



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**TITULO.**

**"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE  
UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE AVENA  
CASERA CON SABOR A VAINILLA BEBIDA LACTEA EN LA CIUDAD  
DE HUAQUILLAS PROVINCIA DE EL ORO"**

*Proyecto de tesis previo a la obtención del  
grado de Ingeniera Comercial .*

**AUTORA:**

*Estela Mercedes Campoverde Chica*

**DIRECTOR:**

*Ing.Com. Rodrigo Culcay*

**LOJA – ECUADOR**

**2012 - 2013**

Ing. Com. Rodrigo Culcay

**DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**DIRECTOR DE TESIS**

**CERTIFICA:**

Que luego de haber dirigido y revisado detenidamente el contenido de este proyecto, el cual se ajusta al Ciclo de Titulación el mismo que titula **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE AVENA CASERA CON SABOR A VAINILLA BEBIDA LÁCTEA EN LA CIUDAD DE HUAQUILLAS PROVINCIA DE EL ORO”** de la autoría de la señorita: Estela Mercedes Campoverde Chica, y habiendo cumplido con los requerimientos exigidos, autorizo su presentación para los fines legales consiguientes.

Loja, 18 de Febrero del 2013

---

**Ing. Com. Rodrigo Culcay**

**DIRECTOR DE TESIS**

## AUTORÍA

Los contenidos del presente proyecto, criterios, opiniones, ideas, procedimientos de investigación, resultados, conclusiones y recomendaciones son de exclusiva responsabilidad de la Autora quien firma para su constancia:

---

**Estela Mercedes Campoverde Chica**

## DEDICATORIA

Son muchas las personas especiales a las que me gustaría agradecer su amistad, apoyo, ánimo y compañía en las diferentes etapas de mi vida, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

A ti Dios que me diste la oportunidad de vivir y regalarme una familia maravillosa.

A mis padres que me dieron la vida y que estuvieron conmigo en todo momento, y a quienes prometí terminar mi carrera universitaria, gracias papá y mamá por su apoyo moral y económico. A mis hermanos y sobrinos que fueron mi inspiración para seguir adelante los quiero mucho.

A mis abuelitos y mis tíos que con sus consejos supieron guiarme por buen camino.

**Estela Mercedes Campoverde Chica**

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero hacer extensivo mi eterno y profundo agradecimiento a todas las Autoridades de la Universidad Nacional de Loja, personal Docente y Administrativo del Área: Jurídica, Social y Administrativa, por haberme permitido superarme en mi carrera universitaria.

Expreso un sincero y especial reconocimiento de gratitud para el Señor Ingeniero Comercial Rodrigo Culcay. Docente de la Carrera de Administración de Empresas y Director de Tesis, quien con su orientación y valioso conocimiento supo guiarme en el desarrollo de mi proyecto de tesis.

De igual manera agradezco a las personas quienes me proporcionaron su tiempo y la información requerida lo que me permitió alcanzar los objetivos establecidos en el proyecto.

**LA AUTORA**

## a.) TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA  
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA  
DE AVENA CASERA CON SABOR A  
VAINILLA (BEBIDA LÁCTEA) EN LA  
CIUDAD DE HUAQUILLAS, PROVINCIA  
DE EL ORO”

## **b. RESUMEN**

Actualmente se puede observar que las personas no utilizan una buena manipulación de alimentos y aun más conociéndose de productos derivados de la leche, siendo estos más vulnerables para su descomposición y contaminación. La preocupación siempre ha sido y será la de dar a los clientes lo mejor en productos y servicios, por esta causa es elemental llevar a cabo una indagación de mercado y que gracias a esto se pretende saber cuales son los intereses del consumidor frente al producto.

El presente trabajo ha sido desarrollado en la Ciudad de Huaquillas, provincia de El Oro con el objetivo de realizar un “Proyecto de Factibilidad para la implementación de una Empresa Productora y Comercializadora de Avena Casera con Sabor a Vainilla (bebida láctea), con la finalidad de ofrecer un excelente producto de buena calidad, nutritivo, saludable y económico que satisfaga las necesidades de la ciudadanía.

De esta manera se ha desarrollado esta gran idea con el objetivo de ser empresarios y generar oportunidades de empleo, apoyando al desarrollo socioeconómico de la región.

El estudio inicia con una Introducción, donde presenta con absoluta claridad la problemática de la investigación y su aplicación práctica, seguida de la Revisión de Literatura, que contiene todo los conceptos teóricos sobre el

tema, luego se detalla los Materiales y Métodos utilizados para el desarrollo del presente proyecto.

A continuación se presenta los resultados básicos del proyecto los mismos que fueron obtenidos gracias a la colaboración de varias personas, y que sirvieron para su comprobación entre los cuales tenemos:

El Estudio de Mercado establece las condiciones de la Oferta, la Demanda y las estrategias de marketing, se diseñó también un Estudio Técnico para establecer los procesos necesarios, como el tamaño de la planta, la localización, capacidad instalada y utilizada, ingeniería del proyecto además de efectuar un estudio administrativo legal en donde se define la visión, misión y objetivos de la Empresa, así como también se indica la estructura organizativa empresarial y las funciones sobre las cuales se desarrolla, entre las cuales tenemos el manual de funciones indicando las tareas para cada puesto, la naturaleza de trabajo y los requisitos que los empleados deberán cumplir para ejercer dichos cargos.

Finalmente se desarrolló el Estudio Financiero que consta de una Inversión de \$ **53.142,40** también se detalla los Activos Fijos, Activos Diferidos y Capital de Trabajo, además se realizó un Presupuesto de Operación, un Análisis de Costos e Ingresos para cada año de vida útil del proyecto, el Estado de Pérdidas y Ganancias para los cinco años de vida útil del proyecto y la respectiva clasificación de costos.



El Estudio Financiero cuenta con el cálculo de los Puntos de Equilibrio para el primero y quinto año de vida útil del proyecto, además el Flujo de Caja para cada año y los diferentes indicadores financieros, como el VALOR ACTUAL NETO que es de \$ 60.903,12 el cual muestra que el proyecto es rentable ya que cubre la inversión necesaria además de mantener un rubro promedio de utilidades, la TASA INTERNA DE RETORNO que es del 55,56%, la RELACION BENEFICIO COSTO de \$ 1,18 deduciendo que por cada dólar invertido se espera obtener una ganancia de 0,18 centavos. También tenemos el Análisis de Sensibilidad indicando el 24,49% de Incremento en los costos y el 17,43% de Disminución en los ingresos.

Y por último se expone las Conclusiones y Recomendaciones a las que he llegado después de terminar el Proyecto de Tesis.

## **b. SUMMARY**

At the moment one can observe that people don't use a good manipulation of allowances and even more being known of derivative products of the milk, being these more vulnerable ones for their decomposition and contamination. The concern has always been and it will be the one of giving the clients the best thing in products and services, for this cause it is elementary to carry out a market inquiry and that thanks to this it is sought to know which are the consumer's interests in front of the product.

The present work has been developed in the City of Huaquillas, county of The Gold with the objective of carrying out a "Project of Feasibility for the implementation of a Company Producer and Comercializadora of Homemade Oat with Flavor to Vanilla (milky drink), with the purpose of offering an excellent product of good quality, nutritious, healthy and economic that satisfies the necessities of the citizenship.

This way this great idea has been developed with the objective of to be managers and to generate employment opportunities, supporting to the socioeconomic development of the region.

The study begins with an Introduction, where it presents with absolute clarity the problem of the investigation and its practical application, followed by the Revision of Literature that contains the whole theoretical concepts on the

topic, then is detailed the Materials and utilized Methods for the development of the present project.

Next it is presented the basic results of the project the same ones that were obtained thanks to the collaboration of several people, and that they were good for their confirmation among which we have:

The Study of Market establishes the conditions of the Offer, the Demand and the marketing strategies, it was also designed a Technical Study to establish the necessary processes, as the size of the plant, the localization, installed capacity and used, engineering of the project besides making a legal administrative study where is defined the vision, mission and objectives of the Company, as well as it is indicated the managerial organizational structure and the functions on which is developed, among which we have the manual of functions indicating the tasks for each position, the working nature and the requirements that the employees will complete to exercise this positions.

Finally the Financial Study was developed that consists of an Investment of **\$53.142,40** are also detailed the Fixed assets, Deferred assets and working Capital, he/she was also carried out an Operating budget, an Analysis of Costs and Revenues for every year of useful life of the project, the State of Losses and gains for the five years of useful life of the project and the respective classification of costs.

The Study Financial bill with the calculation of the Breakeven points for the first one and fifth year of useful life of the project, also the Flow of Fund for every year and the different financial indicators, as the NET PRESENT VALUE that is of \$60.903,12 which shows that the project is profitable since covers the necessary investment besides maintaining an item average of utilities, the INTERNAL RATE OF RETURN that is of 55,56%, the RELATIONSHIP BENEFITS COST of \$1,18 deducing that for each overturned dollar it is hoped to obtain a gain of 0,18 cents. We also have the Analysis of Sensibility indicating 24,49% of Increment in the costs and 17,43% of Decrease in the revenues.

And lastly it is exposed the Summations and Recommendations to those that I have arrived after finishing the Project of Thesis.

### **c. INTRODUCCIÓN**

El presente proyecto que se realiza durante este trabajo se llevara a cabo para la creación de una empresa productora de avena bebida láctea, esta idea nace por la expectativa y los deseos de contribuir al desarrollo económico y personal. Siendo esta una oportunidad para involucrar conocimientos técnicos y administrativos en procesos productivos, con el fin de generar cambios que impulsen al mejoramiento de técnicas de producción y de calidad del producto, la capacidad del talento humano para el desarrollo sostenible y la adopción de tecnologías limpias que permitan ser competitivos, cumpliendo con normas y estándares de mercado.

Se debe señalar que la bebida láctea con avena, es un producto apetecido por los consumidores, que buscan alimentos elaborados con características nutrientes y naturales que beneficien la salud de las personas.

La finalidad del proyecto es generar oportunidades de empleo, ingreso de divisas o transformación de productos para el mercado, con el objetivo de determinar la calidad y los costos de implementación en la industria de bebidas lácteas con avena.

Razón por la cual se ha planteado realizar esta investigación para crear un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE AVENA CASERA CON SABOR A VAINILLA BEBIDA LÁCTEA EN LA CIUDAD DE HUAQUILLAS”**.

El presente estudio consiste en determinar el diagnóstico de la demanda y la oferta existente de bebidas lácteas con avena. Para esto fue necesaria la utilización de diversos métodos que permitan determinar la muestra a partir de la Población Total que es de 50.157 habitantes en la ciudad de Huaquillas con un incremento anual de 1,92% y que para dicho proyecto se tomó la población por familia que consta de 12.539 familias en la Ciudad de Huaquillas, seguidamente se habla sobre los instrumentos de investigación.

La revisión de literatura en la que se explica los fundamentos teóricos de los estudios realizados.

En los resultados se hace la discusión de los mismos. Se encuentra información básica del producto, luego se describe la investigación de mercado, análisis de la demanda y oferta, comercialización; los mismos que sirvieron de base para estructurar el tamaño y localización de la empresa.

Se describen aspectos técnicos del proyecto específicamente sobre la instalación y funcionamiento. Luego se cuantifica las inversiones, gastos operacionales, y los posibles ingresos que generará el proyecto. En base a esto se realizó la evaluación financiera que sirvió de referencia para establecer su factibilidad de realización al registrar indicadores económico-financieros específicos.

Se realiza la Organización Administrativa que se implementará, tratándose los siguientes aspectos: Organización Jurídica que será el marco legal sobre el cual se desarrollarán las actividades, por lo que se constituirá una

Compañía de Responsabilidad Limitada. Así mismo se presenta la organización administrativa con las unidades que la conforman y sus niveles de dirección y ejecución respectivos, además se formula el manual de funciones con las actividades y deberes que deberán cumplir las personas en sus diferentes puestos de trabajo, haciéndose constar la naturaleza del trabajo a cumplir, las funciones típicas, características de clase y requisitos para el cargo a ocupar.

Para una mayor identificación de la constitución empresarial y funciones de personal, se presentan los organigramas: Estructural, Funcional y Posicional de la empresa.

Finalmente se describe lo relacionado a las conclusiones y recomendaciones en donde luego de analizar el mismo en cada una de sus faces se determinó que el proyecto es factible y por lo tanto se recomienda la puesta en marcha del mismo.

## d. REVISION DE LITERATURA

### 1. BEBIDAS LACTEAS<sup>1</sup>



#### 1.1. ANTECEDENTES

“El desarrollo tecnológico ha dado origen a la aparición de las bebidas lácteas fermentadas, las cuales también se venden bajo las denominaciones “alimento lácteo fermentado” o “producto lácteo fermentado”. Estos productos, además de que ofrecen agregar diversas bacterias benéficas y con ello favorecer el equilibrio de las poblaciones bacterianas de nuestra flora intestinal, son de fácil digestión y producen ácido láctico, que impide la proliferación de bacterias nocivas y la putrefacción de sustancias en el colon; tienen también la facultad de sobrevivir a través del sistema digestivo y, en varios casos, de reproducirse.

Cabe hacer notar que entre mayor es el número de bacterias vivas ingeridas, mayor es su funcionalidad.

---

<sup>1</sup> INTERNET, [www.buenastareas.com/ensayos/Bebida-Lactea/477797.html](http://www.buenastareas.com/ensayos/Bebida-Lactea/477797.html)



Es de vital importancia verificar que el proceso se esté realizando con todas las normas de calidad, tiempos, temperaturas establecidas, para lograr los resultados esperados.

#### **1.1.1. BEBIDA LÁCTEA CON AVENA SABOR A VAINILLA**

Es una mezcla de leche, agua, avena, edulcorantes y saborizantes naturales o artificiales y estabilizantes, obtenida mediante proceso térmico en flujo continuo, aplicado a la leche cruda o termizada a una temperatura de 135°C – 150°C con tiempos de aplicación apropiados que oscilan entre 2 y 4 s, tal que se destruyan eficazmente las esporas bacterianas resistentes al calor, seguido inmediatamente de enfriamiento a temperatura ambiente y envasado aséptico en recipientes estériles con barrera a la luz y al oxígeno, cerrados herméticamente, de tal manera que aseguren un producto comercialmente estéril sin alterar de manera esencial ni su valor nutritivo ni sus características fisicoquímicas u organolépticas. Se comercializa a temperatura ambiente.

#### **1.1.2. COMPOSICIÓN**

**Ingredientes:** Leche entera, Agua, Azúcar, Harina de Avena, Estabilizante (Carragenina), Sabor artificial de vainilla.

#### **1.1.3. ESPECIFICACIONES. CARACTERÍSTICAS SENSORIALES**

Sabor: Propio de avena con vainilla.

Aroma: Propio del producto.

Color: Propio del producto”<sup>1</sup>

## 1.2. ORIGEN DE LA AVENA<sup>2</sup>

“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.

### 1.2.1. Morfología y Taxonomía.

La avena es una planta herbácea anual, perteneciente a la familia de las gramíneas, es una planta autógena 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 bizantina*. 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.

---

<sup>2</sup> INTERNET [www.infoagro.com/herbaceos/cereales/avena.htm](http://www.infoagro.com/herbaceos/cereales/avena.htm)

### **1.2.2. Requerimientos Edafoclimáticos.**

Es considerada una planta de estación fría, localizándose las mayores áreas de producción en los climas templados más fríos, aunque posee una resistencia al frío menor que la cebada y el trigo. Es una planta muy sensible a las altas temperaturas sobre todo durante la floración y la formación del grano.

La avena es muy exigente en agua por tener un coeficiente de transpiración elevado, superior incluso a la cebada, aunque le puede perjudicar un exceso de humedad. Las necesidades hídricas de la avena son las más elevadas de todos los cereales de invierno, por ello se adapta mejor a los climas frescos y húmedos, de las zonas nórdicas y marítimas. Así, la avena exige primaveras muy abundantes de agua, y cuando estas condiciones climatológicas se dan, se obtienen buenas producciones. Es muy sensible a la sequía, especialmente en el periodo de formación del grano.

Es una planta rústica, poco exigente en suelo, pues se adapta a terrenos muy diversos. Prefiere los suelos profundos y arcillo-arenosos, ricos en cal pero sin exceso y que retengan humedad, pero sin que quede el agua estancada. La avena está más adaptada que los demás cereales a los suelos ácidos, cuyo pH esté comprendido entre 5 y 7, por tanto suele sembrarse en tierras recién roturadas ricas en materias orgánicas.”<sup>2</sup>

### 1.2.3. IMPORTANCIA DE LA AVENA EN EL MUNDO.<sup>3</sup>

“La avena pertenece a la familia botánica de las Poaceae. Se la utiliza como alimento para humanos y como forraje para los animales. La avena es una gramínea anual. Las especies más cultivadas son *Avena sativa* y *Avena bizantina*. La primera es la más cultivada de las dos especies.

La avena es el cereal que más proteínas de alto valor biológico tiene. Además posee lípidos de buena calidad y un gran número de vitaminas, minerales. También, la avena es el cereal con mayor cantidad de aceites vegetales. Posee alrededor de un 65% de grasas no saturadas y un 35% de ácido linoléico.

En su composición química se encuentran hidratos de carbono de fácil absorción, además de sodio, potasio, calcio, fósforo, magnesio, hierro, cobre, cinc, vitaminas B1, B2, B3, B6 y E. Además contiene una buena cantidad de fibras, que no son tan importantes como nutrientes pero que contribuyen al buen funcionamiento intestinal.

La avena es sembrada a principios de la primavera, para ser cosechada a fines del verano. Es exigente en agua por su alto coeficiente de transpiración, aunque el exceso puede perjudicarla. Es poco resistente a la sequía. Debido a que el sistema reticular de la avena es más profundo, puede aprovechar

---

<sup>3</sup> INTERNET, [www.cytcereales.blogspot.com/2010/09/importancia-de-la-avena-en-el-mundo.html](http://www.cytcereales.blogspot.com/2010/09/importancia-de-la-avena-en-el-mundo.html)

mejor los nutrientes del suelo, por lo que requiere de menor cantidad de fertilizantes para su desarrollo.

En general la avena es utilizada primordialmente como cereal forrajero (para la alimentación del ganado) y en menor cantidad para alimentación humana. La Avena es un alimento muy importante para comenzar el día (desayuno). Además de estos componentes esenciales, la avena contiene otros elementos no tan importantes desde el punto de vista nutritivo, pero necesarios para el buen funcionamiento intestinal. Se trata de sustancias insolubles que, ingeridas con la alimentación, no se absorben en el intestino. Sin embargo, estas sustancias resultan de una extraordinaria importancia para la buena digestión. Es lo que normalmente conocemos como 'fibra'. La fibra aumenta el contenido del intestino, con lo cual ayuda a prevenir como a eliminar el estreñimiento.

Los mayores productores de avena son Rusia, Canadá, EE. UU., Australia, Finlandia, Alemania, Polonia y Suecia.”<sup>3</sup>

### **1.3. ¿POR QUÉ CONSUMIR AVENA?<sup>4</sup>**

“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.

---

<sup>4</sup> INTERNET, [www.monografias.com/trabajos19/fortiavena/fortiavena.shtml](http://www.monografias.com/trabajos19/fortiavena/fortiavena.shtml)

#### 1.4. PROPIEDADES DE LA AVENA

Las siguientes 9 razones para consumir alimentos ricos en fibra son condensadas de un artículo; que apareció en la revista Shape.

- La fibra disminuye el apetito: Ellos ocupan más campo en el estómago y Ud. 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 Ud. Consuma, el cuerpo absorbe siete calorías menos.

- La fibra reduce el colesterol. La fibra disminuye la grasa.
- La fibra reduce el riesgo de la 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.
- La fibra ayuda a proteger el cáncer en los senos y el colon.
- La fibra se une y remueve los 22 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).”<sup>4</sup>

### **1.5. VALOR NUTRICIONAL.**<sup>5</sup>

“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 digestibles 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 del grano de avena:

Hidratos de carbono.66,3g

Fibra.10,6g

Proteínas.16,9g

Azúcares.-

Ácidos grasos totales.6,9g

Ácidos grasos saturados (AGS).1,2g

Ácidos grasos mono insaturados (AGM).2,2g

Ácidos grasos poliinsaturados (AGP).2,5g

---

<sup>5</sup> INTERNET, [www.nutricion.nichese.com/avena.html](http://www.nutricion.nichese.com/avena.html)

Omega-3.1,1mg

Omega-6.2424mg”<sup>5</sup>

## **2. LA AVENA ES UNO DE LOS CEREALES MÁS COMPLETOS<sup>6</sup>**

“Es el cereal que más aminoácidos esenciales contiene, sobretodo la Lisina. Además contiene una buena proporción y cantidad de ácidos grasos esenciales, comparado con el resto de cereales. La avena también es muy rica en fibra.

Las personas que realizan un gran esfuerzo físico y las personas que desean adelgazar, tienen en el cereal de la avena un gran aliado, ya que sus hidratos de carbono se metabolizan lentamente en el hígado aportando la glucosa necesaria para no tener la sensación de pérdida de energía.

A diferencia de otros cereales, la avena siempre se consume en su forma integral, el motivo es porque el salvado y el germen están unidos al grano. Por eso, la avena contiene más vitaminas, minerales y fibra que los demás cereales.

### **2.1. PRESERVANTES**

A esta avena se le piensa disminuir los preservantes, por lo menos en un 50 % para que no haya mucha grasa, libre de colesterol y baja en sodio.

---

<sup>6</sup> INTERNET, [www.monografias.com/trabajos19/fortiavena/fortiavena.shtml](http://www.monografias.com/trabajos19/fortiavena/fortiavena.shtml)



Para lograrlo tendremos en cuenta el proceso de la **Pasteurización**, Este proceso se llama así en honor del químico francés Louis Pasteur, quien lo ideó en 1865, con el fin de inhibir la fermentación del vino y de la leche, el proceso consiste en el calentamiento de un líquido, en particular de la leche, hasta una temperatura que oscila entre 55 y 70 °C, para destruir las bacterias perjudiciales, sin producir cambios materiales en la composición, en el sabor, o en el valor nutritivo del líquido.

En nuestro caso la avena tiene un gran contenido de leche, ésta se pasteuriza al calentarla a 63 °C durante 30 minutos, luego se enfría con rapidez, y se envasa a una temperatura de 10 °C.”<sup>6</sup>

### 3. PROYECTO DE INVERSION<sup>7</sup>

“Un proyecto de inversión, es una propuesta de **acción** que, a partir de la utilización de los recursos disponibles, considera posible obtener ganancias. Estos beneficios, que no son seguros, pueden ser conseguidos a corto, mediano o largo plazo.

Todo proyecto de inversión incluye la recolección y la evaluación de los factores que influyen, de manera directa, en la oferta y demanda de un producto.

---

<sup>7</sup> BACA URBINA, Gabriel “**Evaluación de Proyectos**”, Tercera Edición (1995), México

## **4. ESTUDIO DE MERCADO**

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

### **4.1. IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DE MERCADO**

La importancia del Estudio de Mercado es proveer un marco teórico que permita:

- ✓ Explicar el comportamiento de los mercados vinculados al proyecto de inversión.
- ✓ Evaluar el efecto del proyecto en el equilibrio de los mercados que afecta.
- ✓ Facilitar la valoración de los beneficios y costos del proyecto.

### **4.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO**

- Verificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado.
- Determinar la cantidad de bienes o servicios que el mercado está dispuesto a adquirir y a qué precio.

- Determinar los medios para hacer llegar los bienes o servicios a los usuarios. (canales de comercialización)
- Dar al inversionista un panorama del riesgo que corre el producto de ser o no ser aceptado en el mercado.

### **4.3. MERCADO:**

Delimita el tamaño que tiene el mercado hacia donde se dirige nuestra empresa, nuestros servicios y productos, y que posibilidades de crecimiento plantea.

#### **4.3.1. SEGMENTACION DE MERCADO:**

La segmentación de mercado es el proceso que consiste en dividir el mercado de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente iguales.

A continuación se detallan las principales variables utilizadas para la segmentación de mercado:

- **Segmentación geográfica.-** El mercado se divide en varias unidades geográficas como naciones, estados, ciudades o barrios; se puede operar en una o dos áreas, o en todas.

- **Segmentación demográfica.-** Es la división en grupos basados en variables demográficas como edad, sexo, el tamaño de la familia, ciclo de vida, nivel de ingresos.
- **Segmentación psicográfica.-** Aquí los clientes se dividen en grupos según su clase social, estilo de vida o personalidad.
- **Segmentación por conducta.-** En esta segmentación los clientes se dividen en grupos según sus conocimientos, actitudes, costumbres o sus respuestas a un producto.

#### **4.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

La demanda es la cuantificación de la necesidad real o psicológica de una población de compradores, con poder adquisitivo suficiente para obtener un determinado producto que satisfaga dicha necesidad.

Es la cantidad de productos o servicios que el consumidor estaría dispuesto a comprar o a usar aun precio determinado.

Por su cantidad se puede clasificar de la siguiente manera:

- a. Demanda Potencial:** Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto en el mercado.
- b. Demanda Real:** Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o se utilizan actualmente en el mercado.

**c. Demanda Efectiva:** La cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado.

**d. Demanda Insatisfecha:** Está constituida por la cantidad de bienes o servicios ofertados, que no logran satisfacer la necesidad del mercado en calidad, cantidad o en precio.

#### **4.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA:**

Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

#### **4.6. MEZCLA DE MARKETING**

Es el conjunto de variables que una empresa puede utilizar y controlar para influir en la respuesta de sus posibles compradores, incluyendo elementos como: producto, precio, promoción y distribución.

##### **4.6.1. PRODUCTO:**

Es cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado para satisfacer un deseo o necesidad.

##### **4.6.2. PRECIO:**

Es la cantidad monetaria que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar, un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.

#### **4.6.3. PROMOCION:**

La promoción es comunicar, informar y convencer al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas etc., para el logro de los objetivos organizacionales.

#### **4.6.4. PLAZA O DISTRIBUCION:**

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. Se incluyen los canales de distribución los cuales están concebidos como “el camino que siguen los productos al pasar de manos del productor al consumidor o usuario final y en función del cual se puede incrementar su valor.

### **5. ESTUDIO TECNICO**

El objetivo de este estudio es verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto o la prestación del servicio que pretende realizar con el proyecto. Además, de analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, las inversiones y la organización requerida para realizar la producción.

## **5.1. LOCALIZACION DE LA PLANTA**

El objetivo es destinar el sitio exacto donde se instalara la fábrica o empresa es decir un lugar geográfico más óptimo, para la cual se considera la macro localización y la micro localización.

### **5.1.1. MACROLOCALIZACION**

Es el estudio que tiene por objeto determinar la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia con el medio describe sus características y establece ventajas o desventajas que se pueden comparar en lugares alternativos para la ubicación de la planta.

