,81	1692009,23
(=) Utilidad Bruta Ventas	162632,32	171076,46	179987,17	189389,68	199310,60	209822,99	221046,40	232876,99	245347,62	253801,38
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	24394,85	25661,47	26998,08	28408,45	29896,59	31473,45	33156,96	34931,55	36802,14	38070,21
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	138237,48	145414,99	152989,09	160981,23	169414,01	178349,54	187889,44	197945,44	208545,48	215731,18
(-) 25% Impuesto a la renta	34559,37	36353,75	38247,27	40245,31	42353,50	44587,38	46972,36	49486,36	52136,37	53932,79
(=) Utilidad Liquida ejercicio	103678,11	109061,25	114741,82	120735,92	127060,51	133762,15	140917,08	148459,08	156409,11	161798,38
(-) 10% reserva Legal	10367,81	10906,12	11474,18	12073,59	12706,05	13376,22	14091,71	14845,91	15640,91	16179,84
(=) Utilidad Neta	93310,30	98155,12	103267,64	108662,33	114354,46	120385,94	126825,37	133613,17	140768,20	145618,54

Elaboración: Las Autoras

EVALUACIÓN FINANCIERA

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

FLUJO DE CAJA.

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

Cuadro Nº 83

DENOMINACIÓN	PERIODOS										
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS											
Ingreso por ventas		1.246.847,82	1.311.586,21	1.379.901,61	1.451.987,53	1.528.047,96	1.608.642,91	1.694.689,04	1.785.390,27	1.880.998,44	1.945.810,61
Capital propio	225182,42										
Crédito	40000,00										
Valor residual					658,60		1716,80				15242,70
TOTAL INGRESOS	265182,42	1246847,82	1311586,21	1379901,61	1452646,13	1528047,96	1610359,71	1694689,04	1785390,27	1880998,44	1961053,31
EGRESOS											
Activo fijo	171442,95										
Activo diferido	2441,10										
Activo circulante	91298,37										
Reinversión					802,00		1716,80				
Costo Total		1084215,50	1140509,75	1199914,45	1262597,85	1328737,35	1398819,92	1473642,65	1552513,28	1635650,81	1692009,23
TOTAL EGRESOS	265182,4246	1084215,50	1140509,75	1199914,45	1263399,85	1328737,35	1398819,92	1473642,65	1552513,28	1635650,81	1692009,23
Utilidad Gravable		162632,32	171076,46	179987,17	189246,28	199310,60	211539,79	221046,40	232876,99	245347,62	269044,08
(-) 15% Utilidad Trabajador		24394,85	25661,47	26998,08	28386,94	29896,59	31730,97	33156,96	34931,55	36802,14	40356,61
(=) Utilidad ante Impuestos		138237,48	145414,99	152989,09	160859,34	169414,01	179808,82	187889,44	197945,44	208545,48	228687,47
(-) 25% Impuestos a la Renta		34559,37	36353,75	38247,27	40214,83	42353,50	44952,20	46972,36	49486,36	52136,37	57171,87
UTILIDAD NETA		103678,11	109061,25	114741,82	120644,50	127060,51	134856,61	140917,08	148459,08	156409,11	171515,60
Depreciaciones		15531,00	15531,00	15531,00	15531,00	15531,00	15531,00	15531,00	15531,00	15531,00	15531,00
Amortizaciones diferidas		244,11	244,11	244,11	244,11	244,11	244,11	244,11	244,11	244,11	244,11
FLUJO NETO	0,00	119453,22	124836,36	130516,93	136419,62	142835,62	150631,73	156692,19	164234,20	172184,22	187290,72

Elaboración: Las Autoras

VALOR ACTUAL NETO

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

Cuadro N° 84

Años	Flujo Neto	Fact. Actual 15%	Flujo descontado
0	-265.182,42		
1	119.453,22	0,869565	103.872,37
2	124.836,36	0,769468	96.057,52
3	130.516,93	0,674972	88.095,21
4	136.419,62	0,592080	80.771,36
5	142.835,62	0,519369	74.184,35
6	150.631,73	0,455587	68.625,79
7	156.692,19	0,399637	62.620,05
8	164.234,20	0,350559	57.573,78
9	172.184,22	0,307508	52.948,02
10	187.290,72	0,269744	50.520,51
Total			735.268,96
Inversión			-265.182,42
VAN			470.086,53

Elaboración: Las Autoras

- Fórmula del Factor de Actualización:

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

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

- Para determinar el VAN se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = \text{Sumatoria VAN} - \text{Inversión inicial}$$

$$\text{VAN} = 735.268,96 - 265.182,42$$

$$\text{VAN} = 470.086,53$$

El valor actual neto en el presente proyecto es de 470.086,53 dólares; por lo tanto se acepta el proyecto.

