# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA



Área Jurídica Social y Administrativa

Carrera de Administración de Empresas

# TITULO:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA DE BOCADILLOS A BASE DE MANI EN EL CANTON
CHAGUARPAMBA Y SU COMERCIALIZACION EN LA CIUDAD DE
LOJA"

TESIS PREVIA A LA OBTENCION DEL TITULO DE INGENIERA COMERCIAL

Autora:

Rosa Magdalena Barba Guajala

Director:

Ing. Com. Óscar Gómez

Loja- Ecuador

2013

# CERTIFICACIÓN

Ing. Com. Oscar Gómez

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de tesis, previo a la obtenció INGENIERO COMERCIAL, sobre el tema: "PLAN DE NE LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE BASE DE MANÍ EN EL CANTÓN CHAGUARF COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA", e estudiante: Rosa Magdalena Barba Guajala; trabajo orientado, dirigido y revisado bajo mi dirección; por lo t presentación, sustentación y defensa.

Loja, mayo 2013

Ing. Com. Oscar Gómez

DIRECTOR DE TESIS

# **AUTORÍA**

Yo, Rosa Magdalena Barba Guajala, declaro ser a Trabajo de Tesis y eximo expresamente a la Universida y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad N publicación de mi Tesis el Resitorio Institucional – Biblio

Autora:

Rosa Magdalena Barba Guajala

Firma:

Cédula:

1104141534

Fecha:

junio/ 2013

# CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS POR PARTE DE PARA LA CONSULTA, REPRODUCCION PARCIAL PUBLICACION ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Rosa Magdalena Barba Guajala, declaro ser la auto titulada: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIC EMPRESA PRODUCTORA DE BOCADILLOS A BASE DE CANTON CHAGUARPAMBA Y SU COMERCIALIZAC CIUDAD DE LOJA". Como requisito para optar el grado Comercial, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universida Loja para que con fines académicos, muestre al mundo intelectual de la Universidad a través de la visibilidad de su la siguiente manera en el Repertorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo las redes d información del país y del exterior, los cuales te con la Universidad Nacional de Loja.

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

Para constancia de esta autorización en la Ciudad de Loja del mes de junio del dos mil trece.

Firma:

Autora: Rosa Magdalena Barba Guajala

Cédula: 1104141534

Dirección: Ciudadela Esteban Godoy

Correo Electrónico: magdalenabarbaguajala@gmail.com

Teléfono: 2545409

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Ing. Com. Oscar Gómez

Tribunal de Grado: Ing. Com. Ramiro Guzmán (PRESIDEN

Ing. Com. Manuel Pasáca (VOCA

Lcdo. César Neira (VC

**DEDICATORIA** 

Gracias Dios por ser el actor principal de mi vida, a mi esposo Alejandro

Benavides, porque confió en mi apoyándome y porque en gran parte

gracias a él y a mis hijos Juan Diego y Eva Luna Benavides Barba hoy

puedo ver alcanzada mi meta, ya que siempre estuvieron impulsándome

en todo momento de mi carrera y por el orgullo que sienten por mí, fue lo

que me hizo ir hasta el final. Va por ustedes, por lo que valen, porque

admiro su fortaleza y por lo que han hecho de mí.

Gracias a mí querida Madrecita y a mi hermano Wilson Espinosa que ha

sido como un padre para mí, a mis suegros por haber fomentado en mí el

deseo de superación y el anhelo de triunfo en mí vida.

Rosa Magdalena Barba Guajala

٧

# **AGRADECIMIENTO**

Como autora del presente trabajo de investigación cumplo con el ineludible deber de expresar un público reconocimiento a la Universidad Nacional de Loja por abrirme sus puertas para que pueda ser parte de la misma, al Área Jurídica Social y Administrativa, en especial a la Carrera de Administración de Empresas que me dió la oportunidad de formarme académicamente.

También expreso mi imperecedera gratitud al Ing. Com. Oscar Gómez, Director de tesis, por su ayuda incondicional en el desarrollo del trabajo investigativo.

La Autora

# a. Titulo

"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE BOCADILLOS A BASE DE MANÍ EN EL CANTÓN CHAGUARPAMBA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA"

#### b. RESUMEN

Al desarrollar un nuevo proyecto de inversión en la Ciudad de Loja se genera riqueza ya que se establecen nuevas fuentes de empleo y lo más importante que se busca satisfacer de manera adecuada a los consumidores, de esta manera permite mejorar la calidad de vida de los habitantes de la ciudad generando empleo, además de que se incentiva el desarrollo micro- empresarial y por ende se reduce la migración en la Ciudad de Loja.

El presente proyecto de inversión aborda problemas del entorno con el propósito de coadyuvar al desarrollo sustentable de la Ciudad de Loja, interactuando con la comunidad, con la finalidad de generar alternativas de solución a los problemas que impiden el desarrollo social, se pretende realizar un proyecto que contribuya a generar valor en las organizaciones, a la diversificación y reactivación de la economía que genere bienestar social. Tomando en consideración el:

"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE BOCADILLOS A BASE DE MANÍ EN EL CANTÓN CHAGUARPAMBA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA"

Es importante considerar el aporte económico que con el presente proyecto de inversión se realizará en un primer plano a los proveedores de la materia prima para la elaboración de "Bocadillos a base de Maní" ya que se mejorará la economía actual de las familias. Al igual que se busca elaborar un producto que sea accesible para los consumidores de la Ciudad de Loja.

La creación de nuevas unidades de producción relaciona el producto con el perfil del consumidor al ofrecer productos con características que satisfagan adecuadamente las necesidades del consumidor, con precios accesibles sin generar mayor impacto en su economía.

Cabe recalcar que los bocadillos a base de maní tienen proteínas y minerales propios de la materia prima como son: el Maní, la caña de azúcar que coadyuvan al desarrollo del mismo.

Para la empresa "JD CIA.LTDA" se necesita una inversión de \$ 24136,84 de esto un capital propio de 66,86% y el 33,14% de préstamo para tener el Punto de Equilibrio en el primer año en la empresa se necesita vender \$ 71448,85 y para el quinto año se necesita \$76338,47 se realizó la Evaluación Financiera, para el proyecto Valor Actual Neto es de \$ 31.863,15 se recuperará el capital en 1 año, 2 meses, 8 días, la Relación Beneficio Costo está en 1,34, la Tasa Interna de Retorno del presente proyecto es del 48,02% y realizando un Análisis de Sensibilidad se puede incrementar hasta un 20,80% ya que el proyecto es viable y si se disminuyen los ingresos hasta en un 17,98% el proyecto es factible.

#### SUMMARY

When developing a new investment project in the City of Loja is generated wealth and establishing new sources of employment and the most important thing is to accommodate adequately to consumers, so to improve the quality of life of the inhabitants generating employment city, plus it encourages micro-enterprise development and therefore reduces migration in the city of Loja.

This investment project addresses environmental issues in order to contribute to sustainable development of the city of Loja, interacting with the community, in order to generate alternative solutions to problems that impede social development, a project intended assist in creating value in organizations, diversification and revitalization of the economy that generates welfare. Taking into consideration:

"BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A SNACK PRODUCTION COMPANY BASED IN THE CANTON CHAGUARPAMBA PEANUT AND MARKETING IN THE CITY OF Loja"

It is important to consider the economic contribution to this investment project will be in the forefront to suppliers of raw materials for the production of "peanut-based snacks" as it will improve the economy of families. As it seeks to develop a product that is accessible to consumers in the city of Loja.

The creation of new production units related product with the consumer profile by offering products with features that adequately meet consumer needs with affordable prices without generating greater impact on its economy.

It should be noted that the peanut-based snacks have protein and minerals typical of the raw material are: Peanuts, sugar cane that contribute to development. For the company "JD CIA.LTDA" it takes an investment of \$ 24,136.84 this an equity capital of 66.86% and 33.14% of loan to get the Balancing Point in the first year in the company need to sell \$ 71,448.85 and for the fifth year requires \$ 76,338.47 Financial Assessment was conducted for the project NPV is \$ 31.863,15 recover capital in 1 year 2 months, 8 days, the Benefit Ratio Cost is 1.34, the internal rate of return of this project is 48.02% and performing a sensitivity analysis can be increased up to 20,80% since the project is viable and if revenues decrease by up to 17.98% the project is feasible.

# c. INTRODUCCIÓN

La producción en la Ciudad de Loja es un tanto decadente en relación con otras ciudades del país por lo tanto es indispensable la propuesta y ejecución de nuevos proyectos que generen utilidades y rentabilidad a largo plazo que incluyan la recolección y la evaluación de los factores que influyen, de manera directa, en la oferta y demanda de un producto.

El presente informe de tesis basado en el "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE BOCADILLOS A BASE DE MANÍ EN EL CANTÓN CHAGUARPAMBA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA" en el año 2013, consta en primera instancia de la revisión de literatura en donde se analizan aspectos relevantes relacionados con la elaboración de proyectos de inversión. Así mismo se ha elaborado una metodología en donde con la ayuda de métodos, técnicas y el cálculo de la muestra se orienta de manera adecuada el proyecto de inversión.

De igual forma en los resultados expuestos con la utilización de un Análisis del Entorno, Estudio de Mercado, Técnico, Administrativo, Legal, Económico y una Evaluación Económica y Financiera que en definitiva,

permitieron asignar capital e insumos materiales, humanos y técnicos, con el fin de lograr un rendimiento económico a un determinado plazo.

En lo referente a la discusión de resultados se realizó un análisis de todos los estudios realizados. La relevancia que tiene el realizar proyectos de inversión radica en que permite analizar básicamente los aspectos críticos del proyecto que se va a implantar como clientes, ideas, administración, empleados, mercado meta entre otros aspectos.

Finalmente se hace constar conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos que sustentan el trabajo realizado.

# d. REVISIÓN DE LITERATURA

# ANTECEDENTES DEL CANTÓN CHAGUARPAMBA

Chaguarpamba ubicado a 111Km. de Loja está rodeado de paisajes hermosos guarda secretos ancestrales del paso de los Paltas por el territorio, lleno de historias y leyendas constituye un maravilloso paisaje de la geografía lojana con verdes y extensas llanuras en las que se puede disfrutar de un clima veraniego delicioso y de una gastronomía exquisita que deleita el paladar de los viajeros que encuentran aquí el lugar ideal para descansar, ya que debemos mencionar que Chaguarpamba se encuentra ubicado al margen de la carretera principal hacia la Costa.

Chaguarpamba, palabra del dialecto Palta, formada por dos vocablos Chaguar que significa penco y pamba que significa llanura, por lo tanto Chaguarpamba significa llanura de chaguarqueros o cabuyos, plantas que abundan en el lugar

La población del Cantón Chaguarpamba según el Censo del 2001 tiene un total de 7898 habitantes que representa el 2.0% del total de la

población de la Provincia de Loja, Este cantón ha crecido en el último periodo inter censal 1990-2001, a un ritmo de crecimiento del 2.0% promedio anual. La mayor parte de habitantes viven en el sector rural.¹ Cabecera cantonal: Chaguarpamba, antiguo asiento aborigen palta, que en 1861 durante la presidencia de Gabriel García Moreno, fue elevado a la categoría de parroquia rural del cantón Paltas, hasta el 4 de diciembre de 1985 en que por decreto Legislativo fue declarado Cantón.

# UBICACIÓN Y LÍMITES DEL CANTÓN CHAGUARPAMBA



Extensión del Cantón: 315 kilómetros cuadrados

Ubicación: El cantón Chaguarpamba está ubicado al norte de la provincia de Loja.

<sup>1</sup> www.inec.gov.ec Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

-

Límites:

Al norte limita con El Oro

Al Sur limita con Olmedo y Paltas

Al Este limita con Catamayo

Al Oeste limita con Paltas

Al Este limita con Paltas

Distancia que existe de la ciudad de Loja hasta el cantón Chaguarpamba es de 108 Km

Clima del cantón: el clima es templado en la parte alta y cálido húmedo en la parte baja

Temperatura: 22°c

Altitud 1050m.s.n.m.

División política: el cantón Chaguarpamba tiene 1 parroquia urbana y 4 parroquias rurales y 40 barrios

Parroquia Urbana: Chaguarpamba. Parroquias rurales: Amarillos, Buenavista, El rosario y Santa Rufina

Servicios Básicos: La cabecera cantonal dispone de los siguientes servicios básicos como son: el agua potable, energía eléctrica, telefonía celular, y la corporación nacional de telecomunicaciones brinda el servicio eficiente a la comunidad; cabe recalcar que ha ido mejorando los servicios básicos ya que en la actualidad los pobladores se encuentran satisfechos con dichos servicios.

Población económicamente activa: Los pobladores de este cantón se dedican en orden de importancia a la agricultura y ganadería, se debe indicar que por la ubicación del cantón al convertirse en paso obligado hacia la costa, especialmente hacia la provincia de El Oro, ya que a través de ello el comercio se ha desarrollado en forma considerable.

# CHAGUARPAMBA TURÍSTICA Y NATURAL

Esta fértil tierra de fascinantes y excepcionales paisajes naturales, es el eslabón entre las provincias de Loja y El Oro, es decir, entre la Sierra y la Costa, razón suficiente para que se constituya en un paraje de descanso y reposo ineludible de todo turista y transeúnte que pasa por esta hermosa tierra de Chaguarpamba.<sup>2</sup>

<sup>2</sup> www.edufuturo.com/educacion.php

\_

# **ATRACTIVOS NATURALES**

Balneario El Guineo: es un balneario natural formado por una blanquecina chorrera y un buen remanso, ubicado en la quebrada Guaduas a pocos km de la carretera que conduce a la costa.

Balneario Las juntas: ubicado a pocos kilómetros de Chaguarpamba, en la unión de los ríos Ambocas y Saraguallas, aquí se forma un gran remanso que es aprovechado por los bañistas los fines de semana y días de descanso, a más de propiciar el camping bajo las frondosas copas de las plantas de mango, guabo machetón y ciruelos.

El Cerro Surapo o Pan de Azúcar: ubicado al occidente de la ciudad, es un atractivo muy insinuante para la práctica del turismo de montaña; se puede ascender a la cumbre en una caminata de dos horas, por senderos peatonales desde donde se puede admirar amplios panoramas que dan solaz al espíritu humano.

#### **ATRACTIVOS CULTURALES**

Centro Histórico: en el centro histórico urbano se destaca el asimétrico parque de la Madre y su Iglesia Matriz de atractiva arquitectónica, en el

cruce de la vía y la calle principal, se levanta el llamativo monumento del trabajador campesino de Chaguarpamba.

Petroglifos de Misquillana: En el caserío de ese nombra, existen dos bloques de piedra plana; el primero de 1.8m de largo por 1.3m de ancho, en cuya superficie están excavados tres tasines, son perforaciones que hacían los más antiguos aborígenes paltas, las llenaban de agua y les servían de espejos astrales. En la segunda piedra de tipo ovoide de 1.5m de largo por 1.2m de ancho, se ha grabado mediante línea inciso un indígena con la figura del sol, cuyos rayos están inferidos por líneas horizontales paralelas, formando cuadros simétricos a manera de planos de ciudades, que hacen al visitante deducir que se trata de representaciones cósmicas.

# PRINCIPALES PRODUCTOS DE CULTIVO EN EL CANTÓN CHAGUARPAMBA

## **EL MANÍ**



Comúnmente conocido por maní o cacahuete es una planta oleaginosa, de la familia de las Leguminosas, originaria de Sudamérica<sup>3</sup>. Se la utiliza mucho en la alimentación humana (semilla seca, salada y tostada, manteca, turrones, bocadillos)

La domesticación del maní ocurrió hace por lo menos 4.000 años, en el actual noroeste de Argentina y sur de Bolivia. Probablemente ya antes de la época colonial llegó el maní a China.

Hoy en día se lo cultiva en todos los países tropicales y subtropicales. Se cree que el origen del actual cultivo de maní es en realidad la zona geográfica que abarca el Nor-Oeste de Argentina y gran parte de Bolivia, encontrándose maníes silvestres también en Brasil y Paraguay.

Su cultivo se viene realizando desde épocas remotas, así los pueblos indígenas, lo cultivaron tal y como queda reflejado en los descubrimientos arqueológicos realizados en Pachacamac y otras regiones del Perú. Allí se hallaron representaciones del maní en piezas de alfarería y vasijas.

\_

<sup>3</sup> www.definicion.org/diccionario/172 el maní en el ecuador

# **CARACTERÍSTICAS**

Una de las principales características de este producto es el comportamiento de esta planta ya que es el único entre las leguminosas que crece bajo la tierra donde se forma el fruto, una vaina redondeada con 1 a 5 semillas.

El maní tiene mucho más grasa que otras leguminosas, con frecuencia 45% pero relativamente pocos carbohidratos (12 %). El contenido de proteína es un poco mayor que en la mayoría de otras legumbres (27 %).

Los maníes son un alimento excepcionalmente nutritivo, con más proteína que la carne animal, son densos en energía debido a su aceite y ricos en vitaminas y minerales.

Si todos los niños, mujeres y varones, de África comiesen un puñado de maní diariamente, además de su dieta normal, la mayor parte de África se libraría de la malnutrición existente. Cuando se adiciona el maní a la alimentación de los niños, su alto contenido de proteína y energía sirve para prevenir la desnutrición proteico energética.

Al maní se lo consideran como una planta sorprendente por su fuente alimenticia de alto valor y por su contenido de aceites, proteínas, vitaminas y minerales; tiene múltiples usos en la alimentación humana y animal y se emplean todas las partes de la planta, además por su extraordinaria rusticidad, tanto para soportar la sequía como a condiciones adversas físicas e incluso químicas del suelo y además como un cultivo de renta posible en zonas donde se lo cultiva.