### **5.1.2. MICROLOCALIZACION**

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

## **5.2. TAMAÑO DE LA PLANTA**

La determinación del tamaño de la planta, está dado por la capacidad instalada de producción de bienes y/o servicios de la misma, dicha capacidad de producción es expresada en términos de productos elaborados por ciclo, turno, año, según el sistema adoptado para trabajar.

### **5.2.1. CAPACIDAD INSTALADA**

La capacidad instalada se refiere al volumen de producción que se puede obtener con los recursos disponibles de una compañía en determinado momento (recursos como dinero, equipos, personal, instalaciones, etc).

La manera de obtenerla es calcular cuántas unidades de producto puede la empresa fabricar por hora, y multiplicar eso por las horas laborables disponibles.

### **5.2.2. CAPACIDAD UTILIZADA**

La capacidad utilizada es el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado.”<sup>7</sup>

### **5.3. INGENIERIA DE PLANTA<sup>8</sup>**

“La ingeniería de la planta consiste en resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener la planta productiva.



#### 5.4. DISTRIBUCION DE LA PLANTA

La distribución de la planta es aquella donde están ordenadas todas las áreas específicas de una planta ya sea industrial o de otro giro por lo que es importante reconocer que la distribución de la planta orienta al ahorro de recursos, esfuerzos y otras demandas ya que esta tiene distribuido todas sus áreas.

#### 5.5. PROCESOS DE LA PLANTA

Se llama planta de proceso, al lugar en el que se desarrollan algunas operaciones industriales, entre ellas operaciones unitarias, con el fin de transformar, ajustar o tratar alguna materia prima en particular a fin de obtener productos de mayor valor agregado.

Todas las plantas de proceso requieren para operar, además de equipos sofisticados, instrumentos en general, materia prima y recurso humano; recursos energéticos, agua e insumos.”<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> MIRANDA, Juan José; “**Gestión de Proyectos: evaluación financiera económica, social, ambiental**”, cuarta edición - Bogotá: MM editores, 2003

## **6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL<sup>9</sup>**

### **6.1. ESTRUCTURA EMPRESARIAL**

“Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con que esta cuente, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible, que los recursos, especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

### **6.2. NIVELES JERÁRQUICOS DE AUTORIDAD**

Estos están conformados de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo establezca la ley de compañías en cuanto son de organización productiva, la empresa tendría los siguientes niveles.

#### **6.2.1. Nivel Legislativo-Directivo**

Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomarán el nombre de Junta General de Socios o Junta

---

<sup>9</sup> INTERNET,  
[www.Elprisma.com/apuntes/administracion\\_de\\_empresas/organigramasymanualesadministrativos/](http://www.Elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/organigramasymanualesadministrativos/)

General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido.

### **6.2.2. Nivel Ejecutivo**

Este nivel está conformado por el Gerente – Administrador, el cuál será nombrado por el nivel Legislativo-Directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

### **6.2.3. Nivel asesor**

Este nivel aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más áreas que tengan que ver con la entidad a la cual estén asesorando.

### **6.2.4. Nivel Operativo**

Este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa. Es el ejecutor material de las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo.

### **6.2.5. Nivel Auxiliar**

El nivel auxiliar ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidades y eficiencia.

### **6.3. ORGANIZACIÓN**

Organizar es agrupar y ordenar las actividades necesarias para alcanzar los fines establecidos creando unidades administrativas, asignando en su caso funciones, autoridad, responsabilidad y jerarquía, estableciendo las relaciones que entre dichas unidades debe existir.

### **6.4. ORGANIGRAMAS**

Se define como la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas y debe reflejar en forma esquemática la descripción de las unidades que la integran, su respectiva relación, niveles jerárquicos y canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría. Los organigramas más utilizados dentro de la empresa son:

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

**6.4.2. Organigrama Funcional.-** es una modalidad del estructural y consiste en representar gráficamente las funciones principales básicas de una unidad administrativa. Al detallar las funciones se inicia por las más importantes y

luego se registran aquellas de menor trascendencia, se determina qué es lo que se hace.

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

## **6.5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL**

### **6.5.1. ESTRUCTURA LEGAL**

Entre las formas legales más representativas de la organización empresarial en países de economía privada o mixta, se pueden distinguir las de empresario individual, compañía de responsabilidad limitada, compañía anónima, compañía colectiva, en comandita simple, compañía de economía mixta.

### **6.5.2. BASE LEGAL**

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos por la ley entre ellos tenemos:

- a) Acta constitutiva:** Es un documento certificador de la conformación legal de la empresa, en la misma se incluye los datos

referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.

- b) La razón social o denominación:** Es el nombre con el cual la empresa operara, el mismo que debe estar de acuerdo al tipo de empresa conforme lo establece la ley.
- c) Domicilio:** La empresa estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad del mercado, por lo tanto se debe incitar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otras personas natural o jurídica.
- d) Objeto de la sociedad:** Al constituirse una empresa se lo hace con el objetivo determinado, ya sea; producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe de estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.
- e) Capital Social:** Debe indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la empresa y la forma como ésta se ha conformado.
- f) Tiempo de duración de la sociedad:** Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los

esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para que tiempo o plazo operara.

**g) Administradores:** Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quien responda por las acciones de la misma.”<sup>9</sup>

## 7. ESTUDIO FINANCIERO<sup>10</sup>

“La parte de análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta los que contendrán las funciones de producción, administración y ventas.

### 7.1. INVERSION.

Se habla de inversión cuando utilizas tu dinero en productos o proyectos que se consideran lucrativos, ya sea la creación de una empresa o la adquisición de acciones. Toda inversión tiene implícito un riesgo, que debes contemplar antes de tomar una decisión. Estas inversiones se las puede agrupar en tres tipos: activos fijos, activos diferidos y capital circulante.

---

<sup>10</sup> ROSENBERG J.M; Diccionario de Administración y Finanzas; Edit. Oceano;Barcelona-España(1995)

## **7.2. ACTIVOS:**

Activo es un valor que una empresa dispone y que puede ser medido, representado y convertido en dinero o efectivo.

### **7.2.1. ACTIVO FIJO:**

Son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizaran en el proceso de transformación de los insumos o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto, son activos fijos entre otros los terrenos, inmuebles, maquinarias, equipos, vehículos, enseres, edificios, etc. Para efectos contables, los activos fijos, con la excepción de los terrenos están sujetos a depreciación.

#### **7.2.1.1. DEPRECIACIÓN**

Es aquella proporción del costo del activo fijo cargada a los resultados de un período utilizando una metodología sistemática y periódica, de acuerdo a la mejor estimación posible del deterioro o uso del bien.

### **7.2.2. ACTIVO DIFERIDO.**

Los Activos Diferidos son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados, por la empresa, en ningún momento. Por ejemplo Gastos de Constitución, Patentes, etc. Se deben amortizar



durante el período en que se reciben los servicios o se causen los costos o gastos.

**7.2.2.1. AMORTIZACIÓN:** Devolución de una deuda o capital en préstamo (más los intereses) mediante pagos parciales (cuotas) También se utiliza el término para referirse a la recuperación de los fondos invertidos en un activo.

### **7.2.3. CAPITAL DE TRABAJO O CIRCULANTE**

El Capital de Trabajo considera aquellos recursos que requiere el Proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes o servicios y, contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al Ciclo Productivo del Proyecto en su fase de funcionamiento. En otras palabras es el Capital adicional con el que se debe contar para que comience a funcionar el Proyecto, esto es financiar la producción antes de percibir ingresos.

## **7.3. FINANCIAMIENTO**

Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.

Una vez establecida la inversión requerida, es necesario prever las fuentes de financiamiento, es decir de donde se obtendrá los recursos que permitirán conseguir o incurrir en todo lo necesario para poner en marcha el proyecto.

### **7.3.1. CRÉDITO**

En comercio y finanzas, término utilizado para referirse a las transacciones que implican una transferencia de dinero que debe devolverse transcurrido cierto tiempo. Por tanto, el que transfiere el dinero se convierte en acreedor y el que lo recibe en deudor; los términos crédito y deuda reflejan pues una misma transacción desde dos puntos de vista contrapuestos.

## **7.4. PRESUPUESTO DE COSTOS:**

El presupuesto es el cálculo anticipado de los ingresos y gastos de una actividad económica durante un periodo, por lo general en forma anual.

### **7.4.1. COSTO PRIMO**

El costo primo es el resultado de sumar la materia prima y el costo de la mano de obra directa.

Para determinar el costo en que incurre una empresa para fabricar un producto, se debe llevar un registro y un control de todos los elementos que conforman ese costo, entre ellos la materia prima necesaria en la elaboración de su producto.

#### **7.4.2. CARGA FABRIL**

La carga fabril (CF) acumulada a todos aquellos costos que no están clasificados como MP ni MO. En consecuencia, la carga fabril se integra con tres categorías de gastos:

- Materia Prima Indirecta
- Mano de obra Indirecta
- Otros costos Indirectos de Fabricación

Las principales características de la Carga Fabril son:

- ✓ Falta de Homogeneidad
- ✓ Falta de aplicación directa al producto.

#### **7.4.3. GASTO ADMINISTRATIVO**

Este rubro se agregan las erogaciones para pago de sueldos del personal del área administrativa, contabilidad, asesoría legal, auditoría interna, compras, almacenes, Etc., así como aquellas destinadas a la adquisición de papelería, servicios de electricidad, teléfono.

#### **7.4.4. GASTO DE VENTA**

Estas erogaciones incluyen el pago de comisiones a los agentes de ventas, viáticos, materiales de promoción y publicidad, de distribución, comunicaciones por teléfono, fax. Etc.

#### **7.4.5. GASTO FINANCIERO**

Se refieren al pago de intereses sobre créditos presupuestados para el proyecto, la tasa de interés y las condiciones de pago dependen de la selección que se efectúe sobre diferentes fuentes de recurso.

#### **7.5. COSTOS**

Los costos consisten en una serie de procedimientos tendientes a determinar el costo de un producto y de las distintas actividades que se requieren para su fabricación y venta, así como planear y medir la ejecución del trabajo.

##### **7.5.1. CLASIFICACION DE LOS COSTOS**

En todo proceso productivo los costos se clasifican en costos fijos y costos variables.

###### **7.5.1.1. COSTOS FIJOS**

Representa aquellas valores monetarios en que incurre la empresa por el solo hecho de existir, independientemente de si existe o no producción.

###### **7.5.1.2. COSTOS VARIABLES**

Son aquellos valores monetarios en que incurre la empresa, en función de su capacidad de producción, están en relación con los niveles de producción de la empresa.

## **7.6. PUNTO DE EQUILIBRIO**

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto. Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto.

### **7.6.1. METODO PARA DETERMINAR EL PUNTO DE EQUILIBRIO:**

Permite determinar qué porcentaje de la capacidad instalada se necesita para producir cierta cantidad, en donde la empresa no tenga pérdida ni ganancia.

Su fórmula es:  $X = \frac{CF}{1-CV/VT}$

## **7.7. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

El estado de pérdidas y ganancias es un documento contable que muestra detallada y ordenadamente la forma en que se ha obtenido la utilidad o pérdida del ejercicio.

### **7.7.1. INGRESOS:**

Están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos, como arriendos, intereses, valores por ventas de activos fijos, venta de acciones.

### **7.7.2. EGRESOS:**

Se forma por la sumatoria del Costo Primo, Costos Indirectos de Producción, Gastos Administrativos, Gasto de Ventas, Gastos Financieros (intereses).

### **7.8. FLUJO DE CAJA**

Es el estado financiero que se presenta en forma significativamente resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entradas y salidas de caja o efectivo durante un período determinado, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente futura.”<sup>10</sup>

## **8. EVALUACIÓN FINANCIERA<sup>11</sup>**

“El estudio de evaluación económica – financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Esto sirve para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable.

### **8.1. INDICADORES DE EVALUACION FINANCIERA**

---

<sup>11</sup> McCONNELL, Campbell R. y BRUE, Stanley L., / Economía, McGraw-Hill, 1997

### 8.1.1. VALOR ACTUAL NETO.

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

$$VAN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

VAN = Sumatoria Flujo Neto Actualizados - Inversión

El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto.

Si el VAN es igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es conveniente.

### 8.1.2. TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa Interna de Retorno es aquella tasa que está ganando un interés sobre el saldo no recuperado de la inversión en cualquier momento de la duración del proyecto. En la medida de las condiciones y alcance del proyecto estos deben evaluarse de acuerdo a sus características.

La TIR, utilizada como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente:

- Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptar el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazar el proyecto.

$$TIR = Tasa\ menor + Diferencias\ de\ tasas \left( \frac{VAN\ tasa\ menor}{VAN\ tasa\ menor - VAN\ tasa\ mayor} \right)$$

### 8.1.3. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

Comúnmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas.

$$P.R.C = Año\ que\ cubre\ la\ inversión + \left( \frac{Inversión - Suma\ primeros\ flujos}{flujo\ del\ período\ que\ supera\ la\ inversión} \right)$$

### 8.1.4. RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

El indicador beneficio / costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:



B/C > 1 Se puede realizar el proyecto

B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto

Se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Relación Beneficio Costo} = \frac{\text{Sumatoria del Ingreso actualizado}}{\text{Sumatoria del Costo actualizado}}$$

### 8.1.5. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Es el método que se aplica a los diversos modelos matemáticos para apreciar cómo afectan las desviaciones de los valores numéricos de los parámetros a las conclusiones que pueden extraerse.

Según el análisis de sensibilidad, la aceptación de un proyecto se basa en:

- Coeficiente de sensibilidad >a 1 el proyecto es sensible.
- Coeficiente de sensibilidad = a 1 el proyecto no sufre ningún efecto.
- Coeficiente de sensibilidad <a 1 el proyecto no es sensible.”<sup>11</sup>

### FÓRMULAS

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

$$\% \text{ Variación} = \frac{\text{Diferencia de TIR}}{\text{TIR del proyecto}} \quad \text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

## **1. MATERIALES Y METODOS:**

**1.1. Método Analítico:** El presente método permitió realizar el análisis y la síntesis del proyecto, desde el análisis de las encuestas, hasta cada una de las fases del proyecto de investigación, es decir consintió demostrar de forma fácil y visiblemente los procesos de manera que esto quede especificado en forma clara y ordenada.

**1.2. Método Inductivo:** Se consideró usar este método para realizar un proceso de recopilación de la información mediante encuestas, entrevistas y observación, para llegar a conclusiones generales sobre la factibilidad de la puesta en marcha del presente proyecto, ya que permite obtener una visión global de la empresa y de los deseos y necesidades de los posibles consumidores potenciales.

**1.3. Método deductivo:** Este método permite explicar los problemas relacionados con la producción y comercialización de Avena casera con sabor a vainilla (bebida láctea), cuyos datos obtenidos mediante información bibliográfica, orientaron la identificación de los sectores productivos, procesos de producción y las relaciones de mercado, como son la oferta y la demanda a nivel local.

**1.4. Método Descriptivo:** Este método contribuye a organizar, analizar e interpretar la información, especialmente en lo que respecta a la producción y

comercialización de Avena casera con sabor a vainilla (bebida láctea) en las familias de la Ciudad de Huaquillas.

**1.5. Método Estadístico:** Permite presentar la información recopilada a través de cuadros y gráficos estadísticos.

## **2. TÉCNICAS**

**2.1. Revisión bibliográfica:** Permitió realizar una investigación documental y bibliográfica, esta información se la obtuvo de las diferentes consultas en libros, revistas, folletos, internet y otras publicaciones que tienen relación con el tema objeto de estudio.

**2.2. Encuesta:** Fue aplicada a la población por familia de la ciudad de Huaquillas la misma que brindo toda la información acerca de la acogida que tendrá el producto en el mercado. El instrumento principal que se utilizó fue un formulario de preguntas concretas para definir el mercado meta y consumidor potencial.

**2.3. Muestreo:** Con el propósito de conocer el tamaño de la muestra de la población por familia de la ciudad de Huaquillas, se manejó la información suministrada por el Instituto Nacional Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC). El margen de error a utilizarse es del 5% que se encuentra en los límites pertinentes y establecidos. Los datos obtenidos del INEC son resultados del Censo realizado en el año 2010.

En la realización del proyecto se tomó la Población por familia de la Ciudad de Huaquillas que es de 12.539 familias.

### 2.3.1. TAMAÑO DE LA MUESTRA

#### NUMERO DE ENCUESTAS A APLICAR

$$n = \frac{Z^2 N(P \cdot Q)}{E^2(N - 1) + Z^2(P \cdot Q)}$$

En donde tenemos:

n = tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza

P = Probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de fracaso

N = Población total de Huaquillas 50.157h /4 = 12.539 familias

e = Margen de error 5%.

#### DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA:

**Proyección de la población por familia de la Ciudad de Huaquillas:**

**CUADRO # 1**

PERIÓDO	AÑOS	POBLACIÓN TOTAL
-2	2010	12.071
-1	2011	12.303
<b>0</b>	<b>2012</b>	<b>12.539</b>
1	2013	12.780
2	2014	13.025
3	2015	13.275
4	2016	13.530
5	2017	13.789

Fuente: INEC-Censo 2010  
Diseño: Estela Campoverde

### 2.3.2. PROCEDIMIENTO PARA LA OBTENCIÓN DE LA MUESTRA

$$N = 50.157/4 = 12.539 \text{ familias}$$

$$Z = 95\% \quad Z = 95/2 = 47/100 = 0.475 //$$

$$Z = 1,96$$

$$E = 5\% \quad E = 5/100 = 0.05$$

$$P = 0.5$$

$$Q = 0.5$$

$$n = \frac{Z^2 N \cdot P \cdot Q}{\Sigma^2(N-1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (12.539)(0.5)(0.5)}{(0.05)^2 (12.539-1) + (1,96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{12.040,57}{32,305}$$

$$n = 373 \text{ encuestas}$$

El cálculo de la muestra, determino que el número de encuestas a aplicar es de 373 las mismas que serán aplicadas a las familias de la ciudad de Huaquillas, provincia de el Oro.

### **Procedimiento para realizar el proyecto de investigación:**

Como primer punto se realizó el Estudio de Mercado en donde se diseñó un cuestionario de preguntas concretas para obtener información eficaz de la acogida que tendrá el producto como es la Avena casera con sabor a Vainilla (bebida láctea).

Luego se realizó el Estudio Técnico donde se analizó la localización, tamaño e ingeniería del proyecto para verificar el lugar más idóneo y estratégico para ubicar la empresa.

Luego se ejecutó el Estudio Administrativo Legal en donde se analizó la visión, misión, objetivos de la empresa, la estructura legal con que se representara la empresa que será una compañía de responsabilidad limitada y su respectiva base legal como: acta constitutiva, razón social, domicilio, objeto de la sociedad, capital social, tiempo de duración y administradores.

Después se ejecutó el Estudio Económico – Financiero en donde se estudió la inversión total del proyecto, y los años en que se va a recuperar la inversión, los ingresos por ventas que se tendrá por el producto vendido, el estado de pérdidas y ganancias que se obtendrá durante los años de vida útil del proyecto, el flujo de caja que permitirá evaluar la capacidad financiera de la empresa.

Por último se realizó la Evaluación Financiera con dos fines posibles: a) tomar una decisión de aceptación o rechazo, cuando se estudia un proyecto

específico; o b) decidir el ordenamiento de varios proyectos en función de su rentabilidad, cuando estos son mutuamente excluyentes o existe racionamiento de capitales. Es decir dentro de la evaluación financiera se realiza el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, el Periodo de Recuperación del capital, Relación Beneficio Costo y el Análisis de Sensibilidad.

## **f. RESULTADOS**

### **1. ESTUDIO DE MERCADO**

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

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

#### **1.1. PRODUCTO PRINCIPAL**

Es la descripción por memorizada del producto que ofrecerán la nueva unidad productiva para satisfacer las necesidades del consumidor o usuario.

**1.2. NUEVA UNIDAD PRODUCTIVA:** Avena Casera con sabor a Vainilla bebida láctea.

#### **1.3. PRODUCTO SUSTITUTO:**

Son aquellos que pueden reemplazar al producto principal en la satisfacción de necesidades: por ejemplo Yogurt, Toni, Leche de Soya.

#### **1.4. MERCADO DEMANDANTE**

El mercado demandante para la nueva unidad productiva dedicada a la producción y comercialización de Avena Casera con sabor a vainilla bebida láctea, será la población por familia de la Ciudad de Huaquillas.



## **2. ANALISIS DE LA DEMANDA**

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

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

Con el análisis de la demanda se busca determinar y cuantificar las fuerzas de mercado que actúan sobre los requerimientos de un producto por parte del mercado y así mismo establecer las oportunidades del producto para satisfacer dichos requerimientos del mercado.

## 2.1. ESTUDIO DE LA DEMANDA

Para establecer la demanda del producto se tomó como base la muestra seleccionada que es de 373 encuestas las mismas que fueron aplicadas a las familias de la Ciudad de Huaquillas, para luego ordenar la información y realizar el respectivo análisis e interpretación de los resultados.

### ENCUESTAS APLICADAS A CONSUMIDORES

#### 1) ¿De cuantas personas conforman su familia?

CUADRO N°1

FAMILIAS	FRECUENCIA	PUNTO MEDIO (Xm)	F.Xm	PORCENTAJE	FAMILIAS PROMEDIO
1 a 2	54	1,5	81	14%	4 miembros por familia
3 a 4	177	3,5	619,5	48%	
5 a 6	117	5,5	643,5	31%	
7 a 8	25	7,5	187,5	7%	
<b>TOTAL</b>	<b>373</b>		<b>1531,5</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Encuestas a Consumidores

Elaboración: La Autora

#### Análisis:

Con esta pregunta se establece de cuantas personas conforman cada familia en la Ciudad de Huaquillas, lo que se determina que un 14% conforman de 1 a 2 miembros por familias; el 47% conforman entre 3 a 4 miembros en su hogar; el 31% manifiesta que conforman entre 5 a 6 miembros y el 7% manifiesta que conforman entre 7 a 8 miembros por familia.

2) ¿Cuál es el ingreso mensual que su familia recibe?

CUADRO N°2

SUELDOS	FRECUENCIA	PUNTO MEDIO (Xm)	F.Xm	PORCENTAJE	SUELDO PROMEDIO
100 a 299	170	199,5	33.915,00	46%	359,95 dólares
300 a 499	148	399,5	59.126,00	40%	
500 a 999	55	749,5	41.222,50	14%	
<b>TOTAL</b>	<b>373</b>		<b>134.263,50</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Encuestas a Consumidores

Elaboración: La Autora

**Análisis:**

Con esta pregunta comprobamos el ingreso mensual que percibe cada familia mensualmente en la Ciudad de Huaquillas, de las encuestas aplicadas se puede demostrar que el 46% recibe ingresos mensuales de 100,00 a 299,00 dólares; un 40% percibe ingresos de 300,00 a 4,99 dólares cada mes y un 14% reciben ingresos mensual de 500,00 a 999,00 dólares.

3) ¿Consume Usted y su familia avena (bebida láctea)?

CUADRO N°3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	300	80%
No	73	20%
<b>TOTAL</b>	<b>373</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a Consumidores

Elaboración: La Autora

**Análisis:**

Con esta pregunta determinamos la demanda que tiene el consumo de avena bebida láctea en la Ciudad de Huaquillas, y luego de aplicar las encuestas se puede demostrar en una primera segmentación de mercado, que el 80% de encuestados consumen avena bebida láctea, mientras que el 20% no adquieren avena bebida láctea por diferentes razones, ya sea porque prefieren otro tipo de productos o sencillamente porque no es de su agrado.

**4) ¿Cuál es su sabor de preferencia al consumir avena (bebida láctea)?****CUADRO N°4**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Frutilla	64	21%
Vainilla	169	56%
Canela	45	15%
Manzana	12	4%
Otros	10	3%
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a Consumidores

Elaboración: La Autora

**Análisis:**

En esta pregunta determinamos los gustos y preferencias de los demandantes con respecto al consumo de bebida láctea con avena, interpretando que un 56% prefieren consumir avena con sabor a Vainilla, seguido por el 21% que optan por consumir avena con sabor a Frutilla, un 15% prefieren consumir avena con sabor a Canela, mientras un 4%

prefieren avena con sabor a Manzana, y un 3% optan por consumir avena bebida láctea con otros tipos de sabores.

5) ¿Qué cantidad de bebida láctea con avena consume semanalmente usted y su familia?

CUADRO N° 5

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	CONSUMO EN LITROS	TIEMPO	COMSUMO ANUAL POR LITROS	CONSUMO PROMEDIO ANUAL POR LITROS
1 Litro	30	10%	30	52 SEMANAS	1.560	99 Litros por familia
2 litros	267	89%	534		27.768	
3 litros	3	1%	9		468	
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100%</b>			<b>29.796</b>	

Fuente: Encuestas a Consumidores

Elaboración: La Autora

Para determinar el consumo anual de avena bebida láctea en litros, procedemos a dividir el Consumo Anual por litros por el Número Total de frecuencia dándonos un resultado de:

<b>CONSUMO PROMEDIO ANUAL= Consumo Anual por litros/ N</b>	29796/300	99 Litros Anuales por familia
<b>CONSUMO DE LITRO SEMANAL</b>	99/52	2 Litros Semanales por familia

**Análisis:**

Se determina que el 89% manifiesta que consume avena bebida láctea en contenidos de 2 Litros semanalmente, un 10% adquiere en contenidos de 1 Litro, y el 1% en contenidos de 3 litros.

Una vez analizadas las encuestas pudimos comprobar la adquisición anual de avena bebida láctea en litros, para luego realizada la operación concluir que la adquisición anual es de 99 Litros por familia, lo que se analiza que consumen 2 litros de avena bebida láctea a la semana por familia.

**6) ¿Conoce los beneficios de las bebidas lácteas con avena?****CUADRO N°6**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	250	83%
No	50	17%
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a Consumidores

Elaboración: La Autora

**Análisis:**

El 83% de los encuestados manifestaron que si conocen los beneficios que tienen las bebidas lácteas con avena, mientras que un 17% no conocen de los beneficios de las bebidas lácteas con avena.

Se determina que la mayoría de las personas encuestadas conoce de los beneficios de las bebidas lácteas con avena, por sus propiedades y nutrientes, este es el punto clave para la promoción del producto.



7) ¿Cuál es el precio que usted y su familia paga por las bebidas lácteas con avena?