TASA INTERNA DE RETORNO

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

Cuadro N° 85

Años	Flujo Neto	Factor de descuento	Valor Actual	Factor de descuento	Valor Actual
		47,30%	Tm	48,30%	TM
0	-265.182,42		-265.182,42		-265.182,42
1	119.453,22	0,678887	81.095,19	0,6743088	80.548,36
2	124.836,36	0,460887	57.535,46	0,4546924	56.762,14
3	130.516,93	0,312890	40.837,45	0,3066031	40.016,90
4	136.419,62	0,212417	28.977,83	0,2067452	28.204,10
5	142.835,62	0,144207	20.597,89	0,1394101	19.912,73
6	150.631,73	0,097900	14.746,87	0,0940055	14.160,21
7	156.692,19	0,066463	10.414,25	0,0633887	9.932,52
8	164.234,20	0,045121	7.410,40	0,0427436	7.019,96
9	172.184,22	0,030632	5.274,35	0,0288224	4.962,76
10	187.290,72	0,020796	3.894,83	0,0194352	3.640,03
		VAN Tm	5.602,11	VAN TM	-22,73

Elaboración: Las Autoras

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

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

$$TIR = 47,30 + 1 \left(\frac{5.602,11}{5.602,11 + 22,73} \right)$$

$$TIR = 48,30\%$$

La tasa interna de retorno en el presente proyecto es de 48,30% siendo este mayor al resto de oportunidad, por lo tanto es rentable.

RELACIÓN BENEFICIO-COSTO

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

Cuadro Nº 86

Año	Ingresos Original	Costos Originales	Factor Actualización 15%	Ingresos Actualizados	Costos Actualizados
1	1246847,82	1084215,50	0,869565	1084215,50	942796,08
2	1311586,21	1140509,75	0,769468	1009223,00	877585,22
3	1379901,61	1199914,45	0,674972	931394,28	809908,07
4	1451987,53	1262597,85	0,592080	859693,18	747559,29
5	1528047,96	1328737,35	0,519369	793620,23	690104,54
6	1608642,91	1398819,92	0,455587	732876,07	637283,54
7	1694689,04	1473642,65	0,399637	677260,99	588922,60
8	1785390,27	1552513,28	0,350559	625884,73	544247,59
9	1880998,44	1635650,81	0,307508	578421,96	502975,62
10	1945810,61	1692009,23	0,269744	524870,37	456409,01
				7817460,30	6797791,57

Elaboración: Las Autoras

Para determinar la RBC se aplica la siguiente fórmula:

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

$$RBC = \frac{7817460,30}{6797791,57}$$

$$RBC = 1,15$$

La relación beneficio-costos en el presente proyecto es, que por cada dólar que se invierte se obtendrá una rentabilidad de 0,15 centavos de dólar.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

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

Cuadro N° 87

AÑOS	INVERSIÓN INICIAL	FLUJO NETO	FLUJO ACUMULADO
Inversión	-265182,42		
1		119.453,22	119.453,22
2		124.836,36	244.289,58
3		130.516,93	374.806,51
4		136.419,62	511.226,13
5		142.835,62	654.061,75
6		150.631,73	804.693,48
7		156.692,19	961.385,67
8		164.234,20	1.125.619,86
9		172.184,22	1.297.804,08
10		187.290,72	1.485.094,80
TOTAL		1.485.094,80	

Elaboración: Las Autoras

Su fórmula es:

PRC = Año anterior a la inversión + (Inversión - \sum Primeros Flujos / flujo de año que supera la inversión)

PRC = 3 + ((265182,42- 374.806,51)/ 130.516,93)

PRC = 2,16

- 2 año
- 0,16*12 meses = 1,92
- 0,92*30 días = 28

Esto nos indica que el periodo de recuperación de la inversión inicial, será de 2 años, 1 mes y 28 días.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