# **USO Y SUSTANCIAS DEL MANÍ**

La composición proteínica y de grasas del maní es muy favorable para la alimentación humana y por lo tanto es un alimento de mucho valor. Las pepas se las consume crudas, cocidas o tostadas, se las procesa para producir mantequilla de maní, dulces y bocadillos o se las utiliza para sopas y salsas.

# LA CAÑA AZÚCAR



Caña de azúcar, nombre común de ciertas especies de herbáceos vivaces de un género de la familia de las Gramíneas.<sup>4</sup>

La caña de azúcar es una planta proveniente del sudeste de Asia. La expansión musulmana supuso la introducción de la planta en territorios donde hasta entonces no se cultivaba. Así llegó al continente europeo, más en concreto a la zona costera entre las ciudades de Málaga y Motril, siendo esta franja la única zona de Europa donde arraigó. Posteriormente los españoles llevaron la planta, primero a las islas Canarias, y luego a América. Así este cultivo se desarrolló en países como Brasil, México, Perú, Ecuador, Colombia y Venezuela, que se encuentran entre los mayores productores de azúcar del mundo.

La caña de azúcar crece con normalidad a partir de temperaturas de 14 grados centígrados, por ello es común ver cultivos en zonas frescas como la parte alta de la provincia de El Oro o en zonas más templadas de las provincias del Cañar o Cotopaxi, incluso se puede ver cultivos de caña de azúcar en la provincia de Loja.

Una de las principales características necesarias para el cultivo de caña de azúcar es la temperatura ambiental. La gramínea es muy sensible al

-

<sup>4</sup> www.geoogle.com la caña de azúcar en el ecuador

frío, por lo que bajo ninguna circunstancia puede crecer en temperaturas frías extremas.

La caña de azúcar se cultiva mucho en países tropicales y subtropicales de todo el mundo por el azúcar que contiene en los tallos, formados por numerosos nudos. La caña alcanza entre 3 y 6 m de altura y entre 2 y 5 cm de diámetro. Forma espiguillas florales pequeñas agrupadas en panículas y rodeadas por largas fibras sedosas. Se conocen diversas variedades cultivadas, que se diferencian por el color y la altura de los tallos. La caña de azúcar común se cultiva a partir de esquejes desde la antigüedad; algunas variedades no producen semillas fértiles. En regiones tropicales, como Hawái o Cuba, el periodo de crecimiento de la caña dura entre 12 y 18 meses, y se recoge entre enero y agosto. Aunque se han ensayado con cierto éxito varias máquinas de cortar caña, la mayor parte de la zafra o recolección sigue haciéndose a mano en todo el mundo. El instrumento usado para cortarla suele ser un machete grande de acero con hoja de unos 50 cm de longitud y 13 cm de anchura, un pequeño gancho en la parte posterior y empuñadura de madera.

La caña se abate cerca del suelo, se le quitan las hojas con el gancho del machete y se corta por el extremo superior, cerca del último nudo maduro.

Las cañas cortadas se apilan a lo largo del campo, de donde se recogen a mano o a máquina, se atan en haces y se transportan al ingenio, que es un molino en el cual se trituran los tallos y se les extrae el azúcar.

Este exquisito manjar que sirve para hacer múltiples golosinas y postres (alfeñiques, turrón), en su mejor estado, se realiza en forma manual y extenuante. Son pocos los artesanos que la hacen con alto grado de pureza y con los viejos trapiches y ollas.

Además la temporada para hacer una buena miel es el que se extiende entre Mayo y Junio, y que la miel producida en ese período debe durar para todo el año.

# PROCESO DE FABRICACIÓN

Para el proceso de producción del bocadillo se conservan procedimientos y recursos materiales típicos del lugar como: las hogueras, las pailas de bronce, los mates, porrones, moldes y cucharas o palos de batir,

artefactos que son de madera obtenida en el mismo lugar y fabricados por los propios productores.

El proceso de elaboración del bocadillo es el siguiente:

Se corta la caña de azúcar, se limpia bien.

La caña ya limpia es molida en la máquina.

Luego el jugo es trasladado a otro recipiente grande en donde es cernido en un cedazo.

Ya cernido el jugo pasa a la evaporadora donde hervirá hasta que la miel de su punto.

Se coloca en una enfriadora donde dos personas baten la miel y una tercera coloca el maní molido, se sigue batiendo hasta poder cortar. Esta mezcla es trasladada a una mesa grande en donde se la estira con ayuda de bolillos y con un cuchillo se corta en cuadritos.

Finalmente se acomoda en cajones y se traslada hacia el lugar de venta.

# **ESTUDIO DE MERCADO**

Es el proceso que comprende todas las actividades mercantiles para el logro simultáneo de las satisfacciones de consumidores y la obtención e interpretación de los deseos, necesidades y comodidades del consumidor a especificaciones de productos y servicios, proyectando el crecimiento integro de ambos mediante la adecuada información al consumidor<sup>5</sup>

## **OBJETIVO**

El estudio de mercado como su nombre lo indica tiene como objetivo identificar un mercado para un bien o un servicio específico.

#### EL ESTUDIO DE MERCADO ES UNA NECESIDAD

El avance exitoso de un negocio necesita de instinto empresarial y una buena capacidad organizacional. Sin energía y liderazgo los negocios no

<sup>5</sup> www.eqaula.org diapositivas estudio de mercado

suelen prosperar, en particular en un ambiente tan competitivo que tipifica a las empresas hoy en día.

La función del estudio de mercado es asumir el papel y las responsabilidades del empresario cuyo objetivo tradicional es interpretar los requisitos del mercado y relacionarlos con los recursos disponibles, de la misma forma implica aspectos importantes basados en una filosofía básica de negocios, que inspira en el deseo de servir bien al cliente ya que sin clientes no hay negocios.

# ÁMBITO DE APLICACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO

Con el estudio de mercado pueden lograrse múltiples de objetivos y que puede aplicarse en la práctica a cuatro campos definidos, de los cuales mencionaremos algunos de los aspectos más importantes a analizar, como son:

# **EL CONSUMIDOR**

Sus motivaciones de consumo

Sus hábitos de compra

Sus opiniones sobre nuestro producto y los de la competencia.

Su aceptación de precio, preferencias, etc.

## **EL PRODUCTO**

Estudios sobre los usos del producto.

Test sobre su aceptación

Test comparativos con los de la competencia.

Estudios sobre sus formas, tamaños y envases.

## **EL MERCADO**

Estudios sobre la distribución

Estudios sobre cobertura de producto en tiendas

Aceptación y opinión sobre productos en los canales de distribución.

Estudios sobre puntos de venta, etc.

La publicidad

Pre-test de anuncios y campañas

Estudios a priori y a posteriori de la realización de una campaña, sobre actitudes del consumo hacia una marca.

Estudios sobre eficacia publicitaria, etc.

## **CLASES DE MERCADO**

Puesto que los mercados están construidos por personas, hogares, empresas o instituciones que demandan productos, las acciones de marketing de una empresa deben estar sistemáticamente dirigidas a cubrir los requerimientos particulares de estos mercados para proporcionarles una mejor satisfacción de sus necesidades específicas.

## **MERCADO TOTAL**

Conformado por el universo con necesidades que pueden ser satisfechas por la oferta de una empresa.

#### **MERCADO POTENCIAL**

Conformado por todos los entes del mercado total que además de desear un servicio, un bien están en condiciones de adquirirlas.

## MERCADO META.

Está conformado por los segmentos del mercado potencial que han sido seleccionados en forma específica, como destinatarios de la gestión de marketing, es el mercado que la empresa desea y decide captar.

#### MERCADO REAL

Representa el cercado al cual se ha logrado llegar a los consumidores de los segmentos del mercado meta que se han captado.

#### **MERCADO MAYORISTA**

Son en los que se venden mercaderías al por mayor y en grandes cantidades. Allí acuden generalmente los intermediarios y distribuidores a comprar en cantidad los productos que después han de revender a otros comerciantes, a precios mayores y caprichosamente elevados.

## MERCADO MINORISTA

Llamados también de abastos, donde se venden en pequeñas cantidades directamente a los consumidores.

# **CONSUMIDOR**

Es toda persona que adquiere un bien o servicio en el objetivo final satisfacer sus necesidades o deseos.

# SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Vivimos en un entorno comercial, que es de competencia perfecta, tan imprevisible, competitivo y variable que ha convertido la satisfacción del cliente, en el objetivo final de cualquier empresa que desee apoderarse del mercado.

#### LA CALIDAD TOTAL

Es el factor básico de decisión del cliente para un número de productos y servicios que hoy crece en forma explosiva. La calidad ha llegado hacer la fuerza más importante y única que lleva al éxito organizacional y el crecimiento de compañías en mercados locales y nacionales.

Los rendimientos de programas de calidad fuerte y eficiente están generando excelentes resultados de utilidades en las empresas con estrategias de calidad eficientes.

#### **OFERTA**

Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes "productores" están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado. La oferta es uno de los componentes fundamentales de la actividad económica.

# ANÁLISIS DE LA OFERTA

El principal propósito que se persigue con el análisis de la oferta es determinar y medir cuales son la fuerzas que afectan a los requerimientos del mercado con respecto a un bien y servicio

# **DEMANDA**

Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para satisfacer una necesidad específica a un precio determinado.<sup>6</sup>

# ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan a los requerimientos del mercado, con respecto a un bien y servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

# **ANÁLISIS DE PRECIO**

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

\_

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> PADILLA CORDOVA Marcial, FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Bogotá: Eco Ediciones 2006.

# **MERCADOTECNIA**

Es la realización de aquellas actividades que tiene por objeto cumplir las metas de una organización al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encausar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al consumidor o cliente.

La mercadotecnia, para desarrollar este trabajo, representa uno de los pilares donde descansa la administración de las organizaciones, sean estas de cualquier tipología, grandes o pequeñas, públicas o mixtas, todas estas deben acomodarse a su entorno.

# PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN

La comercialización como su nombre lo indica, es un intercambio de bienes y servicios con el fin de satisfacer necesidades fundamentales del consumidor.<sup>7</sup> Esta incluye la investigación de mercado, que nos permitirá

<sup>7</sup> PONCE, Reyes Agustín. Teoría y Práctica

conocer los gustos y preferencias de los consumidores y así poder determinar las necesidades.

# PROCEDIMIENTO PARA ELEVAR EL NIVEL DE SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA

Los productos y servicios deben llegar en forma adecuada a sus consumidores, permitiendo el intercambio de estos bienes y servicios, así como la información entre las organizaciones y los consumidores. La mercadotecnia ha existido siempre como un proceso social desde que se pone un servicio o producto en el mercado, para satisfacer las necesidades del cliente.

Se entiende que este consumidor o cliente es el punto vital para cualquier empresa o institución, sin él no habría una razón de ser para los negocios. Por tanto conocer a fondo las necesidades del consumidor, así como encontrar la mejor manera de satisfacerlas, con estrategias adecuadas, en una época de mercados cambiantes, es un asunto vital de la supervivencia y prosperidad de toda empresa.

Es esa la base de la mercadotecnia y comunicación, su servicio al cliente, adecuado a las estrategias en las organizaciones de cualquier tamaño. Por eso el servicio al cliente debe surgir a partir de la visión de la mercadotecnia, mediante su comunicación con el mismo cliente.

#### **EMPRESA**

Empresa, entidad jurídica que realiza actividades económicas gracias a las aportaciones de capital de personas ajenas a la actividad de la empresa, los accionistas.8

La empresa sigue existiendo aunque las acciones cambien de propietario o éstos fallezcan. Una empresa o compañía posee una serie de activos; cuando se crea una empresa hay que redactar una serie de documentos públicos en los que se definirá el objetivo de la misma, cuál es su razón social, su domicilio fiscal, quiénes son los socios fundadores, cuál es el volumen de capital social inicial, en cuántas acciones o participaciones se divide el capital social y cuáles son los estatutos de la sociedad, entre otros. La actividad y la estructura legal de las empresas se regulan

<sup>8</sup> VACA, Urbina Gabriel. Evaluación de Proyectos

mediante el Derecho Mercantil. Con esta ley se establecen los requisitos contables, las obligaciones de los gestores o administradores y los derechos de los accionistas.

Por lo general, los accionistas de la empresa tienen una responsabilidad limitada: sólo responden por las deudas de la empresa con la cuantía de su aportación, medida por el valor de las acciones.

#### **PRODUCTO**

Es la combinación y el conjunto de características en forma identificable, que el comprador acepta como algo que le sirve para satisfacer sus necesidades o deseos.

#### **PRECIO**

Es uno de los elemento muy importantes dentro de la mescla del mercadeo, es la que ayuda a cumplir los objetivos propuestos por la empresa, más aun cuando se ingresa productos competitivos en el mercado, donde se debe coger una política de precio adecuada considerando los precios de la competencia.

Es importante recalcar que los clientes confían mucho en el precio como un indicador de calidad del producto.

#### **PLAZA**

Hasta ahora se ha prestado atención al desarrollo de planes para persuadir al consumidor de que compre el producto. La distribución se preocupa por hacer que el producto esté accesible para cubrir la demanda provocada.

Se define la distribución como la transmisión de productos y servicios desde el productor hasta el usuario.

#### PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Es la forma de comunicar, informar, persuadir y recordar de manera oral o visual las principales características del producto, para que este resulte al consumidor por medio de diferentes canales de distribución, valiéndose exitoso se utiliza la publicidad, siendo esta la comunicación masiva pagada, en el que se identifica con claridad al patrocinador.

## CANALES DISTRIBUCIÓN

Conjunto de operaciones y actividades que se utilizan para desplazar los bienes desde el productor al consumidor por medio de diferentes canales de distribución, valiéndose de intermediarios como agentes vendedores mayoristas o minorista.

#### **CANALES PARA PRODUCTOS DE CONSUMO**

Productores – consumidores: es la vía más corta, simple y rápida, se la utiliza, cuando el consumidor acude directamente a la fábrica a comprar los productos.

Productores- minoristas- consumidores: Es un canal muy común, siendo su objetivo que una mayor cantidad de minoristas exhiban y vendan el producto.

Productores- mayoristas-minoristas: Consumidores.- es utilizada cuando se trata de productos de mucha especialización, se da en la venta de medicinas, ferreterías, madera, etc.

Productores- agentes- mayoristas: Minoristas- consumidores.- es utilizado para cubrir zonas geográficas alejadas de los lugares de producción.

Es conveniente destacar que todas las empresas utilizan siempre más de un canal de distribución.

### **ESTUDIO TÉCNICO**

El objeto general del estudio técnico, es analizar todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta, descripción del proceso de producción, adquisición de equipo y maquinaria, materia prima, distribución optima de la planta.<sup>9</sup>

Este estudio pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto o servicio que va a realizarse tomando en cuenta su demanda y el correcto estudio de mercado, para analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización, los equipos y la organización que se requiere para realizar la producción.

En resumen, se pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.

## **DEFINICIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO**

El proceso productivo es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de insumos para convertirlos en productos mediante una determinada función de producción.<sup>10</sup>

### ESTUDIO DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. La importancia de definir el tamaño, se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y por tanto, sobre la estimación de la

rentabilidad que podría generar su implementación.<sup>11</sup> La decisión que se tome respecto al tamaño, determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por venta.

LOS OBJETIVOS DEL ANÁLISIS TÉCNICO OPERATIVO DE UN PROYECTO SON LOS SIGUIENTES:

Verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto que se pretende.

Analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requeridos para realizar la producción.

Tiene relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.

El estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área.

<sup>11</sup> Universidad Nacional de Loja. Área Jurídica Social y Administrativa. Carrera Administración de Empresas. Guía del Módulo X. ELABORACIÓN Y EJECUCIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN, Periodo Marzo-Julio de 2010.

Uno de los resultados de este estudio será definir la función de producción que optimice la utilización de recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto.

La descripción del proceso productivo hará posible, además, conocer las materias primas y los restantes insumos que demandará el proceso.

La definición del tamaño del proyecto es fundamental para la determinación de las inversiones y costos que se derivan del estudio técnico.

La localización de planta incorpora restricciones técnicas a un análisis económico ya influido fuertemente por los costos del transporte, la cercanía de las fuentes de materias primas y del mercado consumidor, la disponibilidad y precio relativo de los insumos, las expectativas de variaciones futuras en la situación vigente y otros.

## **ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGA**

# **DEFINICIÓN**

Realizar un examen y análisis de la organización sobre los objetivos, funciones y procedimientos.

## **PROPÓSITOS**

Es identificar problemas, determinar las causas, y así poder presentar las posibles soluciones.

## **TIPOS DE ESTUDIO:**

De reconocimiento estudio preliminar para determinar el alcance del problema.

De inspección de labores examen periódico de las operaciones

De investigación global análisis de sistemas estructuras y controles, personal, procedimientos, métodos, instalaciones físicas y de funcionamiento

De organización los problemas sobre asignación de responsabilidades de la organización

De funciones las tareas que componen una función compras, personal.

De procedimientos pasos para realizar funciones.

Pasos a seguir:

Planificar el estudio

Determinar, Organizar y Analizar los hechos

Redactar, Comprobar, Presentar e implantar las recomendaciones

Evaluar periódicamente la implantación Planificar el estudio:

Determinar alcance

Establecer fechas de inicio y fin

Seleccionar los métodos técnicas y especialistas necesarios

Coordinar con supervisores

Entrevistar al personal y clientes para conocer el grado de satisfacción.

Tipos de administradores:

Alto nivel

Medio nivel

Bajo nivel Dentro del grado de especialización se pueden distinguir:

Administradores generales

Administradores funcionales.