**CUADRO N°7**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	Xm	F(Xm)	PORCENTAJE	PRECIO PROMEDIO
1 Litro 1,00-1,90 dólares	76	1,45	110,2	25%	2,3centavos de dólar
2 Litros 2,00- 2,90 dólares	200	2,45	490,00	67%	
3 Litros 3,00-3,90 dólares	24	3,45	82,8	8%	
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>		<b>683,00</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Encuestas a Consumidores

Elaboración: La Autora

Para determinar el precio promedio que se debe pagar por la adquisición de avena bebida láctea en litros, procedemos a dividir la sumatoria total de F(Xm) por el Número Total de frecuencia dándonos un resultado de:

<b>PRECIO PROMEDIO</b>	683,00	\$ 2,30 por la adquisición de avena bebida láctea en contenido de 2 litros
	300	

**Análisis:**

Esta pregunta se elaboró con el fin de conocer el precio del producto en el mercado, con relación a los productos que la empresa pretende lanzar, y que existen en la Ciudad de Huaquillas. Interpretando que un 71% paga entre 2,00 y 2,90 dólares por la adquisición de avena bebida láctea en contenidos de 2 Litros, un 22% paga entre 1,00 y 1,90 dólares en cantidades de 1 Litro, y 7% paga entre 3,00 y 3,90 dólares en contenidos de 3 Litros. Lo que se determina que el precio promedio que se puede pagar por el producto es de 2,30 centavos de dólar en contenidos de 2 litros ya que es el contenido que mayormente consumen a la semana.

**8) ¿En qué lugar usted y su familia adquiere bebidas lácteas con avena?****CUADRO N°8**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Tiendas	215	72%
Supermercados	190	63%
Mini Market	150	50%
Ferias	70	23%
Otros	55	18%

Fuente: Encuestas a Consumidores

Elaboración: La Autora

**Análisis:**

De las personas encuestadas, el 72% señalan que adquieren bebidas lácteas con avena en Tiendas, mientras que el 63% adquiere el producto en Supermercados, el 50% lo adquiere en Mini Market, un 23% compran

en Ferias recalcando que los precios son más económicos y el 18% lo adquieren en Otros lugares de la Ciudad como por ejemplo en carritos ambulantes. Se determina que el lugar de mayor afluencia para la adquisición del producto son las Tiendas y Supermercados, para que los consumidores lo adquieran directamente con facilidad.

**9) ¿Usted y su familia ha recibido algún tipo de promociones por la compra de avena bebida láctea?**

**CUADRO N°9**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	15	5%
No	285	95%
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a Consumidores

Elaboración: La Autora

**Análisis:**

De las encuestas realizadas a los diferentes habitantes de la Ciudad de Huaquillas podemos acotar lo siguiente, que el 5% han recibido promociones por sus compras como son descuentos, más contenido en el producto, regalos, etc. Mientras que el 95% manifiesta que no reciben promociones por la compra de bebidas lácteas con avena, sin embargo les gustaría recibir algún tipo de promociones por la compra y de esta manera incentivar a los clientes con diferentes promociones.

## PROPUESTA

**10) ¿Si se Implementara una Empresa productora y comercializadora de avena casera con sabor a vainilla (bebida láctea), en la ciudad de Huaquillas Usted compraría el producto?**

**CUADRO N°10**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	277	92%
No	23	8%
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a Consumidores

Elaboración: La Autora

### **Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos tenemos que el 92% de los encuestados, en caso de implementarse la empresa si estarían dispuestos a comprar Avena casera con sabor a vainilla bebida láctea debido al conocimiento de las proteínas y nutrientes que tiene la avena, mientras que el 8% no comprarían el producto por diferentes razones.

**11) ¿Le gustaría a Usted degustar del producto?**

**CUADRO N°11**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	244	88%
No	33	12%
<b>TOTAL</b>	<b>277</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a Consumidores

Elaboración: La Autora

**Análisis:**

El 88% de las personas encuestadas manifiestan que si están dispuestos a degustar el producto, mientras que el 12% no lo haría.

Determinando que la mayoría de la población de la Ciudad de Huaquillas si estaría dispuesta a degustar del producto mostrando con ello el interés que tienen por probar el sabor y los beneficios que tiene la avena casera con sabor a vainilla bebida láctea.

**12) ¿Por qué razones consumiría Usted y su familia avena bebida láctea con sabor a vainilla?****CUADRO N°12**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Es nutritivo	239	86%
Es saludable	99	36%
Es rico	66	24%
Avena Toni	1	0%

Fuente: Encuestas a Consumidores

Elaboración: La Autora

**Análisis:**

Entre las razones por las que comprarían avena con sabor a vainilla tenemos que el 86% lo compraría porque es un producto nutritivo, un 36% manifiesta que lo adquiriría porque es saludable y un 24% porque es rico. Con esto podemos darnos cuenta que en su mayoría prefieren el producto por ser nutritivo y sano para la salud de los consumidores.

## PRECIO

13) ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por la avena bebida láctea con sabor a vainilla?

**CUADRO N°13**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	Xm	F(Xm)	PORCENTAJE	PRECIO PROMEDIO
1 Litro 1,00-1,90 dólares	46	1,45	66,7	17%	2,3 centavos de dólar
2 Litros 2,00- 2,90 dólares	213	2,45	521,85	77%	
3 Litros 3,00-3,90 dólares	18	3,45	62,1	6%	
<b>TOTAL</b>	<b>277</b>		<b>650,65</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Encuestas a Consumidores

Elaboración: La Autora

Para determinar el precio promedio que estarían dispuestos a pagar por la adquisición de Avena Casera con Sabor a Vainilla bebida láctea en litros, procedemos a dividir la sumatoria total de F(Xm) por el Número Total de frecuencia dándonos un resultado de:

<b>PRECIO PROMEDIO</b>	650,65	\$ 2,3 Por la compra de Avena Casera con sabor a Vainilla por cada 2 litros adquiridos
	277	

### **Análisis:**

El 77% de los encuestados manifiesta que estarían dispuestos a pagar por la Avena Casera con sabor a Vainilla entre 1,00 y 1,90 dólares en contenidos de 1Litro, el 17% pagaría entre 2,00 y 2,90 dólares en cantidades de 2 Litros y un 6% estaría dispuesto a pagar entre 3,00 y 3,90 dólares en contenidos de 3 Litros. Esta pregunta se elaboró con la finalidad de conocer el precio que los demandantes estarían dispuestos a pagar por adquirir el producto y analizando los diferentes precio del mercado el precio promedio que pagarían por el producto es de 1,73 centavos de dólar por cada litro adquirido.

### **PLAZA**

#### **14)¿En dónde le gustaría adquirir el producto?**

**CUADRO N°14**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Tiendas	230	83%
Supermercados	180	65%
Mini Market	90	32%
Ferias	83	30%
Otros	50	18%

Fuente: Encuestas a Consumidores

Elaboración: La Autora

### **Análisis:**

Esta pregunta se la realizo con la finalidad de conocer cuáles serían los lugares de mayor influencia por parte de los consumidores, para la

adquisición del producto. Como resultado tenemos que el 83% le gustaría adquirir el producto en Tiendas, un 65% lo compraría en Supermercados, mientras que 32% preferiría obtenerlo en Mini Market, un 30% lo conseguiría en Ferias, y 18% le gustaría adquirir el producto en otros lugares como por ejemplo carritos ambulantes.

**15) ¿Al momento de adquirir el producto cuál de las siguientes características y atributos es de mayor importancia para usted?**

**CUADRO N°15**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Calidad	147	53%
Cantidad	112	40%
Precio	199	72%
Higiene	264	95%
Envase ( Cuadrado)	41	15%
Otros	8	3%

Fuente: Encuestas a Consumidores

Elaboración: La Autora

**Análisis:**

De las encuestas aplicadas el 95% de los encuestados manifiesta que es muy importante la Higiene del producto, el 72% optan por el precio del producto, un 53% manifiesta que es trascendente la calidad del producto, mientras que un 40% eligen por la cantidad, un 15% prefieren el envase del producto y el 3% optan por otras características. Se determina que la mayoría de los encuestados eligen la Higiene, el precio y la calidad del producto, ya que son características muy importantes y por lo que se debe tomar en cuenta estos aspectos por las que optan los consumidores y de esta manera darle una buena imagen al producto.



**16) ¿En qué tipo de empaque le gustaría adquirir el producto?**

**CUADRO N°16**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Vasos de plástico	103	37%
Fundas de tetrapack	112	40%
Envases de plástico( cuadrado)	147	53%
Envases de vidrio	34	12%
Otros	2	1%

Fuente: Encuestas a Consumidores

Elaboración: La Autora

**Análisis:**

El 53% de las personas encuestadas manifiesta que el empaque que se debe utilizar para la presentación del producto es el Envase de Plástico cuadrado , un 40% prefiere en Fundas Tetrapack, el 37% optan por Vasos de plástico desechables, mientras que 12% prefiere en Envases de Vidrio y el 1% prefieren en otros tipos de empaques siempre y cuando este sea cómodo y llamativo.

Se determina que el empaque del producto se lo debe presentar en Envases de Plástico cuadrado debido a que es un producto lácteo y que necesita mantenerse en lugares frescos y bien sellados.

## PROMOCION

17) ¿Le gustaría recibir algún tipo de promoción al momento de adquirir el producto?

CUADRO N°17

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	245	88%
No	32	12%
<b>TOTAL</b>	<b>277</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a Consumidores

Elaboración: La Autora

### Análisis:

De las 277 personas encuestadas el 88% manifiesta que si le gustaría recibir promociones por la compra del producto como por ejemplo camisetas, gorras, esferos, más contenido de bebida en el producto, y el 12% no le gustaría recibir ningún tipo de promoción. Se determina que por la compra del producto se brindara promociones a los clientes más frecuentes ya que las promociones los estimulan a consumir más el producto.

**18) ¿Por qué medios de comunicación le gustaría informarse de la existencia del producto?**

**CUADRO N°18**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>TELEVISION</b>		
Tv.Oro	143	52%
Ecuavisa	72	26%
Gama Tv.	21	8%
<b>RADIO</b>		
Onda Sur	87	31%
Génesis 107.5	118	43%
Camil	36	13%
<b>PRENSA</b>		
El Correo	95	34%
El Opinión	77	28%
El Nacional	59	21%
El Extra	42	15%
<b>OTROS</b>		
	61	22%

Fuente: Encuestas a Consumidores Elaboración: La Autora

**Análisis:**

De las encuestas aplicadas el 52% del total de encuestados han sugerido que el medio de comunicación más apto para dar a conocer el producto es por la Televisión, a través del canal de "TVORO", mientras que un 43% prefiere enterarse de la existencia del mismo por medio de Radio a través de la emisora "Génesis 107.5", y un 34% se inclinó por la Prensa Escrita por medio del Diario Correo. Se determina que la existencia del producto se la hará a conocer por medio de la Televisión y la Radio ya que son los medios más sintonizados por las personas para que se enteren de la existencia del producto.

## 2.2. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS CONSUMIDORES

### 2.2.1. DEMANDA POTENCIAL

Con el análisis de la demanda se pretende conocer cuáles son los compradores potenciales, actuales y efectivos de Avena Casera con sabor a Vainilla bebida láctea.

Es por ello que con el presente proyecto se intenta mejorar las características de producción, comercialización y estabilidad de los productos en el mercado. Con las encuestas aplicadas a la población por familia del Cantón Huaquillas que es de 50.157 habitantes, el incremento de la población del 1,92% anual con estos datos logramos establecer la adquisición de Avena Bebidas Lácteas por familia que es de 12.539 miembros por familia, y de esta manera conocer nuestro mercado, basándonos en los resultados de los siguientes cuadros.

#### CUADRO N°19: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL DE FAMILIAS QUE CONSUMEN AVENA BEBIDA LACTEA.

<b>AÑO</b>	<b>POBLACION TOTAL Incremento 1,92%</b>	<b>TOTAL DE LA POBLACION POR FAMILIA</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL familias que compran (80%)</b>
2010	48.285,00	12.071,25	9.657,00
2011	49.212,07	12.303,02	9.842,41
<b>2012</b>	<b>50.156,94</b>	<b>12.539,24</b>	<b>10.031,39</b>
2013	51.119,96	12.779,99	10.223,99
2014	52.101,46	13.025,37	10.420,29
2015	53.101,81	13.275,45	10.620,36
2016	54.121,36	13.530,34	10.824,27
2017	55.160,49	13.790,12	11.032,10

Fuente: Datos del Inec (Censo 2010), Cuadro n° 3

Elaboración: La Autora

Como podemos verificar la demanda potencial esta expresada en N° de familias que compran Avena Bebidas Lácteas que es de 10.031 que representa al 80% de las familias de la ciudad de Huaquillas, es decir (10.031\*80%).

## 2.2.2. DEMANDA ACTUAL O REAL

Para determinar la demanda actual, tomaremos como base el número de familias que actualmente compran el producto considerando los datos basados en la pregunta N° 4 (**Cuál es su sabor de preferencia al consumir avena bebida láctea**), cabe recalcar que para determinar dicha demanda se tomara en cuenta solo el porcentaje del producto con sabor a vainilla dándonos un porcentaje del 56% de esta manera se obtendrá los resultados del siguiente cuadro.

**CUADRO N°20: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA REAL DE FAMILIAS QUE CONSUMEN AVENA BEBIDA LACTEA CON SABOR A VAINILLA.**

<b>AÑO</b>	<b>POBLACION TOTAL Incremento 1,92%</b>	<b>TOTAL DE LA POBLACION POR FAMILIA</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL familias que compran (80%)</b>	<b>DEMANDA ACTUAL O REAL (56%)</b>
2010	48.285	12.071	9.657	5.408
2011	49.212	12.303	9.842	5.512
<b>2012</b>	<b>50.157</b>	<b>12.539</b>	<b>10.031</b>	<b>5.618</b>
2013	51.120	12.780	10.224	5.725
2014	52.101	13.025	10.420	5.835
2015	53.102	13.275	10.620	5.947
2016	54.121	13.530	10.824	6.062
2017	55.160	13.790	11.032	6.178

**Fuente:** Cuadro N°19, Cuadro N° 4.

**Elaboración:** La Autora

### 2.2.3. DEMANDA EFECTIVA

Es la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado. Para determinar la demanda efectiva se tomara en consideración la demanda real que es de 5.618 y el porcentaje de la pregunta N° 10 **¿Si se Implementara una Empresa productora y comercializadora de avena casera con sabor a vainilla (bebida láctea), en la ciudad de Huaquillas Usted compraría el producto?**

Dando como porcentaje el 92%.

#### CUADRO N°21: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA DE FAMILIAS QUE COMPRARIAN AVENA CASERA CON SABOR A VAINILLA BEBIDA LACTEA.

AÑO	POBLACION TOTAL Incremento 1,92%	TOTAL DE LA POBLACION POR FAMILIA	DEMANDA POTENCIAL familias que compran (80%)	DEMANDA ACTUAL O REAL (56%)	DEMANDA EFECTIVA (92%)
2010	48.285	12.071	9.657	5.408	4.975
2011	49.212	12.303	9.842	5.512	5.071
<b>2012</b>	<b>50.157</b>	<b>12.539</b>	<b>10.031</b>	<b>5.618</b>	<b>5.168</b>
2013	51.120	12.780	10.224	5.725	5.267
2014	52.101	13.025	10.420	5.835	5.369
2015	53.102	13.275	10.620	5.947	5.472
2016	54.121	13.530	10.824	6.062	5.577
2017	55.160	13.790	11.032	6.178	5.684

**Fuente:** Cuadro N° 20, Cuadro N° 10.

**Elaboración:** La Autora

## CONSUMO ANUAL

Para determinar el consumo anual del producto hemos tomado en cuenta la pregunta N° 5 que indica **¿Qué cantidad consume Ud. Bebida láctea con avena semanalmente?**, primeramente determinamos el consumo anual por litros de bebida láctea con avena dando como resultado 29.796 litros a este resultado lo dividimos para la frecuencia total de encuestados que consumen bebida lácteas con avena , y de esta manera determinar el consumo promedio anual por litros que es de 99 litros Anuales por familia.

### CUADRO N° 22: DEMANDA EFECTIVA DE AVENA CASERA CON SABOR A VAINILLA BEBIDA LACTEA PROYECTADA PARA LOS 5 AÑOS DE VIDA UTIL DEL PROYECTO.

AÑO	POBLACION TOTAL Incremento 1,92%	TOTAL DE LA POBLACION POR FAMILIA	DEMANDA POTENCIAL familias que compran (80%)	DEMANDA ACTUAL O REAL (56%)	DEMANDA EFECTIVA (92%)	CONSUMO PROMEDIO ANUAL EN LITROS	DEMANDA EFECTIVA DE AVENA CASERA CON SABOR A VAINILLA BEBIDA LACTEA EN LITROS
2010	48.285	12.071	9.657	5.408	4.975	99 Litros	492.553
2011	49.212	12.303	9.842	5.512	5.071	99 Litros	502.010
<b>2012</b>	<b>50.157</b>	<b>12.539</b>	<b>10.031</b>	<b>5.618</b>	<b>5.168</b>	<b>99 Litros</b>	<b>511.649</b>
2013	51.120	12.780	10.224	5.725	5.267	99 Litros	521.473
2014	52.101	13.025	10.420	5.835	5.369	99 Litros	531.485
2015	53.102	13.275	10.620	5.947	5.472	99 Litros	541.689
2016	54.121	13.530	10.824	6.062	5.577	99 Litros	552.090
2017	55.160	13.790	11.032	6.178	5.684	99 Litros	562.690

Fuente: Cuadro N° 21, Cuadro N° 5.

Elaboración: La Autora

### **3. OFERTA**

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que, en función de éstos, aquél los adquiera. Así, se habla de una oferta individual, una de mercado o una total.

Es importante analizar la oferta para determinar las condiciones del mercado con referente a la situación actual en la ciudad de Huaquillas, después del análisis realizado se determina que no existe una empresa que brinde este tipo de productos como es la avena casera con sabor a vainilla bebida láctea, bajo estas condiciones la oferta sería cero, sin embargo para efectos del presente proyecto se toma como competencia a principales tiendas comerciales que brindan productos de consumo masivo derivados de la leche en bebidas lácteas éstos para el desarrollo del proyecto, que son los que cubren la demanda existente en la ciudad de Huaquillas.

Para el estudio de la oferta se efectuaron 10 entrevistas aplicadas a los dueños de los diferentes locales que expenden productos derivados de la leche esta entrevista se realizó con la finalidad de recolectar información necesaria para el desarrollo del presente proyecto



### **3.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA**

De acuerdo a la información obtenida sobre la competencia se efectuó un análisis para conocer cuál es su desarrollo en el mercado en base a distintos factores y a su vez realizar una comparación con lo que se pretende mantener en el desarrollo del proyecto en cuestión.

Es importante conocer que los oferentes consideran que la demanda es grande en la ciudad de Huaquillas, es por ello que se determinó que es un punto propicio para la implementación de la empresa productora y comercializadora de avena en bebida láctea.

Se tomó en cuenta los tipos de productos que ofrecen en los locales comerciales lo que se pudo determinar que los demandantes requieren tanto de bebidas lácteas como de bebidas gaseosas para el consumo humano, con estos resultados se pueden diseñar estrategias que permitan satisfacer las necesidades del consumidor. También con este estudio de la oferta se pudo determinar cuál es la cantidad de bebidas lácteas que venden anualmente en sus tiendas comerciales.

Todo se realizó con el propósito de tener referencia, acerca del producto que se pretende lanzar al mercado y si este tendrá la acogida necesaria.

### 3.2. BALANCE OFERTA DEMANDA

Ya determinada tanto la oferta como la demanda se procede a realizar el balance oferta-demanda.

**CUADRO N° 23: OFERTA-DEMANDA**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA AFECTIVA (92%)</b>	<b>OFERTA (0%)</b>	<b>DEMANDA</b>
2010	492.553	0	492.553
2011	502.010	0	502.010
<b>2012</b>	<b>511.649</b>	<b>0</b>	<b>511.649</b>
2013	521.473	0	521.473
2014	531.485	0	531.485
2015	541.689	0	541.689
2016	552.090	0	552.090
2017	562.690	0	562.690

**Fuente:** Cuadro n°22.

**Elaboración:** Autora

Este cuadro se realizó tomando datos de la demanda efectiva y su proyección, en este caso en la ciudad de Huaquillas no existe demanda insatisfecha debido a que es un producto de consumo diario entonces como porcentaje de oferta tendríamos cero, ya que es un producto que satisface las necesidades de los demandantes y por ello la oferta sería igual a la demanda, cuyo promedio de la oferta se la obtiene, restando la demanda efectiva con la oferta lo que da como resultado la demanda.

## 4. ESTRATEGIAS DE MARKETING

Una estrategia de Marketing detalla cómo se lograra un Objetivo de Marketing. Mientras que los objetivos son específicos y medibles, las estrategias son descriptivas.

Los objetivos de marketing tienen un ámbito muy estrecho, se relacionan con el comportamiento del consumidor. Las estrategias proporcionan una dirección para todas las áreas del Plan de Marketing. Las estrategias sirven como guía para posicionar el producto, además sirven como referencia para desarrollar un “Marketing Mix” específico: producto, precio, plaza y promoción.

### 4.1. ANLISIS DE LAS 4P'S

#### 4.1.1. PRODUCTO



Atendiendo a los desafíos del mercado y de los requerimientos de la sociedad para adquirir productos de calidad que permitan mejorar la salud de los consumidores y que satisfagan las necesidades de los mismos.

La decisión de escoger este tipo de productos tiene como principal fundamento de crear e innovar un Producto Natural óptimo para el consumo humano; **la Avena Casera con sabor a Vainilla bebida láctea** es un producto de origen 100% natural y nutritivo de muy buena calidad y con una gran aceptación en el mercado.

#### **4.1.2. COMPONENTES:**

Leche entera, Agua, Azúcar, Harina de Avena, Estabilizante (Carragenina), Sabor artificial de vainilla.

#### **4.1.3. USOS**

Dentro de este parámetro podemos manifestar que en el Cantón de Huaquillas en un gran porcentaje, las personas consumen productos naturales, nutritivos que contengan fibra con la finalidad de prevenir ciertas enfermedades que afectan su salud.

- Alto contenido de fructuosa, lo que mejora el sistema digestivo.
- La fibra disminuye las calorías.
- Facilita la motilidad intestinal, por lo que se recomienda a las personas con estreñimiento.
- Mantiene BAJOS los niveles de COLESTEROL.
- La fibra ayuda a proteger el cáncer en los senos y el colon.
- Contiene Vitamina A, B, B2, C, fibra, Fosforo y Proteínas.
- No existe riesgo alguno a la salud por consumir altas dosis del producto, ni a bebés o mujeres embarazadas.

#### **4.1.4. SUSTITUTOS**

Como productos sustitutos podemos nombrar los siguientes:

- Leche Pasteurizada
- Yogurt
- Leche Toni
- Malteadas
- Leche de Soya
- Capuchinos

#### **4.1.5. CARACTERÍSTICAS Y ATRIBUTOS**

El producto está identificado con el nombre de “**AVENA CASERA RICASA**”, el cual tiene como materia prima la Harina de Avena, el mismo que con un debido tratamiento y proceso pasa a convertirse en un producto listo para el consumo humano.

##### **4.1.5.1. ATRIBUTOS**

**Sabor:** Propio de avena con vainilla.

**Aroma:** Propio del producto.

**Color:** Propio del producto

**Peso:** Contenido Neto de 1 Litro

**Presentación:** Envases de plástico Cuadrado

## LOGOTIPO DE LA EMPRESA



**Elaboración:** La Autora

- **SLOGAN:** Elige siempre lo nuestro

### 4.2. PRESENTACION DEL PRODUCTO

El producto se lo presentará en un envase de plástico cuadrado, además contara con una etiqueta con la marca del producto, el mismo que llevara información detallada acerca de: nombre del producto, beneficios nutricionales, fecha de elaboración y de expedición, registro sanitario, contenido neto, precio de venta al público y teléfono de la empresa.

<p>Avena Ricasa aporta a tu alimentación todos los de la leche y la avena, haciéndola una bebida ideal para personas que requieren mantener su energía por más tiempo con un sabor más sano y más delicioso.</p>	<p>Precio de venta al público:</p>	<p>Servicio al consumidor 097546829</p>	<p><i>Avena Casera Ricasa</i></p> <p><i>Como hecha en casa 100% Natural y Nutritivo</i></p> <p>Hecho en Ecuador Elige siempre lo nuestro</p>	<p><b>INGREDIENTES:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Leche en polvo</li> <li>2 Agua H2O</li> <li>3 Avena molida</li> <li>4 Azúcar</li> <li>5 Esencia de Vanilla</li> </ol> <p>Tiempo máximo de consumo 5 días. Conservar en refrigeración</p> <hr/> <p><b>INFORMACION NUTRICIONAL</b></p> <p>Tamaño por la porción: 180cm<sup>3</sup> Porciones por envase: 1</p> <p>Cantidades por porción</p> <table border="0"> <tr> <td>Energía</td> <td>586,0kJ (140cal)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Energía en grasa</td> <td>133,29j (32,4cal)</td> <td>+Valor Diario</td> </tr> </table> <hr/> <table border="0"> <tr> <td>Grasa total</td> <td>3,6g</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>Grasa saturada</td> <td>2,4g</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Grasa trans</td> <td>0g</td> <td></td> </tr> </table> <hr/> <table border="0"> <tr> <td>Coolesterol</td> <td>35mg</td> <td>12%</td> </tr> <tr> <td>Sodio</td> <td>65mg</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>Carbohidratos totales</td> <td>23,7g</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>Fibra dietaria</td> <td>0g</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Azúcares</td> <td>14g</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Proteína</td> <td>3,6g</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>Vitamina A</td> <td>86,418</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>Vitamina C</td> <td>1,44mg</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>Calcio</td> <td>1,08mg</td> <td>11%</td> </tr> </table> <p>*No es fuente significativa de Hierro</p> <p>*Valores porcentuales basados en una dieta de 8300Kj (2000 calorías)</p>	Energía	586,0kJ (140cal)		Energía en grasa	133,29j (32,4cal)	+Valor Diario	Grasa total	3,6g	6%	Grasa saturada	2,4g		Grasa trans	0g		Coolesterol	35mg	12%	Sodio	65mg	2%	Carbohidratos totales	23,7g	8%	Fibra dietaria	0g	0%	Azúcares	14g		Proteína	3,6g	7%	Vitamina A	86,418	2%	Vitamina C	1,44mg	2%	Calcio	1,08mg	11%
Energía	586,0kJ (140cal)																																													
Energía en grasa	133,29j (32,4cal)	+Valor Diario																																												
Grasa total	3,6g	6%																																												
Grasa saturada	2,4g																																													
Grasa trans	0g																																													
Coolesterol	35mg	12%																																												
Sodio	65mg	2%																																												
Carbohidratos totales	23,7g	8%																																												
Fibra dietaria	0g	0%																																												
Azúcares	14g																																													
Proteína	3,6g	7%																																												
Vitamina A	86,418	2%																																												
Vitamina C	1,44mg	2%																																												
Calcio	1,08mg	11%																																												

#### **4.2.1. PRECIO**

El establecimiento del precio es de suma importancia, debe conocerse si lo que busca el consumidor es la calidad, sin importar mucho el precio o si el precio es una de las principales variables de decisión. En muchas ocasiones una errónea fijación del precio es la responsable de la mínima demanda de un producto o servicio.

Es importante considerar el precio de introducción en el mercado, los descuentos por compra en volumen, las promociones, comisiones, los ajustes de acuerdo con la demanda, entre otras.