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

Análisis de Sensibilidad con Aumento en los Costos de un 7,53%
Cuadro N° 88

Años	Costo T. Original	Costo T. original	Ingreso Original	Actualización				
		aumentado		Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
		7,53%			31,78%		32,78%	
0				-265.182,42				
1	1084215,50	1.165.856,92	1246847,82	80.990,90	0,75884049	61.459,17	0,7531255	60.996,31
2	1140509,75	1.226.390,14	1311586,21	85.196,08	0,57583889	49.059,22	0,5671980	48.323,04
3	1199914,45	1.290.268,00	1379901,61	89.633,61	0,43696987	39.167,19	0,4271712	38.288,90
4	1262597,85	1.357.671,47	1451987,53	94.316,06	0,33159043	31.274,30	0,3217135	30.342,75
5	1328737,35	1.428.791,28	1528047,96	99.256,68	0,25162424	24.975,39	0,2422907	24.048,97
6	1398819,92	1.504.151,06	1608642,91	104.491,85	0,19094267	19.951,95	0,1824753	19.067,18
7	1473642,65	1.584.607,94	1694689,04	110.081,11	0,14489503	15.950,20	0,1374268	15.128,09
8	1552513,28	1.669.417,53	1785390,27	115.972,74	0,10995221	12.751,46	0,1034996	12.003,13
9	1635650,81	1.758.815,32	1880998,44	122.183,12	0,08343619	10.194,49	0,0779482	9.523,95
10	1692009,23	1.819.417,52	1945810,61	126.393,09	0,06331476	8.002,55	0,0587048	7.419,88
					Total	272.785,92	Total	265.142,20
					Inversión	-265.182,42	Inversión	-265.182,42
					VAN Tm	7.603,50	VAN TM	-40,22

Elaboración: Las Autoras

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

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

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

TIR DEL PROYECTO = 48,30%

NUEVA TIR

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

$$TIR = 31,78 + 1 \left(\frac{7.603,50}{7.603,50 + 40,22} \right)$$

NUEVA TIR = 32,77%

DIFERENCIA DE TIR:

Diferencia de Tir = Tir del Proyecto – Nueva Tir

Diferencia de Tir = 48,30– 32,77= **15,52%**

PORCENTAJE DE VARIACIÓN:

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

% Variación = (15,52% / 48,30%) * 100

% Variación = 32,14%

SENSIBILIDAD:

Sensibilidad = % Variación / Nueva Tir

Sensibilidad = 32,14/ 32,77

Sensibilidad = 0,98

Análisis de Sensibilidad con Disminución en los Ingresos de un 6,57%
Cuadro N° 89

Años	Ingreso Original	Ingreso original	Costo Original	Actualización				
		disminuido		Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
		6,57%			31,78%	Tm	32,78%	TM
0				-265.182,42				
1	1246847,82	1.164.929,92	1084215,50	80.714,42	0,75884049	61.249,37	0,7531255	60.788,09
2	1311586,21	1.225.415,00	1140509,75	84.905,25	0,57583889	48.891,74	0,5671980	48.158,08
3	1379901,61	1.289.242,08	1199914,45	89.327,63	0,43696987	39.033,48	0,4271712	38.158,20
4	1451987,53	1.356.591,95	1262597,85	93.994,10	0,33159043	31.167,54	0,3217135	30.239,17
5	1528047,96	1.427.655,21	1328737,35	98.917,85	0,25162424	24.890,13	0,2422907	23.966,87
6	1608642,91	1.502.955,07	1398819,92	104.135,15	0,19094267	19.883,84	0,1824753	19.002,09
7	1694689,04	1.583.347,97	1473642,65	109.705,33	0,14489503	15.895,76	0,1374268	15.076,45
8	1785390,27	1.668.090,13	1552513,28	115.576,85	0,10995221	12.707,93	0,1034996	11.962,16
9	1880998,44	1.757.416,84	1635650,81	121.766,02	0,08343619	10.159,69	0,0779482	9.491,44
10	1945810,61	1.817.970,85	1692009,23	125.961,63	0,06331476	7.975,23	0,0587048	7.394,55
					Total	271.854,73	Total	264.237,10
					Inversión	-265.182,42	Inversión	-265.182,42
					VAN Tm	6.672,30	VAN TM	-945,33

Elaboración: Las Autoras

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

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

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

TIR DEL PROYECTO = 48,30%

NUEVA TIR

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

$$TIR = 31,78 + 1 \left(\frac{6.672,30}{6.672,30 + 945,33} \right)$$

NUEVA TIR = 32,65%

DIFERENCIA DE TIR:

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR

Diferencia de TIR = 48,30 – 32,65 = **15,64%**

PORCENTAJE DE VARIACIÓN:

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

% Variación = (15,64% / 48,30%) * 100

% Variación = **32,38%**

SENSIBILIDAD:

Sensibilidad = % Variación / Nueva Tir

Sensibilidad 32,38 / 32,65

Sensibilidad = **0,99**

h. CONCLUSIONES

Luego de haber culminado con el presente trabajo investigativo, y tomando como base los resultados obtenidos en la misma les presentamos a continuación las conclusiones a las que se ha llegado:

- ✚ El producto que se ofrecerá será avena bebida láctea (en envases de tetrapak de 250 cm³), elaborados en el ciudad y Provincia de Loja.
- ✚ La demanda insatisfecha de nuestro producto para el primer año es de 513.369 litros de avena bebida láctea.
- ✚ La empresa trabajará en el primer año con una capacidad utilizada del 34,19% de la capacidad instalada que es de 100%.
- ✚ La empresa se constituirá legalmente como: **"VALDIVIESO & VEINTIMILLA " Cía. Ltda.**
- ✚ El total de la inversión para que se ponga en marcha esta empresa es de \$ 265182,42 dólares.
- ✚ Se pedirá un crédito del 15,08% del total de la inversión que es de \$40.000,00, mismo que se pedirá al Banco Nacional de Fomento (BNF).
- ✚ El costo total de producción para el primer año de operación es de \$1084215,50 dólares.
- ✚ Los costos fijos para el primer año son de \$ 39469,44 y los costos variables son \$1044746,06.
- ✚ El costo unitario de nuestro producto por 250 cm³ de avena es de \$1,09, al cual se le sumó un margen de utilidad del 15% (0,16),

dándonos como precio de venta al público \$1,25.

- ✚ El número de envases de tetrapak de 250 cm³ de avena bebida láctea a producir para el primer año es de 998402 unidades, y sus ventas totales son de \$1246847,82.
- ✚ El punto de equilibrio para el año 1 en función a las ventas tiene un total de \$243503,00 y en función de la capacidad instalada de 19,53 %
- ✚ El punto de equilibrio para el año 5 en función a las ventas tiene un total de \$ 1528047,96 y en función de la capacidad instalada de 16,33%
- ✚ El punto de equilibrio para el decimo año en función a las ventas es del \$ 291307,57 y la capacidad instalada del 14,97%.
- ✚ La utilidad neta que se obtendrá en el primer año de operaciones es de \$93310,30; mientras que su flujo neto es de \$119453,22.
- ✚ En cuanto a la Evaluación Financiera, el presente proyecto tiene los siguientes indicadores: El Valor Actual Neto de \$470.086,53; Tasa Interna de Retorno de 48,30%; Relación Beneficio Costo es de \$1,15 por cada dólar invertido la empresa gana 0,15 centavos de dólar; Periodo de Recuperación de Capital es de 2 años, 1 mes y 28 días; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 7,53% dando un total del 0,98% y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos del 6,57% dando un total del 0.99%, por lo cual el proyecto es factible.

i. RECOMENDACIONES

- ✚ Se recomienda la ejecución de este proyecto, debido a que es recomendable económicamente de acuerdo a los resultados obtenidos, además se cuenta con un amplio mercado, con materias primas de buena calidad y excelente mano de obra local, permitiendo una competencia justa.
- ✚ Para la implementación de una empresa es aconsejable realizar un buen estudio de mercado, porque es el punto de partida del proyecto con lo cual se puede mermar cualquier tipo de riesgo que pudiese existir, de tal manera que su rentabilidad y éxito sea garantizada.
- ✚ Que en un futuro se deberían realizar estudios técnicos y económicos, con la expectativa de mejorar la capacidad de producción y poder cubrir una mayor demanda del mercado, aunque esto ocasione un poco más de inversión.
- ✚ Que las instituciones de nivel superior orienten y motiven a través de los estudiantes a la población en general, mediante programas de capacitación y apoyo al desarrollo empresarial, y así propiciar la generación de fuentes de trabajo que indican positivamente en la economía de Loja y el país.
- ✚ A los inversionistas y futuros emprendedores que deseen formar parte de esta iniciativa empresarial, tomar en consideración el presente proyecto ya que es factible.

j. BIBLIOGRAFÍA

- Microsoft® Encarta® 2008. © 1993-2007 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.
- www.yahoo.com “ESTUDIO DE MERCADO”; © Agence Pour la Création d’Entreprises (APCE)
- www.google.com “DICCIONARIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS” Factores de Producción.
- “ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN”; Guía de Estudio, Módulo X; Carrera de Administración de Empresas; Área Jurídica, Social y Administrativa; Editorial Universitaria; UNL Loja- Ecuador, 2004 – 2005.
- guias@economia.gob.mx, “PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS”; Secretaría de Economía, 22 de diciembre del 2004; México.
- ROSEMBERG, Jerry M. “DICCIONARIO INTERACTIVO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS”, Grupo Editorial Océano. SEPARATAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA. 2005.
- “DICCIONARIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS” Factores de Producción.

k. ANEXOS:**ANEXO Nº 1****FICHA RESUMEN DEL PROYECTO****a. TEMA:**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PAR LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE AVENA (BEBIDA LÁCTEA) PAR LA CIUDAD DE LOJA”

b. PROBLEMÁTICA:

DELI-AVENA será una empresa productora y comercializadora de productos alimenticios siendo su objetivo, ofrecer un producto de la más alta calidad en el mercado, satisfaciendo con las más altas expectativas de los clientes, mejorando, día a día, con un éxito plan de liderazgo en el mercado regional, consolidándonos como una empresa solida y abierta a la crítica, cuando se trate de calificar los programas y productos. Demostrando que el proceso es organizado, con una buena tecnología de planificación en control y insumos completamente “naturales”.