Roles: El comportamiento del administrador incluye categorías como:

Interpersonales (sirve como representante, líder, persona de enlace),

De formación (sirve como monitor, diseminador de la información, interlocutor)

De decisión (el del empresario, solucionador de problemas, asignador de recursos y negociador).

Para cumplir en forma eficiente el administrador debe cumplir con una serie de habilidades:

1. Técnicas
2. Interpersonales
3. Conceptuales
4. Diagnóstico
5. Analíticas.
REALIDAD DE LA ADMINISTRACIÓN
Pasando de una sociedad industrial a una de la información tecnología
Pasando de una sociedad industrial a una de la información tecnología obligada a una alta tecnología.
obligada a una alta tecnología.
obligada a una alta tecnología.  Economía nacional a una mundial
obligada a una alta tecnología.  Economía nacional a una mundial  Visión corto plazo a una de largo plazo
obligada a una alta tecnología.  Economía nacional a una mundial  Visión corto plazo a una de largo plazo  Centralización a una descentralización

De la alternativa a la acción múltiple

La gente se está moviendo geográficamente.

# **ESTUDIO LEGAL**

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propias de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:

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 tomaran el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido. Es el órgano máximo de dirección de la empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos. Para su actuación está representado por la Presidencia. Nivel Ejecutivo. Este nivel está conformado por el Gerente - Administrador, el 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.

Nivel Asesor. Este nivel aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más áreas que tengan que ver con la entidad a la cual estén asesorando. Este nivel está integrado por expertos que tienen amplio dominio de determinada técnica. Este nivel no tiene autoridad de mando, sino autoridad funcional, por lo tanto no toma decisiones ni ordena los consejos, recomendaciones, asesoría, informes y más instrumentos que nacen de este nivel, para ser transformados en órdenes requieren necesariamente la decisión del jefe con mando directivo.

Nivel Operativo. Este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa. Es el ejecutor material de las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo. Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo, así como también las tareas de la venta, o todo lo relacionado con la comercialización o tareas de marketing.

## **ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO**

El estudio económico trata, de determinar cuál será la cantidad de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realice, es decir, cuánto dinero se necesita para que la planta opere.<sup>12</sup>

#### **INGRESO**

El ingreso es la cantidad de dinero que se le retribuye a una empresa por concepto de sus operaciones y se dice que el ingreso total, es el que proviene de multiplicar las cantidades vendidas por el precio medio de cada unidad. El precio medio es igual al ingreso medio.

## **DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS**

El costo es la suma de obligaciones en que se incurre una persona física o moral para la adquisición de un bien o servicio, con la intención de que genere ingresos en el futuro.

-

<sup>12</sup> www.gestiopolis.com estudio económico financiero

Para los proyectos de inversión los costos están divididos en:
Costo de producción.
Costos de administración.
Costos de ventas.
Costos financieros.
LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN
Están formados por los elementos que continuación se enuncian.
Están formados por los elementos que continuación se enuncian.  Materias primas
Materias primas
Materias primas  Mano de obra directa.
Mano de obra directa.  Mano de obra indirecta.
Mano de obra directa.  Mano de obra indirecta.  Materiales indirectos.

## LOS COSTOS DE ADMINISTRACIÓN

Son los provenientes de la actividad administrativa dentro de la empresa; todos los gastos que no pertenezcan directamente a producción o a ventas en una empresa se deben de cargar a los costos de administración y costos generales.

#### **LOS COSTOS DE VENTAS**

Son los costos que se delega a la empresa el cual se encarga de llevar el producto desde la empresa hasta el último consumidor.

#### **EL COSTO FINANCIERO**

Son los intereses que deben de pagarse por concepto de préstamos de capital.

#### INVERSIÓN

Es el monto de capital que se le asigna a un proyecto, con la esperanza de que este pueda producir un bien o servicio útil al ser humano o a la

sociedad en general. Para este caso las inversiones buscan un rendimiento monetario atractivo, es decir una ganancia en dinero, pero existen otras inversiones que solo buscan el beneficio social.

La inversión inicial, comprende la adquisición de todos los activos fijos y activos diferidos o intangibles (luz, agua, teléfono, Internet, etc.), que son necesarios para que la empresa inicie sus operaciones, con la excepción del capital de trabajo. Como las inversiones para el funcionamiento u operación de una empresa deben de realizarse en lapsos de tiempo distintos es muy recomendable establecer un cronograma de actividades, en el que se establecen los tiempos de inicio y fin de las diversas actividades de la empresa que deben de incurrir para su buen desempeño de operaciones.

#### **DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES**

Depreciación es el valor que pierden los bienes con el paso del tiempo y solo se aplica a los activos fijos.

Amortización es el cargo anual que se hace para recuperar la inversión de un activo diferido.

El motivo de hacer los cargos de depreciación y amortización es recuperar la inversión por vía fiscal, evitando así que la empresa se descapitalice. Al ser cargado un costo sin hacer desembolso se aumentan los costos totales ocasionando pagar menos impuestos y tener mayor dinero en efectivo disponible.

#### **CAPITAL DE TRABAJO**

Es el capital adicional, lo que necesitamos para hacer la primera corrida de producción antes de recibir ingresos (activo circulante), simplemente, el capital con el que hay que contar para empezar a trabajar.

#### **PUNTO DE EQUILIBRIO**

El punto de equilibrio es donde los ingresos son iguales a los costos. Es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.

#### **COSTO DEL CAPITAL**

Dependiendo de cómo haya sido la aportación de capitales a la empresa (por personas físicas, morales o instituciones de crédito) cada uno de ellos tendrá un costo asociado al capital que aporten y la nueva empresa así formada tendrá un costo de capital propio.

#### **ESTUDIO FINANCIERO**

El estudio financiero constituye todas las inversiones y financiamientos que deberán enfrentar los inversionistas para poder poner en marcha el proyecto.

## INVERSIÓN

Es una etapa transcendental, en razón de que el monto al que ascienda dependerá la forma como se financiara para la realización del proyecto en estudio.

# PROYECTOS DE INVERSIÓN

Aquí es donde constan los activos fijos, diferidos y corrientes o circulantes. Los que constituyen las inversiones necesarias para llevar a cabo la puesta en marcha del proyecto.

#### **ACTIVO FIJO**

Comprende las inversiones fijas sujetas a depreciación a excepción del terreno y se genera en la instalación de la empresa.

## **ACTIVO DIFERIDO**

Son todos los gastos previos a la elaboración de un proyecto como: Investigaciones Previas y Estudios, Organización y Patentes, Capacitación Personal, entre otros.

# **ACTIVO CIRCULANTE**

Es el desarrollo de las actividades administrativas, de ventas, asi como de la unidad productiva.

## **FINANCIAMIENTO**

Es el aporte de dinero necesario para el funcionamiento financiero de una entidad o empresa para sufragar los gastos de una actividad, obra o inversión.

## **RECURSOS PROPIOS**

Son los aportes en efectivo o en especies de los socios y de las utilidades y reservas de la empresa.

## **CRÉDITOS**

Son los que se obtienen de bancos y financieras privadas de fomento, de proveedores o a través de la emisión de obligaciones propias de la empresa.

### **EVALUACIÓN FINANCIERA**

Es una de las etapas más importantes de la elaboración del proyecto en esta fase es donde se puede observar la racionalidad de los cálculos contables, la factibilidad y conveniencia de la inversión en base a los resultados obtenidos.

Los métodos para la evaluación del proyecto de inversión desde el punto de vista técnico son: la tasa interna de retorno (TIR), el valor actual neto (VAN), periodo de recuperación del capital (K), análisis de sensibilidad y la relación

beneficio-costo, es lo que nos va ayudar a definir la rentabilidad efectiva del proyecto y las conveniencias de la inversión.<sup>13</sup>

# TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

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.

La Tasa Interna de Retorno se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero; es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

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

<sup>13</sup> Universidad Nacional de Loja. Área Jurídica Social y Administrativa. Carrera Administración de Empresas. Guía del Módulo X. ELABORACIÓN Y EJECUCIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN, Periodo Marzo-Julio de 2010.

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.

## **FÓRMULA:**

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

Se define a la "Tasa Interna de Retorno" TIR, como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

# ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El aumento de costos y la disminución de ingresos provocan desajustes en la factibilidad de implementación de un negocio a futuro, el análisis de sensibilidad permite establecer la magnitud de los riesgos cuando estos se presentan. 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.

# FÓRMULA:

Diferencia de TIR = TIR del proyecto - Nueva TIR

$$\% Variaci\'on = \frac{Diferencia\ de\ TIR}{TIR\ del\ proyecto}$$

$$Sensibilidad = \frac{\% \, Variaci\'{o}n}{Nueva \, TIR}$$

Este estudio persigue identificar las fuentes de capital en el momento de invertir.

Se identifican así dos fuentes:

- 1.- Fuentes Internas
- 2.- Fuentes Externa

## **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 es indiferente realizar el proyecto

B/C < 1 se debe rechazar el proyecto

# PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Es el número esperado de años que se requieren para recuperar la inversión original, consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital.

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

#### **FORMULA:**

$$P.R.C = \begin{bmatrix} N\'umero\ de\ a\~nos\ antes\ de\ la\ recuperaci\'on \\ total\ de\ la\ inversi\'on\ original \end{bmatrix}$$
 
$$+ \begin{pmatrix} Costo\ no\ recuperado\ al\ inicio \\ de\ la\ recuperaci\'on\ total\ del\ a\~no} \\ \hline Flujos\ totales\ de\ efectivo\ durante \\ la\ recuperaci\'on\ total\ del\ a\~no} \end{pmatrix}$$

 $P.R.C = A\tilde{n}o$  que curbre la inversión

$$-\left(rac{Inversi\'on + Suma\ primeros\ flujos}{flujo\ del\ per\'iodo\ que\ supera\ la\ inversi\'on}
ight)$$

Este estudio persigue identificar las fuentes de capital en el momento de invertir.

Se identifican así dos fuentes:

#### 1.- Fuentes Internas

#### 2.- Fuentes Externas

Cuando por ejemplo se tiene la planta construida dando resultados económicos favorables, en este sentido lo que la empresa se plantea es:

Utilizar el Instrumento Emisión de Bonos: Son papeles que la empresa emite por determinado valor para la venta y capta capital. Los acreedores de bono no son accionistas.

Emisión de Acciones: Son papeles por medio de los cuales la empresa obtiene dinero y es dueño de un determinado y de las acciones y tiene derecho al beneficio del financiamiento. El costo lo constituye el costo de los intereses que debe pagar por el uso del dinero.

Dividendos: Son las ganancias que deben existir entre las diferencias de los ingresos y egresos, cuando estos dividendos existen se deben tomar las decisiones de qué hacer con ellos. Repartir entre accionistas, se pueden determinar o definir una parte para capital de trabajo.

60

Las Fuentes Internas: Es cuando ya se tiene la planta construida, y en

este sentido lo que se va utilizar de ella son las utilidades no repartidas,

porque de las ganancias que se tengan del grupo de los accionistas lo

que se hace es redistribuir para el reordenamiento de la planta.

De los resultados de las Fuentes Internas lo que se pretende es invertir en

activos dentro de la misma planta.

Fuentes Externas: En este orden se encuentran los bancos

proporcionando facilidades de préstamos a los inversionistas.

Los préstamos se asumen a:

1. Corto Plazo: (10 años),

2. Mediano Plazo (1 a 10 años),

3. Largo Plazo (más de 10 años).

En el sentido antes expuesto la estructura del análisis financiero está

constituida por un Estudio Económico y Estudio Financiero, lo que implica

un análisis financieros de cualquier proyecto incluyen los siguientes aspectos para su evaluación económica.

- 1. L a Competitividad del Mercado,
- 2. La Capacidad Financiera de la Empresa,
- 3. La Condición Económica Social y perspectivo del país global.

Se debe ser cuidadoso en el análisis financiero de cualquier proyecto, es decir, respecto a las decisiones financieras que debe tomar la Empresa para tomar cualquier decisión se debe tomar en cuanto las perspectivas de la empresa.

## **DECISIONES DE INVERSIÓN:**

Están asociadas al objetivo del proyecto, que puede ser por ejemplo:

Ampliar la planta,

Fabricar otro producto diferente al actual,

Ampliar la capacidad de producción respecto al mismo producto.

DECISIONES FINANCIERA: Estas decisiones financieras definen las fuentes que proporcionaran el dinero que va a utilizarse en la inversión del proyecto.

## LA OPTIMACIÓN DEL FINANCIAMIENTO

Aunque la evaluación de un proyecto se debe efectuar en forma independiente de las fuentes de financiamiento, no cabe duda que mientras más convenientes sean las condiciones de financiamiento que se logren, más atractivo será el resultado de un proyecto.

Por ejemplo, para financiar capital de trabajo podrá recurrirse tanto a préstamos de instituciones financieras como a crédito de proveedores o a aportes del inversionista. La combinación entre ellos debe ser resultado de un estudio que considere la variable económica de la decisión. Para ello, podrán analizarse los costos (interés cobrado por el banco o el recargo al pago diferido), plazos, periodos de gracia, monto máximo que adeudar y otras condiciones, tales como las exigencias de garantías o avales.

De igual forma, el carácter de largo plazo de las inversiones fijas, exige investigar las opciones de financiamiento permanentes para el proyecto. Por ello, el análisis de la estructura óptima de deuda y capital debe ser un tema que no puede obviarse en ningún estudio de viabilidad que pretenda

entregar información para ayudar al inversionista en la toma de una decisión.

## **CLASIFICACIÓN DE LAS INVERSIONES:**

#### INVERSIONES TRADICIONALES

Las inversiones más frecuentes se asocian a la construcción de las obras físicas necesarias y adquisición del equipamiento, mobiliario y vehículos, Una forma de facilitar la identificación de estas inversiones es desagregar cada ítem en la mayor cantidad de partes. Así, por ejemplo, especificar el equipamiento de fábrica, de oficinas y del área comercial; y lo mismo para el mobiliario, vehículos y construcciones.

Aunque pueden catalogarse como tradicionales, estas inversiones no dejan de crear más de un problema cuando se trata de realizar el estudio en nivel de factibilidad, e incluso, en muchos casos, en el de pre factibilidad. Eso se debe a que la búsqueda de una solución optimada obliga a evaluar otros subproyectos.

Por ejemplo, será necesario definir si se construirá, si se comprará una construcción apta para el proyecto o si se invertirá en la compra y en una posterior remodelación de un inmueble ya construido.

Otras inversiones de tipo tradicional son aquellas relacionadas con la creación de la empresa, las que si bien no son significativas en el resultado de la evaluación, siempre son importantes de considerar, por cuanto proporcionan información acerca de las actividades y los plazos necesarios de cumplir en la etapa de implementación del proyecto.

#### CALENDARIO DE INVERSIONES

El calendario de inversiones refleja la totalidad de las inversiones previas a la puesta en marcha del proyecto, en el momento en que ocurre cada una de ellas.

El objeto de identificar en el momento en que ocurren es el poder incorporar el efecto del costo de capital que se debe asumir, tanto por los intereses generados por mantener créditos que los financien durante la etapa de construcción como por el costo de oportunidad de los recursos propios inmovilizados.

En algunos casos, la etapa de inversión puede durar varios meses o incluso años. Durante ese periodo, los recursos invertidos devengan intereses financieros si ellos son financiados mediante préstamos bancarios o generan un costo de oportunidad (ingresos dejados de percibir en otra posibilidad de inversión por tenerlos inmovilizados durante la etapa de construcción) sin son financiados con recursos propios. Sin embargo, estos costos no deberían incluirse en el calendario de inversiones, ya que lo usual es que dicho flujo se capitalice, calculando un valor futuro equivalente único de todas las inversiones, incorporando el efecto del costo del capital como resultado de una operación con las matemáticas financieras. El resultado así obtenido no difiere del que se obtendría de incluirlo monetariamente en cada periodo.

# LA IMPORTANCIA DEL PERIODO RESPALDADO CON CAPITAL DE TRABAJO

Independientemente de la forma de financiar el capital de operación, el proyecto deberá considerar una inversión de largo plazo -Como los terrenos, edificios o maquinarias en este ítem, para garantizar el normal funcionamiento del proyecto durante todo el periodo de operación.

Si el producto que elaboraría la empresa que se crearía con el proyecto fuese, los recursos que se deberán invertir en capital de trabajo serán, naturalmente, mayores.

## MÉTODOS PARA CALCULAR CUANTO INVERTIR

Para determinar el nivel de la inversión en capital de trabajo se han desarrollado tres métodos opcionales que, basados en criterios prácticos, proporcionan tres soluciones distintas para un mismo problema, donde sólo por casualidad pueden ser cercanamente similares.

Al final de este punto se expone la razón por la cual las diferencias en sus resultados no son tan significativas para medir la rentabilidad del proyecto, aunque siempre serán determinantes para decidir el monto de los recursos que deberá aportar al inversionista o solicitar a la institución financiera que dé respaldo al proyecto.

## **CUANDO APLICAR ESTE MÉTODO**

A pesar de estas correcciones, el modelo se aplica generalmente en nivel de pre factibilidad, por cuanto no logra superar la deficiencia de que al trabajar con promedios no se puede incorporar el efecto de las estacionalidades. Sin embargo, constituye una buena aproximación para efectos de medir la rentabilidad de una inversión, ya que la variación en el monto respecto al promedio así obtenido es generalmente marginal, y su impacto sobre la rentabilidad es ínfimo.

Obviamente, cuando el proyecto, aún en nivel de factibilidad, no presenta estacionalidades relevantes, la aplicación del método es perfectamente válida.