Así mismo se tomara como base el costo total de producción de avena bebidas lácteas, sobre el cual se adicionara un margen de utilidad, pero sin dejar a lado la capacidad adquisitiva del consumidor.

También es necesario establecer como está el mercado en cuestión de costos para lograr entrar al mercado con precios competitivos y de fácil accesibilidad y aun teniendo en cuenta que la empresa por el momento quiere darse a conocer y crear lealtad en los clientes.

#### **4.2.2. PLAZA O DISTRIBUCION**

La distribución es la forma de hacer llegar el producto al consumidor. Hay que determinar el método de distribución usado con mayor éxito en el mercado, por los competidores y por la empresa.

La empresa brindara un producto sano y nutritivo de calidad que satisfaga las necesidades de los consumidores.

La plaza a la que se encuentra dirigida la producción de la empresa “ Avena Casera Ricasa Cía. Ltda. bebidas lácteas, se llevara a cabo a través de: servicio a detallistas como directamente a los consumidores, en el local ubicado, en las calles que posteriormente en el estudio técnico se determinara.

Según las investigaciones realizadas se ha considerado que el canal de distribución más conveniente para el producto es el siguiente:





### **4.2.3. PROMOCION**

La promoción servirá como un elemento importante para incentivar, persuadir y recordar al mercado sobre la existencia del producto, permitiendo de esta manera llegar a los consumidores.

Es por ello que se pretende realizar promociones, consideradas de las opciones mencionadas por los consumidores al momento de que se analizó la encuesta aplicada. De entre las que indicaron los consumidores fueron las siguientes:

- ❖ Realizar un tipo de descuento por la adquisición en grandes cantidades.
- ❖ Realizar descuentos en días especiales como: Navidad, Año nuevo, otros.

### **4.2.4. PUBLICIDAD**

La publicidad se la realizara a través de medios de comunicación colectiva, especialmente en la televisión que es el medio de comunicación de mayor atención por los consumidores.

Primeramente se mandara hacer el Letrero de la Empresa productora de Avena Casera con sabor a Vainilla bebida láctea para emitir una buena imagen de la Empresa y proporcionar una excelente visibilidad ante el público. Así tenemos:



**Elaboración:** La Autora

#### **4.2.5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Así mismo para dar a conocer el producto, se hará uso de los siguientes medios de comunicación para publicitar a la Empresa con el fin de incrementar la demanda y lograr posicionamiento en el mercado.

Los medios tienen sus propias estrategias para captar mayor sintonía y audiencia, pero estas cambian con mucha frecuencia y se tiene que buscar el medio más adecuado para lanzar los mensajes publicitarios; se mencionara las siguientes tácticas.

- La publicidad radial será lanzada por el medio radial de mayor sintonía, en este caso es "Radio Génesis 107.5 fm".(según las

encuestas); en un inicio con frecuencias cortas de tiempo y únicamente 1 vez al mes, para luego ir incrementando paulatinamente hasta posicionar la empresa en el mercado.

- Ofrecer la publicidad por Televisión a través de canales locales, en este caso por el canal de “TV ORO noticias”, con la finalidad de atraer un gran número de posibles clientes.
- De igual manera utilizar los medios periódicos de la localidad, especialmente el diario EL CORREO, una vez por mes en la sección de clasificados. Y luego ir aumentando progresivamente hasta alcanzar un nuevo posicionamiento en el mercado.

<b>PUBLICIDAD</b>	<b>ESPECIFICACION</b>	<b>CANTIDAD ( 1 vez al mes)</b>	<b>P. UNITA.</b>	<b>V. MENSUAL</b>
Radio	Cuñas publicitarias ( RADIO GÉNESIS)	12	8,00	96,00
Medios Televisivos	Spots publicitarios (TV ORO Noticias)	12	20,00	240,00
Medios Escritos	Anuncios Clasificados ( Diario El Correo)	12	5,00	60,00
Letrero con nombre de la Empresa	Luminoso; 2x0,85	1	80,00	80,00
<b>TOTAL</b>				<b>396,00</b>

**Elaboración:** La  
Autora

## 5. ESTUDIO TECNICO

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el

uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos.

La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero.

Todo estudio técnico tiene como principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización, considerando los datos proporcionados y el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico y recursos humanos.

## **5.1. TAMAÑO Y LOCALIZACION**

### **5.1.1. TAMAÑO**

El análisis del tamaño de un proyecto tiene por objeto dimensionar conjuntamente la capacidad efectiva de producción y su nivel de utilización, tanto para la puesta en marcha como en su evolución durante la vida útil del proyecto.

Hacer relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerando normal para la naturaleza del proyecto objeto de estudio se refiere a la capacidad instalada y se mide en unidades producidas por año.

Para determinar adecuadamente el tamaño de la planta se debe considerar aspectos fundamentales como: Demanda Existente, Capacidad a Instalar, Capacidad a Utilizar, El abastecimiento de materia prima, Tecnología disponible, La necesidad de Mano de Obra, entre otros.

El tamaño óptimo elegido debe ser únicamente si la demanda es inmensamente superior a la capacidad de producción ya que ello implicaría menor riesgo de mercado para el producto.

#### **5.1.1.1. CAPACIDAD TEORICA**

Es aquella capacidad diseñada para el funcionamiento de la maquinaria, su rendimiento depende de algunos factores propios como: la temperatura, altitud, húmeda, etc. Que compone el mercado ambiente en el que se instala la maquinaria, esta capacidad se denomina teórica por cuanto una vez salida la maquinaria de la fábrica es muy difícil instalar en lugares que reúnan las condiciones en la que esta máquina fue diseñada y construida.

Es la capacidad o volumen de producción que puede llegar a tener la maquinaria y que al momento de ser fabricada, su productor, la diseño para

llegar a operar a ese nivel máximo de producción y de ninguna manera se puede incrementar de ese nivel.

En este caso en particular, la maquinaria necesaria para la mezcla de ingredientes para la producción de avena casera con sabor a vainilla bebida láctea, motivo del presente estudio, cuenta con una capacidad máxima de diseño, por turno de 14 horas, la cual, es la siguiente: la batidora industrial tiene capacidad para 60 litros/hora de mezclado, trabajando 14 horas diarias nos dará 840 litros al Día, o 306.600,00 litros/año trabajando los 365 días que tiene el año, el material de recipiente es de Acero inoxidable timer, el material de la estructura es de Acero fundido pintado, con un motor de 380 V, 50 Hz, 3 HP. Con 4 velocidades de operación, Potencia: 2.2 Kw/ 2.8 Kw y con las siguientes dimensiones Aproximadas de Ancho 620 mm. Profundidad 1030 mm. Alto 1430 mm.

#### **5.1.1.2. CAPACIDAD INSTALADA**

La capacidad instalada está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado, está en función de la demanda a cubrir durante el periodo de vida de la empresa. Se mide el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo.

La capacidad instalada de la planta está establecida para que funcione con un proceso productivo continuo. En el caso de la empresa, se espera trabajar dentro de los 5 años de vida útil del proyecto con una producción de 840 litros diarios haciendo trabajar 14 horas diarias la maquinaria y que en el año representarían, 306.600,00 litros trabajando 365 días al año, de Lunes a Viernes. Lo cual constituye el 100% de producción de la maquinaria. Es decir se va a cubrir el 60% de la participación en el mercado.

#### **CUADRO Nº 24: CAPACIDAD INSTALADA**

<b>Capacidad Hora</b>	<b>Capacidad por Día (14 horas)</b>	<b>Capacidad Anual en Litros (365 días al año)</b>	<b>% Capacidad Instalada</b>	<b>% De la participación en el mercado</b>
60 Litros	840 Litros	306.600 Litros	100%	60%

**Elaboración:** La Autora

#### **5.1.1.3. CAPACIDAD UTILIZADA**

Es un porcentaje de la capacidad instalada, que se lo calcula tomando en cuenta los algunos factores que se pueden presentar al momento de la producción como la apertura del mercado, selección de intermediarios, acoplamiento del proceso productivo, capacitación del personal, inexperiencia. Etc. Tomando en cuenta estos factores, la Empresa no empezará con el 100% de su capacidad instalada.

Por lo tanto la empresa estará en capacidad de producir 306.600 litros de avena bebida láctea al año, pero por razones de inicio de actividades y estar sometido a ciertos riesgos, la capacidad utilizada atenderá en un 41% de la capacidad instalada, entonces para el primer año se producirá el 38% de la capacidad utilizada que equivale a 115.000 litros de avena bebida láctea anuales, laborando 260 días y trabajando 8 horas diarias de Lunes a Viernes. Para el segundo año se atenderá un 39%, para el tercer año se trabaja con el 40% y por ultimo para el cuarto y quinto año se espera trabajar con el 41% de la capacidad utilizada.

#### CUADRO N° 25: CAPACIDAD UTILIZADA

Capacidad Hora	Capacidad por Día (8 horas)	Capacidad Anual en Litros (260 días al año)	% Capacidad Utilizada
60 Litros	480 Litros	124.800 Litros	41%

Elaboración: La Autora

#### CUADRO N° 25.1: PROYECCION DE LA CAPACIDAD UTILIZADA

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA ANUAL EN LITROS	% DE PRODUCCION ANUAL	CAPACIDAD UTILIZADA EN LITROS
1	306.600,00	38%	115.000,00
2	306.600,00	39%	120.000,00
3	306.600,00	40%	122.304,00
4	306.600,00	41%	124.652,24
5	306.600,00	41%	124.652,24

Fuente: Cuadro N° 24, Cuadro N° 25.

Elaboración: La Autora



#### 5.1.1.4. CÁLCULO DE LA MANO DE OBRA DIRECTA

Este factor es muy importante porque hace posible la elaboración del producto ya que cuenta con personas con formación empresarial de nivel secundario superior.

Para realizar el cálculo de la mano de obra directa calculamos primero las horas anuales hombre durante los 365 días del año.

$8\text{horas} \times 365 = 2.920$  horas hombre anuales.

Se utiliza diariamente 8 horas diarias para producir 480 litros de avena casera con sabor a vainilla bebida láctea entonces para producir la capacidad anual en litros multiplicamos los 480 litros diarios por los 260 días que la empresa piensa trabajar dándonos como resultado 124.800 litros avena casera bebida láctea anual, Entonces para obtener la necesidad de horas de producción se toma como base las 8 horas diarias con la que se espera trabajar por los 260 días laborables para esto se necesita 2.080 horas de producción. Para verificar cuantos obreros necesitamos dividimos el total de horas de producción al año para el total de horas de trabajo al año dándonos como resultado la cantidad de un obrero para todo el proceso productivo ( $2.080/2.080=1$ )

## CUADRO N° 26: CALCULO DE LA MANO DE OBRA DIRECTA

<b>TOTAL HORAS PRODUCCIÓN AL AÑO</b> (124.800 min / 60min)	2.080
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO AL AÑO</b> (260días * 8 horas diarias)	2.080
<b>PRODUCCIÓN AL AÑO</b>	124.800
<b>TRABAJADORES PARA LA PRODUCCIÓN</b> (Total horas producción al año / Total horas de trabajo al año)	1

Elaboración: La Autora

### 5.1.2. LOCALIZACION DE LA PLANTA

El objetivo es destinar el sitio exacto donde se instalara la fábrica o empresa es decir un lugar geográfico más óptimo, para lo cual se considera la macro localización y micro localización.

Existen algunos factores que determinan la localización de una planta para la elaboración de un determinado producto (avena casera con sabor a vainilla bebida láctea) y que generalmente se denominan factores localizacionales, entre los que se pueden mencionar:

#### 5.1.2.1. FUERZAS LOCALIZACIONALES

##### ❖ Medios y costos de Transporte

Constituye la facilidad que tendría la empresa para transportar la materia prima e insumos desde el lugar donde se lo compra hasta el lugar de producción, por tanto es importante planificar donde se va a ubicar la empresa para estimar la facilidad de acceso de vehículos y

de esta manera se puede minimizar el número de viajes para así reducir costos por fletes.

❖ **Disponibilidad y costos de mano de obra**

En este aspecto es importante manifestar que para que la empresa empiece a funcionar se necesitará obligatoriamente mano de obra especializada en la producción de Avena con sabor a vainilla bebida láctea.

❖ **Cercanía a las fuentes de abastecimiento.**

La ciudad de Huaquillas se encuentra ubicada en el centro de las fuentes de abastecimiento de materias primas y de insumos, lo que reduce los costos de operación.

❖ **Factores ambientales.**

El sitio seleccionado para la planta productora debe ser adecuado. Con el fin de tomar en cuenta todas las normas ambientales para no contaminar el medio ambiente.

❖ **Cercanía al mercado.**

La ubicación de la planta productora debe constituir una ventaja importante, estar ubicada geográficamente dentro del perímetro de la ciudad de Huaquillas donde se ofrecerán el producto.

❖ **Topografía de suelos.**

Debe ser un área industrial con una principal vía de acceso asfaltada.

❖ **Permiso legal**

Los permisos básicos de funcionamiento se lo pueden hacer en la misma

Ciudad con la finalidad de que la empresa este en regla con todas las normas establecidas de acuerdo a la nueva constitución.

❖ **Disponibilidad de servicios básicos**

Se debe tener en cuenta que el servicio de agua y luz entre otras es muy importante para que nuestra empresa funcione adecuadamente.

❖ **Comunicaciones.**

El área seleccionada tiene que tener destinado servicio de comunicación necesaria para poder dar un servicio eficiente y de calidad.

❖ **Facilidad para eliminar desechos.**

Las zonas donde se instalara la planta productora no deberían estar tan cerca del centro de la ciudad, es por eso que las zonas industriales de las localidades se encuentran en lugares característicos.

### **5.1.2.2. MACROLOCALIZACIÓN**

Es el lugar donde se ubicara la empresa productora y comercializadora de Avena casera con sabor a vainilla bebida láctea. La macro localización se realizó tomando en cuenta el lugar más cercano al mercado, vías de acceso

y suministro de servicios básicos. Por esto la empresa será localizada en la ciudad de Huaquillas, provincia de El Oro.



### 5.1.2.3. MICROLOCALIZACIÓN

Indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida.

Es el lugar donde se ubicara y funcionará la planta de producción, en el sitio más adecuado cuidando el medio ambiente para de esa manera obtener mejores utilidades.

La empresa de producción y comercialización de “Avena casera con sabor a Vainilla bebida láctea” funcionará en:

**PROVINCIA:** De el Oro

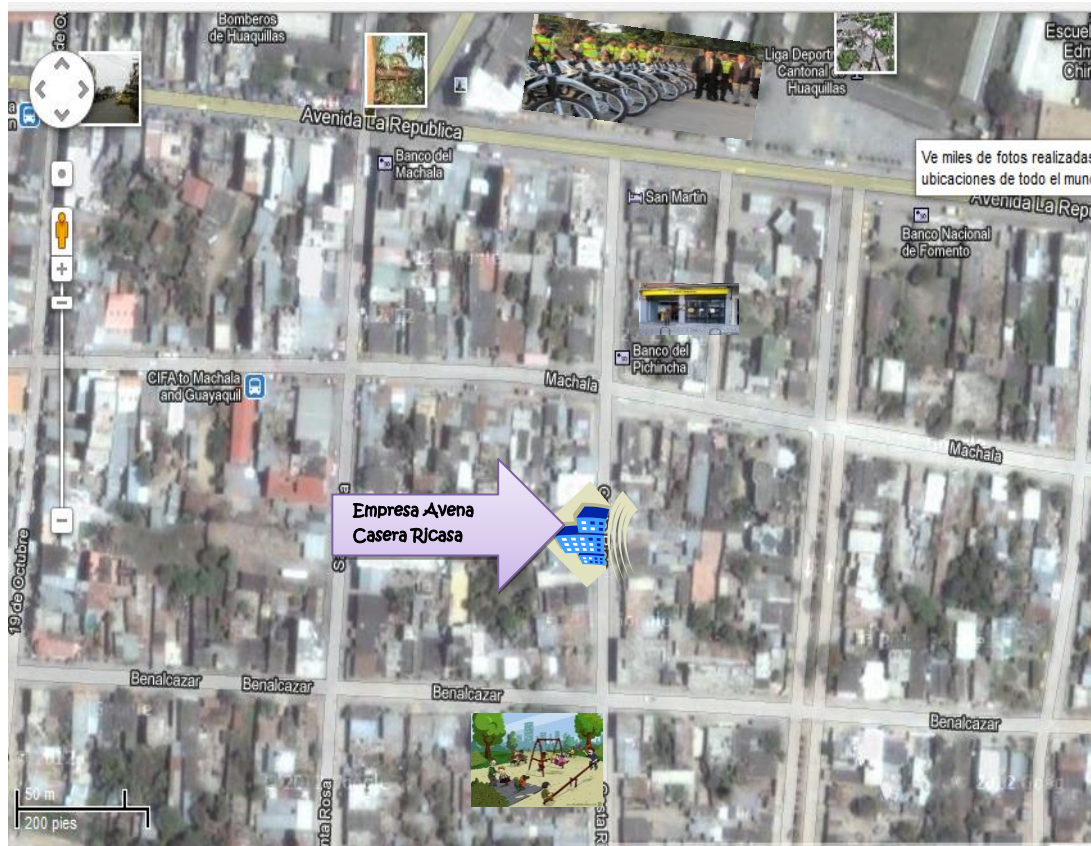
**CANTON:** Huaquillas

**PARROQUIA:** Ecuador

**BARRIO:** 24 de Mayo a 7 metros del Banco del Pichincha.

**Estructura:** Casa de un piso.

### MICROLOCALIZACION



## 5.2. INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto hace referencia a todo lo concerniente al producto, a su proceso productivo, los requerimientos de la materia prima, infraestructura, adquisición de materiales, descripción del proceso productivo y distribución adecuada de la empresa.

### 5.2.1. DESCRIPCION DEL PROCESO

El proceso productivo está dado por las diferentes fases por las que tiene que pasar el producto los mismos que tienen que ser cumplidos a cabalidad para obtener un producto de óptima calidad el mismo que le permitirá satisfacer con eficiencia y eficacia las necesidades de los consumidores. En nuestro caso estará dado por los siguientes casos:

**Recepción de la materia prima:** Se recibe la materia prima, la avena, la leche y azúcar que se necesita para la realización del producto. En el tiempo de 30 minutos.

**Clasificación de la Materia Prima:** Se procede a clasificar la materia prima por libras de acuerdo al número de producción que se vayan a realizar. En el tiempo de 30 minutos.

**Mezclado:** Se coloca la avena molida, leche en polvo y el azúcar para realizar una mezcla constante hasta obtener un suave líquido. En un espacio de 60 minutos.

**Cocción:** Se coloca la mezcla en la olla de aluminio donde se cocina por espacio de 60 minutos, tiempo en el cual alcanza el punto de bebida, el punto debe ser exacto para evitar que se solidifique una vez que se enfría y envasa.

**Enfriado:** Una vez que se obtiene el punto de bebida, el producto es colocado para ser enfriado al ambiente por espacio de 30 minutos.

**Control:** Se realiza un control minucioso del producto para obtener una buena calidad en un tiempo de 60 minutos.

**Envasado:** Una vez que la Avena bebida láctea está lista, se coloca en la envasadora para a la vez sea colocado en el envase de plástico, en un tiempo de 15 minutos.

**Selladora:** Después se procede a tapar utilizando la selladora manual, ello garantiza la calidad e higiene del producto. Esto se lo realizara en un tiempo de 15 minutos.

**Etiquetado:** Una vez terminado el producto procedemos a poner la identificación del mismo, que constituye en adherir la etiqueta, que compone todo lo relevante a la información de la empresa y del producto. Esto se lo realizara en un tiempo de 60 minutos.

**Almacenado:** Cuando el producto se encuentra listo se procede a almacenarlo y a exponerlo a la venta. En un tiempo de 60 minutos.



**Limpieza:** Después de terminar con el proceso productivo procedemos a realizar la limpieza y mantenimiento de la maquinaria de producción, esto se lo hará en un lapso de 60 minutos.

## DESCRIPCIÓN DE MAQUINARIA

### BATIDORA INDUSTRIAL DE 60 LITROS



#### Características

Capacidad del Producto: 60 Ltrs./h

Tiempo de Mezclado: Aprox. 10 a 15 minutos por batch. ( Dependerá del producto) Producto: Granulos, polvos, mazas.

Material de Estructura: Acero fundido pintado.

Volumen del bowl: 60 Lts.

Material de Recipiente: Acero inoxidable Timer

Motor 380v, 50 Hz, 3HP

4 Velocidades: 73/109/143/216 r/min

Potencia: 2.2 Kw/ 2.8 Kw

Peso: 490 Kg

Dimensiones:

Ancho: 620 Mm.

Profundidad: 1030mm

Alto: 1430 Mm. Incluyen batidor plano, batidor globo y batidor gancho.

## **COCINA INDUSTRIAL A GAS MARCA HARMAN'S.**

### **MODELO 903 AI**

- Fabricado con planchas de Acero Inoxidable calidad AISI 304 2B Uso Gastronómico
- Equipada con tres quemadores CF de fierro fundido de 7" de diámetro
- 3 Parrillas de fierro fundido
- Válvulas de dos posiciones max/min
- Perillas de aluminio
- Bandeja deslizable de Acero Inoxidable bajo los quemadores, para limpieza de desperdicios
- Pedestal de Acero Inoxidable



## **MÁQUINA DOSIFICADORA SELLADORA**

Máquina dosificadora selladora para envasar productos líquidos y pastosos, en fundas prefabricadas o envases rígidos de plástico o vidrio, por sistema volumétrico y que incorpora un conjunto de sellado con mordazas dentadas de temperatura constante.



Permite envasar mermeladas, salsas, pastas de maní o ajo, yogur, condimentos, miel, manjar, shampoo, rinse, gel, cremas cosméticas, etc.

## CARACTERISTICAS

- Alimentación del producto desde una tolva cónica con tapa y válvula de flotador (opcional), con aristas redondeadas y acabado sanitario.
- Permite envasar un envase a la vez.
- Dosificador volumétrico con regulación mecánica para controlar el volumen a envasar.
- Activación neumática por válvulas de pedal para accionamiento del dosificador y de la selladora.
- Fácil regulación de los soporte según la altura del envase y/o funda.
- Estructura fabricada en acero inoxidable A304, que garantiza una alta calidad y durabilidad, cumpliendo además con exigencias sanitarias para envasado.
- Boquilla intercambiable, según el diámetro del pico del envase.
- Control de temperatura digital con termocupla.
- Accionamiento neumático.
- Incluye unidad de mantenimiento para el aire comprimido.

## ESPECIFICACIONES.-

Volumen	Desde 30 c.c. hasta 500 c.c. (opcional para mayor volumen)
Capacidad	Aproximadamente 10 envases por minuto
Formatos	Cualquier tamaño de botellas o fundas hasta máximo 200 mm. de ancho.
Material de Envases	Recipintes de PVC, Polietileno, PET, o vidrio. Fundas de material termosellable.
Material del Equipo	Acero inoxidable AISI 304
Control	Sistema de control electrónico con temporizador para sellado.

Tensión Requerida	110 VAC, 60 Hz. Consumo aprox. 0,5 Kw
Aire Comprimido	90 psi ( 6 bares). Consumo aprox. 4.6 CFM.
Dimensiones	Ancho 1.200 mm. fondo 600 mm. altura 1.900 mm.
Peso	Aprox. 130 Kg. (neto)

### **ACCESORIOS ESTANDARD**

- Mesa soporte de acero inoxidable
- Soportes regulables para recipientes o fundas
- Unidad de mantenimiento para aire comprimido

### **ACCESORIOS OPCIONALES**

- Válvula de flotador para llenado de tolva
- Tapadora manual neumática
- Perforador para fundas

Impresora térmica de 2 o 3 filas

### **OLLA DE ACERO INOXIDABLE**



**CILINDRO INDUSTRIAL DE 45 KG.**




**PALETA DE MADERA**





## 5.2.2. FLUJOGRAMA DE PROCESO DE PRODUCCION


Es la representación gráfica del proceso productivo, este flujograma lleva gráficos como:


### SIMBOLOGÍA:


 Actividad u operación – Cuando se transforma un objeto u algo planeado.

 Transporte o traslado – Cuando un objeto es trasladado de un lugar a otro.

 Demora – Cuando se requiere de esperar para que se lleve a cabo la actividad.

 Inspección o control – Cuando el objeto es examinado para verificar si se está llevando a cabo correctamente lo planificado.

 Actividades combinadas

 Archivo – almacenaje – Cuando el producto es guardado y almacenado.



















### **5.2.3. EL PROCESO PRODUCTIVO.-**

Constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades que consta en el proceso de producción. En este cuadro se describe el proceso productivo de los envases de bebidas lácteas con avena indicando las fases representadas con los tiempos necesarios para cada una de ellas y clasificando las acciones del proceso.

En el desarrollo del flujograma se consideran los siguientes datos:

- ❖ Se detalla el proceso productivo.
- ❖ Se detalla el tipo de actividad en cada fase del proceso productivo.
- ❖ El tiempo empleado para la producción diaria.
- ❖ Los días que se van a laborar para el desarrollo de la producción que son 260 días laborables.
- ❖ Para este proceso se realizara 480 litros de avena bebida láctea diarios.
- ❖ Se detalla cual es la capacidad de producción anual de litros de bebidas lácteas con avena.
- ❖ Describe el tiempo empleado en cada etapa del proceso.

**PROCESO DE PREPARACION DE AVENA CASERA CON SABOR A VAINILLA BEBIDA LACTEA**

FASES	PROCESO PRODUCTIVO	INSPECCIÓN	OPERACIÓN	OPERACIÓN DEMORA	DEMORA	TRANSPORTE	ALMACENAMIENTO	TIEMPO	DÍAS LABORABLES	PRODUCCIÓN AL AÑO
										
1	Recepción de la materia prima							30 min	260	7.800
2	Clasificación de materia prima							30 min	260	7.800
3	Mezclado de la materia prima							60 min	260	15.600
4	Cocinado							60 min	260	15.600
5	Enfriado							30 min	260	7.800
6	Control de calidad							60 min	260	15.600
7	Envasado							15 min	260	3.900
8	Sellado							15 min	260	3.900
9	Etiquetado							60 min	260	15.600
10	Almacenamiento del producto Terminado							60 min	260	15.600
11	Limpieza							60 min	260	15.600
<b>TOTAL</b>								<b>480 min</b>		<b>124.800 min</b>



### **5.3. INGENIERIA DE LA PLANTA**

Para la distribución de la planta se debe considerar que la misma deberá cumplir con los siguientes objetivos:

- Dar seguridad al personal y equipos.
- Permitir un tránsito normal.
- Tener un flujo eficiente de materiales.

La distribución física de la planta contará con un área de 200m<sup>2</sup> dicha planta se la destinará para el funcionamiento y contará con un área de circulación libre; cada sección contará con una dimensión apropiada para la ejecución de las distintas actividades.