Actualmente se puede observar que las personas no utilizan una buena manipulación de alimentos y mas tratándose de productos derivados de la leche, siendo estos más vulnerables para su descomposición y contaminación; y un segundo problema son los altos costos de este producto en el mercado, por la cual todas las personas no lo consumen.

En nuestra vida la experiencia juega un papel primordial como medio de aprendizaje: aprenderemos a comer, a caminar, a comunicarnos mediante

ensayo y error. Cuando realizamos un acto y vemos la consecuencia de ello. Nuestros antecedentes serian eso que se llama intuición, olfato o corazonada, jugando un papel importante esas ganas de realizarnos como emprendedores e innovadores, escogiendo este producto; ya que podríamos decir que lo conocemos y sabemos su desenvolvimiento en el mercado, escogido no solo por ser alimenticio, sino por llevar a cabo diversas campañas de salud y crear una cultura de alimentarnos sanamente, no teniendo la experiencia en este tipo de productos, pero con el objetivo de alcanzarlo mediante ensayo y éxito.

Pensando en un futuro e inversión: **DELI-AVENA** tiene la gran mentalidad de compra de equipos industriales: como maquinas pasteurizadas con programadores lógicos de control, con el fin de obtener más rapidez, variedad y calidad de productos-servicios.

Nuestra misión es ser una organización líder, ofreciendo un producto de la más alta calidad en el mercado, satisfaciendo las más altas expectativas de los clientes y los productos alimenticios, atreves de acciones de calidad, innovación, eficiencia, rentabilidad y servicio.

Nuestra visión es mejorar día a día mantener un plan de liderazgo en el mercado local, posicionándonos como una empresa solida y abierta a la crítica, cuando se trate de calificar nuestros programas y productos.

NUESTRA META ES:

- Demostrar que todo el proceso es organizado, limpio y con buena tecnología de planificación en control.

- Todo ello para llegar a la recompensa que darán los clientes certificando los productos con las normas de calidad de higiene.

DELI-AVENA como empresa de productos alimenticios tendrá un alto compromiso con la calidad, respetando el medio ambiente y utilizando solo materia prima que se pueda reciclar; no descartando los valores relativos a la sociedad. En DELI-AVENA actuaremos con responsabilidad y confiabilidad.

El producto entraría a competir con sus nuevos sabores, sus bajos preservantes, su precio, tratamiento del producto, empaque, valor nutricional, la rapidez en producción y tiempos de entrega.

Con la mentalidad siempre de llevar a cabo las ideas, vendiendo el producto totalmente y en gran cantidad, venciendo a los competidores y aprovechándonos de sus debilidades para la elaboración del nuevo producto.

Para llegar a todo se verá cambios, como lo serán sus sabores y empaque, dando así una adaptación u una nueva demanda dentro del mercado, pero sin llegar a perder la finalidad y objetivos de nuestro producto; ya que contarán con programas educativos y medicinales, mostrando así las ventajas de seleccionar el nuestro.

Logrando así contar con la ayuda de expertos en la materia, la cual estén dispuestos a darnos su experiencia en el producto y la comercialización de ello.

DEBILIDADES Y AMENAZAS

INTERNAS

- Poco capital de inversión
- Ninguna experiencia en creación de empresa.

EXTERNAS

Como se sabe, empezar una empresa de la noche a la mañana es muy complicado, además, conociendo que entraríamos a competir con grandes productos y empresas que ya están al mando, siendo más o menos unas 5 empresas; como es el caso de la avena Alpina, Quaker, Nestle, Parmalat, entre otros.

No podemos decir que la avena no da ganancia, ni empleos, pues entonces como a sobrevivido avena Alpina hasta ahora o cuantas tiendas, panaderías y micro-empresas, fabrican este producto caseramente par el consumo de diversas personas y sobreviviendo casi de ello.

Debido a la fuerte competencia mejoraremos cada día más nuestros productos, cumpliendo con las mayores normas de exigencia y calidad del cliente, proponiendo así en un futuro exportar nuestro producto a diversas partes del país; ya que la avena es muy apetecidas por las personas, además recomendada por los médicos de toda clase de pacientes.

c. OBJETIVOS

General:

- Realizar el estudio de factibilidad para conformar una empresa productora de avena como bebida láctea, con el fin de ser empresarios y generar empleos, contribuyendo al desarrollo socioeconómico de la ciudad de Loja.