## CUANDO UTILIZAR EL DÉFICIT ACUMULADO MÁXIMO

Este método, si bien se utiliza generalmente cuando el proyecto se evalúa en nivel de factibilidad, muchas veces es adaptado para usarlo en estudios de pre factibilidad, usando información que, teniendo un carácter aproximado, incluye variaciones mensuales.

En este caso no se deduce ningún monto por los posibles créditos de proveedores o préstamos de corto plazo, por cuanto en los egresos mensuales ya se incorpora el efecto de posibles créditos. Es decir, al conformar el flujo de egresos mensuales presupuestados se debe considerar el pago a plazo derivado del crédito de proveedores.

# e. MATERIALES Y MÉTODOS

Materiales

SUMINISTROS DE OFICINA

Material de escritorio.

Edición de tesis

Copias

Papel Bonn

Tinta para impresora

**EQUIPOS DE OFICINA** 

Flash Memory

Internet

Uso de computadora

Uso de internet

#### Métodos

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo se aplicaron diferentes métodos y técnicas que se detallan a continuación.

#### **METODO CIENTIFICO**

Primeramente nos basamos en este método del que se desprenden los diferentes métodos y técnicas que nos permitieron descubrir datos y confirmarlos mediante conclusiones veraces.

## **METODO DEDUCTIVO**

Método por el cual se procede lógicamente de lo universal a lo particular. De esa manera lograr extraer conocimientos particulares del tema investigado. Puesto que se investigó primeramente temas generales relacionados con la elaboración de proyectos, llegándose a obtener resultados particulares de cada caso como el estudio de mercado, el estudio técnico, estudio financiero, evaluación de proyectos, etc.

#### **METODO INDUCTIVO**

El cual parte de lo particular para llegar a lo general, es así que mediante el estudio de las diversas particularidades del proyecto, del análisis e interpretación de la información obtenida, se llegó a determinar las conclusiones generales como son las de factibilidad del proyecto.

TÈCNICAS.

## LA OBSERVACIÓN DIRECTA

La cual nos permitió determinar aspectos técnicos relacionados con el producto, como es la ingeniería del proyecto, su localización, proceso de envasado, también fue utilizada para observar aspectos relacionados con la competencia, la comercialización, distribución, publicidad, presentación, que tiene este tipo de producto.

#### LA ENTREVISTA

Es una de las técnicas más importantes para el acopio de información de campo mediante el mecanismo de la intervención verbal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio. Se la realiza en el presente trabajo a 15 productores conocidos de bocadillos 6 de Chaguarpamba, 4 de Olmedo y 5 de la ciudad de Loja.

#### LA ENCUESTA

Fueron aplicadas a los posibles clientes de la empresa, permitiendo determinar la demanda del producto, las mismas que fueron aplicadas a las familias de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja, como son: Sucre, El Sagrario, San Sebastián, El Valle, aplicándose una muestra representativa de 380 familias.

### REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

Esta técnica se utilizó para recolectar información bibliográfica de: tesis, libros y del internet procediendo a realizar la revisión de literatura.

## CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Permite obtener el número de familias que se va a encuestar de la población de la ciudad de Loja que es de 180.617 habitantes, tomando como referencia el último censo poblacional en el año 2010 datos de INEC, con una tasa de crecimiento anual del 2,65%,promedio familiar para la sierra es de 4 miembros, Para lo cual se expone la siguiente tabla de los datos obtenidos

#### DATOS:

La población ciudad de Loja es de 180.617 y la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Loja es de 2,65%.

Cuadro N° 1

Proyección de la Población de la ciudad de Loja

PARROQUIAS	PROYECCIÓN DE LA POBLACION		
AÑOS	2010	2011	2012
EL VALLLE	31.951	32.798	33.667
SUCRE	65.365	67.097	68.876
EL SAGRARIO	24.492	25.141	25.807
SAN SEBASTIAN	58.809	60.367	61.967
TOTAL	180.617	185.403	190.317

Elaboración: La Autora

73

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE LOJA

Pn = Po (1+r)<sup>n</sup>

 $P2012 = 180617(1+0.0265)^{2}$ 

P2012 = 180617(1.05370225)

P2012 = 190317

Por tanto la población del año 2012 es de 190317, que dividido para cuatro miembros por familia 47579 familias.

Para obtener la población real del año 2012 utilizada en la investigación se realiza el siguiente cálculo. Al total de la población en la ciudad de Loja del año 2010 se la proyecto para el año 2012 con un incremento del 2.65% (lo que es la tasa de crecimiento poblacional del INEC), esto permitió conocer que la población para el año 2012 es 190317 habitantes y a este valor se lo dividió para 4 (que es el número de miembros que componen una familia de acuerdo al INEC), y esta operación nos dio como resultado 47579 familias que se la considera como el universo en estudio.

## FÓRMULA PARA CALCULAR LA MUESTRA

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

En donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Universo en estudio

e= Error experimental 5%

P= 50% probabilidad de éxito

Q= 50% probabilidad de fracaso

Z= 95% nivel de confianza

## DESARROLLO DE LA FÓRMULA:

$$n = \frac{(47579)(1.96)^2 * (0.5)(0.5)}{(0.05)^2 (47579 - 1) + (1.96)^2 * (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{182779,4864 * (0.25)}{(118,945) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{45694,8716}{119,9054}$$

$$n = 381Encuestas$$

# DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

Cuadro N° 2

Distribución de la Muestra

PARROQUIAS	POBLACIÓN FAMILIAS	PORCENTAJE	ENCUESTAS
EL VALLLE	8.417	17,69%	67
SUCRE	17.219	36,19%	138
EL SAGRARIO	6.452	13,56%	52
SAN SEBASTIAN	15.492	32,56%	124
TOTAL	47.579	100%	381

Elaborado por: La Autora

### PARA DETERMINAR LA OFERTA DE BOCADILLOS

Para realizar la determinación de la oferta de bocadillos en la ciudad de Loja, se procedió a identificar todos los productores existentes en la ciudad de Chaguarpamba que son seis, en Olmedo son cuatro en la ciudad de Loja son cinco.

# f. RESULTADOS

# TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA A DEMANDANTES

Se realiza la encuesta a las personas representantes de las familias pudiendo ser el padre o la madre, lo que dará los gustos y preferencias de las familias.

## Sexo

Cuadro N° 3

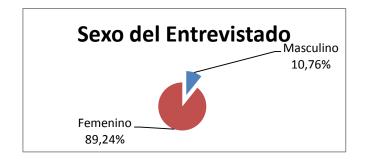
Sexo del Entrevistado

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	41	10,76%
Femenino	340	89,24%
Total	381	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Autora

## Gráfico Nº1



Como se puede observar la mayor cantidad de personas encuestadas son de sexo femenino ya que abarcan el 89.24% y para el sexo masculino el 10.76%

Su edad está comprendida entre:

Cuadro N° 4

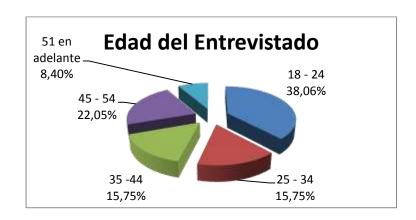
Edad del Entrevistado

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
18 – 24	145	38,06%
25 – 34	60	15,75%
35 -44	60	15,75%
45 – 54	84	22,05%
51 en adelante	32	8,40%
Total	381	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Autora

### Gráfico N°2



De las 381 personas encuestadas se puede observar que en primer lugar el 38.06%, corresponde al intervalo de 18-24 años, el 15.75%, está comprendido por las personas que tienen de 25 a 34 años; el 15.75%, equivale a las personas de una edad entre 35 a 44 años y finalmente el 8.40%, que comprende a personas de 51 años en adelante.

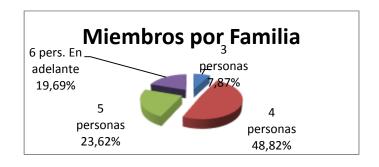
#### Número de miembros de su familia

Cuadro N°5
Miembros por familia

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
3 personas	30	7,87%
4 personas	186	48,82%
5 personas	90	23,62%
6 personas en adelante	75	19,69%
Total	381	100%

Fuente: Encuestas

Gráfico N°3



De acuerdo a los resultados obtenidos se puede determinar que el 7.87%, equivale a las familias compuestas por tres miembros; el 48.82%, a familias conformadas por cuatro miembros; el 23.62%, a familias integradas por cinco personas; el 19.69%, por seis personas en adelante.

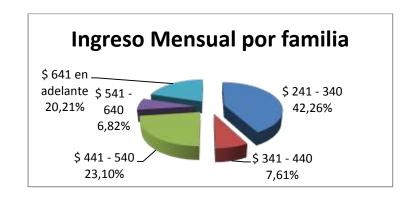
## ¿Cuánto es el ingreso mensual en su familia?

Cuadro N° 6
Ingreso Mensual por familia

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
\$ 241 - 340	161	42,26%
\$ 341 - 440	29	7,61%
\$ 441 - 540	88	23,10%
\$ 541 - 640	26	6,82%
\$ 641 en adelante	77	20,21%
Total	381	100%

Fuente: Encuestas

Gráfico Nº 4



El 42.26%, de los encuestados perciben un ingreso mensual de \$240-340; el 7.61%, representa aquellas personas que perciben una entrada que fluctúa de \$340 – 440; el 23.10%, corresponde a las personas que ganan de \$440-540; el 6.82%, son personas que perciben un ingreso de \$540-640; el 20,21%, que representa a las personas que tienen ingresos de \$640 en adelante.

¿En su familia se conoce el bocadillo a base de maní?

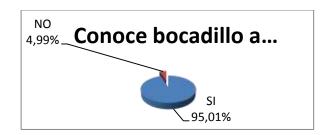
Cuadro N°7

Conoce bocadillo a base de maní

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	362	95,01%
No	19	4,99%
Total	381	100%

Fuente: Encuestas

Gráfico N°5



De acuerdo a los resultados obtenidos por medio de las encuestas hemos podido observar que en un 95.01%, de los encuestados consumen bocadillos porque el producto les gusta y encuentran en él un alto contenido de proteínas y nutrientes; 4.99%, respondieron que no consumen bocadillos porque no les agrada el dulce y en algunos casos porque sufren de diabetes.

¿En su familia se consume bocadillo elaborado a base de maní?

Cuadro N° 8

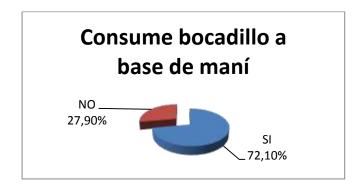
Consume bocadillo a base de maní

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	261	72,10%
NO	101	27,90%
Total	362	100%
Frants France		

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico N°6



De acuerdo a los resultados obtenidos por medio de las encuestas hemos podido observar que en un 72.10%, de los encuestados consumen bocadillos porque el producto les gusta y encuentran en él un alto contenido de proteínas y nutrientes; 27.90%, respondieron que no consumen bocadillos porque no les agrada el dulce y en algunos casos porque sufren de diabetes.

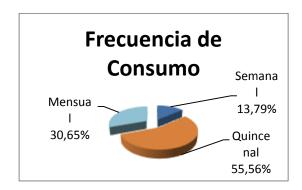
¿En su familia cuál es la frecuencia de consumo y que cantidad?

Cuadro N° 9 Cuál es la frecuencia de consumo

	Frecuencia				Consumo
Alternativas	(F)	Porcentaje	Libras	Frecuencia	Anual
		-	1	11	572
Comonal	26	12.700/	2	10	1040
Semanal	36	13,79%	3	9	1404
			4	6	1248
suma semanal		•		36	4264
	145 55,5	55,56%	1	40	960
Quinconol			2	100	4800
Quincenal			3	5	360
			4	0	0
Suma quincenal				145	6120
			1	20	240
Monaual	00	30,65%	2	50	1200
Mensual 80	00		3	10	360
			4	0	0
Suma mensual			80	1800	
Total	261	100,00%		261	12184

Fuente: Encuestas Elaborado por: La Autora

Gráfico N.-7



Una vez realizada las encuestas se pudo determinar que la mayoría de las personas consumen el bocadillo quincenalmente con el 55.56%, con el 30.65% lo consumen mensualmente y con el 13.79% lo consumen semanalmente.

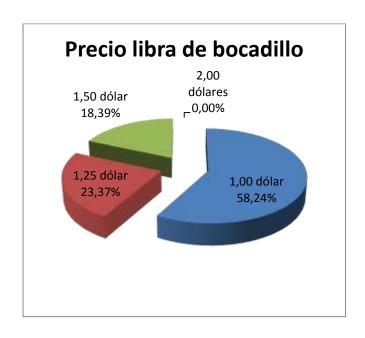
¿A qué precio Ud. adquiere el bocadillo para su familia?

Cuadro N° 10 Precio en que adquiere la libra de bocadillo Mensual por familia

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1,00 dólar	152	58,24%
1,25 dólar	61	23,37%
1,50 dólar	48	18,39%
2,00 dólares	0	0,00%
Total	261	100%

Fuente: Encuestas Elaborado por: La Autora

Gráfico Nº 8



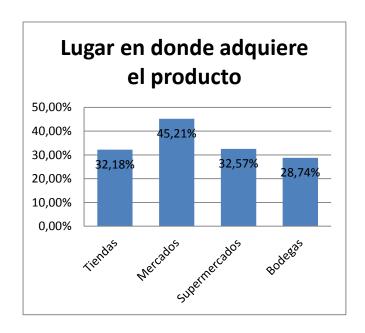
El 58.24%, de los encuestados adquieren el bocadillo a \$1.00; el 23.37%, lo adquiere a \$1.25; el 18.39%, lo compra a \$1.50.

¿Dónde adquiere el producto?

Cuadro N° 11 Lugar en donde adquiere el producto

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas	84	32,18%
Mercados	118	45,21%
Supermercados	85	32,57%
Bodegas	75	28,74%

Fuente: Encuestas Elaborado por: La Autora Gráfico N° 9



De las encuestas realizadas el 45.21%, lo adquiere en los mercados debido a que tienen mayor facilidad para comprarlo; el 32.57%, en supermercados; el 32.18%, en tiendas cercanas a su domicilio; y el 28.73%, en bodegas de su confianza.

El producto que Ud. adquiere satisface a su familia completamente sus necesidades en cuanto a:

Cuadro N° 12 Satisfacción de Necesidades

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	166	63,60%
Presentación	78	29,89%
Servicio	90	34,48%
Ninguno	28	10,73%

Fuente: Encuestas

Gráfico N°10



Aquí se presenta una relación horizontal puesto que la frecuencia no es

igual al número de encuestas. El 63.60%, de las personas encuestadas

manifiesta que el producto que adquieren satisface sus necesidades en

cuanto a calidad; el 10.72% no contestan; el 29.89%, representa a las

personas que lo prefieren por su presentación; y el 34.48%, en cuanto al

servicio que brindan al momento de comprar el producto.

¿Conoce Ud. alguna empresa productora de bocadillos en la Ciudad?

Cuadro N°13

Conoce una empresa productora de

bocadillos

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	181	69,35%
No	80	30,65%
Total	261	100,00%

Fuente: Encuestas

Gráfico Nº 11



El 30.66%, de los encuestados no tienen conocimiento de empresas que produzcan bocadillos en la ciudad; mientras que el 69.33%, mencionan que sí.

Si se creara una empresa Lojana dedicada a la producción y comercialización de bocadillos estaría dispuesto a adquirirlos?

Cuadro N° 14 Población dispuesta a adquirir bocadillos de la nueva empresa lojana

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	251	96,17%
No	10	3,83%
Total	261	100,00%

Fuente: Encuestas

Gráfico Nº 12



Un 96.17%, de las familias lojanas han manifestado que sí estarían dispuestos a adquirir el producto porque permite incrementar el desarrollo de las empresas en la ciudad de Loja; en cambio un 3.83%, que por desconocimiento o por no gustarles el producto no lo adquirirían.

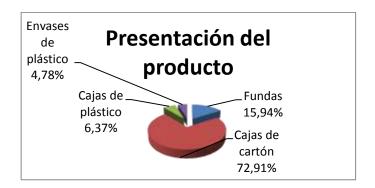
¿Cómo le gustaría que sea la presentación del producto?

Cuadro N° 15 Presentación del producto

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Fundas	40	15,94%
Cajas de cartón	183	72,91%
Cajas de plástico	16	6,37%
Envases de plástico	12	4,78%
Total	251	100,00%

Fuente: Encuestas

Gráfico Nº 13



De acuerdo con los datos obtenidos el 72.91%, que representa la mayoría prefieren que la presentación del bocadillo sea en cajas de cartón; el 6.37%, les gusta en cajas de plástico por mayor comodidad; el 15.94%, en fundas; y el 4.78%, en envases plásticos.

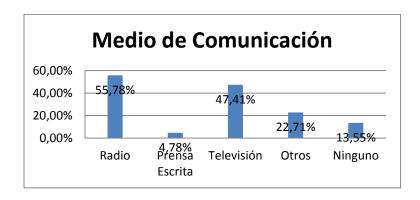
¿Cuál es el medio por el cuál le gustaría que se dé a conocer el bocadillo?

Cuadro N° 16 Medio de Comunicación

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	
Radio	140	55,78%	
Prensa Escrita	12	4,78%	
Televisión	119	47,41%	
Otros	57	22,71%	
Ninguno	34	13,55%	

Fuente: Encuestas

Gráfico N° 17



De las personas encuestadas el 55.78%, manifiestan que el medio por el cual les gustaría conocer el bocadillo sea a través de la radio; el 47.41%, a través de la televisión; el 13.55%, no contestan; el 4,78%, por medio de la prensa y para concluir el 22.71%, por otros medios.

# TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LAS ENTREVISTAS A LOS OFERTANTES

Se realizó entrevistas a los oferentes identificados anteriormente, que son en quince fabricantes de bocadillos (Chaguarpamba 6, Olmedo 4 y Loja 5) las que dieron los siguientes resultados:

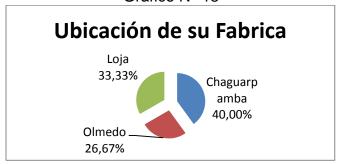
# 1.- ¿Dónde tiene ubicada su fábrica de bocadillos?

Cuadro N° 17 Dónde tiene ubicada su fábrica de Bocadillos

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Chaguarpamba	6	40,00%
Olmedo	4	26,67%
Loja	5	33,33%
Total	15	100,00%

Fuente: Encuestas Elaborado por: La Autora

Gráfico Nº 18



Los 15 fabricantes de bocadillos identificados indican el 40% que ubican su fábrica en la ciudad de Chaguarpamba, el 33,33% manifiesta que ubican su fábrica de bocadillos en la ciudad de Loja, y el 26,67% están ubicados en la ciudad de Olmedo.

# 2.- ¿Cuántas libras de bocadillo vende anualmente?

Cuadro N° 18 Libras de bocadillo que vende anualmente

Libras de bocadillo que vende anualmente					
Cantón	ntón Productor		Producción en Libras		
Caritori	Flouucioi	Semanal	Mensual	Anual	
	José Antonio				
Chaguarpamba	Reyes	500		26000	
Chaguarpamba	Miguel Robles	200		10400	
	Juan Andrés				
Chaguarpamba	González	650		33800	
Chaguarpamba	Manuel Benítez		680	8160	
Chaguarpamba	Lisandro Guaillas		1300	15600	
Chaguarpamba	Benito Ruiz		2350	28200	
Loja	Juan Tinizaray	680		35360	
Loja	Don Miguelito	870		45240	
Loja	Olga Lima	750		39000	
	Alejandro				
Loja	Guamán	620		32240	
Loja	Marta Chimbo	250		13000	
	María Isabel				
Olmedo	Guerrero		900	10800	
Olmedo	Roberto Guerrero		1285	15420	
Olmedo	Juan Beltrán		1000	12000	
Olmedo	Oscar Romero		1000	12000	
Total de Producción Anual en libras 337220					

Fuente: Productores cantonales y ciudad de Loja

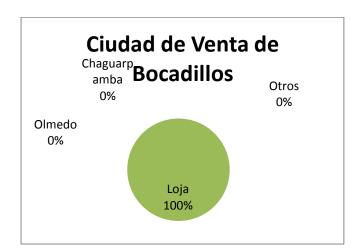
3. ¿Cuál es la principal ciudad de venta de la producción de bocadillos?

Cuadro N° 19 Ciudad de Venta de la producción de Bocadillos

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Chaguarpamba	0	0,00%
Olmedo	0	0,00%
Loja	15	100,00%
Otros	0	0,00%
Total	15	100,00%

Fuente: Encuestas Elaborado por: La Autora

Gráfico Nº 19



# Interpretación:

El principal lugar de venta de bocadillos para los fabricantes entrevistados es la ciudad de Loja el 100%.

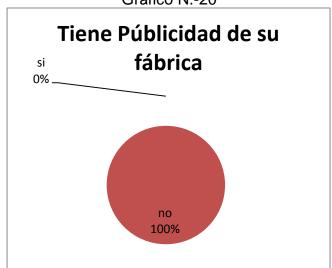
# 4.- ¿Realiza algún tipo de publicidad de su fábrica de bocadillos?

Cuadro N° 20 Tiene algún tipo de publicidad de su fábrica

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0,00%
No	15	100,00%
Total	15	100,00%

Fuente: Encuestas Elaborado por: La Autora

Gráfico N.-20



# Interpretación:

Los fabricantes entrevistados manifiestan que no tienen publicidad para su negocio.

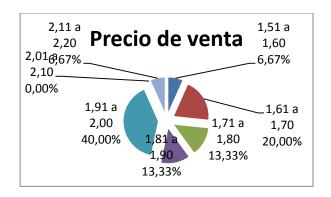
## 5.- ¿Cuál es el precio de venta de la libra de bocadillo?

Cuadro N° 21 Precio de venta de libra de bocadillo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1,51 a 1,60	1	6,67%
, , -	3	20,00%
1,71 a 1,80	2	13,33%
1,81 a 1,90	2	13,33%
1,91 a 2,00	6	40,00%
2,01 a 2,10	0	0,00%
2,11 a 2,20	1	6,67%
Total	15	100,00%

Fuente: Encuestas Elaborado por: La Autora

Gráfico Nº 21



### Interpretación:

El 40% de los entrevistados indican que venden a un precio entre 1,91 a 2,00 dólares la libra de bocadillo, el 20% entre 1,61 a 1,70 dólares, el

13,33% entre 1,71 a 1,80 y 1,81 a 1,90 dólares; el 6,67% de 2,11 a 2,20 dólares.

## g. DISCUSIÓN

#### **ESTUDIO DE MERCADO**

## ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para el proyecto del "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE BOCADILLOS A BASE DE MANÍ EN EL CANTÓN CHAGUARPAMBA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA" se consideró que la población según el censo del 2010 es de 180617 y la familia promedio está formada por 4 integrantes, para el año 2012 que será el año base para la presente investigación se proyecta con un incremento del 2,65% lo que da 190.317 personas dando 47579 familias

Población 47579 familias

Porcentaje; El mercado potencial será llegar a todas las familias de la ciudad de Loja

Partiendo del año base se proyecta la población para cinco años que será la vida útil del proyecto, considerando la tasa para proyectar es de 2.65% que da el INEC para el incremento poblacional en la ciudad de Loja.

Cuadro N° 22 Crecimiento de la Población (en familias)

Año	Periodo	Incremento poblacional (2,65%)
2012	0	47579
2013	1	48840
2014	2	50134
2015	3	51463
2016	4	52826
2017	5	54226

Fuente: INEC

Elaborado por: La Autora

### **DEMANDA POTENCIAL**

Con los datos obtenidos del incremento poblacional se realiza la obtención de la demanda potencial, se obtiene con el dato obtenido en la pregunta Nro.6 a los demandantes.

Cuadro N° 23 Proyección de la Demanda Potencial

Año	Periodo	Incremento poblacional (2,65%)	Demanda Potencial Proyectada en Familias (95,01%)
2012	0	47579	45205
2013	1	48840	46403
2014	2	50134	47632
2015	3	51463	48895
2016	4	52826	50190
2017	5	54226	51520

Fuente: Cuadro 7 Elaborado por: La Autora

### **DEMANDA REAL**

Se calcula la demanda real en base de la demanda potencial del resultado de la pregunta Nro. 8 en la cual se pregunta sobre la cantidad de familias que consumen bocadillo a base de maní en la actualidad.

Porcentaje de: Consume Ud. Bocadillo a base de maní 72.10.

Cuadro N° 24 Proyección de la Demanda Real

	Troycoolon de la Bernanda Real				
Año	Periodo	Demanda Potencial Proyectada en Familias	Porcentaje actual en familias que consumen bocadillo	Demanda Real Proyectada en Familias	
2012	0	45205	72,10%	32592	
2013	1	46403	72,10%	33456	
2014	2	47632	72,10%	34343	
2015	3	48895	72,10%	35253	
2016	4	50190	72,10%	36187	
2017	5	51520	72,10%	37146	

Fuente: Cuadro 8

Elaborado por: La Autora

#### DEMANDA EFECTIVA

Se calcula la demanda efectiva en base de la demanda real, con los resultados de la pregunta Nro. 15, para determinar el número de familias que estaría dispuesto a comprar el producto que se lo entrega al mercado.

Porcentaje: Que si compraría el producto 96.17.

Cuadro N° 25 Proyección de la Demanda Efectiva

1 reyestion de la Bernanda Erestiva							
Año	Periodo	Proyección de la Demanda Real en Personas	Porcentaje que si comprarían el producto	Demanda Efectiva Proyectada en Familias			
2012	0	32592	96,17%	31344			
2013	1	33456	96,17%	32175			
2014	2	34343	96,17%	33028			
2015	3	35253	96,17%	33903			
2016	4	36187	96,17%	34801			
2017	5	37146	96,17%	35724			

Fuente: Cuadro 15

Elaborado por: La Autora

# CONSUMO PER CÁPITA (POR FAMILIA)

Calculamos el Consumo Per cápita (Indicador que se utiliza para estimar la cantidad promedio de consumo anual del producto.

#### La Media Aritmética

#### Fórmula:

$$\bar{x} = \frac{\sum f.x}{N}$$

En Dónde:

 $\bar{x}$  = Media aritmética

$$\sum f.x$$
 = Sumatoria de la frecuencia \* libras

N= De encuestas

Consumo per cápita:

$$\bar{x} = \frac{12.184}{261} = 46,68 \ libras.$$

$$\bar{x} = 47 \ libras.$$

Para la realización de este cálculo se tomó en cuenta los compradores reales que están dispuestos a consumir el producto, tomando como referencia la pregunta Nro. 9 ¿Cuál es su frecuencia de consumo y que cantidad? Luego se aplicó la media aritmética, para ello tomamos el total de la sumatoria de f.x que es de 12184 libras de bocadillos, la misma que fue dividida para el total de la población de familias que consumen que es

de 261, determinamos de esta manera que el consumo per cápita es : 47 libras por familia.

#### **DEMANDA ESPERADA**

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumirán o utilizaran un producto en un mercado. Para el cálculo de la demanda esperada del producto, al consumo per cápita mensual lo multiplicamos por la demanda efectiva en familias.

Cuadro N° 26 Demanda Esperada

Año	Demanda Efectiva proyectada en familias	Consumo per cápita anual por familia (lbs)	Demanda Esperada proyectada en libras
2012	31344	47	1473152
2013	32175	47	1512225
2014	33028	47	1552299
2015	33903	47	1593435
2016	34801	47	1635661
2017	35724	47	1679006

Fuente: Cuadro 25 Elaborado por: La Autora Para el año 2012 la demanda esperada es de 1473152 libras de bocadillo.

#### **ANALISIS DE LA OFERTA**

La Oferta es la cantidad de bienes o servicios específicos que los productores están dispuestos a ofrecer en un mercado.

Su objetivo es definir estrategias de mercadeo, publicidad y presentación del producto, como también el estudio de la competencia en aspectos básicos como: Su nivel de utilización, tecnología, y limitaciones.

Para determinar la oferta del Bocadillo a base de maní fue necesaria una observación directa, la cual permitió establecer la existencia de productores tanto en el Cantón Chaguarpamba, Olmedo y la Ciudad de Loja, según cuadro Nro.19

#### **BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA**

El Balance entre la oferta y la demanda permite obtener la demanda insatisfecha la misma, que está constituida por la cantidad de productos

que no logra satisfacer el mercado para lo cual se ha tomado en cuenta la cantidad ofertada en libras que es de 337220; dicha oferta tendrá un incremento del 2.65% cuyo dato fue tomado de la tasa de crecimiento poblacional, el mismo que permitirá conocer cuál será el comportamiento de nuestra demanda insatisfecha.

Cuadro N° 27 Balance entre Oferta y Demanda

Año	Demanda Esperada proyectada	Oferta Proyectada en libras (2,65%)	Demanda Insatisfecha proyectada
2012	1473152	337220	1135932
2013	1512225	346156	1166068
2014	1552299	355329	1196969
2015	1593435	364746	1228689
2016	1635661	374411	1261249
2017	1679006	384333	1294672

Fuente: Cuadros 19 y 27 Elaborado por: La Autora

# PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

## INTRODUCCIÓN

Uno de los factores importantes a tener en cuenta dentro del proyecto de inversión es el plan de comercialización, como una pauta importante diferenciada a partir del producto que para el caso del Bocadillo a base de maní posibilita reconocer los elementos básicos que garanticen el éxito del proyecto.

Para el plan de Comercialización se ha considerado una planificación y control adaptada al producto para favorecer el desarrollo adecuado del mismo y asegurar que el producto solicitado esté en el lugar, en el momento, al precio y en la cantidad requerido, garantizando así unas ventas rentables y sobre todo la satisfacción adecuada de los consumidores.

La comercialización por lo tanto abarca tanto la planificación de la producción como la gestión, ello implica el diseño óptimo de variables que permitan lograr una ventaja competitiva en el mercado local.

Debido a que el producto que se pretende comercializar es conocido por la ciudadanía lojana es necesario destacar que no se enfocaran los esfuerzos de logística encaminados a dar a conocer los beneficios que tiene los bocadillos a base de maní por su alto contenido de proteínas y nutrientes. Antes de avanzar en la realización del proyecto el plan de comercialización permite ser más eficaz en el diseño del producto desarrollando a profundidad cada uno de los parámetros que se consideran elementos básicos en el desarrollo del mismo. Además es fundamental mantener un orden en el análisis de datos con el fin de evitar posibles errores.

#### **PRODUCTO**

Se hace referencia a especificar todo lo concerniente a la diferenciación del producto, considerado en su fase de lanzamiento o introducción; con el objetivo de satisfacer las necesidades de consumo de Bocadillos a base de maní en la Ciudad de Loja.

#### **MARCA**

Distintivo o señal que el fabricante pone a los productos de su industria, y cuyo uso le pertenece exclusivamente. Con la finalidad de facilitar la identificación del Bocadillo a base de maní se consideró diseñar la marca con las siguientes características: Registrable.- Se buscó un nombre que actualmente no es propiedad de otra empresa y de acuerdo con la legislación actual se puede hacer uso de la misma.

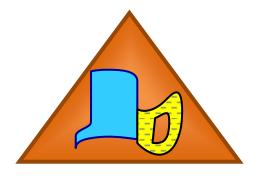
Corta.- Se considera un nombre para la marca corta por la facilidad para recordar que tendrán los consumidores.

Fácil de Pronunciar.- Es importante que para buscar un mejor posicionamiento en el mercado local, diseñar una marca con siglas que sean pronunciadas en el Idioma Español, considerando que podrán existir consumidores que no puedan pronunciar el inglés.

Fácil de escribir.- Debido a que se considera un canal de comercialización indirecta que para el caso del Bocadillo a base de maní son los Supermercados, existe la necesidad de escribir el nombre de la marca cuando formulen un pedido del producto por escrito por lo tanto es fácil de escribirla.

Fácil de recordar.- Este es un aspecto fundamental, si el consumidor ve un anuncio y recuerda la marca se incurrirá en menos gastos de publicidad.

Por lo tanto la marca que se ha diseñado es la siguiente (JD):



#### LOGOTIPO

Es el distintivo formado por letras, abreviaturas. El presente proyecto considera como una manera peculiar el logotipo para la empresa y producto, con la finalidad de que el consumidor recuerde con facilidad el producto, haciendo referencia el diseño de Hecho en Ecuador ya que es un producto 100% Ecuatoriano.

Se ha considerado este logotipo ya que el producto es 100% ecuatoriano.

#### **SLOGAN**

Las cajas del Bocadillo a base de maní es de cartón y llevará el siguiente slogan, que identifique a la empresa de la Ciudad de Loja.



## MISIÒN

QUE SOMOS COMO ORGANIZACIÓN	SU BASE O FUNCIONAMIENTO POLÍTICO FILOSÓFICO	EL PRODUCTO O FINALIDAD MAYOR	ÁREA O CAMPO DE ACCIÓN	GRUPOS SOCIALES O USUARIOS PRODUCTIVOS DEL PRODUCTO
Es una empresa privada productora y comercializadora de Bocadillos a base de maní.	Empresa creada para satisfacer las necesidades de los consumidores y contribuir con el desarrollo socioeconómico de los socios a través de la generación de fuentes de trabajo y el fortalecimiento de las capacidades locales socioorganizativas y micro empresarial	Ofrecer un producto de calidad con precios accesibles.	Ciudad de Loja.	Toda la ciudadanía Lojana.

Elaborado por: La Autora

# **ENUNCIADO DE LA MISIÓN**

" JD CIA.LTDA ES UNA EMPRESA PRIVADA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BOCADILLOS A BASE DE MANÍ CREADA PARA SATISFACER LAS NECESIDADES DE LOS CONSUMIDORES Y CONTRIBUIR CON EL DESARROLLO SOCIO-ECONÓMICO DE LOS SOCIOS A TRAVÉS DE LA GENERACIÓN DE FUENTES DE TRABAJO Y EL FORTALECIMIENTO DE LAS CAPACIDADES LOCALES SOCIO-

ORGANIZATIVAS Y MICROEMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE LOJA."

## VISIÒN

QUE SOMOS Y QUE QUEREMOS O DESEAMOS SER	QUE NECESIDADE S REQUIEREN SATISFACER	PERSONAS O GRUPOS QUE BENEFICIAR AN	BIENES Y/O SERVICIO S A OFRECER	CÓMO SE VA A OFRECER EL BIEN O SERVICIO
"JD" es una empresa privada productora y comercializad ora de Bocadillos a base de maní, para el 2015 será líder en el mercado de la Ciudad de Loja.	naturales y saludables de calidad garantizados y a precios	Toda la ciudadanía Lojana.	Produce y comercializ a bocadillos a base de maní.	Dependien do de la producción se realizará la promoción y publicidad fijada por la empresa.