#### **5.3.1. DISTRIBUCION DE LA PLANTA**

La planta de producción para desarrollarse adecuadamente llevara las siguientes áreas.

##### **AREA ADMINISTRATIVA**

- ❖ Gerente
- ❖ Secretaria contadora
- ❖ Asesor Jurídico

##### **AREA DE PRODUCCION**

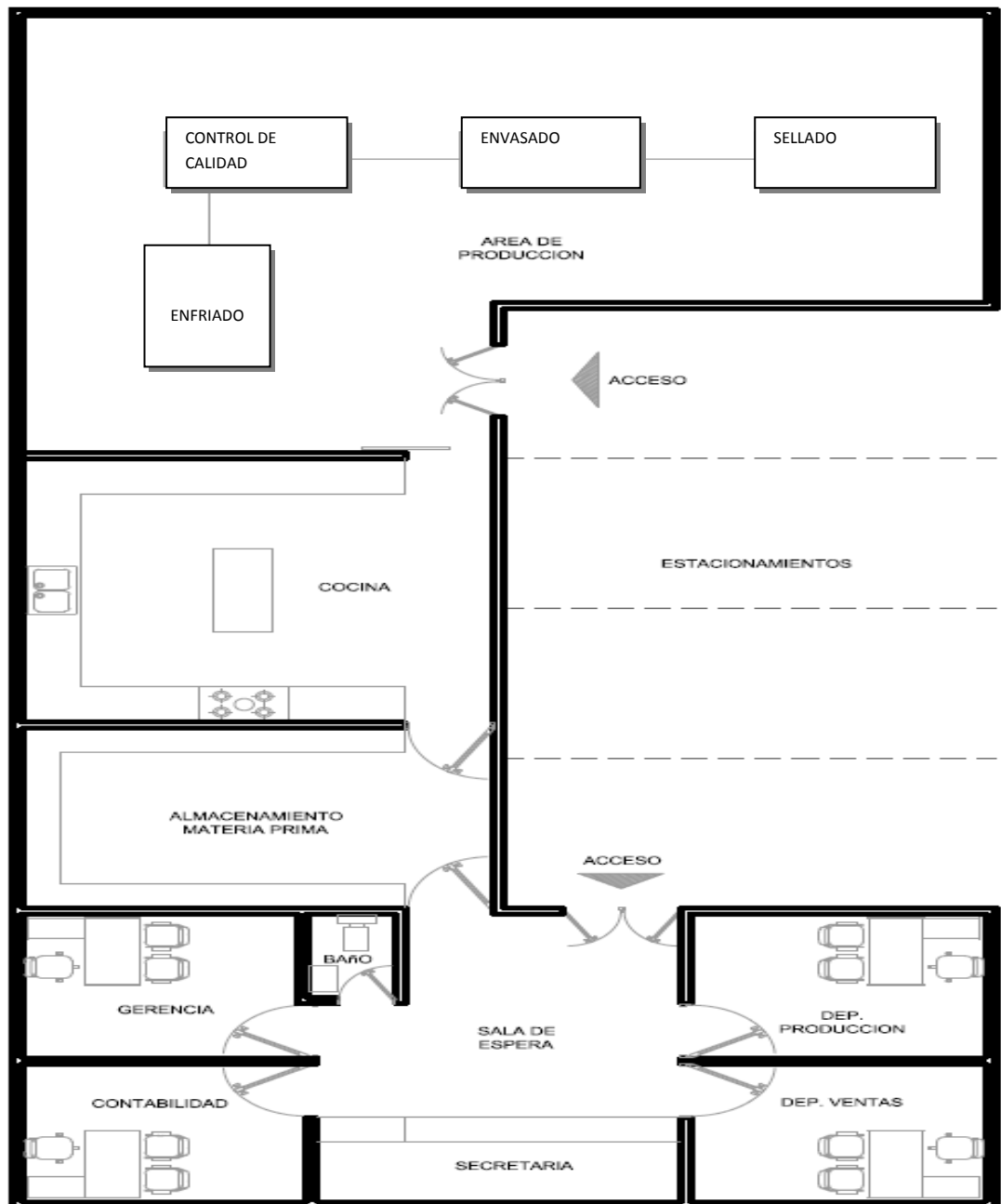
- ❖ Jefe de Producción
- ❖ Obreros

## AREA DE VENTAS

- ❖ Vendedor Chofer

## AREA DE SEGURIDAD

- ❖ Guardia de seguridad



## **6. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL**

“**AVENA CASERA RICASA CIA LTDA**”. Contará con el personal requerido para el proyecto, el cual será de acuerdo al crecimiento que tenga la empresa, esto dependerá de la aceptación que tenga la empresa al brindar el producto, en su inicio.

### **6.1. VISION**

Lograr para el 2017, ser una empresa distinguida por la calidad de su producto en una constante interacción con el servicio que requiere nuestro cliente, impulsados siempre en el espíritu de desarrollo; logrando así confiabilidad, ingresos económicos y fomentar el consumo de avena bebidas lácteas en la Ciudad de Huaquillas.

### **6.2. MISIÓN**

Producir avena casera con sabor a vainilla, un producto 100% natural y nutritivo, con una entrega oportuna y satisfacción integral, para cumplir con los deseos y necesidades de nuestros clientes.

### **6.3. OBJETIVOS DE LA EMPRESA**

- Posicionar una nueva Empresa Productora con un concepto innovador, servicio eficiente, excelente presentación de un producto de calidad.
- Adquirir día a día conocimientos, que permitan mejorar el estilo de elaboración del producto.
- Incrementar fuentes de trabajo.

- Lograr un alto grado de fidelidad por parte de los clientes
- Incrementar las ventas año tras año.
- Mantener clientes potenciales.

#### **6.4. POLITICAS DE PERSONAL**

- **Inducción.**-El gerente procederá al trámite de celebración del contrato o expedición del nombramiento, según el caso, a favor de quienes hubieren cumplido con el reglamento establecido por la empresa.
- **Capacitación** constante a todos los trabajadores de la empresa, para que se preparen de una mejor manera y poder ofrecer a los clientes mejores productos y servicios, para satisfacer de excelente manera.
- **Evaluación del desempeño**, el sistema de evaluación de desempeño de los trabajadores será con la implantación de un proceso de calificaciones periódicas. Con el fin de obtener el mayor grado de eficiencia en el desempeño del puesto. Las calificaciones servirán de base para las siguientes acciones:
  - Ascensos
  - Estímulos
  - Capacitación
  - Separaciones

## 6.5. ASPECTOS TRIBUTALES LEGALES Y ADMINISTRATIVOS

De la misma forma como las variables técnicas determina de manera importante las inversiones y costos del proyecto hay un conjunto de variables relacionadas con la gestión que inciden en el resultado de la evaluación por la magnitud que pueden alcanzar en la estructura total de los egresos.

**6.5.1. ASPECTOS TRIBUTARIOS:** Un elemento típico de costo que incluye directamente en cualquier proyecto de inversión es el tributario. En muchos casos tendrá un efecto negativo (expresándose con un mayor costo) sobre los flujos de caja pero, en otro caso será positivo (beneficio por ahorro de impuestos)

“**El efecto tributario** se vincula al impuesto que enfrenta las empresas y que generalmente corresponde a un porcentaje sobre las utilidades del negocio a un porcentaje sobre su patrimonio”.

En el caso en que exista un impuesto a las utilidades se deberá considerar como efecto indirecto el mayor pago que deberá hacerse por todo proyecto que genere un aumento en los beneficios de la empresa de igual manera deberá incluirse el efecto tributario de cualquier unidad o pérdida por la venta de un artículo por el aumento o disminución de costos por el endeudamiento por la variación en los ingresos del negocio.

## 6.6. LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA EMPRESARIAL

Para conformar o constituir una empresa se debe cumplir con algunos requisitos

### 1. Base legal

Analiza el estudio de Normas establecidas en el país y Regulaciones existentes relacionadas con la Naturaleza y Actividad Económica, que condicionan la operatividad y el manejo del proyecto.

La empresa “**Avena Casera Ricasa**” se constituirá como compañía de responsabilidad limitada porque es el tipo de compañía en el que se constituye entre tres o más personas, y solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales.

- Acta constitutiva
- Razón social de la empresa
- Domicilio
- Objeto de la sociedad
- Capital social
- Tiempo de duración de la empresa
- Administración

## **ACTA CONSTITUTIVA**

A los 16 Días del mes de Julio del año 2012, se reúnen los socios para celebrar en mutuo acuerdo la presente minuta de Constitución Legal de la Empresa **“AVENA CASERA RICASA CIA. LTDA”**. Misma que se registrá por las siguientes clausulas estipuladas:

**PRIMERA: CONSTITUCION.-** La señorita: Estela Mercedes Campoverde Chica, mayor de edad, domiciliada en la Ciudad de Huaquillas; tiene bien a constituir la empresa **“AVENA CASERA RICASA”**. La misma que se registrá por las leyes Ecuatorianas y muy particularmente por la Ley de Compañías y por las disposiciones del estatuto que consta más adelante.

### **SEGUNDA: ESTATUTOS SOCIALES DE LA EMPRESA**

**Art. 1.-** La empresa **“AVENA CASERA RICASA”**. Tiene como objetivo y finalidad, dedicar sus actividades a la producción y comercialización de Avena casera con sabor a vainilla bebida láctea.

**Art. 2.-** Para el cumplimiento de su objetivo y finalidad, la empresa podrá intervenir por si sola o por intermediario de otras personas naturales o jurídicas, siempre y cuando convengan a los intereses de la misma. Así mismo dicha empresa queda expresamente facultada para operar dentro del territorio Nacional del Ecuador.

**Art. 3.-** Con la finalidad de cumplir con los objetivos planeados por los ejecutivos, la empresa podrá adquirir préstamos internos de bancos o instituciones financieras.

**Art. 4.-** El lapso de duración de la empresa será de cinco años; los mismos que serán contados a partir de la fecha e inscripción en el Registro Mercantil de la Ciudad de Huaquillas.

Por otro lado cabe señalar que la empresa podrá liquidarse por resolución expresa la junta General de Socios, los mismos que se reunirán en forma extraordinaria en dos secciones para resolver exclusivamente sobre el particular.

**Art. 5.-** Es necesario indicar que el capital social de la empresa será de \$ 15.942,72 dólares americanos.

**Art. 6.-** El capital podrá ser incrementado por resolución de la Junta General de Socios y en la celebración del aumento del Capital intervendrá el Gerente, admitiendo a nombre de la empresa el aumento de capital.

**Art. 7.-** La empresa será administrada por un Gerente, el mismo que será nombrado por la Junta General de Socios, en la cual dicho dignatario queda facultado para administrar, obrar y realizar todos los actos y gestiones de la empresa.

A usted señor Notario le presentamos esta Acta de Constitución, en la cual se dignara adicional las demás cláusulas que estime necesarias para su plena validez. Para constancia de lo actuado, me suscribo:

Estela Mercedes Campoverde Chica

.....



**RAZÓN SOCIAL.-** “Avena Casera Ricasa Cía. Ltda.”

**DOMICILIO.-** Las instalaciones de la empresa “Avena Casera Ricasa Cía. Ltda.” estarán ubicadas en:

**Provincia:** De El Oro, **cantón:** Huaquillas, **barrio:** 24 de Mayo, **calles:** Av. Costa Rica entre Machala y Benalcazar.

**CAPITAL SOCIAL:** El capital que aportaran los socios será de \$ 15.942,40 dólares americanos.

**OBJETO SOCIAL.-** La empresa “Avena Casera Ricasa Cía. Ltda.” estará dedicada a la producción y comercialización de Avena Casera con sabor a vainilla Bebida láctea en la Ciudad de Huaquillas.

**DURACIÓN.-** La empresa de producción y comercialización de Avena Casera Ricasa Cía. Ltda., tendrá un tiempo de duración de 5 años.

## **6.7. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA**

Cada proyecto de inversión presenta características específicas, que obligan a definir una estructura organizativa acorde con los requerimientos propios que exija su ejecución. Una vez definido esto, es necesario establecer las diferentes actividades que deben realizar la empresa, los niveles jerárquicos necesarios y los perfiles aptos para ocupar los diferentes puestos. Por otra parte es necesario contar con un sistema de información que fluya a través de la estructura de tal forma que permita la evaluación constante de las diferentes actividades. Para ello resulta

indispensable utilizar recursos disponibles de manera óptima, para así alcanzar de la mejor forma los objetivos planteados.

#### **6.7.1. NIVELES JERARQUICOS Y DE AUTORIDAD**

Lo conforman el conjunto de organismos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que poseen independientemente de las funciones que realizan.

La empresa tendrá los siguientes niveles jerárquicos:

##### **6.7.1.1. NIVEL LEGISLATIVO**

Está conformado por los dueños de la empresa **“AVENA CASERA RICASA Cía. Ltda.”** los cuales tomarán el nombre de la Junta General de Socios. Quienes toman decisiones sobre las políticas de la empresa, reglamentos generales de la misma, normas procedimientos, ordenanzas, resoluciones, entre otras.

##### **6.7.1.2. NIVEL EJECUTIVO**

Este nivel está conformado por el Gerente, el cual será nombrado por el nivel Legislativo y será el responsable de la gestación operativa de la empresa. **“AVENA CASERA RICASA Cía. Ltda.”**

##### **6.7.1.3. NIVEL ASESOR**

En el Nivel Asesor se encuentra el Asesor Jurídico Temporal el cual interviene en los asuntos legales de la empresa **“AVENA CASERA RICASA Cía. Ltda.”**

Su función básica será el asesoramiento para la constitución legal y asuntos judiciales de la empresa.

#### **6.7.1.4. NIVEL AUXILIAR**

Lo conforma la Secretaria y Contadora, su función es realizar los ejercicios contables de la empresa, contestar llamadas de clientes y proveedores de materia prima y en todo lo que se requiera acorde a su cargo con prontitud y eficiencia. Además lo integran los jefes departamentales responsables de ejecutar las actividades básicas operativas de la empresa “**AVENA CASERA RICASA Cía. Ltda.**”

#### **6.7.1.5. NIVEL OPERATIVO**

Este nivel se describe al grupo de personas que laboran en la empresa y se encargan de la marcha operativa de la misma, este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la empresa. Es quien ejecuta materialmente las órdenes emanadas por los órganos legislativo y ejecutivo. En nuestro caso el nivel operativo estará integrado por: los Obreros, Vendedor, Chofer.

### **6.8. ASPECTOS ORGANIZACIONALES**

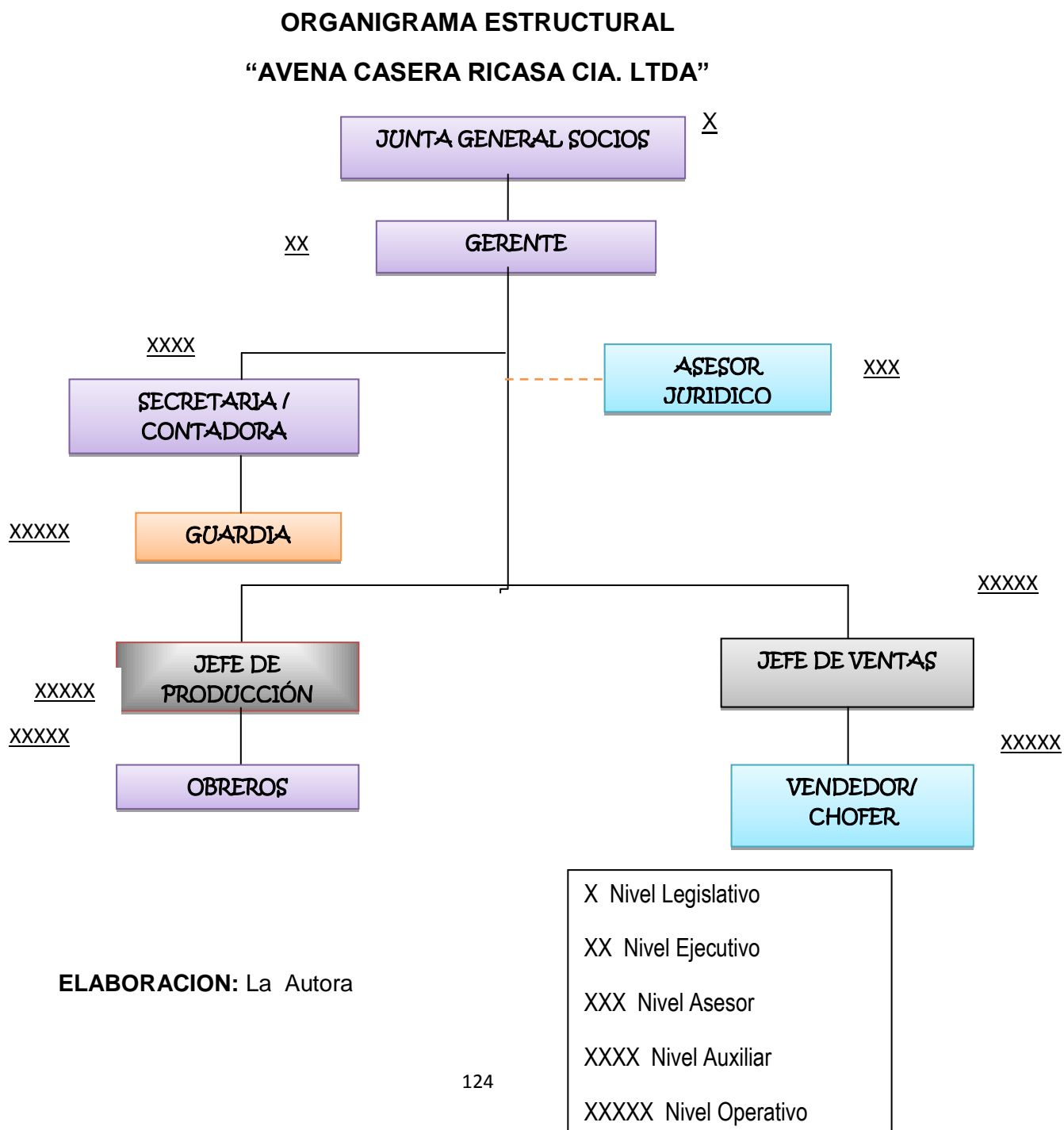
El objetivo es definir un esquema de organización para la nueva empresa, determinando las tareas funciones y responsabilidades (puestos de trabajo), a través de la propuesta del reglamento o manual de organización y funciones.

Una vez identificadas las funciones se deberá proceder a definir los puestos de trabajo, en base a una descripción detallada de las actividades

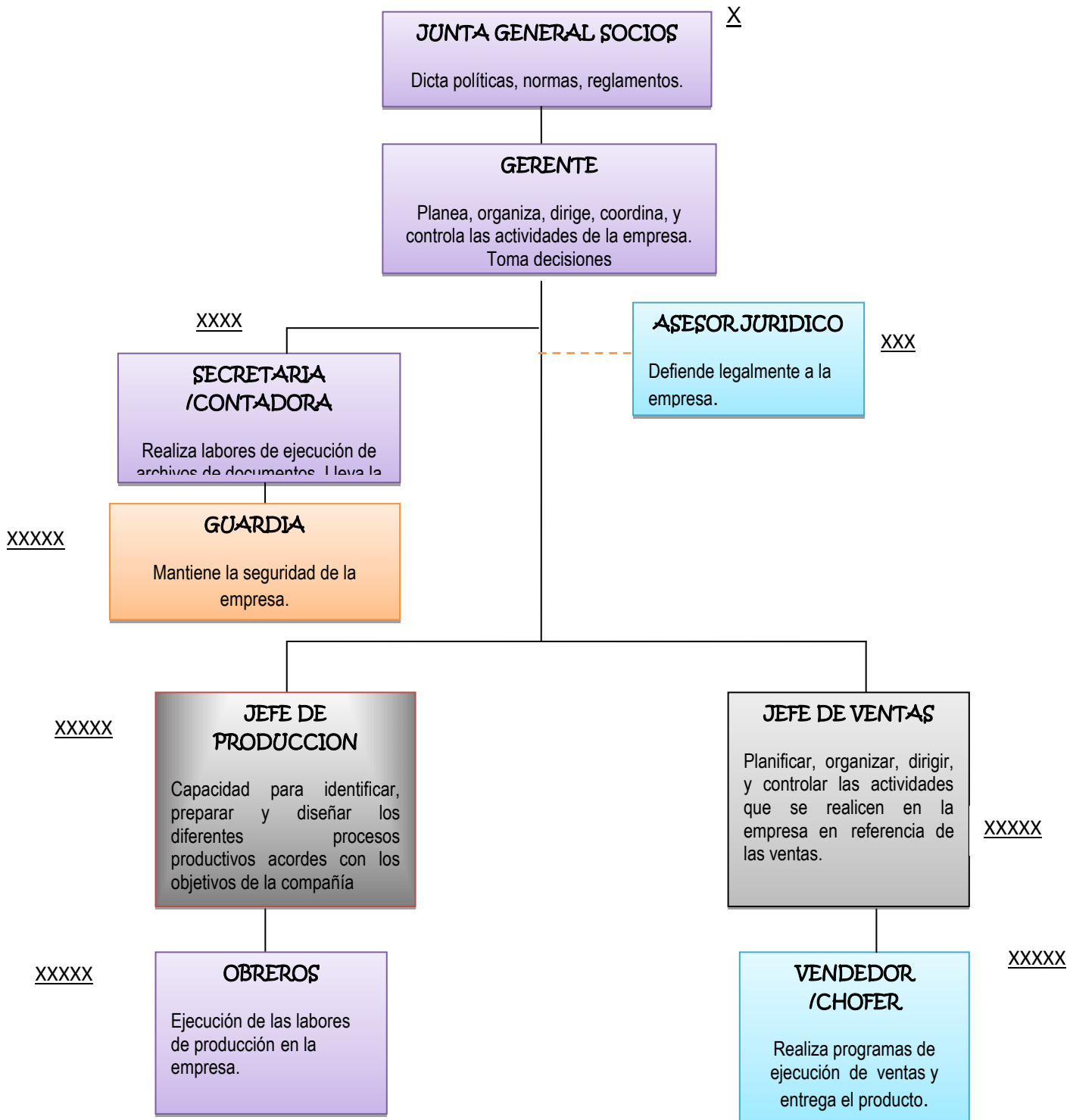
que se desarrollara en cada uno de ellos, responsabilidades, fines de autoridad y coordinación.

### 6.8.1. ORGANIGRAMAS

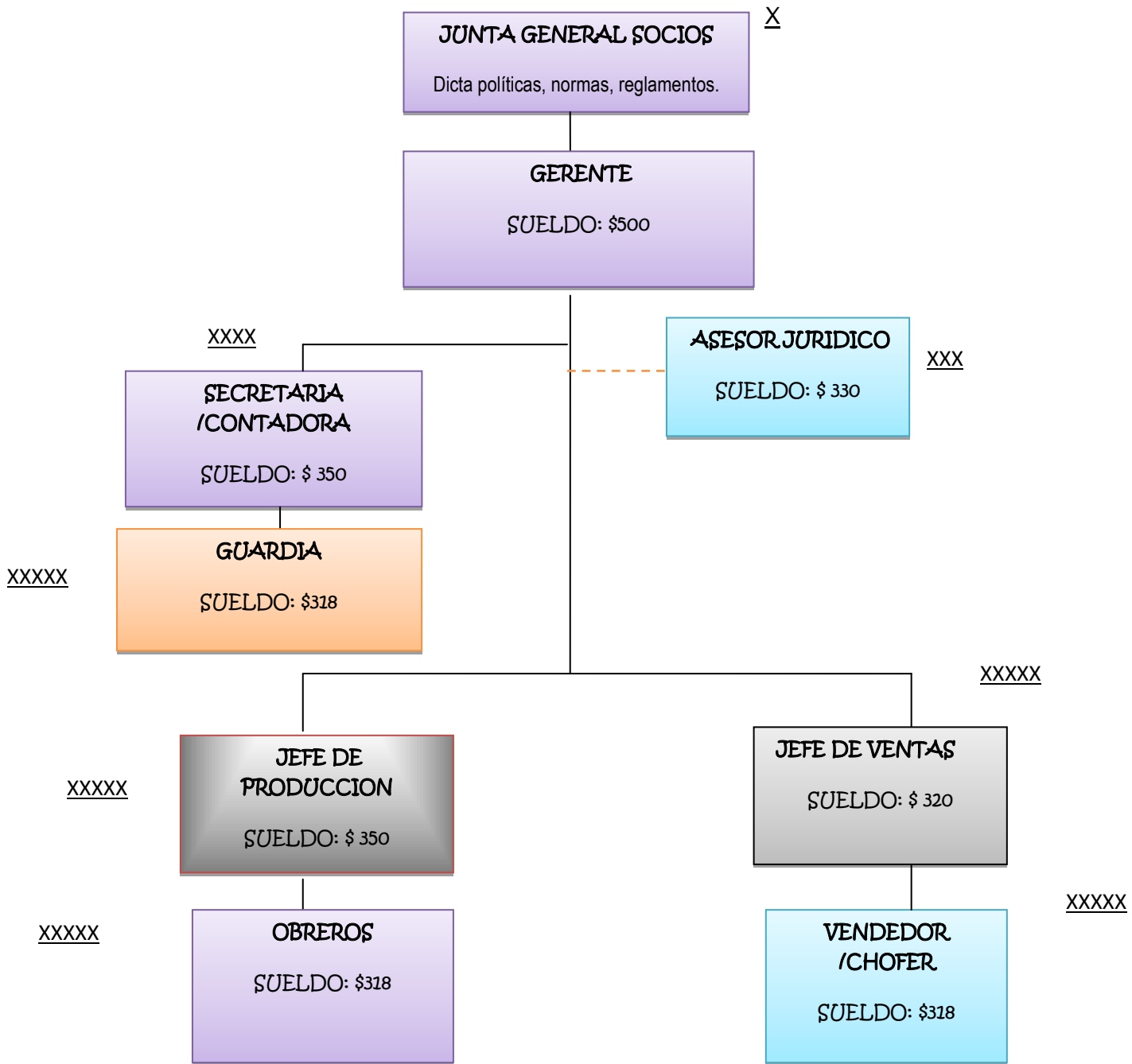
Son la representación gráfica de la estructura de una empresa, con sus servicios, puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad.