Específicos:

- Llevar a efecto un estudio de **mercado**, que permita determinar la oferta del producto; la aceptación y demanda potencial por parte del mercado meta y los canales de **distribución** disponibles para la comercialización del producto.
- Realizar un estudio **técnico**, con la finalidad de determinar el tamaño, localización e ingeniería del proyecto.
- Realizar un estudio **financiero** para determinar la inversión y financiamiento para la implementación y puesta de la empresa DELI-AVENA.
- Realizar la **evaluación financiera** en base a los indicadores financieros como son el VAN, la TIR, Relación Beneficio/Costo, Análisis de sensibilidad y Periodo de Recuperación del Capital.
- Proponer una estructura orgánica funcional de la empresa.

d. HIPÓTESIS

- **Hipótesis General**

Es factible la implementación de una empresa productora de avena (bebida láctea) en la Ciudad de Loja debido a la mano de obra disponible, demanda del producto y rentabilidad que puede generar el proyecto.

- **Variables Dependientes**

Es la factible la implementación de una empresa productora de avena (bebida láctea) en la Ciudad de Loja.

- **Variables Independientes**

Disponibilidad de mano de obra

Rentabilidad económica.

e. METODOLOGÍA

Materiales

Para el desarrollo del presente proyecto se utilizó los siguientes materiales:

Materiales de Oficina

- Computadora
- Esferos
- Lápices
- Flash Memory
- Papel
- CD's

Métodos

La realización del presente trabajo investigativo: “Estudio de Factibilidad Para La Implementación de una Empresa Productora de Avena (Bebida Láctea) para la Ciudad De Loja”, exige el manejo de diversos métodos y técnicas para el desarrollo eficiente del tema. A continuación se describe los métodos y técnicas utilizadas:

- **Método descriptivo - analítico:** Este método se utilizó durante el desarrollo de toda la investigación, puesto que se realizó un proceso descriptivo – analítico. Permitió describir de forma real las diferentes circunstancias y situaciones que preceden a la creación y puesta en marcha de la empresa.
- **Método inductivo:** Que consiste en un proceso analítico- sintético del cual se parte para el estudio de hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley general. Este método nos permitió conocer la forma particular de la producción de avena en la ciudad de Loja, a su vez nos indico de forma general la situación del mercado en la ciudad.
- **Método deductivo:** Este método es un proceso sintético analítico que presenta, conceptos, principios, definiciones, leyes generales de las cuales se extrae conclusiones y consecuencias. Permitió obtener conclusiones validas para determinar si es viable o no la creación del proyecto, conociendo de forma real el entorno donde se ubica la empresa.

Técnicas

Para el desarrollo del trabajo de investigación se utilizara algunas técnicas de investigación como: encuestas, observación directa, las mismas que sirven para determinar algunos parámetros dentro del estudio de campo, como parte del diagnóstico a ejecutar en la presente investigación; así tenemos:

Observación Directa: Permitió ponernos en contacto con los hechos y actos que permitieron registrar y valorar comportamientos observados, para obtener un conocimiento real.

Encuesta

- Se aplicó una encuesta a 397 familias de la Provincia de Loja con la finalidad de conocer si el producto va a tener acogido en el mercado.
- Otra encuesta se aplicó a las comercializadoras de productos de consumo masivo de la ciudad de Loja.

POBLACIÓN

La población tomada para este proyecto fue en la ciudad de Loja, de la cual he tomado solo a las familias por cuanto es un producto alimenticio consumido por las familias con una tasa de crecimiento de 2.65%.

En los datos obtenidos del Instituto nacional de estadísticas y censo en el año 2010 la población en la ciudad de Loja es de 180.617 habitantes.

**CUADRO DE PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE
LOJA**

Cuadro N° 1

Año	Población de la ciudad de Loja	Familias		
	2,65%			
2010	180617	45154		
2011	185403	46351		
2012	190317	47579	Fuente: INEC 2010	Elaborado: Las

Autoras

**CUADRO DE PROYECCIÓN DE PARROQUIAS URBANAS
Cuadro N° 2**

POBLACIÓN PARROQUIAS URBANAS					
PARROQUIAS	HABITANTES 2010	TASA DE CRECIMIENTO	PROYECCIÓN 2011	PROYECCIÓN 2012	FAMILIAS
EL VALLE	32511	2,65%	33373	34257	8564
EL SUCRE	63216	2,65%	64891	66611	16653
EL SAGRARIO	25286	2,65%	25956	26644	6661
SAN SEBASTIÁN	59604	2,65%	61183	62805	15701
TOTAL	180617	2,65%	185403	190317	47579

Fuente: INEC 2010
Elaborado: Las autoras

MUESTRA

Para determinar la muestra se ha tomado el número de familias en la ciudad de Loja del año 2012 que representa a 47579 familias.