Elaborado por: La Autora

## **ENUNCIADO DE LA VISIÓN**

"JD CIA.LTDA", EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS NATURALES COMO ES EL MANÍ YA QUE CONTIENE PROTEÍNAS Y NUTRIENTES, PARA EL AÑO 2015 SERÁ LÍDER EN EL MERCADO DE LA PROVINCIA DE LOJA, SATISFACIENDO LAS NECESIDADES DE LOS CONSUMIDORES DE BOCADILLOS A BASE

DE MANÍ Y OFRECIENDO PRODUCTOS DE ÓPTIMA CALIDAD Y GARANTIZADOS A PRECIO ECONÓMICOS.

#### **VALORES**

En este parámetro cabe señalar que las diferentes frases al final de cada valor que regirán la constitución de la empresa, busca recordar a los socios los objetivos comunes que se desean alcanzar, considerado a lo interno de la empresa, ya que para dar a conocer el producto se ha visto pertinente otro slogan.

# **VOCACIÓN DE SERVICIO PARA SATISFACER AL CONSUMIDOR:**

Es una actitud del personal de la Empresa, atender las necesidades del consumidor y satisfacer sus expectativas. Buscando de que los consumidores obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

"A tu servicio, siempre"

**HONESTIDAD:** Trabajar con honradez, dignidad, equidad, solidaridad y modestia. Cualidad humana por la que la empresa se determina a elegir actuar siempre con base en la verdad y en la auténtica justicia.

"Honestidad, una manera de ser"

LIDERAZGO: Buscar el mejoramiento continuo, que se constituya en el mejor referente del desarrollo local, regional y nacional, buscando el logro de objetivos. Cuando el líder se encuentra dispuesto a asumir los desafíos empresariales con una actitud positiva y optimista, cultiva sólidas relaciones interpersonales que necesitan motivación y un trato humano cordial y generoso.

"Con tu trabajo y por tu actitud "JD" será líder"

**TRABAJO EN EQUIPO:** El trabajo en equipo puede dar muy buenos resultados; ya que normalmente estimula el entusiasmo para que salgan bien las tareas encomendadas. La empresa debe fomentar entre los trabajadores un ambiente de armonía con lo que se obtienen resultados beneficiosos. El compañerismo se logra cuando hay trabajo y amistad.

"Trabajando en equipo, lo hacemos mejor"

**COMPETITIVIDAD:** Ofrecer productos de calidad, con eficiencia, eficacia Entendiendo por competitividad a la capacidad de la organización de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.

"Productos de calidad, a su alcance"

GENERADORES DE DESARROLLO SUSTENTABLE: Con el producto se propicia el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de la colectividad. Conservando la tierra, el agua, los recursos naturales, sin degradar el medio ambiente, buscando que sea tecnológicamente apropiado, económicamente viable y socialmente aceptable.

"Contribuimos a su bienestar y progreso"

RESPONSABILIDAD: Cumpliendo con todos los compromisos adquiridos lo que incluye el manejo óptimo de los recursos institucionales

"Impulsamos nuestra organización con la mística adecuada"

RESPETO: entre todos los miembros de la empresa y entre todos los actores del medio externo.

"El respeto describe nuestra cultura"

## **MARKETING MIX**

# **INTRODUCCIÓN**

Para una correcta satisfacción de los consumidores y en las condiciones complejas de mercados cada vez más competitivos, el Marketing Mix considera elementos fundamentales en donde intervienen básicamente las cuatro pes:

Precio

Producto

Plaza

Promoción



A través de la utilización de este conjunto de técnicas utilizadas para la comercialización y distribución de un producto entre los diferentes consumidores, se trata de señalar claramente el comportamiento de compra cada vez más difícil de predecir.

Una vez realizado el estudio de campo en el mercado de la Ciudad de Loja cada una de las variables del MK Mix, se encuentran relacionadas con los resultados que se obtuvo de dicho estudio, lo que permite tener una visión más clara de las características que el consumidor aprecia como favorables, en lo referente a Bocadillos a base de maní.

#### **PRODUCTO**

Es la combinación y el conjunto de características en forma identificable, que el comprador acepta como algo que le sirve para satisfacer sus necesidades o deseos.

El producto a elaborarse es el bocadillo JD el primero en sabor y calidad, para el consumo humano, en la ciudad de Loja con una empresa legalmente constituida y tiene como finalidad ofrecer un producto de

calidad y 100% natural. Cubriendo la demanda existente en el mercado, lo

que permite generar fuentes de empleo directa e indirectamente a las

familias lojanas.

La empresa JD "CIA". LTDA, comercializadora de bocadillos a base de

maní para el consumo humano contara con personal altamente

capacitado en las distintas aéreas. El producto se garantizara al

consumidor final con higiene, calidad y aun precio competitivo.

El producto a elaborase por la empresa será adquirido por los

consumidores finales, el mismo que será elaborado con la materia prima

que son el maní y la caña de azúcar, así cuenta con una presentación de

cartón reciclable contribuyendo al medio ambiente, esta empresa cuenta

con selladora, sello de seguridad entre otros cumpliendo con todos, los

requisitos de las normas INEN.

CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR

Toda la Ciudadanía Lojana

Personas que degusten de Bocadillos a Base de Maní

Todo estrato social

#### **ENVASE**

Se considera necesario el cuidado al medio ambiente, por lo tanto se envasara el producto en "Cajas de Cartón" por lo que se cuenta con cartón reciclable que conservan el producto y el medio ambiente, La elaboración del presente proyecto tiene como objetivo principal promover que los productos se fabriquen con el menor daño ambiental posible e informar a los consumidores sobre las repercusiones medioambientales de los productos que consuman.

# **PRESENTACIÓN**



## **ETIQUETA**

Etiqueta ecológica, logotipo que se muestra en un producto y que significa que se ha fabricado con el menor perjuicio posible para el medio ambiente. Se hará constar la siguiente información:



## **LOGOTIPO**

Se considera el logotipo de la empresa conformado de la siguiente

manera:



Se ha considerado este logotipo ya que el producto es 100% ecuatoriano

#### **SLOGAN**

La presentación del producto de acuerdo a los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas se ha finiquitado las cajas de cartón ya que es una presentación novedosa, va a tener gran acogida en el mercado lojano y va a dar realce al mismo.



## **VENTAJA COMPETITIVA**

El Bocadillo a base de maní es un producto natural que contiene proteínas y nutrientes ya que es un producto 100 % natural.

Color: amarillento, depende de la materia prima utilizada en su elaboración. Al inicio de la elaboración del mismo torna un color café, pero según pasa el tiempo se torna de un color amarillento.

Aroma: tiene características particulares de productos naturales como son: el maní, y la caña de azúcar .Su aroma en general es agradable y no varía con el tiempo.

Sabor: dulce, agradable. Es fuertemente influenciado durante la elaboración del bocadillo a base de maní, que se inicia con el maní, y la caña de azúcar cabe recalcar que es un producto 100% natural.

#### PRECIO

Se considera el costo de producción del producto, se lo realizará de acuerdo al estudio del mercado realizado en la Ciudad de Loja y los precios que se lo va a vender al producto es de \$ 2 la libra de Bocadillos a base de maní.

#### **PLAZA**

Teniendo en cuenta que el Bocadillo a base de maní se expende en la Ciudad de Loja, se busca llegar a los consumidores finales con un canal de distribución con la ayuda de intermediarios, de tal manera que el canal de distribución que se utilizará es el siguiente:



Cabe señalar que para el proyecto se pretende utilizar los Supermercados y tiendas de la Ciudad de Loja, como intermediarios ya que en estos lugares los consumidores adquirirían el producto.

# **PROMOCIÓN**

CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA EMPRESA "JD CIA LTDA"

La publicidad en la actualidad se ha convertido en un instrumento fundamental para el desarrollo y progreso de las actividades comerciales tanto en empresas privadas como en empresas públicas. El presente trabajo contiene un concepto claro de lo que es la publicidad, porque medios se lo pueden realizar y cuál es el costo de cada medio, el mismo que servirá para el desarrollo de la Empresa "JD CIA.LTDA".

## **DIAGNÓSTICO**

De acuerdo con el estudio de campo realizado en la Ciudad de Loja, y considerando que el proyecto se encuentra en una fase de inicio se

propone realizar la publicidad por la radio haciendo uso de las cuñas publicitarias, como también el uso de hojas volantes las mismas que permitirán promocionar el producto de una manera eficiente y eficaz para la ciudadanía lojana.

#### **OBJETIVOS**

Cubrir la demanda efectiva del mercado de la Ciudad de Loja.

Obtener un mayor posicionamiento del producto en el mercado.

Incrementar el número de consumidores.

#### **DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

PUBLICIDAD.- Son todas las actividades que comprenden la presentación en grupo de un mensaje no personal pero que identifica al patrocinador sobre un grupo u organización. Este mensaje se conoce como anuncio puede ser verbal o visual.

# PASOS PARA UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA

Planeación inicial.
Tema Central.
Selección del medio.
Tipos de medio.
MEDIOS QUE SE UTILIZAN PARA UNA PUBLICIDAD
Hojas volantes.
Televisión.
META
Que la empresa tenga prestigio y reconocimiento en el mercado local,
provincial y nacional en la mitad del año 2011
ESTRATEGIAS
Creatividad en la publicidad.

Diseñar un logotipo que pueda ser retenido con facilidad en la mente de los consumidores.

La publicidad será difundida en los Supermercados de la Ciudad de Loja.

Degustaciones del producto en ferias locales.

# **POLÍTICAS**

La empresa "JD CIA.LTDA" desarrollará su campaña publicitaria en forma permanente o cuando las condiciones del mercado así lo requieran.

Que la publicidad vaya acorde a las actividades que desarrolle la empresa.

Se hará la difusión de la publicidad por los siguientes medios:

Hojas volantes (10000). 11 cm. de ancho x 16 cm. de largo. (Papel bond).

Televisión (400).

Dados los altos costos que demanda realizar la publicidad se la ha planificado para un tiempo de 10 meses para cada año en forma intensiva, sin descartar la posibilidad de que se pueda ampliar estos tiempos si las condiciones del mercado así lo determinan.

# **TÁCTICA**

La publicidad podrá ser variada es decir de acuerdo a la temporada y a las decisiones del gerente.

**RESPONSABLE** 

Gerente General

#### FORMATO DE LAS HOJAS VOLANTES



Pruebe el delicioso ¡BOCADILLO JD EL PRIMERO EN SABOR Y CALIDAD! un producto que contiene proteínas y nutrientes y está elaborada con productos naturales sin colorantes ni persevantes. Es un producto 100% lojano.



Encuéntranos en Loja, Sucre Saraguro y Gonzanamá

Contáctanos:

Teléfonos: 2585179 / 2578302

Celular: 090242766 / 091787043

ELABORADO POR: JD CIM. LTDM

TIEMPO MÁXIMO DE CONSUMO 1 AÑO DESPUÉS DE SU ELABORACIÓN.



126

FORMATO DE LA CUÑA TELEVISIVA

¿Desea cuidar su salud de una manera más sana? ¿Apetece probar un

producto 100% natural? Y con la confianza que sea un producto de

calidad.

Entonces pruebe el delicioso ¡BOCADILLO JD EL PRIMERO EN SABOR

Y CALIDAD! un producto que contiene proteínas y nutrientes y está

elaborada con productos naturales sin colorantes ni persevantes.

Es un producto 100% lojano.

Encuéntranos en Loja, Sucre Saraguro y Gonzanamá

Contáctanos:

Teléfonos: 2585179 / 2578302

Celular: 090242766 / 091787043

PRESUPUESTO REFERENCIAL

Aplicando la publicidad a través de la elaboración de las hojas volantes

las mismas que se imprimen 10000 ejemplares en la Imprenta Graficas

Santiago para ser distribuidos a la colectividad lojana, además se

pagaran cuñas televisivas durante un periodo de 10 meses iniciando en

el mes de Septiembre con un total de 40 cuñas mensuales que se pasaran 2 cuñas de lunes a viernes en la tarde, dándonos un total de 400 cuñas en el periodo establecido por Ecotel TV.

## CRONOGRAMA Y RESPONSABLES

ACTIVIDAD	COLABORADORES	RESPONSABLE DE LA ELABORACION	FECHA DE EJECUCION	
Televisión  Hojas volantes	Medios de Comunicación	Gerente	01/07/2010	Gerente

Fuente: Medios de comunicación y Gráficas Santiago

Elaborado por: La Autora

#### **COSTOS DEL PROYECTO**

CANTIDAD	DETALLE	TIEMPO	LUGAR	PRECIO	TOTAL
10000	Hojas Volantes (5.4 ancho x 8.5 de largo)	Marzo- Diciembre	Imprenta Graficas Santiago	\$ 0,01	\$ 100.00
400	Cuñas Televisivas	45 segundos (2 cuñas diarias en las tardes días laborales)	Ecotel TV	\$ 1,20	\$480.00
TOTAL	-	,			\$ 580.00

Fuente: Medios de comunicación (Ecotel TV) y Gráficas Santiago

Elaborado por: La Autora

# ESTUDIO TÉCNICO

El Estudio técnico se refiere a la determinación de la tecnología adecuada, espacio físico y recursos humanos, tomando como base el estudio de mercado.

A la vez el Estudio técnico permite analizar los elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionable a dicho proyecto. De ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté apta para soportada por la demanda.

Este estudio tiene como objetivo determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, se divide en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis administrativo.

# DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño de un proyecto es la capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata.

Por tanto el tamaño del proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto para la elaboración del producto. Para lo cual se debe considerar la dimensión y características del mercado, la tecnología del proceso productivo, la disponibilidad de insumos y materia prima, la localización, los costos de inversión y de operación y por último el financiamiento del proyecto.

#### CAPACIDAD INSTALADA

Corresponde al nivel máximo de producción que los trabajadores con la maquinaria, equipos e infraestructura disponible pueden generar permanentemente el mismo que se debe expresar como un porcentaje, para lo que se requiere que el numerador y el denominador se mida con unidades y períodos similares. La capacidad instalada de la empresa está

130

dada por el tiempo 120 minutos que se necesita para realizar un lote de

producción de 100 libras de bocadillo, en los 1440 minutos que tiene cada

día se podrá realizar 12 producciones, lo que daría una producción diaria

de 1200 libras por 365 días al año se podría producir 438000 libras de

bocadillo.

Determinación de la Demanda a Cubrir por el Proyecto

Cuadro N° 28

Capacidad % Demanda de Años Existente Instalada al 100% Atención 1.135.932 438000 38,56 2 1.166.068 438000 37,56 3 1.196.969 438000 36,59 4 1.228.689 438000 35,65 5 1.261.249 438000 34,73

Fuente: Cuadro Nº 27

Elaboración: La Autora

CAPACIDAD UTILIZADA

La empresa requiere de 120 minutos (2 horas), para la producción de un

lote de 100 libras de bocadillos a base de maní, laborará en una jornada

diaria de 8 horas, de lunes a viernes, y trabajará 264 días laborables al

año.

Por tanto realizara 4 procesos productivos al día con un total de 400 libras

de bocadillo, que multiplicado por los días laborables, se obtiene un total

de 105600 libras de bocadillos a base de maní al año.

Cuadro N° 29 Utilización de la Planta

Capacidad	Utilización	Porcentaje
Instalada	de la	de
IIIStalaua	Planta	Utilización
438000	105600	24,11%

Elaborado por: La Autora

En la capacidad utilizada, se toma en cuenta la demanda, curva de aprendizaje, disponibilidad de materia prima, la especialización de la mano de obra.

Cuando una empresa empieza a funcionar nunca produce al 100% de la capacidad instalada por diversos motivos como: introducción del producto, búsqueda de materia prima, contratación de mano de obra y servicios básicos, tomando en cuenta todos estos factores se creyó conveniente para el primero y segundo años utilizar el 90% y del tercero en adelante utilizar el 95% como se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 30 Capacidad Utilizada

Años	Capacidad Utilizada al 100%	Porcentaje	Utilización Real de la Planta
1	105600	90%	95040
2	105600	90%	95040
3	105600	95%	100320
4	105600	95%	100320
5	105600	95%	100320

Fuente: Cuadro 29

Elaborado por: La Autora

# **LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

Se refiere al lugar donde debe ubicarse la planta, es importante la localización ya que esta influye sobre la inversión y costos operativos, además aspectos del diseño del sistema de producción.

Para la localización se deben tomar en cuenta algunos factores que influyen en la decisión como son:

#### **TRANSPORTE**

Siendo indispensable que el lugar donde se ha establecido la empresa existan los medios de transporte necesarios para que la misma pueda tener un acceso normal al mercado, tanto para el ofrecimiento y ventas del producto, como para la adquisición de la materia prima y para que los empleados y clientes puedan quedarse.

#### SERVICIOS BÁSICOS

Para el desarrollo y funcionamiento de una empresa es necesario que tenga la disponibilidad de los servicios básicos como: luz eléctrica, agua potable, alcantarillado y teléfono.

#### **RECURSOS**

Todo empresa requiere la presencia de los diferentes recursos como el humano, material, económico y técnico, puesto que constituyen el punto clave para el normal desarrollo.

#### MATERIA PRIMA

Es importante que en el lugar en el cual va a funcionar la empresa exista la materia prima requerida para el funcionamiento de la planta, es por ello que existe una gran ventaja por la cantidad de panela que se produce y maní que se cultiva en el cantón Chaguarpamba los que cubren requerimientos necesarios para la producción.

#### MANO DE OBRA

La empresa debe contar con la mano de obra necesaria para el desarrollo de sus actividades productivas como administrativas, estas deben ser calificadas y con experiencia en la elaboración del producto.

Considerando que en nuestra localidad existe un gran índice de desempleo y subempleo, la implantación de la empresa constituye un factor favorable ya que podrá contribuir en parte al desarrollo de varias fuentes de trabajo.