**ORGANIGRAMA FUNCIONAL**  
**“AVENA CASERA RICASA CIA. LTDA”**



**ORGANIGRAMA POSICIONAL**  
**“AVENA CASERA RICASA CIA. LTDA”**



**ELABORACION:** La Autora

### 6.8.2. MANUAL DE FUNCIONES AVENA CASERA RICASA CIA. LTDA.

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

<b>"AVENA CASERA RICASA CIA. LTDA"</b>	
<b>CODIGO</b>	001
<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	<b>GERENTE</b>
<b>DEPENDENCIA</b>	<b>JUNTA GENERAL DE SOCIOS</b>
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Planifica, organiza, dirige y controla las actividades que se realiza en la empresa.
<b>FUNCIONES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Cumplir con las disposiciones dadas por la junta general de socios e informar sobre la marcha de las mismas.</li><li>• Representar judicial y extra judicial a la empresa.</li><li>• Cumplir y hacer cumplir la ley, estatutos y reglamentos de la empresa.</li><li>• Administrar la empresa con solvencia y dinamismo.</li><li>• Convocar a reuniones para coordinar actividades de la empresa.</li><li>• Hacer cumplir los planes específicos</li></ul>	
<b>CARACTERISTICAS DE CLASE</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Supervisar, controlar y coordinar las actividades del personal de la empresa.</li><li>• Actuar con dependencia profesional usando su criterio para la solución de problemas inherentes a su cargo.</li></ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Título de Ingeniero/a Comercial</li></ul>	

<b>“AVENA CAÑERA RICAÑA CIA. LTDA”</b>	
<b>CODIGO</b>	<b>002</b>
<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	<b>ASESOR JURIDICO</b>
<b>DEPENDENCIA</b>	<b>GERENCIA</b>
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Interviene en los asuntos legales de manera ocasional o cuando la Empresa lo amerite.
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aconseja a los directivos sobre asuntos legales relacionados con la empresa.</li> <li>• Ejerce la representación judicial y extrajudicial dentro de la empresa junto con el gerente.</li> <li>• Elaborar y mantener un archivo de contratos, convenios, y reglamentos.</li> <li>• Presentar proyectos de reformas legales de la empresa.</li> <li>• Participar en sesiones de la Junta General de Socios.</li> </ul>	
<b>CARACTERISTICAS DE CLASE</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se caracteriza por mantener autoridad funcional, y su participación es eventual.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MINIMOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abogado o Dr. En Jurisprudencia</li> </ul>	



<b>"AVENA CAÑERA RICAÑA CIA. LTDA"</b>	
<b>CODIGO</b>	<b>003</b>
<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	<b>SECRETARIA/CONTADORA</b>
<b>DEPENDENCIA</b>	<b>GERENCIA</b>
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Encargada de la atención a los clientes, responsabilidad, eficiencia, discreción en las labores, e implementar sistemas de contabilidad en la empresa y personal de la empresa.
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar la contabilidad de la empresa.</li> <li>• Elaborar y revisar las declaraciones tributarias.</li> <li>• Elaborar los estados financieros.</li> <li>• Elaborar roles de pago.</li> <li>• Presentar y firmar los estados financieros al Gerente mensualmente.</li> <li>• Elaborar documentos pertinentes y necesarios requeridos para la empresa.</li> <li>• Presentar y firmar los documentos correspondientes.</li> <li>• Llevar en orden todos los documentos de la empresa.</li> <li>• Mantener informado de las transacciones al gerente.</li> <li>• Realizar las actividades encomendadas por el gerente.</li> </ul>	
<b>CARACTERISTICAS DE CLASE</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilidad técnica y económica en el manejo de los trámites administrativos y operaciones contables.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MINIMOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de Contabilidad de nivel superior</li> <li>• Cursos en Computación y Contabilidad</li> </ul>	

<b>"AVENA CAÑERA RICAÑA CIA. LTDA"</b>	
<b>CODIGO</b>	004
<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	<b>JEFE DE PRODUCCION</b>
<b>DEPENDENCIA</b>	<b>GERENCIA</b>
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Encargado de coordinar y supervisar operaciones dentro de una empresa para que esta opere de la mejor manera
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización y gestión completa de la producción: planificación, control y Seguimiento.</li> <li>• Administrar programas de ingeniería del producto, supervisar y cotizar cambios al producto.</li> <li>• Revisar el desempeño del personal así como el de la maquinaria y equipo de trabajo.</li> <li>• Analiza todos los fallos o imprevistos durante la producción. Conocer las normativas de seguridad e higiene a cumplir.</li> <li>• Conocer sobre el abastecimiento de las materias primas necesarias en el proceso</li> </ul>	
<b>CARACTERISTICAS DE CLASE</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacer cumplir los objetivos y los planes de producción dando soluciones a problemas presentados a la mayor brevedad posible.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MINIMOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título Universitario Ingeniero Agrónomo.</li> <li>• Conocimientos en las áreas de aprovisionamiento, logística y fábrica.</li> </ul>	

<b>"AVENA CASERA RICAÑA CIA. LTDA"</b>	
<b>CODIGO</b>	<b>005</b>
<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	<b>JEFE DE VENTAS</b>
<b>DEPENDENCIA</b>	<b>GERENCIA</b>
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Dirigir, motivar y controlar las actividades del equipo de ventas en el mercado.
<p><b>FUNCIONES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alinear los recursos de ventas con los objetivos de la empresa</li> <li>• Capacidad de liderazgo, capacidad analítica y visión estratégica</li> <li>• Planeación y presupuestos de ventas.</li> <li>• Capacitación y entrenamiento a sus vendedores.</li> </ul>	
<p><b>CARACTERISTICAS DE CLASE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirigir un equipo humano con el objetivo de extraer la máxima rentabilidad y gestionar muy de cerca los clientes más valiosos.</li> </ul>	
<p><b>REQUISITOS MINIMOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Título Universitario en Administración de Empresas, negociación o contador.</li> <li>• Conocimientos en negociación.</li> </ul>	

<b>AVENA CASERA RICA SA CIA. LTDA</b>	
<b>CODIGO</b>	006
<b>TITULO DEL PUESTO</b>	<b>OBRERO</b>
<b>DEPENDE</b>	<b>GERENCIA</b>
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Efectuar labores correspondientes al proceso de producción.
<p><b>FUNCIONES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar el proceso de producción de la avena casera con sabor a vainilla bebida láctea de acuerdo a las disposiciones emanadas por los superiores.</li> <li>• Calcular la cantidad exacta de materia prima a procesar.</li> <li>• Seleccionar la materia prima más adecuada.</li> <li>• Evitar el desperdicio de materia prima.</li> </ul>	
<p><b>CARACTERISTICAS DE LA CLASE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilidad económica y técnica de sus labores.</li> <li>• Habilidad y destreza en la elaboración de miel de agave.</li> </ul>	
<p><b>REQUISITOS MÍNIMOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de bachiller.</li> <li>• Cursos relacionados con la producción de bebida lactante con avena.</li> <li>• 6 meses de experiencia en actividades de producción de bebidas lácteas con avena.</li> </ul>	

<b>"AVENA CASERA RICAÑA CIA. LTDA"</b>	
<b>CODIGO</b>	007
<b>TITULO DEL PUESTO</b>	<b>VENDEDOR- CHOFER</b>
<b>DEPENDE</b>	<b>GERENCIA</b>
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Realizar la distribución y comercialización del producto.
<p><b>FUNCIONES DE VENDEDOR</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable de las ventas en el mercado local y provincial.</li> <li>• Planificar programas, políticas y estrategias de comercialización.</li> <li>• Hacer conocer los pedidos al gerente.</li> </ul> <p><b>FUNCIONES DE CHOFER</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrega de productos terminados en forma oportuna.</li> <li>• Responsabilizarse de la mercadería que se le asigne.</li> </ul>	
<p><b>CARACTERISTICAS DE LA CLASE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Requiere de conocimientos en ventas y comercialización del producto.</li> </ul>	
<p><b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Haber recibido cursos en el área de ventas.</li> <li>• Cursos de relaciones humanas.</li> <li>• Licencia de conducir.</li> </ul>	

<b>"AVENA CASERA RICAÑA CIA. LTDA"</b>	
<b>CODIGO</b>	008
<b>TITULO DEL PUESTO</b>	<b>GUARDIA</b>
<b>DEPENDE</b>	<b>SECRETARIA</b>
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Realizar las labores de reguardar el orden y la seguridad de la empresa.
<p><b>FUNCIONES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Velar por la seguridad de la empresa.</li> <li>• Reportar cualquier anomalía o persona sospechosa.</li> <li>• Permanecer en el área de trabajo y estar pendiente de recibir atentamente a las personas que ingresen a la empresa.</li> </ul>	
<p><b>CARACTERISTICAS DE LA CLASE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El empleado deberá presentarse a trabajar puntualmente portando su uniforme en perfectas condiciones.</li> </ul>	
<p><b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachiller terminado</li> <li>• Sexo masculino</li> </ul>	

## **7. ESTUDIO FINANCIERO**

Con el estudio financiero se pretende determinar en qué se va a gastar el dinero y de donde se va a obtener el mismo, es decir se determinará cuál será el costo total de la operación de la planta.

### **7.1. INVERSIONES DE LOS ACTIVOS FIJOS**

Las inversiones dentro del proyecto constituyen el tipo de recursos financieros que se requieren para la instalación y puesta en marcha del proyecto. Las inversiones del proyecto fueron estimadas a través de presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado y las diferentes casas comerciales nacionales importadoras de equipo y maquinaria.

**ACTIVOS:** Son todos los bienes y derechos de propiedad de la empresa.

El presente proyecto origina tres clases de activos como son: Activo Fijo, Activo Diferido y Capital de trabajo o Capital Circulante.

#### **7.1.1. ACTIVO FIJO**

Comprende las inversiones fijas sujetas a depreciación, y se genera en la instalación de la empresa. Entre estos activos tenemos.

#### **Especificaciones de los activos fijos**

Para el presente proyecto se incluirá como activos fijos los rubros de: maquinaria, herramientas, equipo de oficina, equipo de computación,

muebles y enseres de oficina, vehículo, edificio, Instalaciones que son necesarios para la ejecución del proyecto.

### **Maquinaria**

El costo de la maquinaria es de \$ 4.040,00 dólares, precios de acuerdo a cotizaciones proporcionadas por almacenes comerciales de nuestra ciudad.

### **Herramientas**

Se refiere a las herramientas o utensilios que se necesita para la producción, su monto es de 657,00 dólares

### **Equipos de oficina**

Se refiere a los equipos de oficina que se requieren para desarrollar las actividades, su monto es \$ 110,00 dólares.

### **Equipo de computación**

El equipo de cómputo que utilizaremos servirá básicamente para el área administrativa y así registrar todos los movimientos financieros de la misma, su monto es de \$ 1.440,00 dólares.

### **Muebles y enseres de oficina**

Para la ubicación de los mobiliarios y ciertas herramientas de trabajo, así como la comodidad del personal en sus puestos de trabajo, es importante contar con el equipamiento del mobiliario en cada departamento de la estructura organizativa de la empresa. Su monto es de \$ 445,00 dólares.

### **Vehículo**



Es el activo que la empresa utilizará para transportar la materia prima y mercadería. Su monto es de \$ 8.000,00 dólares.

### **Instalaciones**

Se refiere a la instalación de los servicios de luz eléctrica y agua potable.

Su monto \$ 310,00 dólares.

### **Edificio**

Se refiere a la construcción de la planta para su adecuado

funcionamiento. Su monto es de \$ 15.600,00 dólares.

### **Terreno**

Se refiere el espacio físico donde se construirá la Empresa para su

apropiado funcionamiento. Su monto es de 8.000,00 dólares.

## **RESUMEN DE LAS INVERSIONES FIJAS**

El resumen de las inversiones se muestra en el cuadro expuesto a continuación:

<b>CUADRO N°27:INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS</b>	
<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Maquinaria	4.040,00
Herramientas	657,00
Equipo de Oficina	110,00
Equipo de Computación	1.440,00
Reinversión de Equipo de Computación	1.515,00
Muebles y Enseres	445,00
Vehículo	8.000,00
Instalaciones	310,00
Terreno	8.000,00
Edificio	15.600,00
<b>TOTAL</b>	<b>40.117,00</b>

**Fuente:** Anexos 2,3,4,5,6,7,8,9,10

**Elaboración:** La Autora

### 7.1.2. ACTIVO DIFERIDO

Son las inversiones en activos que se amortización en el transcurso de la vida útil del proyecto, son egresos anticipados que se realizan con el propósito de garantizar la normal estabilidad de la empresa y así obtener resultados positivos en el futuro.

- a) **Estudios Preliminares:** Son los gastos a los que se incurre para la elaboración del mismo. Cuyo gasto es de \$ 1.200,00 dólares.
- b) **Gastos de Constitución:** Son los gastos legales que la empresa debe realizar para establecerse. Para ello se empleara un monto de \$ 500,00 dólares.
- c) **Estudio de ingeniería Industrial:** Son los gastos a los que se incurre para la elaboración del producto y la composición química. Cuyo gasto es de \$ 250,00 dólares.
- d) **Marcas y Patentes:** Son los elementos que distinguen un producto o servicio de otro. Por ello este rubro es de \$ 200,00 dólares.
- e) **Puesta en Marcha del Proyecto:** Son los gastos a los que se incurre para el adecuado funcionamiento de la empresa, su monto es de \$ 350,00 dólares.

### RESUMEN DE LAS INVERSIONES DIFERIDAS

El resumen de las inversiones se detalla a continuación en el cuadro expuesto.

<b>CUADRO N°28: INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Estudios Preliminares	1.200,00
Gastos de constitución	500,00
Estudio de ingeniería industrial	250,00
Marcas y patentes	200,00
Puesta en Marcha del proyecto	350,00
<b>TOTAL</b>	<b>2.500,00</b>

**Fuente:** Anexo n° 12  
**Elaboración:** La Autora

### **CUADRO N°28.1: AMORTIZACION DE ACTIVOS DIFERIDOS**

La amortización del activo diferido se la realizo con la finalidad de conocer cuál es el valor de amortización de todos los gastos que se van a realizar en la puesta en marcha de la empresa.

<b>AMORTIZACION DEL ACTIVO DIFERIDO.</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>VALOR</b>
1	500,00
2	500,00
3	500,00
4	500,00
5	500,00

**Fuente:** Cuadro n° 28  
**Elaboración:** La Autora

### **7.1.3. CAPITAL CIRCULANTE**

El **capital de trabajo** (también denominado **capital circulante**), es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo.

### 7.1.3.1. COSTO DE PRODUCCION

a) **Materia prima Directa:** Son aquellos elementos principales del producto que se puede medir en forma unitaria de producción. El total de materia prima que se empleara para el primer mes de producción es de \$ 391,43 dólares.

b) **Mano de obra directa:** Es el trabajo desarrollado por las personas que están más cerca de la producción o elaboración del producto. El costo de la mano de obra directa es de \$ 422,89 dólares.

### 7.1.3.2. GASTOS DE FABRICACION

a) **Materia prima indirecta:** Son aquellos elementos que se unen con el principal para formar el producto elaborado. Para el primer año de producción el gasto será de \$ 5.106,43 dólares.

b) **Mano de obra indirecta:** Es el trabajo de personas que no intervienen directamente en la producción. El costo de la mano de obra indirecta para el primer año es de \$ 845,77 dólares.

**Gastos administrativos** Constituyen desembolsos en los que incurre la microempresa, pero no se ven reflejados en actividades específicas, como fabricación o venta. Y **de ventas** Comprenden todas las derogaciones o desembolsos relacionados directamente con la venta del producto. El monto de este concepto es de \$ 49.338,44 dólares para el primer año.

**Gastos financieros:** Comprenden todos los valores del interés del préstamo. El monto es de \$ 5.443,37 para el primer año.

### **RESUMEN DEL CAPITAL DE TRABAJO O CIRCULANTE**

El resumen de las inversiones se muestra en el cuadro expuesto a continuación:

<b>CUADRO N° 29: INVERSIONES DE CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>DESCRIPCION</b>	<b>MENSUAL</b>
Materia Prima Directa	391,43
Materia Prima Indirecta	5.106,43
Mano de Obra Directa	422,89
Mano de Obra Indirecta	845,77
Sueldos y Salarios Administrativos	2.460,19
Agua	20,00
Energía Eléctrica	28,80
Útiles de Aseo y Limpieza de producción	4,96
Útiles de oficina	14,32
Útiles de Aseo Administrativo	6,40
Publicidad	396,00
Agua Potable administración	3,28
Energía eléctrica administración	60,00
Sueldos del Vendedor Chofer	422,89
consumo telefónico	10,50
Combustibles Y Lubricantes	258,80
Suministros de Producción	72,75
<b>TOTAL</b>	<b>10.525,40</b>

**Fuente:** Anexos n° 13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23,24,25,26,27.

**Elaboración:** La Autora

#### 7.1.4. RESUMEN DE LA INVERSION TOTAL PREVISTA

A continuación se hace una recopilación de los activos fijos, diferidos y circulantes para determinar los valores con los cuales va a trabajar la microempresa, cuyo monto es de \$ **53.142,40** dólares americanos.

<b>CUADRO N° 30: RESUMEN DE LA INVERSION</b>	
<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
ACTIVOS FIJOS	40.117,00
ACTIVOS DIFERIDOS	2.500,00
CAPITAL DE TRABAJO	10.525,40
<b>TOTAL DE LA INVERSION</b>	<b>53.142,40</b>

**Fuente:** Cuadros n° 27,28,29.

**Elaboración:** La Autora

#### 7.1.5. FINANCIAMIENTO

El proyecto hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

##### **a) FUENTE INTERNA( Capital Propio)**

El 30% del total de la inversión que corresponde a \$ 15.942,72 dólares será financiado con el aporte de los socios.

##### **b) FUENTE EXTERNA( Banco)**

Después de buscar la alternativa más conveniente, se decidió solicitar un préstamo al Banco del Pichincha, ya que es un organismo que otorga créditos para este tipo de inversiones a través de sus líneas de crédito.

El crédito que mantendrá el proyecto con el Banco del Pichincha, constituirá el 70% que corresponde a \$ 37.199,68 dólares a 5 años plazo al 15,35% de interés anual con el objeto de financiar parte de las adecuaciones de la empresa, los rubros del financiamiento se presentan en el siguiente cuadro.

<b>CUADRO N° 31: FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN</b>		
<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Fuente Interna (Capital Propio)	15.942,72	30%
Fuente Externa (Banco)	37.199,68	70%
<b>TOTAL:</b>	<b>53.142,40</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuadro n° 30.

**Elaboración:** La Autora

### **AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO**

La amortización del préstamo se la realizo con el objetivo de conocer cuál es monto que se debe cancelar anual durante los cinco años plazo que nos otorga el Banco para la implantación de la empresa.

<b>ESPECIFICAR VALORES</b>	
Importe del préstamo	37.199,68
Tasa de Interés Anual	15,35%
Plazo del préstamo en años	5
Numero de pagos al año	3
Fecha Inicial del Préstamo	11/07/2012

**CUADRO Nº 31.1: AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO**

<b>N° de pago</b>	<b>Fecha de pago</b>	<b>Saldo Inicial</b>	<b>Amortización</b>	<b>Capital</b>	<b>Interés</b>	<b>Pago Total</b>	<b>Saldo Final</b>	<b>Interés a pagar trimestral</b>
1	11/7/2013	37.199,68	3.612,22	1.708,84	1.903,38	3.612,22	35.490,84	5.443,37
2	11/7/2013	35.490,84	3.612,22	1.796,27	1.815,95	3.612,22	33.694,57	
3	11/7/2015	33.694,57	3.612,22	1.888,18	1.724,04	3.612,22	31.806,39	
4	11/7/2016	31.806,39	3.612,22	1.984,79	1.627,43	3.612,22	29.821,60	4.572,42
5	11/7/2017	29.821,60	3.612,22	2.086,35	1.525,87	3.612,22	27.735,25	
6	11/7/2018	27.735,25	3.612,22	2.193,10	1.419,12	3.612,22	25.542,15	
7	11/7/2019	25.542,15	3.612,22	2.305,31	1.306,91	3.612,22	23.236,84	3.560,82
8	11/7/2020	23.236,84	3.612,22	2.423,27	1.188,95	3.612,22	20.813,57	
9	11/7/2017	20.813,57	3.612,22	2.547,26	1.064,96	3.612,22	18.266,31	
10	11/7/2017	18.266,31	3.612,22	2.677,60	934,62	3.612,22	15.588,71	2.385,86
11	11/7/2017	15.588,71	3.612,22	2.814,59	797,63	3.612,22	12.774,12	
12	11/7/2017	12.774,12	3.612,22	2.958,61	653,61	3.612,22	9.815,51	
13	11/7/2017	9.815,51	3.612,22	3.110,00	502,22	3.612,22	6.705,51	1.021,15
14	11/7/2017	6.705,51	3.612,22	3.269,12	343,10	3.612,22	3.436,39	
15	11/7/2017	3.436,39	3.612,22	3.436,39	175,83	10.692,78	0,00	

**Fuente:** Cuadro n° 31.

**Elaboración:** La Autora



## **7.2. PRESUPUESTO DE OPERACIÓN PARA LOS 5 AÑOS DE VIDA ÚTIL DEL PROYECTO**

Son todos los desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico, estos costos constituyen uno de los aspectos importantes para la determinación de la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evolución del mismo, proyectando la situación económica.

La proyección de los costos para la vida útil del proyecto se basa en un incremento del 5.41% que corresponde al índice de inflación, de acuerdo a los datos obtenidos del INEC.

Las depreciaciones se las determino en base al método de línea recta, que consiste en el valor total de las inversiones y de este restar un valor que se espera obtener al final de la vida útil; de acuerdo a lo estipulado en el numeral 6 del artículo 21 del reglamento de la Ley de Régimen Tributario Interno. Luego el saldo se divide proporcionalmente para el periodo de vida útil del activo.

A continuación detallamos los presupuestos de costos generados para los años de vida útil del proyecto.

<b>CUADRO N° 32: PRESUPUESTOS PROFORMADOS O PROYECTADOS</b>		
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Costo Primo</b>		
Materia Prima Directa	4.951,21	6.112,78
Mano de Obra Directa	5.074,64	6.265,17
<b>Total Costo Primos</b>	<b>10.025,86</b>	<b>12.377,95</b>
<b>Costos generales de Fabricación</b>		
Materia Prima Indirecta	64.592,30	79.745,83
Mano de Obra Indirecta	10.149,29	12.530,34
Agua	252,98	312,33
Luz	364,30	449,76
Útiles de Aseo	59,50	73,46
Suministros de producción	920,23	1.136,12
Depreciación de Maquinaria	363,60	363,60
Depreciación de Herramientas	105,12	105,12
Combustible de gas	885,44	1.093,17
Mantenimiento de activos fijos de servicios	425,86	525,76
<b>Total de costo generales de Fabricación</b>	<b>78.118,62</b>	<b>96.335,50</b>
<b>Total de costo de Producción</b>	<b>88.144,47</b>	<b>108.713,45</b>
<b>Gastos de operación y ventas</b>		
<b>Gastos de Administración y Ventas</b>		
Sueldos y Salarios Administrativos	29.522,30	36.448,31
Luz	720,00	888,91
Teléfono	126,00	155,56
Agua Potable	39,32	44,64
Útiles de Oficina	171,85	212,17
Útiles de Aseo	76,80	94,82
Depreciación. de Muebles y Enseres	40,05	40,05
Depreciación de Equipo de Computación	320,02	320,02
Reinversión del Equipo de Computo		
Depreciación de Equipo de Oficina	15,04	15,04
Amortización de Activos diferidos	500,00	500,00
Sueldos y Salarios de Vendedor Chofer	5.074,64	6.657,62
Publicidad	5.009,08	6.184,23
Combustibles y Lubricantes	3.105,60	3.834,18
Depreciación de Instalaciones	27,90	27,90
Depreciación de Edificio	702,00	702,00
Depreciación de Vehículo	1.280,00	1.800,00
Mantenimiento de activos fijos de administración y ventas	2.607,84	3.219,65
<b>Total de Gasto de Administración y Venta</b>	<b>49.338,44</b>	<b>61.145,09</b>
<b>Gastos financieros</b>		
Interés por Préstamo	5.443,37	1.021,15
<b>Total de gastos Financieros</b>	<b>5.443,37</b>	<b>1.021,15</b>
<b>Total Costos de operación</b>	<b>54.781,81</b>	<b>62.166,24</b>
<b>Costo total de producción</b>	<b>142.926,28</b>	<b>170.879,69</b>

Elaboración: La Autora

## **7.3. PRESUPUESTOS DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES**

### **7.3.1. COSTOS FIJOS**

Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

### **7.3.2. COSTOS VARIABLES**

Son aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.

A continuación detallamos los presupuestos de costos fijos y variables generados para los 5 años del proyecto.

<b>CUADRO N° 33: COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>		<b>AÑO 5</b>	
	<b>FIJOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>FIJOS</b>	<b>VARIABLES</b>
<b>Costo Primo</b>				
Materia Prima Directa		4.951,21		6.112,78
Mano de Obra Directa	5.074,64		6.265,17	
Total Costo Primos				
<b>Costos generales de Fabricación</b>				
Materia Prima Indirecta		64.592,30		79.745,83
Mano de Obra Indirecta	10.149,29		12.530,34	
Agua		252,98		312,33
Luz		364,30		449,76
Útiles de Aseo		59,50		73,46
Suministros de producción		920,23		1.136,12
Depreciación de Maquinaria	363,60		363,60	
Depreciación de Herramientas	105,12		105,12	
Combustible de gas		885,44		1.093,17
Mantenimiento de activos fijos de servicios	425,86		525,76	
<b>Total de costo de Fabricación</b>				
<b>Gastos de operación</b>				
<b>Gastos de Administración y Ventas</b>				
Sueldos y Salarios de Administración	29.522,30		36.448,31	
Luz	720,00		888,91	
Teléfono	126,00		155,56	
Agua Potable	39,32		44,64	
Útiles de Oficina	171,85		212,17	
Útiles de Aseo	76,80		94,82	
Depreciación de Muebles y Enseres	40,05		40,05	
Depreciación de Equipo de Computación	320,02		320,02	
Reinversión del Equipo de computo				
Depreciación de Equipo de Oficina	15,04		15,04	
Amortización de Activos diferidos	500,00		500,00	
Sueldos y Salarios del Vendedor Chofer	5.074,64		6.657,62	
Publicidad	5.009,08		6.184,23	
Combustibles y Lubricantes		3.105,60		3.834,18
Depreciación de Instalaciones	27,90		27,90	
Depreciación de Edificio	702,00		702,00	
Depreciación de Vehículo	1.280,00		1.800,00	
Mantenimiento de activos fijos de administración y ventas	2.607,84		3.219,65	
<b>Total de Gasto de Administración y Ventas</b>				
<b>Gastos financieros</b>				
Interés por Préstamo	5.443,37		1.021,15	
<b>Total de gastos Financieros</b>				
<b>Total Costos de operación</b>	<b>67.794,72</b>	<b>75.131,56</b>	<b>78.122,05</b>	<b>92.757,64</b>
<b>Costo total de producción</b>		<b>142.926,28</b>		<b>170.879,69</b>

Elaboración: La Autora

#### 7.4. ESTRUCTURA DE COSTOS Y ESTABLECIMIENTOS DE INGRESOS DEL PROYECTO

En los presentes cuadros detallamos los costos unitarios de producción, relacionando el presupuesto total de costos y niveles de producción programados para cada uno de los años de vida útil del proyecto.