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

<p>n= Tamaño de muestra e= Margen de error (5%)=0,05 N= Población o universo 1= Constante</p>

$$n = \frac{47579}{1 + (0.05)^2 47579}$$

$$n = \frac{47579}{1 + 118.95} = 397$$

CUADRO DE DISTRIBUCIÓN DE LAS ENCUESTAS

Parroquias urbanas	Cuadro N° 3 Población de familias	Encuestas
El Valle	8564	71
El Sucre	16653	139
El Sagrario	6661	56
San Sebastián	15701	131
TOTAL	47579	397

Fuente: INEC 2010

Elaborado: Las Autoras

Así mismo se procedió a determinar el tamaño de la muestra para aplicar las encuesta a las diferentes comercializadoras, de acuerdo a los establecimientos registrados en el Ilustre Municipio de Loja que son en un número de 1.286 locales comerciales, considerándose que cada año se registran un local comercial que equivale al 0,1%.

Para determinar el tamaño de la muestra se procedió a aplicar la siguiente fórmula:

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

1.286

$$n = \frac{\dots}{1 + (0.05)^2 (1.286)}$$

$n = 305$ Locales comerciales.

Para proceder a aplicar las encuestas se tuvo que realizar un censo de los locales comerciales que existían en cada una de las parroquias y de esa forma distribuir el número de encuestas.

Censo de Locales Comerciales y Correlación Muestral

Cuadro Nº 4

PARROQUIAS	LOCALES COMERCIALES	PORCENTAJE	Nº DE ENCUESTAS APLICAR
Valle	365	28%	87
Sagrario	225	17%	53
Sucre	344	27%	82
San Sebastián	352	27%	83
TOTAL	1.286	100%	305

Fuente: Ilustre Municipio del Cantón Loja

PROCEDIMIENTO

Una vez aplicados los instrumentos de investigación al sector en estudio, se procedió a sistematizar la información de acuerdo a las respuestas obtenidas, representada a través de cuadros y gráficos estadísticos, de esta forma se obtuvo una mayor comprensión sobre los datos realizando un análisis e interpretación de la información; estos datos son de vital importancia ya que permitió determinar la oferta y demanda, así como la existencia de la demanda insatisfecha.

Posterior al estudio de mercado se ejecutó el estudio técnico, con la finalidad de determinar el tamaño, localización e ingeniería de proyecto. Una vez realizado ese estudio se procedió a presentar una propuesta organizacional para la nueva unidad productiva, a fin de establecer su base legal y su estructura organizacional.

ANEXO Nº 2

ENCUESTA APLICADA A LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE LOJA

Datos Específicos

11. ¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

100-200 ()

201-400 ()

401-600 ()

601-800 ()

801-1000 ()

12. ¿En su hogar consumen avena?

SI ()

NO ()

13. ¿En que presentación adquieren en su hogar la avena?

Avena Cruda ()

Bebida Láctea (Avena). ()

14. ¿Qué Cantidad de Avena (bebida láctea) consume Semanalmente?

De 1 a 2 litros ()

De 3 a 4 litros ()

De 5 a 6 litros ()

15. ¿Qué marca de avena (bebida láctea) es de su preferencia?

Apiña ()

Tony ()

Nutrí ()

Avena ()

Nestlé ()

16. ¿A que precio adquiere los 250 cm³ de Avena (bebida láctea)?

Apiña

Tony

Nutrí

Avena

Nestlé

17. ¿A En qué lugar adquiere la avena (bebida Láctea)?

Autoservicios ()

Tiendas ()

Cafeterías ()

Panaderías ()

Otros ()

18. ¿Al implementarse una empresa en la ciudad de Loja de Bebida Láctea de Avena en envase tetrapak, usted adquiriría el producto?

SI ()

NO ()

19. ¿En qué presentación le gustaría adquirir el producto?

Tetrapak de 250 cm³ ()

TetrapaK de 1 litro ()

20. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría que se haga conocer el producto?

Radio ()

Televisión ()

Prensa Escrita ()

Hojas Volantes ()

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

ENCUESTAS APLICADAS A LAS COMERCIALIZADORAS DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO DE LA CIUDAD DE LOJA

9. Tipo de Negocio:

Autoservicios ()

Tiendas ()

Comerciales ()

Panaderías ()

10. Comercializa en su negocio avena (bebida láctea)

SI ()

NO ()

11. ¿Qué marca de avena vende?

Apiña ()

Tony ()

Nutrí ()

Avena ()

Nestlé ()

12. ¿Qué cantidad promedio vende diariamente?