# **FACTORES AMBIENTALES**

Gran parte de los problemas ambientales, en Ecuador y a nivel mundial son causados por los desperdicios y funcionamiento de empresas industriales, químicas. Las mismas que acumulan, desechan y producen sustancias toxicas que producen varios prejuicios al ambiente, al suelo, al agua, y a la capa de ozono, causando esto varios trastornos a la humanidad.

Ante la presencia de todo esto cabe recalcar que la empresa a constituirse no provocara impactos graves al ambiente ni a sus consumidores, puesto que se trata de un producto natural, elaborado con sustancias naturales.

#### MACRO LOCALIZACIÓN

La empresa productora y comercializadora de bocadillos a base de maní, se ubicara en la Región Sur del Ecuador, en el cantón Chaguarpamba, Provincia de Loja. Debido a que existe mano de obra y disponibilidad de materia prima para la realización del proyecto.

Grafico N° 22

Localización Geográfica de la Empresa

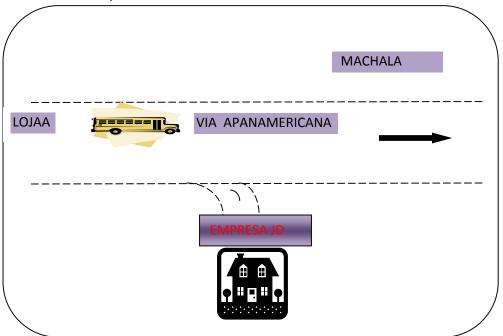


La empresa de bocadillos a base de maní se encuentra ubicada en el Cantón Chaguarpamba Nuestra empresa se localizará en el Barrio la Guanga a 1 Km. de la cabecera cantonal de Chaguarpamba por facilitarse

el acceso a la materia prima como es el maní y la panela como también mano de obra con experiencia en la elaboración de bocadillos:

Grafico N° 23

Micro localización de la Empresa



# **INGENIERÍA DEL PROYECTO**

La ingeniería del proyecto es lo que nos permite resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, la tecnología utilizada, la distribución óptima de la planta y finalmente los aspectos estructurales organizativos

La ingeniería del proyecto permite acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción como: construcción de la planta, equipamiento y características del producto de la empresa.

Proceso de producción

El proceso productivo es una serie de operaciones secuenciales mediante las cuales se transforma la materia prima en producto elaborado.

Para la elaboración del bocadillo se sigue el siguiente proceso:

Primera Fase

Preparación del Maní

Primero escoger el Maní, dejar libre de basuras, para luego proceder a tostar.

Tostado del maní:

Una vez que el maní está libre de basuras se procede a colocarlo en la tostadora, este tiene que estar bien tostado para su elaboración.

138

Pelar el maní:

Con ayuda de la peladora se deja libre de la cáscara al maní tostado.

Moler el maní:

Una vez que el maní esta pelado y tostado se procede a molerlo, de modo que quede granoso, nunca fino.

Preparación de la miel

Colocar en una olla de acero inoxidable el agua y la panela y dejar hervir hasta que este espesa. (Para saber cuándo esta lista la miel es necesario colocar en una tasa con agua una cucharada de miel y cuando esta no se pegue en la tasa estará lista, cocinar la miel con baja llama.)

Maní Y Miel Lista Para Los Bocadillos

Segunda Fase

Mezcla de la Miel y el Maní

Una vez listo el maní y la miel mezclar hasta que espese (este procedimiento debe ser rápido).

Mezcla en los Moldes:

Con la mezcla lista, colocar en los moldes que estarán sobre la mesa de trabajo.

Empacado y Almacenado

Estando el producto terminado lo empacamos en las cajas de cartón, cuyo conteniendo será de una libra cada una y finalmente se procede a almacenar. Con la suma de las dos fases se obtiene 120 minutos total para la producción de bocadillos a base de maní.

Grafico N° 24

# Flujo grama del proceso

Primera Fase- Producción 100 libras de bocadillo a base de Maní

Actividades	Símbolos	Tiempos
Recibir la materia prima		5 min
Escoger el maní		5 min
Tostar el maní		15 min
Dejar libre la cascara al maní tostado		10min
Moler el maní		10min
Disolver la panela		5 min
		50 min

NOTA: El control de calidad se lo realizará en todo el proceso

Grafico N° 25

# Flujo Grama del Proceso

Segunda Fase- Producción 100 libras de bocadillo a base de Maní

Actividades	Símbolos	Tiempo
Mezclar el maní y la miel hasta que espese		10 min.
Colocar en los moldes		15 min.
Dejar enfriar		20 min.
Desmoldar		8 min.
Empacar		10 min.
Almacenar		7 min.
		70 min.

Nota: El control de calidad se lo realizará durante todo el proceso sumando las dos fases se obtienen 120 minutos por cada proceso productivo para obtener 100 libras de bocadillo a base de Maní

## DESCRIPCIÓN DE REQUERIMIENTOS

## DESCRIPCIÓN DE LA MAQUINARIA

Los requerimientos de maquinaria y equipo necesarios para el proceso de elaboración de bocadillos a base de maní se describen a continuación.

#### Tostadora de Maní



Es una máquina para hacer tueste natural. Su confección es basada en hierro y acero inoxidable, en Loja lo construye la empresa Ochoa Hermanos, bajo la marca de Ochoa Hermanos. Es un aparato que funciona a partir de energía eléctrica para que el movimiento del maní al tostarse sea rotativo

#### Molino Industrial



Es un aparato construido a base acero inoxidable, está compuesto por una cámara de molturación, tiene una tolva de gran capacidad con regulador de entrada del producto al molino y puede moler cualquier tipo de producto seco en este caso el maní.

## Cocina Industrial



Construida exteriormente en acero inoxidable de primera calidad.

Quemadores de aluminio desmontables con tapas de bronce. Patas con regatones regulables para facilitar la limpieza. Funcionamiento a gas.

## Balanza



La balanza es de tipo plataforma, se compone de las siguientes partes: plataforma de pesado, vara de lectura, el fiel y ruedas. Para un pesaje correcto es necesario comprobar si la plataforma de pesado se encuentra a escala horizontal. Como también es necesario que el fiel y la vara se encuentren en cero. Se la encuentra en el almacén Ochoa Hermanos

#### Olla de Acero Inoxidable



Es una olla elaborada con acero inoxidable, su función (en este caso) es la de deshacer la panela con el agua.

### Mesa metálica de trabajo

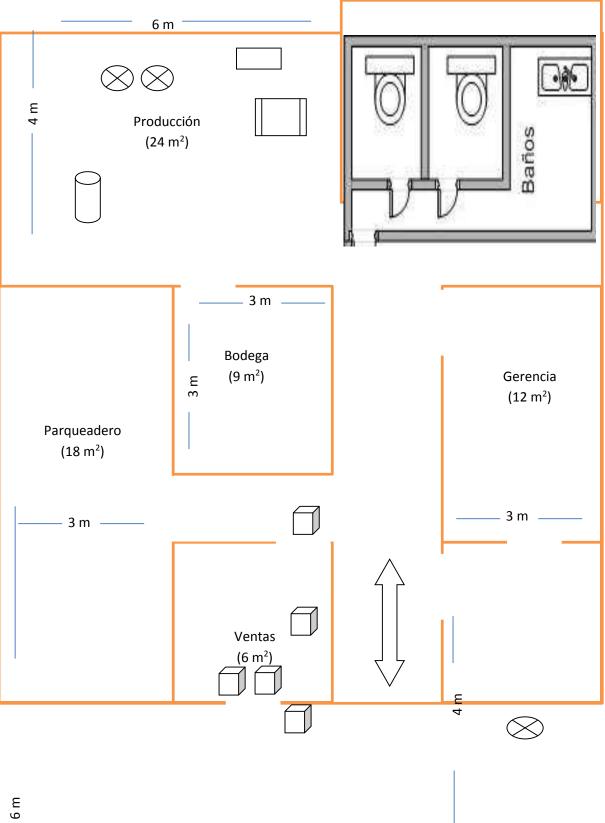


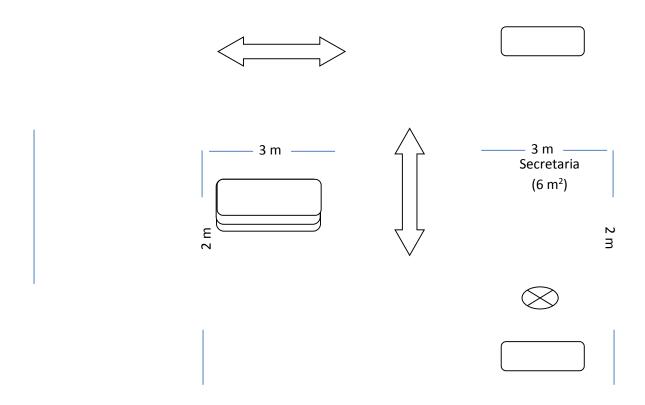
Se adquirirán 3 mesas, la construcción de su superficie es de acero durable, y prácticas para realizar el trabajo

## DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

La empresa distribuirá adecuadamente su planta industrial para facilitar mejores condiciones de trabajo que permitan minimizar económicamente sus operaciones y mantener un adecuado sistema de seguridad y bienestar de sus trabajadores. El área del local tendrá un espacio de  $100m^2$  los mismos que estarán distribuidos de la siguiente manera: se dispondrán  $10 m^2$  en la cual funcionaran las oficinas de gerencia,  $8m^2$  secretaria, contabilidad, recepción y  $5m^2$  ventas,  $17m^2$  bodega, en el área de producción  $40m^2$  donde serán distribuidos adecuadamente para el desarrollo normal y óptimo de las operaciones industriales y tendrá un espacio de  $20m^2$  el parqueadero.

# Distribución Física de la Planta





Elaborado por: La Autora

	Cuadro N° 31			
	Distribución de la Plar	nta		
No	Función	Área		
1		18	Metros	
	PARQUEADERO	cuadrados		
2		6	Metros	
	SECRETARIA	cuadrados		
3		6	Metros	
	VENTAS	cuadrados		
4		9	Metros	
	BODEGA	cuadrados		

Cuadro N° 32 Equipo de Oficina

Cantidad	Detalle
1	Calculadora
	Teléfono
1	fax

5		24	Metros	
	PRODUCCION	cuadrados	i	
6		12	Metros	
	GERENCIA	cuadrados		
7		16	Metros	
	BAÑOS	cuadrados	i	
8		9	Metros	
	CIRCULACION	cuadrados	i	
		100	Metros	
	TOTAL	cuadrados		
	Elaborado por: La Aut	ora		
	Por tanto la empresa	a ocupará	100 me	tros
	cuadrados para	sus	activida	des
	administrativas v de p	roducción		

# Cuadro N° 33

Equipo de Computación

Cantidad	Detalle
	Computador de escritorio con
1	impresora
	Muebles para computador de
1	escritorio

## Cuadro N° 34

# Útiles de Oficina

Requerimiento de	Personal	Cantidad	Detalle
Administrativo		1	Doomo do Donal Boom
			Resma de Papel Boom
Gerente		2	Cartuchos
Contadora			
		1	Bloks de Facturas
Chofer- vendedor		1	Bloks de Notas de Venta
Conserje			
<b>,</b>		4	Esferográficos
Requerimiento de	Personal	1	Correctores
Operativo			Correctores
		1	Grapadora
obrero			
SEGURIDAD INDUS	TRIAL	1	Perforadora
		1	Archivador
La seguridad en la	industria se		
ocupa de dar	lineamientos	1	Rollo de papel de sumadora
generales para el	manejo de		

riesgos en la industria. Las instalaciones industriales incluyen una gran variedad de operaciones de minería, transporte, generación de energía, fabricación y eliminación de desperdicios, que tienen peligros inherentes

que requieren un manejo cuidadoso. Los equipos de protección individual deberán utilizarse cuando los riesgos no puedan ser suficientemente controlados por medios técnicos de protección colectiva o por procedimientos de organización del trabajo en los cuales tenemos:



La manipulación manual de cargas es una tarea bastante frecuente que puede producir fatiga física o lesiones como contusiones, cortes, heridas, fracturas y lesiones musculo-esqueléticas en zonas sensibles como son los hombros, brazos, manos y espalda.





POLÍTICAS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL DE LA EMPRESA "JDCIA.LTDA"

Tomando como referencia el artículo 29 de La Ley de Prevención de Riesgos Laborales asigna al trabajador la obligación de velar por su propia seguridad y salud en el trabajo y por la de aquellas otras personas a las que pueda afectar su actividad profesional. En particular los trabajadores con arreglo a su formación y siguiendo las instrucciones del empresario deberán:

Usar adecuadamente las máquinas, aparatos, herramientas, sustancias peligrosas, equipos de transporte y, en general cualesquiera otros medios con los que desarrolle su actividad.

Utilizar y mantener correctamente los medios y equipos de protección facilitados por el empresario, solicitando su reposición en caso de deterioro.

No poner fuera de funcionamiento y utilizar correctamente los dispositivos de seguridad existentes.

Informar de inmediato a su superior jerárquico directo acerca de cualquier situación que, a su juicio, entrañe un riesgo para la seguridad y la salud de los trabajadores.

Cooperar con el empresario para que éste pueda garantizar unas condiciones de trabajo que sean seguras y no entrañen riesgos para la seguridad y la salud de los trabajadores. El incumplimiento de las obligaciones en materia de prevención de riesgos a que se refieren los apartados anteriores tendrá la consideración de incumplimiento laboral.

#### **ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

#### ORGANIZACIÓN LEGAL Y ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA

Una empresa para poder desarrollar eficientemente sus actividades requiere establecer procesos administrativos y legales que le permitan alcanzar sus objetivos como empresa de producción.

#### ORGANIZACIÓN LEGAL

Considerando el marco legal que permita constituirnos como empresa con personería jurídica, con responsabilidades y obligaciones hemos realizado un análisis de la mejor alternativa para conformar nuestra empresa, por lo que de entre: compañías anónimas, compañías de sociedad limitada y compañías de economías mixtas, se escogió la compañía de responsabilidad limitada.

Debido a que la compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva.

La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes. El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por la Superintendencia de Compañías.

#### CONSTITUCIÓN

La escritura pública de formación de la compañía de responsabilidad limitada será aprobada 'por la superintendencia de compañías, el que ordenara la publicación, del extracto de la escritura, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción de ella en el registro mercantil. La escritura de constitución deberá contener los siguientes datos:

Nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales o la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas y en ambos casos la nacionalidad y el domicilio.

La denominación objetiva o la razón social de la compañía

El objetivo social debidamente concretado

La duración de la compañía

El domicilio de la compañía

El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas

La indicación de las participaciones que cada socio suscriba

La forma en que organizara la administración y fiscalización de la compañía y la indicación de las funciones que tengan la representación legal.

La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta General y el modo de convocatoria y constituirla, y,

Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer siempre que no se opongan a lo dispuesto en la ley.

Solicitud de aprobación

La aprobación de la escritura de constitución de la compañía será pedida al intendente de Compañías por los administradores o gerentes o por la persona en ella designada

Se la deberá realizar dentro de los treinta días de suscripción de la escritura, la harán cualquiera de los socios a costa del responsable de la comisión

Razón social de la empresa

Nuestra empresa llevará el nombre de: "JD CIA.LTDA" su denominación debe ser producto 100% natural.

Objeto social

El objeto social de la empresa será productora y comercializadora de bocadillos a base de maní

Plazo de duración

La empresa tendrá un plazo de duración de 5 años (de vida útil) a partir de la fecha de suscripción de la misma en el Registro Mercantil.

Domicilio

Su domicilio será en el Cantón Chaguarpamba perteneciente a la provincia de Loja

## ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

La empresa "JD CIA.LTDA" está conformada por los siguientes niveles administrativos

Nivel Legislativo

Nivel Ejecutivo

Nivel Asesor

Nivel Auxiliar

Nivel Operativo

Nivel Legislativo

En este nivel se encuentra la Junta General de Accionista, a quienes les corresponde fijar políticas, normas y procedimientos que regirán durante la vida de la empresa es decir la elaboración de reglamentos, estatutos, etc.

Nivel Ejecutivo

Sera el gerente de la empresa el responsable directo de la administración y buena ejecución de las actividades al interior de la empresa

**Nivel Asesor** 

Nos servirá de apoyo con recomendaciones a los demás niveles sobre temas inherentes a cada función en la empresa. Estar representado por un Asesor Jurídico, un abogado en libre ejercicio es decir que no pertenece a la empresa, se acudirá a él cuándo se lo amerite

#### Nivel Auxiliar

Conformado por: Secretaria, Conserje-guardia, etc. Quienes contribuirán y colaboraran con todas las actividades de los niveles administrativos.