El ingreso por ventas se lo realizo en base al número de unidades producidas de cada año por la multiplicación del precio de venta al público nos dio como resultado el ingreso total de ventas.

<b>CUADRO N° 34: ESTRUCTURA DE COSTOS E INGRESO POR VENTAS</b>					
<b>AÑOS</b>	<b># UNIDADES PRODUCIDAS</b>	<b>COSTO UNIDAD PRODUCIDA</b>	<b>MARGEN UTILIZADO</b>	<b>PRECIO VENTA PUBLICO</b>	<b>INGRESO POR VENTAS</b>
1	115.000,00	1,24	0,50	1,74	200.426,28
2	120.000,00	1,25	0,49	1,74	208.958,89
3	122.304,00	1,28	0,48	1,76	215.521,40
4	124.652,24	1,32	0,45	1,77	220.153,91
5	124.652,24	1,37	0,42	1,79	223.233,63

**Elaboración:** La Autora

## 7.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos ganancias. Para realizar este cálculo, es necesario clasificar los costos en fijos y variables, los mismos que detallamos en los cuadros de “COSTOS FIJOS Y VARIABLES” para los 5 años de vida útil del proyecto.

En el presente trabajo se calculará el punto de equilibrio, utilizando el método matemático en función a la capacidad instalada, en función a las ventas y a la producción, manejando además la forma gráfica para su representación.

### PRIMER AÑO

CFT=	67.794,72
CVT=	75.131,56
CT=	142.926,28
VT=	200.426,28
PE v=	108.447,06
PE ci=	54,10

#### PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION A LA CAPACIDAD INSTALADA.

$$PE_{ci} = \left( \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \right) * 100$$

$$PE_{ci} = \frac{67794,72}{125.294,72} \times 100$$

$$PE_{ci} = 0,541082 \times 100$$

$$PE_{ci} = 54,10\%$$

## PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION A LAS VENTAS

$$PE v = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - (\text{Costo Variable Total} / \text{Ventas Totales})}$$

$$PE v = \frac{67.794,72}{0,625141}$$

$$PE v = 108.447,06$$

## PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LA PRODUCCION

$$CVU = \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Unidades Producidas}}$$

$$CVU = \frac{75.131,56}{115.000,00}$$

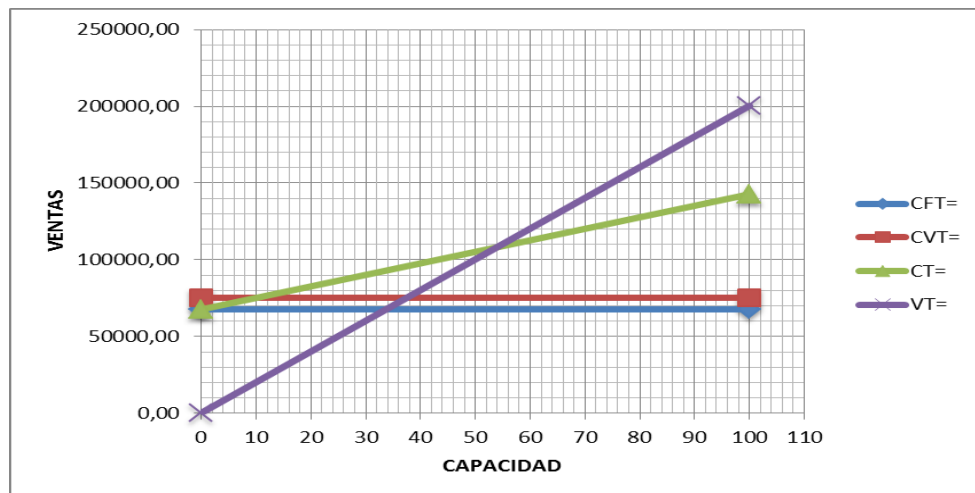
$$CVU = 0,6533\%$$

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Precio Venta Unitario} - CVU}$$

$$PE = \frac{67.794,72}{1104}$$

$$PE = 62.386$$

## GRAFICO AÑO 1



De acuerdo a la presente gráfica, se indica que el punto de equilibrio con relación a las ventas para el primer año es de \$ 108.447,06 y con relación

a la capacidad instalada tenemos un 54,10% datos que han sido calculados para el año 2013.

## QUINTO AÑO

CFT=	78122,05
CVT=	92757,64
CT=	170879,69
VT=	233279,69
PE v=	133.660,00
PE ci=	59,87%

### PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION A LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE_{ci} = \left( \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \right) * 100$$

$$PE = \frac{78.122,05}{13.0435,99} \times 100$$

$$PE = 0,5987 \times 100$$

$$PE = 59,87 \%$$

### PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION A LAS VENTAS

$$PE v = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - (\text{Costo Variable Total} / \text{Ventas Totales})}$$

$$PE v = \frac{78.122,05}{0,584481}$$

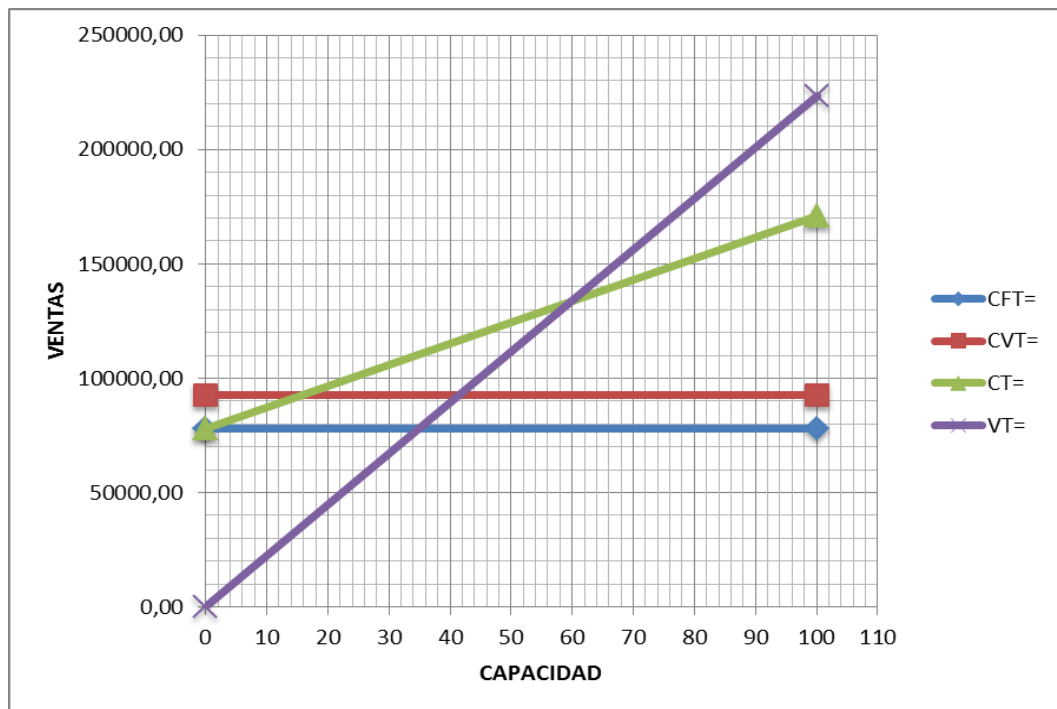
$$PE v = 133.660$$



## PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LA PRODUCCION

$CVU = \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Unidades Producidas}}$	$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Precio Venta Unitario} - CVU}$
$CVU = \frac{92.757,64}{124.652,24}$	$PE = \frac{78.122,05}{1,05}$
$CVU = 0,7441\%$	$PE = 74.695$

## GRAFICO AÑO 5



De acuerdo a la presente gráfica, se indica que el punto de equilibrio con relación a las ventas para el quinto año es de \$ 133.660,00 y con relación a la capacidad instalada tenemos un 59,87% datos que han sido calculados para el año 2017.

## 8. EVALUACION FINANCIERA

Es el análisis que permite decidir si el proyecto es o no factible, combinando operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación basados en valores actuales de ingresos y gastos para proyectarlos. Los criterios más utilizados son: Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), la Relación Beneficio Costo (RBC), Periodo de Recuperación de Capital (PRC).

### 8.1. ESTADOS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es uno de los Estados Financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y gastos durante un ejercicio, clasificándolos de consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas.

Nos demuestra cual es la utilidad o pérdida que se ha obtenido durante un periodo económico y como se ha producido, cuyos resultados sirven para obtener mediante un análisis, conclusiones que permitan conocer cómo se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

**8.1.1. INGRESOS:** Están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos, en el presente caso se obtendrán un 50% de inicio de utilidad en cada envase de avena casera con sabor vainilla bebida láctea.

**8.1.2. EGRESOS:** Se forma por la sumatoria del Costo Primo, Gastos de Proceso de Producción Gastos de Operación y Gastos Financieros.

<b>CUADRO N° 35: ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS</b>					
<b>DESCRIPCION</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>1. Ingresos</b>					
Ventas	200.426,28	208.958,89	215.521,40	220.153,91	223.233,63
Valor residual	0,00	0,00		504,95	16.320,60
<b>Total Ingresos</b>	<b>200.426,28</b>	<b>208.958,89</b>	<b>215.521,40</b>	<b>220.658,86</b>	<b>239.554,23</b>
<b>2. Egresos</b>					
(-)Costos de Producción	88.144,47	92.887,73	97.887,60	103.157,96	108.713,45
(-)Costos de Operación	54.781,81	57.271,16	58.927,88	60.902,45	62.166,24
<b>Total de Egresos</b>	<b>142.926,28</b>	<b>150.158,89</b>	<b>156.815,48</b>	<b>164.060,41</b>	<b>170.879,69</b>
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>57.500,00</b>	<b>58.800,00</b>	<b>58.705,92</b>	<b>56.598,46</b>	<b>68.674,54</b>
(-) 15% Para Trabajadores	8.625,00	8.820,00	8.805,89	8.489,77	10.301,18
<b>(=) Utilidad Antes de impuestos</b>	<b>48.875,00</b>	<b>49.980,00</b>	<b>49.900,03</b>	<b>48.108,69</b>	<b>58.373,36</b>
(-)25% Impuesto a la Renta	12.218,75	12.495,00	12.475,01	12.027,17	14.593,34
<b>(=) Utilidad Liquida</b>	<b>36.656,25</b>	<b>37.485,00</b>	<b>37.425,02</b>	<b>36.081,52</b>	<b>43.780,02</b>

**Elaboración:** La Autora

## 8.2. FLUJO DE CAJA

El flujo de caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto, cubriendo así todos los requerimientos de efectivo del proyecto, posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos económicos para cubrir dichas necesidades.

<b>CUADRO N° 36: FLUJO DE CAJA</b>					
<b>DESCRIPCION</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS</b>					
Ventas	200.426,28	208.958,89	215.521,40	220.153,91	223.233,63
Valor residual	0,00	0,00	0,00	504,95	16.320,60
Otros ingresos	8.000,00				
<b>Total Ingresos</b>	<b>208.426,28</b>	<b>208.958,89</b>	<b>215.521,40</b>	<b>220.658,86</b>	<b>239.554,23</b>
<b>EGRESOS</b>					
Costos de Producción	139.555,89	146.788,49	153.445,09	160.690,01	167.509,30
(-) 15% Para Trabajadores	8.625,00	8.820,00	8.805,89	8.489,77	10.301,18
(-)25% Impuesto a la Renta	12.218,75	12.495,00	12.475,01	12.027,17	14.593,34
Amortización del préstamo	10.836,66	10.836,66	10.836,66	10.836,66	10.836,66
<b>Total Egresos</b>	<b>171.236,30</b>	<b>178.940,15</b>	<b>185.562,64</b>	<b>192.043,61</b>	<b>203.240,48</b>
<b>Flujo Neto de Caja</b>	<b>37.189,98</b>	<b>30.018,73</b>	<b>29.958,76</b>	<b>28.615,25</b>	<b>36.313,75</b>
(+) Amortizaciones de activos diferidos	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
(+) Depreciaciones	2.870,39	2.870,39	2.870,39	2.870,39	2.870,39
<b>Total</b>	<b>40.560,38</b>	<b>33.389,13</b>	<b>33.329,15</b>	<b>31.985,64</b>	<b>39.684,15</b>

**Elaboración:** La Autora

### **8.3. VALOR ACTUAL NETO**

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

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

El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto

Si el VAN es igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es útil.

Para la actualización de los valores correspondientes al flujo de costos e ingresos; se hace uso de las equivalencias financieras, mediante la siguiente fórmula:

$$f. a = 1/(1+i)^n$$

En donde:

**f. a** = factor de actualización

**i**= tasa de descuento

**n**= número de años referido al año base de actualización

<b>CUADRO N° 37: VALOR ACTUAL NETO</b>			
<b>AÑO</b>	<b>FLUJOS NETOS</b>	<b>FACTOR DE ACTUALIZACION</b>	<b>FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS</b>
<b>0</b>	<b>53.142,40</b>		
1	37.189,98	0,88382164	32.869,31
2	30.018,73	0,78114070	23.448,85
3	29.958,76	0,69038906	20.683,20
4	28.615,25	0,61018079	17.460,48
5	36.313,75	0,53929099	19.583,68
			<b>114.045,52</b>
			53.142,40
			<b>60.903,12</b>

**Elaboración:** La Autora

<b>i=</b>	%Capital Propio(Costo de Oportunidad)+%Capital Externo(Tasa Interés Anual)
<b>i=</b>	30%*0,08+70%*15,35%
<b>i=</b>	0,13
<b>fa=</b>	$1/(1+i)^n$
<b>fa=</b>	$1/(1+13)^1= 0,88382164$
<b>fa=</b>	$1/(1+13)^2=0,78114070$

#### **8.4. TASA INTERNA DE RETORNO**

Método de evaluación que al igual que el Valor Actual Neto (VAN), toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. Este método actualmente es muy utilizado por bancos, empresas privadas, industrias, organismos de desarrollo económico y empresas estatales.

Se podría interpretar a la Tasa Interna de Retorno, como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión, si el préstamo con los intereses acumulados a esta tasa dada, se fuera abonando con los ingresos provenientes del proyecto, a medida que estos van siendo generados a través de toda la vida útil del proyecto. Es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

Para el presente proyecto la TIR es de 55,56 %, este valor es satisfactorio para su realización.

CUADRO N° 38: TASA INTERNA DE RETORNO					
AÑO	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR DE ACTUALIZACION 55,56%	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACION 55,57%	VAN MAYOR
		55,56%		55,57%	
0	53.142,40				
1	37.189,98	0,64283878	23.907,16	0,64279745	23.905,63
2	30.018,73	0,41324169	12.404,99	0,41318857	12.403,40
3	29.958,76	0,26564778	7.958,48	0,26559656	7.956,94
4	28.615,25	0,17076870	4.886,59	0,17072479	4.885,33
5	36.313,75	0,10977674	3.986,41	0,10974146	3.985,12
			<b>53.143,63</b>		<b>53.136,42</b>
			53.142,40		53.142,40
			<b>1,22</b>		<b>-5,98</b>

Elaboración: La Autora

$$NTIR = T_m + DT \left( \frac{VANT_m}{VANT_m - VANTM} \right)$$

TIR =	55,57%
-------	--------



## 8.5. RELACION BENEFICIO-COSTO

El índice beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

**B/C >1 Se puede realizar el proyecto.**

**B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.**

**B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.**

En el presente proyecto, la relación beneficio-costos es mayor que uno (1,18) indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir que por cada 1 dólar invertido, se recibirá 0,18 centavos de utilidad.

Los cálculos de la relación beneficio costo están representados en el cuadro que viene a continuación.

<b>CUADRO N° 39: RELACION BENEFICIO COSTO</b>					
<b>AÑOS</b>	<b>INGRESOS ORIGINALES</b>	<b>EGRESOS ORIGINALES</b>	<b>FACTOR DE ACTUALIZA</b>	<b>INGRESOS ACTUALIZA</b>	<b>EGRESOS ACTUALIZA</b>
1	208.426,28	171.236,30	0,88382164	184.211,66	151.342,35
2	208.958,89	178.940,15	0,78114070	163.226,29	139.777,44
3	215.521,40	185.562,64	0,69038906	148.793,62	128.110,42
4	220.658,86	192.043,61	0,61018079	134.641,80	117.181,32
5	239.554,23	203.240,48	0,53929099	129.189,44	109.605,76
				<b>760.062,81</b>	<b>646.017,29</b>

Elaboración: La Autora

<b>RBC =</b>	Ingresos Act.
	Egresos Act.
<b>RBC =</b>	<b>760.062,81</b>
	<b>646.017,29</b>
<b>RBC=</b>	<b>1,18</b>

## 8.6. PERIODO DE RECUPERACION DEL CAPITAL

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

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

En el siguiente cuadro se demuestra el tiempo requerido para que nuestra empresa recupere la inversión inicial de capital.

CUADRO N° 40: PERIODO DE RECUPERACION DEL CAPITAL				
AÑO	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJO ACTUALI. ACUMULADO
1	37.189,98	0,88382164	37.190,87	37.190,87
2	30.018,73	0,78114070	30.019,51	67.210,38
3	29.958,76	0,69038906	29.959,45	97.169,83
4	28.615,25	0,61018079	28.615,86	125.785,69
5	36.313,75	0,53929099	36.314,29	162.099,98

Elaboración: La Autora

$$PRC = \text{Año.que.supera.la.inversión} + \left( \frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros.flujos}}{\text{Flujo.neto.del.año.que.supera.la.inversión}} \right)$$

PRC=	1,46
------	------

PRC =	1	años
	5	meses
	23	días

## 8.7. ANALISIS DE SENSIBILIDAD

En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, porque se trata de medir si le afectan o no a un proyecto, dos situaciones que se dan en una economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos.

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

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 24.49% en los costos y una disminución del 17,43% en los ingresos.

Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son POSITIVOS y menores a 1, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los ingresos y los costos disminuidos o incrementados en un 24,49% y en un 17,43%, respectivamente; es decir, el proyecto no es sensible a estos cambios como quedó demostrado al calcular los demás índices.

CUADRO N°41: ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 24,49 % EN LOS COSTOS								
AÑOS	COSTOS ORIG.	COSTOS TOT. ORIGINALES	INGRESOS TOTALES	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
					FACTOR DE ACTUALIZACION 35,80%	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACION 35,81%	VAN MAYOR
		<b>24,49%</b>						
0	53.142,40							
1	142.926,28	177.928,93	208.426,28	30.497,35	0,7363770	22.457,55	0,7363228	22.455,90
2	150.158,89	186.932,80	208.958,89	22.026,09	0,5422511	11.943,67	0,5421713	11.941,91
3	156.815,48	195.219,59	215.521,40	20.301,81	0,3993013	8.106,54	0,3992131	8.104,75
4	164.060,41	204.238,80	220.658,86	16.420,06	0,2940363	4.828,09	0,2939497	4.826,67
5	170.879,69	212.728,12	239.554,23	26.826,10	0,2165216	5.808,43	0,2164419	5.806,29
						<b>53.144,28</b>		<b>53.135,52</b>
						53.142,40		53.142,40
						<b>1,88</b>		<b>-6,88</b>

Elaboración: La Autora

**MÉTODO MATEMÁTICO CON EL INCREMENTO EN LOS COSTOS:**

<b>TIRO=</b>	Tm=	<b>35,80</b>
168%	TM=	<b>35,81</b>
	DT=	0,0100%

$$NTIR = Tm + DT \left( \frac{VANTm}{VANTm - VANTM} \right) NTIR = 0,3580\%$$

$$TIRR = TIRO - NTIR \quad TIR.R = 0,1976\%$$

$$\% V = \left( \frac{TIRR}{TIRO} \right) \times 100 \% V = 0,3556\%$$

$$S = \left( \frac{\%V}{NTIR} \right) S = 0,993327$$

CUADRO N°42: ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCION DEL 17,43% EN LOS INGRESOS								
AÑOS	COSTOS ORIG.	INGRESOS ORIGINALES	INGRESOS TOT. ORIGINALES	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
					FACTOR DE ACTUALIZACION 35,88%	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACION 35,89%	VAN MAYOR
			<b>17,43%</b>					
0	53.142,40							
1	142.926,28	208.426,28	172.097,58	29.171,30	0,7359435	21.468,43	0,7358893	21.466,85
2	150.158,89	208.958,89	172.537,35	22.378,47	0,5416128	12.120,46	0,5415331	12.118,68
3	156.815,48	215.521,40	177.956,02	21.140,54	0,3985964	8.426,54	0,3985084	8.424,68
4	164.060,41	220.658,86	182.198,02	18.137,62	0,2933444	5.320,57	0,2932581	5.319,00
5	170.879,69	239.554,23	197.799,93	26.920,24	0,2158849	5.811,67	0,2158055	5.809,54
						<b>53.147,68</b>		<b>53.138,75</b>
						53.142,40		53.142,40
						<b>5,27</b>		<b>-3,66</b>

Elaboración: La Autora

**MÉTODO MATEMÁTICO CON LA DISMINUCIÓN EN LOS INGRESOS:**

<b>TIRO=</b>	T <sub>m</sub> =	<b>35,88%</b>
168%	TM=	<b>35,89%</b>
	DT=	0,010%

$$NTIR = T_m + DT \left( \frac{VAN_{Tm}}{VAN_{Tm} - VAN_{TM}} \right) NTIR = 0,3589\%$$

$$TIRR = TIRO - NTIR \quad TIR.R = 0,1968\%$$

$$\% V = \left( \frac{TIRR}{TIRO} \right) \times 100\% V = 0,3541\%$$

$$S = \left( \frac{\%V}{NTIR} \right) S = 0,986808$$



## **g. Discusión**

En el presente trabajo investigativo tiene como finalidad realizar el **“EL PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE AVENA CASERA CON SABOR A VAINILLA BEBIDA LÁCTEA EN LA CIUDAD DE HUAQUILLAS”**, para satisfacer las necesidades de los consumidores.

El motivo de la realización de este proyecto se enfoca en aprovechar la aceptación del mercado que tiene la producción de bebidas lácteas con avena, con la finalidad de brindar un producto nutritivo y beneficioso listo para el consumo humano.

El estudio de mercado se realizó principalmente para determinar la demanda potencial y efectiva del producto, la cual nos proporciona información muy útil que sirve para descubrir los gustos, necesidades y preferencias de los consumidores en cuanto a presentación del producto, publicidad, lugares estratégicos de venta, precio, entre otros.

El estudio técnico hace referencia al tamaño, localización y la ingeniería del proyecto. Además se determina la ubicación, la capacidad instalada y utilizada, se detalla el proceso de producción que se necesita, con el cual se calcula el tiempo que la llevará a cabo mediante diagramas de procesos que nos facilitan el entendimiento del mismo. Este estudio ayuda a obtener una estimación de la inversión y costos a los cuales se va incurrir. De ahí que la

localización del proyecto principalmente se la determinó considerando diversos factores, uno de ellos la cercanía a los abastecimientos de materia prima.

La empresa para ponerla en funcionamiento debe cumplir ciertos requisitos como la definición del tipo de empresa en este caso “Avena Casera Ricasa Cía. Ltda.” mediante la presentación de un contrato de constitución presentado a la superintendencia de compañías, donde se establece que se constituye por tres socios, quienes serán responsables de la aportación del capital para su inicio y todo lo que concierne a tareas relacionadas para su normal funcionamiento. Se realiza el diseño de la estructura organizacional de la empresa, manual de funciones para el personal que va a laborar en la empresa.

El estudio financiero pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta los que contendrán las funciones de producción, administración y ventas. Una vez realizado el estudio financiero, se procede a realizar la evaluación financiera, donde se determina la factibilidad de dicho proyecto.

## **h. CONCLUSIONES**

Luego de haber realizado el Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de Avena Casera con sabor a Vainilla bebida láctea y realizado un análisis de los diferentes costos de inversiones se determinó las siguientes conclusiones y recomendaciones.

- El estudio de mercado realizado en la Ciudad de Huaquillas, nos ha demostrado que el proyecto debe ejecutarse en base a los resultados obtenidos en el análisis de la demanda que tenga el producto.
- Se determinó que en la Ciudad de Huaquillas existe una demanda efectiva de 511.649 litros de avena casera con sabor vainilla.
- Este estudio es importante para conocer los gustos del consumidor y que oportunidad se tiene de incursionar en la actividad como producción y comercialización en este caso de avena bebida láctea. Además de conocer que dificultades se puede tener en el transcurso del proyecto y la mejor forma de solucionarlas para dar marcha a este con los mejores procesos que servirán para el desarrollo y crecimiento de la empresa.
- Podemos concluir que la documentación y todo lo relacionado con la estructuración legal de la empresa es uno de los pasos mas importantes para que la empresa pueda funcionar dentro de los parámetros que exige la ley, la producción y comercialización es una de las actividades mas delicadas ya que se debe tener buenas bases para la conformación de la empresa y de los procesos que se llevaran a cabo para el desarrollo del

proyecto y las autorizaciones necesarias para que la empresa pueda comercializar sus productos sin complicaciones.

- Es importante la ubicación ya que este hace que los procesos se agilicen en cuanto a la recepción de la materia prima, producción y el acceso del personal, teniendo en cuenta la facilidad en su transporte y las vías de fácil acceso para la llegada a la planta.

## **i. RECOMENDACIONES**

- Para que el producto tenga aceptación en el mercado es necesario realizar una buena publicidad, a fin de lograr transmitir las características de este producto y los beneficios que ofrece la avena bebida láctea en la Ciudad de Huaquillas.
- Para asegurar el mercado se debe cumplir con todos los requisitos de permisos legales pertinentes, como registro sanitario, código de barras, ficha de estabilidad, cadena de frío, para luego comercializar el producto a nivel doméstico - familiar.
- Establecer convenios con proveedores para el abastecimiento de materia prima durante los cinco años de vida útil del proyecto.