1 a 3 ()

4 a 6 ()

7 a 9 ()

13. ¿El precio que usted recibe por la comercialización de avena, compensa la inversión realizada?

SI ()

NO ()

14. El producto que usted adquiere, tiene procedencia:

Local ()

Nacional ()

Internacional ()

15. ¿Está de acuerdo con la instalación de una empresa productora y comercializadora de avena en la ciudad de Loja?

SI ()

NO ()

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

ANEXO Nº 3

MARCA DE AVENAS QUE SE COMERCIALIZA EN LA CIUDAD DE LOJA



ANEXO N° 4

Autoservicios:

Los autoservicios de la ciudad de Loja son:

- Zerimar
- Tía
- Romar
- Mercatone
- Pineda
- Hiper valle
- Tu Sitio Market
- Mercamax
- Ecomarque
- Mega ofertas
- Cobalto
- Maribel Jaramillo
- Puertas del sol
- Distribuidora Granda
- Yerovi
- Light
- San Chabaco
- Supermaxi
- Supermercado Lisbeth
- Auto Service Tío Martín

Panaderías:

Entre las principales panaderías en la ciudad de Loja tenemos:

- Panadería Produpan
- Pan Delicioso

- Cesta del Sabor
- Pan Nuestro
- Pan Favorito
- El Panero
- Pendería Jordy
- Pendería Tanta Nativa
- Repostería Souseta
- Panificadora Nancyta
- Panadería Tartaleta
- Panadería Arciniega
- Panadería La Europea
- Serví Pan
- Panadería Genovessa
- Panadería cesta Pan
- Panadería Tartaleta
- Entre otras

Comerciales

Entre los principales negocios comerciales de consumo de la ciudad de Loja tenemos:

- Dani comercio
- Comercial Celi
- Comercial Gonzaga
- Comercial Ayora
- Comercial Samaniego
- Comercial Vivanco
- Comercial María Jaramillo
- Comercial Gala
- Comercial J & S
- Comercial Ximena
- Comercial Serrano
- Comercial Gonzales

- Comercial Doménica
- Comercial Jiménez
- Comercial Hnos. Yerovi
- Frigorífico del sur
- Comercial Vanessa
- Comercial Taty
- Frigorífico Josué
- Comercial Mareidy
- Comercial Ramírez – Peralta
- Comercial Yanel
- Comercial Yadira
- Comercial R & R
- Comercial Galon
- Supermercado su Canasta
- Mega Frigorífico del Sur
- Frigorífico “La Hacienda”
- Supermercado Viche
- Comercial Reina del Cisne
- Comercial Moreno
- Comercial Paladines
- Comercial El Popular
- Abarrotes Maldonado
- Comercial Torres
- Comercial Panda
- Comercial Mercado el Arsenal
- Comercial Central Market
- Comercial Hugo Vivanco
- Bodega Central
- Comercial Supertodo
- Comercial Santiaguito
- Comercial Balcázar

- Galmax micro mercado
- Bodega
- Micromercado Andreita
- Productos el Madrigal
- Entre otras

Tiendas

Las Tiendas en la ciudad de Loja tenemos:

- Dispensa Minimarket
- Minimarket las Golosinas de David
- Despensa Barcelona
- Tienda Patillo
- Su Bodeguita Rolem
- Su Bodeguita
- Despensa Paolita
- Minimarket mj & m
- Minimarket Raquelita
- Despensa Martita
- Don Pepe
- Tu barrio
- Entre otras (algunas sin nombres)

ÍNDICE GENERAL

Caratula.....	I
Certificación.....	II
Autoría.....	III
Agradecimiento.....	IV
Dedicatoria.....	V
a.Titulo.....	1
b.Resumen.....	2
c.Introducción.....	8
d. Revisión de Literatura.....	10
e. Materiales y Métodos.....	32
f. Resultados.....	38
Encuestas Aplicada a los Demandantes.....	38
Encuestas dirigida a los Oferentes.....	50
g.Discusión.....	58
Estudio de Mercado.....	60
Análisis de la Demanda.....	60
Análisis de la Oferta.....	63
Estudio Técnico.....	70
Macro localización.....	74
Micro localización.....	75
Estudio Administrativo.....	86
Organigramas.....	90
Manual de Funciones.....	93
Estudio Financiero.....	101
Resumen de Activos.....	119

Financiamiento.....	134
Presupuesto de Costos.....	122
Estado de Pérdidas y Ganancias.....	134
Evaluación Financiera.....	135
h. Conclusiones.....	144
i.Recomendaciones.....	146
j.Bibliografía.....	147
k.Anexos.....	148
l.Índice General.....	169