## j) BIBLIOGRAFIA

### LIBROS

- ❖ BACA URBINA, Gabriel (1995) “Evaluación de Proyectos”, Tercera Edición, México.
- ❖ McCONNELL, Campbell R. y BRUE, Stanley L., (1997) / Economía, McGraw-Hill
- ❖ MIRANDA, Juan José; ,(2003) “Gestión de Proyectos: evaluación financiera económica, social, ambiental”, cuarta edición MM, editores-Bogotá
- ❖ ROSENBERG J.M; (1995) Diccionario de Administración y Finanzas; Edit. Océano; Barcelona-España

### INTERNET

- ❖ [www.buenastareas.com/ensayos/Bebida-Lactea/477797.html](http://www.buenastareas.com/ensayos/Bebida-Lactea/477797.html)
- ❖ [www.infoagro.com/herbaceos/cereales/avena.htm](http://www.infoagro.com/herbaceos/cereales/avena.htm)
- ❖ [www.cytcereales.blogspot.com/2010/09/importancia-de-la-avena-en-el-mundo.html](http://www.cytcereales.blogspot.com/2010/09/importancia-de-la-avena-en-el-mundo.html)
- ❖ [www.Elprisma.com/apuntes/administracion de empresas/organigramasymanualesadministrativos/](http://www.Elprisma.com/apuntes/administracion%20de%20empresas/organigramasymanualesadministrativos/)
- ❖ [www.es.wikipedia.org/wiki/Avena](http://www.es.wikipedia.org/wiki/Avena)
- ❖ [www.monografias.com/trabajo19/fortiavena/fortiavena.shtml](http://www.monografias.com/trabajo19/fortiavena/fortiavena.shtml)
- ❖ [www.nutricion.nichese.com/avena.html](http://www.nutricion.nichese.com/avena.html)

## k. ANEXOS

### UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Estimado Sr.(a)

Como estudiante de la Universidad Nacional de Loja, con el objetivo de graduarme de Ingeniera Comercial, estoy realizando mi proyecto denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE AVENA CASERA CON SABOR A VAINILLA (BEIDA LÁCTEA) EN LA CIUDAD DE HUAQUILLAS”**, por lo que le solicitamos se digne colaborararnos contestando con la debida sinceridad la siguientes encuestas:

*Avena Casera:* La Bebida de avena ha sido preparada con ingredientes de origen vegetal de manera que no contiene ni colesterol ni lactosa. Está enriquecida con Calcio, Vitaminas A y D y con un alto contenido en fibra.

### ENCUESTA APLICADA A LOS CONSUMIDORES

#### 1) ¿De cuantas personas conforman su familia?

1-2 miembros (       )

3-4 miembros (       )

5-6 miembros (       )

7-8 miembros (       )

#### 2) ¿Cuál es ingreso mensual que Usted recibe?

100 a 299 dólares (       )

300 a 499 dólares (       )

500 a 999 dólares (       )

**3) ¿Consume Usted avena (bebida láctea)?**

SI (        )

NO (        )

**4) ¿Cuál es su sabor de preferencia al consumir avena (bebida láctea)?**

Frutilla (        )

Manzana (        )

Vainilla (        )

Otros (        )

Canela (        )

**5) ¿Qué cantidad consume Ud. bebida láctea con avena semanalmente?**

1 Litro (        )

2 Litros (        )

3 Litros (        )

**6) ¿Conoce los beneficios de las bebidas lácteas con avena?**

SI (        )

NO (        )

**7) ¿Cuál es el precio que usted paga por las bebidas lácteas con avena?**

1 Litro 1,00-1,90 dólares (        )

2 Litros 2,00- 2,90 dólares (        )

3 Litros 3,00- 3,90 dólares (        )

**8) ¿En qué lugar usted adquiere bebidas lácteas con avena?**



Tiendas ( )

Supermercados ( )

Mini Market ( )

Ferias ( )

Otros ( )

**9) ¿Usted ha recibido algún tipo de promociones por la compra de avena bebida láctea?**

SI ( ) NO ( )

**10) ¿Si se Implementara una Empresa productora y comercializadora de avena casera con sabor a vainilla (bebida láctea), Usted compraría el producto?**

SI ( ) NO ( )

**11) ¿Le gustaría a Usted degustar del producto?**

SI ( ) NO ( )

**12) ¿Por qué razones consumiría Usted avena bebida láctea?**

Es nutritivo ( ) Es saludable ( ) Es Rico ( ) Otros ( )

**13) ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto Usted a pagar por la avena bebida láctea con sabor a vainilla?**

- 1 Litro 1,00-1,90 dólares ( )
- 2 Litros 2,00- 2,90 dólares ( )
- 3 Litros 3,00- 3,90 dólares ( )

**14)¿En dónde le gustaría adquirir a usted el producto?**

- Tiendas ( )
- Supermercados ( )
- Mini Market ( )
- Ferias ( )
- Otros ( )

**15)¿Al momento de adquirir el producto cuál de las siguientes características y atributos es de mayor importancia para usted?**

- Calidad ( )
- Cantidad ( )
- Precio ( )
- Higiene ( )
- Envase ( )
- Otros ( )

**16)¿En qué tipo de empaque le gustaría Usted adquirir el producto?**

Vasos de plástico ( )

Fundas de Tetrapack ( )

Envases de vidrio ( )

Envases de plástico ( )

Otros ( )

**17) ¿Le gustaría recibir algún tipo de promoción al momento de adquirir el producto?**

SI ( ) NO ( )

**18) ¿Por qué medios de comunicación y en que horario le gustaría a Usted informarse de la existencia del producto, que va a producir la Empresa?**

<b>MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>		
<b>TELEVISION</b>	<b>RADIO</b>	<b>PRENSA ESCRITA</b>
TV.Oro	Onda Sur	El Correo
Ecuavisa	Génesis	El Opinión
RTU	Camil	El Nacional
Otros	Otros	El Extra

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

➤ **PRESUPUESTOS DE ACTIVOS FIJOS**

<b>ANEXO N° 2: PRESUPUESTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Cocina Industrial 3 quemadores	2	170	340
Batidora Industrial de 220 Fuerza Motriz	1	1.200	1.200
Dosificadora Selladora	1	1.800	1.800
Frigorífico de 5 bandejas	1	700	700
<b>TOTAL</b>			<b>4.040</b>

**Fuente:** Almacenes "VITRINAS CORONA" en la Ciudad de Loja

**Elaboración:** La Autora

<b>ANEXO N° 3: PRESUPUESTO DE HERRAMIENTAS</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Olla de acero inoxidable de 70 litros	6	80,00	480
Paletas	3	3,00	9
Colador De acero inoxidable Grande	3	6,00	18
Baldes 60 Ltrs.	6	5,00	30
<b>TOTAL</b>			<b>537</b>
Cilindro industrial de 45 Kg.	2	60,00	120
<b>TOTAL</b>			<b>657</b>

**Fuente:** COMERCIAL DIANITA en la Ciudad de Huaquillas

**Elaboración:** La Autora

<b>ANEXO N° 4: PRESUPUESTO DE EQUIPO DE OFICINA</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Línea y equipo telefónico con servicio de fax	2	40,00	80,00
Sumadora	2	15,00	30,00
<b>TOTAL:</b>			<b>110,00</b>

**Fuente:** Almacenes de la Ciudad de Huaquillas

**Elaboración:** La Autora

<b>ANEXO N° 5: PRESUPUESTO DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Computadoras	2	700,00	1.400,00
Impresora con Scanner	1	40,00	40,00
<b>TOTAL:</b>			<b>1.440,00</b>
Reinversión del Equipo de Computación		<b>4 año</b>	1.515,00
<b>TOTAL:</b>			<b>1.515,00</b>

**Fuente:** Almacenes Artefacta

**Elaboración:** La Autora

<b>ANEXO N° 6: PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Escritorio Ejecutivo	2	120,00	240,00
Archivador	2	50,00	100,00
Sillas Ejecutivas	2	40,00	80,00
Sillas Plásticas	5	5,00	25,00
<b>TOTAL:</b>			<b>445,00</b>

**Fuente:** Almacenes de la Ciudad de Huaquillas

**Elaboración:** La Autora

<b>ANEXO N° 7: PRESUPUESTO DE VEHÍCULO</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Camioneta Chevrolet	1	8.000,00	8.000,00
<b>TOTAL:</b>			<b>8.000,00</b>

**Fuente:** Empresa Chevrolet

**Elaboración:** La Autora

<b>ANEXO N° 8: PRESUPUESTO DE EDIFICIO</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>Unidad</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Construcción del Edificio	m2	130	120,00	15.600,00
<b>TOTAL:</b>				<b>15.600,00</b>

**Fuente:** Ilustre Municipalidad de Huaquillas

**Elaboración:** La Autora

<b>ANEXO N° 9: PRESUPUESTO DE INSTALACIONES</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Adecuaciones de Instalaciones eléctricas	1	130,00	130,00
Adecuación de Instalaciones de agua	1	90,00	90,00
Adecuación de Instalaciones industriales de la planta	1	90,00	90,00
<b>TOTAL:</b>			<b>310,00</b>

**Fuente:** Ilustre Municipalidad de Huaquillas “Avalúos y Catastros”

**Elaboración:** La Autora

<b>ANEXO N° 10: PRESUPUESTO DE TERRENO</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Lote Barrio 24 de Mayo	200	40,00	8.000,00
<b>TOTAL:</b>			<b>8.000,00</b>

**Fuente:** Ilustre Municipalidad de Huaquillas “Avalúos y Catastros”

**Elaboración:** La Autora

### **ANEXO N° 11: DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>VIDA ÚTIL</b>	<b>% DE DEPRECIACION</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>DEPREC. ANUAL</b>	<b>VALOR RESCATE PARA EL 5 AÑO</b>
Maquinaria	4.040,00	10	10%	404	363,60	2.222,00
Herramientas	537,00	5	20%	107,4	85,92	107,40
Equipo de oficina	110,00	10	10%	11	15,04	86,20
Muebles y enseres	445,00	5	10%	44,5	40,05	44,50
Vehículo	8.000,00	5	20%	1600	1.280,00	1.600,00
Instalaciones	310,00	10	10%	31	27,90	170,50
Edificio	15.600,00	20	10%	1560	702,00	12.090,00
<b>TOTAL</b>					<b>2.514,51</b>	<b>16.320,60</b>
Equipo de Computación	1.440,00	3	33,33%	479,95	320,02	479,95
Reinversión	1.515,00	3	33,33%	504,95	336,68	504,95

**Fuente:** Anexo n° 2,3,4,5,6,7,8,9.

**Elaboración:** La Autora

➤ ANEXO N° 12: PRESUPUESTOS DE ACTIVOS DIFERIDOS

ESPECIFICACION	DESCRIPCION		VALOR TOTAL
<b>GASTOS DE CONSTITUCION</b>	<b>ETAPAS</b>	<b>TIEMPO DE DURACION</b>	
	1. Contratación de Abogado( Escritura Pública de Constitución de compañías)	1 Día	150
	2. Apertura de Cuenta (Capital en un Banco)	2 Días	100
	3. Valuación de Bienes Muebles e inmuebles que se aportaran como capital	4 Días	50
	4. Publicación de la constitución de empresas en un diario La Hora	3 Días	60
	5. Afiliación a la cámara de Comercio de Loja	1 Día	50
	6. Inscripción de Escritura de constitución en el Registro Mercantil	8 Días	15
	7. Inscripción de nombramientos en el Registro Mercantil	8 Días	10
	8. Inscripción al RUC	1 Día	-
	9. Pago al Cuerpo de Bomberos	1 Día	25
	10. Permiso Sanitario y certificado sanitario de los empleados del local	3 Días	40
<b>ESTUDIO DEL PROYECTO</b>	Proyecto para la producción y comercialización de Avena Casera con sabor a vainilla bebida láctea en la Ciudad de Huaquillas	3 Meses	1.200,00
<b>ESTUDIO DE INGENIERIA INDUSTRIAL</b>	Componentes Químicos	15 Días	250
<b>MARCAS Y PATENTES</b>	Ley de Régimen Municipal Registro de Patente	5 Días	200
<b>PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO</b>	Ejecución del proyecto	5 Días	350
<b>TOTAL</b>			<b>2.500,00</b>

**Elaboración:** La Autora

➤ **PRESUPUESTO DEL CAPITAL DE TRABAJO**  
**ANEXO N° 13: PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA**

Materia prima Directa para producir 480 litros de avena bebida láctea	CANTIDAD REQUERIDA		COSTOS		
	DIARIO	ANUAL	UNITARIO	VALOR TOTAL	ANUAL
Avena Molida Precocida	34 Libras	10.438 libras	0,45	15,30	4.697,10
<b>TOTAL:</b>					<b>4.697,10</b>

**Fuente:** Empresa "Industria Molinera C.A" en la Ciudad de Machala

**Elaboración:** La Autora

<b>ANEXO N° 13.1: PROYECCION MATERIA PRIMA DIRECTA</b>	
<b>5,41% de inflación</b>	
Años	Proyección
1	4951,21
2	5219,07
3	5501,43
4	5799,05
5	6112,78

**Fuente:** Anexo n° 13.

**Elaboración:** La Autora

**ANEXO N° 14: PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA**

DETALLE	CANTIDAD REQUERIDA		COSTOS			
	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR DIARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Leche en polvo	Libras	134	0,48	64,32	1672,32	19746,24
Azúcar	Libras	94	0,4	37,60	977,60	11543,2
Esencia de Vainilla	Litros	1,5	12	18,00	468,00	5526
Envases de plástico	Unidad	420	0,08	33,60	873,60	10315,2
Etiquetas Adhesivas	Unidad	420	0,1	42,00	1092,00	12894
Cartón pequeño	10 Unidades	24	0,17	4,08	106,08	1252,56
<b>TOTAL</b>				<b>199,60</b>	<b>5189,60</b>	<b>61277,2</b>

**Fuente:** Empresa "El Ordeño S.A" en la Ciudad de Machala

**Elaboración:** La Autora



<b>ANEXO N° 14.1: PROYECCION MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>	
<b>5,41% de inflación</b>	
<b>Años</b>	<b>Proyección</b>
1	64592,30
2	68086,74
3	71770,23
4	75653,00
5	79745,83

**Fuente:** Anexo n° 14.

**Elaboración:** La Autora

**ANEXO N° 15: PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA**

<b>DENOMINACION</b>	<b>AÑO 1</b>
Sueldo básico	318,00
Décimo tercero	26,50
Décimo cuarto	26,50
Vacaciones	13,25
IESS 12,15%	32,56
Fondo de reserva	
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>422,89</b>
Número de Trabajadores	1
<b>SUB TOTAL MENSUAL</b>	<b>422,89</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>5.074,64</b>

**Fuente:** Salarios y remuneraciones vigentes de la tabla 2011

**Elaboración:** La Autora

<b>ANEXO N° 15.1: PROYECCION MANO DE OBRA DIRECTA</b>	
<b>Años</b>	<b>Proyección</b>
1	5.074,64
2	5.349,18
3	5.638,57
4	5.943,62
5	6.265,17

**Fuente:** Anexo n° 15.

**Elaboración:** La Autora

### ANEXO N° 16: PRESUPUESTO DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS

NOMINA	Gerente	Secretaria/ Contadora	Asesor Jurídico	Jefe de producción	Jefe de ventas
<b>Número de personas</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
Sueldo básico	500,00	350,00	330,00	350,00	320,00
Décimo Tercero	41,67	29,17	27,5	29,17	26,67
Décimo Cuarto	41,67	29,17	27,5	29,17	26,67
Vacaciones	20,83	14,58	13,75	14,58	13,33
IESS 12,15%	60,75	42,53	40,10	42,53	38,88
Fondos de reserva	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total mensual	<b>667,92</b>	<b>465,44</b>	<b>438,85</b>	<b>465,44</b>	<b>425,55</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>7.979,00</b>	<b>5.585,30</b>	<b>5.266,14</b>	<b>5.585,30</b>	<b>5.106,56</b>

Fuente: Salarios y remuneraciones vigentes de la tabla 2011

Elaboración: La Autora

### ANEXO N° 17: PRESUPUESTO DE AGUA POTABLE PARA LA PRODUCCION

DETALLE	CANTIDAD		COSTOS		
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Consumo de Agua	200,00	2400,00	0,10	20,00	240,00
<b>TOTAL:</b>				<b>20,00</b>	<b>240,00</b>

Fuente: Ilustre Municipalidad de Huaquillas EMRAPAH

Elaboración: La Autora

<b>ANEXO N° 17.1: PROYECCION DE AGUA 5,41% de Inflación</b>	
<b>Años</b>	<b>Proyección</b>
1	252,98
2	266,67
3	281,10
4	296,30
5	312,33

Fuente: Anexo n° 17.

Elaboración: La Autora

**ANEXO N° 18: PRESUPUESTO DE ENERGÍA ELECTRICA PARA LA PRODUCCION**

DETALLE	CANTIDAD		COSTOS		
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Con. Energía Eléctrica (Kw)	400	4800	0,072	28,80	345,60
<b>TOTAL:</b>				<b>28,80</b>	<b>345,60</b>

**Fuente:** Empresa Regional de Energía Eléctrica en la Ciudad de Huaquillas  
**Elaboración:** La Autora

ANEXO N° 18.1: PROYECCION DE ENERGIA ELECTRICA 5,41% de Inflación	
Años	Proyección
1	364,30
2	384,01
3	404,78
4	426,68
5	449,76

**Fuente:** Anexo n° 18.  
**Elaboración:** La Autora

**ANEXO N° 19: PRESUPUESTO DE SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN**

DETALLE	CANTIDAD		COSTOS		
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Delantales	4	48	3,00	12,00	144,00
Gorras	4	48	1,00	4,00	48,00
Guantes de Caucho	5	60	1,25	6,25	75,00
Mascarilla	5	60	0,10	0,50	6,00
Botiquín	1	1	15,00	15,00	180,00
Extintor	1	1	35,00	35,00	420,00
<b>TOTAL:</b>					<b>873,00</b>

**Fuente:** Almacenes de la Ciudad de Huaquillas  
**Elaboración:** La Autora

<b>ANEXO N° 19.1: PROYECCION DE SUMINISTROS DE PRODUCCION</b> <b>5,41% de Inflación</b>	
<b>Años</b>	<b>Proyección</b>
1	920,23
2	970,01
3	1.022,49
4	1.077,81
5	1.136,12

**Fuente:** Anexo n° 19.  
**Elaboración:** La Autora

**ANEXO N° 20: PRESUPUESTO DE ÚTILES DE OFICINA**

<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Esteros	Caja	1	5,05	5,05
Archivadores	Unidad	5	2,20	11,00
Resma de Hojas de Papel	Caja	4	3,80	15,20
Cartuchos de tinta	Unidad	4	21	84,00
Engrapadoras	Unidad	2	2,5	5,00
Resaltadores	Caja	1	3,6	3,60
Block Facturas	Block	4	12	48,00
<b>TOTAL:</b>				<b>171,85</b>

**Fuente:** Librería Servitex en la Ciudad de Huaquillas  
**Elaboración:** La Autora

<b>ANEXO N° 20.1: PROYECCION DE UTILES DE OFICINA</b> <b>5,41% de Inflación</b>	
<b>Años</b>	<b>Proyección</b>
1	181,15
2	190,95
3	201,28
4	212,17
5	223,64

**Fuente:** Anexo n°20.  
**Elaboración:** La Autora

**ANEXO N° 21: PRESUPUESTO DE CONSUMO TELEFONICO**

DETALLE	CANTIDAD		COSTOS		
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Consumo de Teléfono	150	12000	0,07	10,50	126,00
<b>TOTAL:</b>				<b>10,50</b>	<b>126,00</b>

**Fuente:** CNT

**Elaboración:** La Autora

<b>ANEXO N° 21.1: PROYECCION DE TELEFONO 5,41% de Inflación</b>	
<b>Años</b>	<b>Proyección</b>
1	132,82
2	140,00
3	147,58
4	155,56
5	163,98

**Fuente:** Anexo n° 21.

**Elaboración:** La Autora

**ANEXO N° 22: UTILES DE ASEO Y LIMPIEZA DE PRODUCCION**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIT.</b>	<b>VALOR AÑO</b>
Escobas	4	2,00	8,00
Trapeadores	2	2,50	5,00
Desinfectante	4	2,00	8,00
Ajax 2000 Cm3	1	4,00	4,00
Cestas de Basura	2	2,00	4,00
Recogedores	3	2,00	6,00
Franelas	5	1,00	5,00
Lava	6	2,5	15,00
Esponja de lavar	6	0,75	4,50
<b>TOTAL</b>			<b>59,50</b>

**Fuente:** Almacenes de la Ciudad de Huaquillas

**Elaboración:** La Autora

<b>ANEXO N° 22.1: PROYECCION DE ASEO Y LIMPIEZA DE PRODUCCION 5,41% de Inflación</b>	
<b>Años</b>	<b>Proyección</b>
1	62,72
2	66,11
3	69,69
4	73,46
5	77,43

**Fuente:** Anexo n° 22.  
**Elaboración:** La Autora

**ANEXO N° 23: UTILES DE ASEO Y LIMPIEZA ADMINISTRATIVO**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIT.</b>	<b>VALOR AÑO</b>
Escobas	2	2,00	4,00
Trapeadores	2	2,50	5,00
Desinfectante	2	2,00	4,00
Cestas de Basura	2	2,00	4,00
Recogedores	2	2,00	4,00
Franelas	3	1,00	3,00
Jaboncillos de Tocador	12	0,75	9,00
Papel Higiénico	6	5,30	31,80
Toallas de Baño 50cm X 100cm	4	3,00	12,00
<b>TOTAL</b>			<b>76,80</b>

**Fuente:** Almacenes de la Ciudad de Huaquillas  
**Elaboración:** La Autora

<b>ANEXO N 23.1: PROYECCION DE ASEO Y LIMPIEZA DE ADMINISTRACION</b>	
<b>5,41% de Inflación</b>	
<b>Años</b>	<b>Proyección</b>
1	80,95
2	85,33
3	89,95
4	94,82
5	99,95

**Fuente:** Anexo n° 23.

**Elaboración:** La Autora

#### **ANEXO N° 24: PRESUPUESTO DE CARGA FABRIL**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>		<b>COSTOS</b>		
	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Consumo de Agua (m3)	m3	150	0,10	15,00	180,00
Consumo E. Eléctrica (Kw)	Kw/h	300	0,12	36,00	432,00
<b>TOTAL:</b>				<b>51,00</b>	<b>612,00</b>

**Fuente:** Empresa Regional de Energía Eléctrica, EMRAPAH

**Elaboración:** La Autora

#### **ANEXO N° 24.1: PROYECCION DE CARGA FABRIL**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b> 5,41%	<b>AÑO 2</b> 5,41%	<b>AÑO 3</b> 5,41%	<b>AÑO 4</b> 5,41%	<b>AÑO 5</b> 5,41%
Consumo de Agua (m3)	180,00	189,738	200,00283	210,82298	222,2285
Consumo E. Eléctrica (Kw)	455,37	480,00678	505,97515	533,3484	562,20255

**Fuente:** Anexo n° 24.

**Elaboración:** La Autora

**ANEXO N° 25: PRESUPUESTO DEL SUELDO DEL VENDEDOR**

DENOMINACION	CHOFER-VENDEDOR
Sueldo básico	318,00
Décimo tercero	26,50
Décimo cuarto	26,50
Vacaciones	13,25
IESS 12,15%	32,56
Fondo de reserva	
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>422,89</b>
Número de Trabajadores	1
<b>SUB TOTAL MENSUAL</b>	<b>422,89</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>5.074,64</b>

**Fuente:** Salarios y remuneraciones vigentes de la tabla 2011

**Elaboración:** La Autora

<b>ANEXO N°: 25.1: PROYECCION DE SUELDO DEL VENDEDOR</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>PROYECCION</b>
1	5.074,64
2	5.349,18
3	5.638,57
4	5.943,62
5	6.265,17

**Fuente:** Anexo n° 25.

**Elaboración:** La Autora

**ANEXO N° 26: PRESUPUESTO DE CUÑAS PUBLICITARIAS**

<b>MEDIO PUBLICITARIO</b>	<b>NÚMERO DE CUÑAS</b>	<b>COSTOS</b>		
		<b>UNITARIO</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Radio	12	8,00	96	1152
Televisión	12	20,00	240	2880
Prensa Escrita	12	5,00	60	720
Letrero con Nombre de la Empresa	1	80	80	0
<b>TOTAL</b>			<b>396</b>	<b>4752</b>

**Fuente:** Medios de Comunicación

**Elaboración:** La Autora



<b>ANEXO N°: 26.1: PROYECCION DE CUÑAS PUBLICITARIAS</b>	
<b>5,41% de inflación</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>INCREMENTO 5,41%</b>
1	5.009,08
2	5.280,07
3	5.565,73
4	5.866,83
5	6.184,23

**Fuente:** Anexo n° 26.

**Elaboración:** La Autora

**ANEXO N° 27: PRESUPUESTO DE LUBRICANTES Y COMBUSTIBLES**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNIT.</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Gasolina Súper (Galón)	100	2,00	200	2.400
Cambio de Aceite	6	4,80	28,8	345,6
Mantenimiento	1	30,00	30	360
<b>TOTAL:</b>			<b>258,8</b>	<b>3105,6</b>

**Fuente:** Lubricadoras de la Ciudad de Huaquillas

**Elaboración:** La Autora

<b>ANEXO N°: 27.1: PROYECCION DE LUBRICANTES Y COMBUSTIBLES</b>	
<b>5,41% de inflación</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>INCREMENTO 5,41%</b>
1	3.273,61
2	3.450,72
3	3.637,40
4	3.834,18
5	4.041,61

**Fuente:** Anexo n° 27.

**Elaboración:** La Autora

## I. INDICE

### CONTENIDOS

### PAGINAS

Caratula.....	I
Certificación.....	li
Autoría.....	lii
Dedicatoria.....	lv
Agradecimiento.....	V
TÍTULO.....	6
RESUMEN EN ESPAÑOL.....	7
RESUMEN EN INGLES.....	10
INTRODUCCION.....	13
REVISION DE LITERATURA.....	16
MATERIALES Y METODOS.....	50
RESULTADOS.....	56
Estudio de Mercado.....	56
Análisis de la Demanda.....	57
Estudio de la Demanda.....	58
Demanda Potencial.....	76
Demanda Actual o Real.....	77
Demanda Efectiva.....	78
Oferta.....	80
Análisis de la Oferta.....	81
Balance Oferta Demanda.....	82
Estrategias de Marketing.....	83
Presentación del Producto.....	86
Estudio Técnico.....	91
Capacidad Teórica.....	93
Capacidad Instalada.....	94
Capacidad Utilizada.....	95
Localización de la Planta.....	98
Ingeniería del proyecto.....	103
Flujo grama de proceso de producción.....	110
Ingeniería de la Planta.....	113
Estudio Administrativo Legal.....	115
Aspectos tribútales legales y Administrativos.....	117
Estructura organizativa empresarial.....	118
Organización Administrativa.....	121
Niveles Jerárquicos y de Autoridad.....	122
Aspectos Organizacionales.....	123

Manual de funciones.....	127
Estudio Financiero.....	135
Inversiones de Activos.....	135
Resumen de la inversión total prevista.....	142
Financiamiento.....	142
Presupuestos de Operación.....	145
Costos fijos y Variables.....	147
Estructura de costos y establecimientos de ingresos.....	149
Punto de equilibrio.....	150
Evaluación financiera.....	154
Estado de pérdidas y ganancias.....	154
Flujo de Caja.....	156
Valor Actual Neto.....	157
Tasa Interna de Retorno.....	159
Relación Beneficio Costo.....	161
Periodo de Recuperación del Capital.....	162
Análisis de Sensibilidad.....	163
DISCUSION.....	169
CONCLUSIONES.....	171
RECOMENDACIONES.....	173
BIBLIOGRAFIA.....	174
ANEXOS.....	175
INDICE.....	194