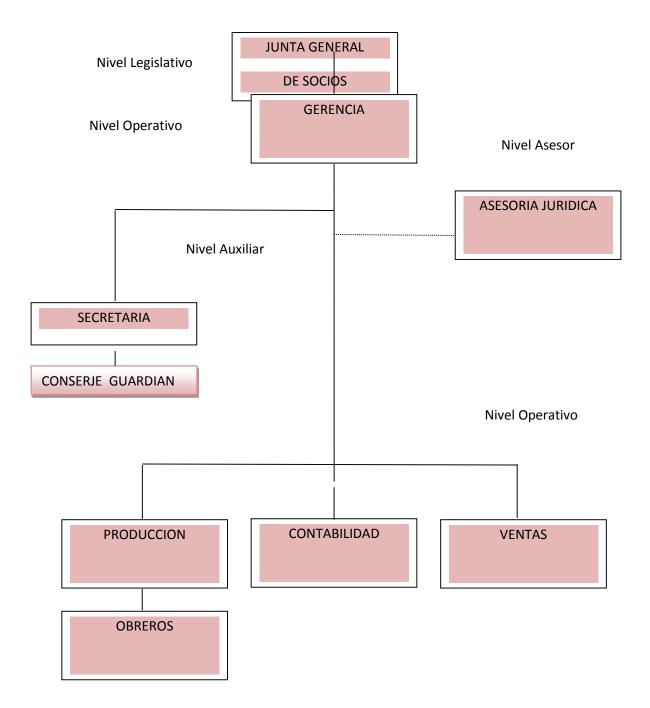
#### Nivel operativo

El más importante dentro de la empresa, puesto que será el encargado de ejecutar las disposiciones emanadas del nivele ejecutivo, además de realizar las actividades inherentes a la producción y comercialización del producto

#### Organigramas

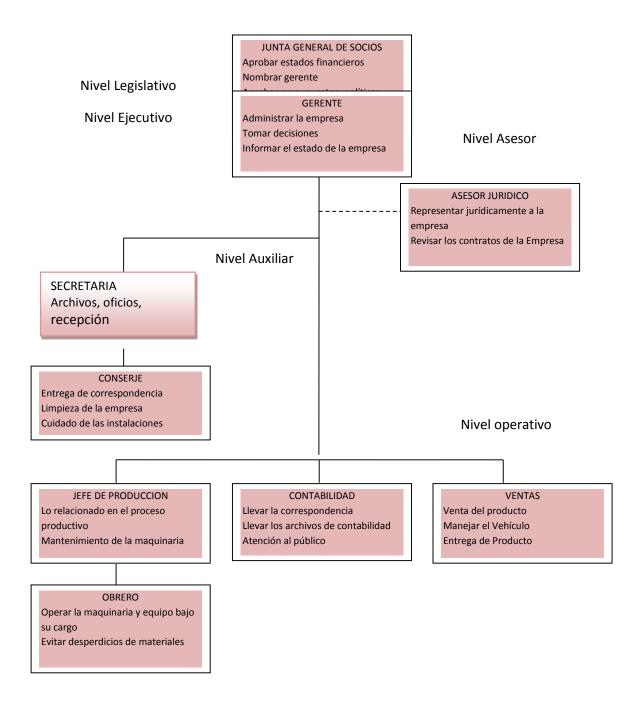
Es el esquema de organización o entidad de una empresa o de una tarea, nos especifica quienes son los directivos de la empresa, desde el presidente hasta el jefe de departamentos, especificando las funciones de caso u

# Organigrama Estructural de la Empresa "JD CIA.LTDA"



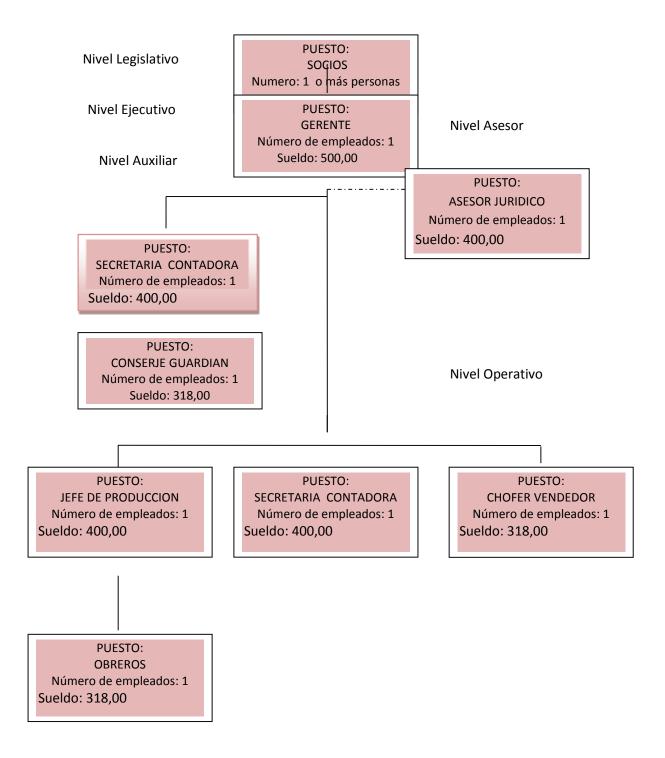
Fuente: g. Discusión

# Organigrama Funcional de la Empresa "JD CIA.LTDA"



Fuente: La Autora

## Organigrama de Posición de la Empresa "JD CIA.LTDA"



Fuente: La Autora

### **MANUAL DE FUNCIONES**

El manual de funciones es una fuente de información en la que todos los cargos de la empresa encontraran la descripción clara de las diferentes tareas o actividades que deben desarrollar.

Título de puesto:

## **JUNTA GENERAL DE SOCIOS**

Naturaleza de trabajo

Establecer la legislación y normativa que regirá y beneficiara la empresa.

Funciones típica

Discutir y aprobar los medios de mayor trascendencia en la vida de la empres

Tomar decisiones acerca del aumento del capital

Deliberar y aprobara los montos de los dividendos o porcentajes de utilidades que corresponden a cada socio

Normar los procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas y resoluciones.

Características de clase

Legislar y vigilar las políticas que seguirá la empresa.

Requisitos mínimos

Pertenecer a la empresa en calidad de socio activo.

Título de Puesto

**GERENTE** 

Naturaleza de trabajo

Planificación, organización, ejecución y control de las actividades generales de la empresa.

Funciones típica

Representar legal, judicial y extrajudicialmente a la empresa

Analizar los informe remitidos por los departamentos de producción y la contadora

Cumplir con las disposiciones emanadas de la asamblea de socios de la empresa, así como de los organismos asesores

163

Preparar conjuntamente con el área contable los presupuestos para el

ejercicio de cada periodo económico

Convocar y asistir a las asambleas de los socios

Ejecutar planes de ventas del producto.

Características de clase

Supervisar y controlar las actividades del personal bajo su mando asi

como las actividades de la empresa, utilizando su criterio profesional para

la solución de los problemas inherentes a su cargo.

Requisitos mínimos

Título de ingeniero comercial

Experiencia de dos años en puestos similares.

Título de Puesto

ASESOR JURÍDICO

Naturaleza de trabajo

Asesorar sobre los aspectos legales para el desarrollo de la empresa.

Funciones Típica

Revisar y analizar actividades relacionadas con los derechos, acciones de los socios, reglamentación, aplicación del manual de funciones y más.

Realizar cobros judiciales a personas por cuentas pendientes

Representar conjuntamente con el Gerente en temas relacionados, judicial y extrajudicialmente a la empresa.

Características de clase

Guiar a la empresa sobre aspectos legales basándose en lo que establece la ley y superintendencia de Compañías.

Requisitos mínimos

Titulo doctor en jurisprudencia o abogado

Relaciones interpersonales

Pertenecer al colegio de abogados.

Título de Puesto

#### CONSERJE

Naturaleza de trabajo

Encargado de los tramites de administración, limpieza y vigilancia de oficinas de la empresa

Funciones Típica

Mantener limpia el área física de la empresa

Mantener vigilante y a expectativa de los servicios básicos

Estar vigilando permanentemente la empresa

Controlar el ingreso y salida de personas de la empresa

Garantizar la protección de las personas y de los bienes de la empresas

Características de Clase

Se caracteriza por tener autoridad funcional más no de mando y que cumple las funciones encomendadas a él.

Requisitos Mínimos

Título de bachiller

Haber cumplido el servicio militar

Experiencia mínima de dos años

Cursos de preparación física y defensa personal

Curso de relaciones humanas.

Título de Puesto

### JEFE DE PRODUCCIÓN

Naturaleza de trabajo

Organizar labores de producción y mantenimiento de la maquinaria para el personal de obreros en el departamento a su cargo

Funciones Típicas

Cumplir con las disposiciones emanadas por los superiores

Recepción de la materia prima e insumos

Control de inventarios

Controlar la ejecución de las tareas en cada uno de los miembros subalternos

Realizar el control de calidad de los productos elaborados

Mantener información correcta y oportuna de materia prima, para evitar desabastecimiento

Características de Clase

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

Establecer buenas relacione con el personal de la empresa y público en general

Requisitos Mínimos
Titulo doctor o técnico en química farmacéutica
Conocimientos en el manejo de programas informáticos
Experiencia mínima de dos años
Título del Puesto
OBRERO
Naturaleza del trabajo
Manipular con diligencia y cuidado la maquinaria para el procesamiento
de la materia prima
Funciones típica
Cumplir con las disposiciones emanadas por los superiores
Medir la cantidad de materia prima a procesar
Vigilar el proceso productivo
Operar la maquinaria y equipo bajo su cargo
Evitar el desperdicio de materiales

Características de clase

168

Responsabilidad económica y técnica de sus labores por las

características del trabajo se requiere habilidad y destrezas

Requisitos mínimos

Título de bachiller

Cursos de relaciones humanas

Título de puesto

CONTADORA

Naturaleza de Trabajo

Registrar las actividades mercantiles de la fábrica, elaborar operaciones

contables, realizar el análisis financiero, además realizar labores propias

de la secretaria y brindar asistencia directa a las autoridades y público en

general.

Funciones Típicas

Llevar y custodiar los libros contables de la empresa

Determinar el control previo de los gastos

Llevar correcta y profesionalmente la contabilidad de la empresa

Elaborar con el gerente los presupuestos y flujos de caja

Elaborar roles de pago

Realizar pagos al SRI Manejo de correspondencia Atención al público y proporcionarle información Manejar datos e información confidencial de la empresa Enviar y recibir correspondencia de la empresa Características de Clase El puesto requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de sus funciones Establecer buenas relaciones con el personal de la empresa y público en general Requisitos Mínimos Título de licenciada en Contabilidad y Auditoría, Contador Público Auditor Ser afiliado al Colegio de Contadores Experiencia de dos años en puestos similares Título de puesto Chofer Vendedor

Naturaleza de trabajo
Planificar estrategias de distribución y comercialización del producto
Funciones típica
Responsables de las ventas
Entregar los productos en los lugares convenidos
Planificar programas, políticas y estrategias de comercialización
Responsabilizarse de la mercadería que le sea asignada
Cumplir las disposiciones emanadas por los superiores
Cuidar del Vehículo
Características de clase
Requiere de conocimiento de comercialización, distribución y venta de
producto
Conducir con responsabilidad el vehículo de la empresa
Requisitos mínimos
Título licencia de conducir vigente de chofer profesional

Tener conocimientos de ventas

Experiencia mínima de un año

Cursos de capacitación en el área de ventas

Cursos de relaciones humanas

#### **ESTUDIO FINANCIERO**

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

#### **INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO**

La información que proveen los estudios de mercado, técnico, y organizacional para definir la cuantía de las inversiones de un proyecto debe sistematizarse para ser incorporada en la proyección del flujo de caja.

Las inversiones previas a la puesta en marcha del proyecto pueden ser de tres tipos: activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo.

172

Las inversiones del proyecto pueden clasificarse en función de los

factores que queramos considerar. Las más habituales son:

Físicas (Proyectos)

Expansión (aumento de demanda)

Innovación (nuevos productos)

Reemplazo (en bienes productivos)

Estratégicas (posición futura de la empresa)

Financieras (Derechos y Obligaciones)

**ACTIVOS FIJOS** 

Los activos fijos son aquellos que no varían durante el ciclo de

explotación de la empresa o el año fiscal. Los activos fijos son poco

líquidos, dado que se tardaría mucho en venderlos para conseguir dinero.

Los activos fijos, si bien son duraderos, no siempre son eternos. Por ello,

la contabilidad obliga a depreciar los bienes a medida que transcurre su

vida normal, debido a que éstos lo hacen de forma natural por el paso del

tiempo, por su uso, por el desgaste propio del tiempo que se use ése

activo, cabe mencionar que los activos son los derechos de la empresa.

Estos bienes son: terrenos, Edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas, y otros.

Maquinaria y Equipo

Corresponde a los valores que son necesarios para dotar a la planta de tecnología necesaria para efectuar el proceso de producción, estos valores se detallan en el siguiente cuadro:

Cuadro N.-35

Presupuesto de Maquinaria

		Precio	Precio
Cantidad	Descripción	Unitario	Total
2	Peladoras de maní	120,00	240,00
2	Tostadoras de maní	530,00	1060,00
2	Cocinas Industriales	220,00	440,00
4	Ollas de acero	40,00	160,00
2	cilindros industriales	120,00	240,00
2	Molinos industriales	275,00	550,00
Total			2690,00

Fuente: Ochoa Hnos.

Elaborado por: La Autora

Herramientas

Corresponde a los valores que son necesarios para dotar a la planta de los complementos para la tecnología a fin de realizar adecuadamente el proceso de producción, estos valores se detallan en el siguiente cuadro:

Cuadro N.-36

Presupuesto de Herramientas

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
2	Balanzas	50,00	100,00
4	Cuchillos de acero	5,00	20,00
4	Moldes	40,00	160,00
6	Cucharas medianas de Acero Inoxidable	3,00	18,00
4	Cucharas grandes de palo	2,00	8,00
6	Mandiles-limpiones	1,00	6,00
Total		1	312,00

Fuente: Almacenes de la Ciudad de Loja

Elaborado por: La Autora

Muebles y Enseres

Comprenden todos los bienes que son necesarios para la adecuación de las oficinas y demás lugares de trabajo, de acuerdo con la función para la que fueron diseñadas.

Cuadro N.- 37

## Presupuesto de Muebles y Enseres

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
2	Escritorios ejecutivos con silla giratoria	150,00	300,00
3	Mesas de trabajo	120,00	360,00
6	Sillas plásticas	6,00	36,00
2	Archivadores	50,00	100,00
3	Perchas metálicas	20,00	60,00
Total			856,00

Fuente: Almacenes de la Ciudad de Loja

Elaborado: La Autora

Equipo de Oficina

Constituyen los valores correspondientes al equipo técnico que hará posible que las funciones administrativas se cumplan eficientemente estos son:

Cuadro N.-38

## Presupuesto de Equipo de Oficina

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
1	Computador	550,00	550,00
1	Impresora	60,00	60,00
1	Teléfono	35,00	35,00
1	Calculadora	12,00	12,00
Total			657,00

Fuente: Latina Import

176

Elaborado por: La Autora

Vehículo

Para efectuar las labores de recolección de materia prima o del producto

ya terminado se necesita contar con un vehículo. En este proyecto

compraremos una camioneta de segunda mano TOYOTA STOUT modelo

2002, propia para carga.

Cuadro N.-39

Presupuesto de Vehículo

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
	Camioneta Toyota Stop modelo 2002	12.000,00	12.000,00

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N.-40

Depreciaciones

	Valor del	%	Valor		Depreciación
Descripción	Bien	Depreciación	Residual	Vida Útil	Anual
Maquinaria y Equipo	2690,00	10,00%	269,00	10	242,10
herramientas	312,00	33,33%	103,99	3	69,34
Muebles y Enseres	856,00	10,00%	85,60	10	77,04
Equipo de Oficina	657,00	20,00%	131,40	5	105,12
Vehículo	12.000,00	20,00%	2400,00	5	1920,00
TOTAL			2989,99		2413,60

Cuadro N.-41

#### Resumen de los Activos Fijos

Descripción	Valor
Maquinaria y Equipo	2690,00
Herramientas	312,00
Muebles y Enseres	856,00
Equipo de Oficina	657,00
Vehículo	12000,00
TOTAL	16515,00

Elaborado por: La Autora

#### **ACTIVOS DIFERIDOS**

Además de los activos fijos tangibles que ya mencionamos, es necesario considerar también los activos intangibles conocidos como activos diferidos, entre ellos detallamos a continuación.

Estudios Preliminares. Constituye el costo por la realización de los estudios de iniciación del proyecto, tomando en cuenta el riesgo que conllevara la inversión del mismo.

Gastos Organizativos. Son aquellos gastos que incurren de actividades administrativas.

178

Patentes de Funcionamiento. Para que la empresa pueda operar

libremente y cumplir con todas las regulaciones legales establecidas se

hace necesario ejecutar ciertas actividades tales como; patente municipal,

permiso de dirección de salud, registro sanitario, entre otros.

Cuadro N.-42

Presupuesto de Activos Diferidos

Cantidad	Descripción	Costo Total
1	Estudios preliminares	300,00
1	Gastos organizativos	400,00
1	Patentes de funcionamiento	250,00
Total	•	950.00

Fuente: Asesores Legales

Elaborado por: La Autora

Amortización de Activos Diferidos.- Para establecer el valor de la

amortización de activos diferidos de cada año, se procede a dividir el valor

total del activo diferido que es de \$980.00 para los 5 años de vida útil del

proyecto, obteniendo como resultado de la amortización la cantidad de

\$980.00

Amortización Activos Diferidos=

valor total de activo diferido

valor total de activo diferido vida util del proyecto

Amortización Activos Diferidos= 950/5 = 190

#### **ACTIVOS CIRCULANTES**

Son los que deben realizarse al iniciar el funcionamiento de las instalaciones, o de inicio de las operaciones hasta que alcancen un funcionamiento adecuado durante un ciclo productivo para una capacidad y tamaño determinado.

En nuestro proyecto el capital de operación corresponderá a la adquisición de materia prima y materiales directos, mano de obra directa, gastos de administración y ventas, gastos de fabricación e imprevistos, gastos financieros y amortizaciones.

Para este proyecto se establecerá el capital de operación para un mes, puesto que luego de haber transcurrido este período se empezará a generar ingresos por ventas.

Materia Prima Directa.- Son todos los materiales que intervienen directamente en la transformación del producto y que son visibles en este.

La materia prima que requiere nuestra empresa es el maní y la panela, a los mismos se lo adquiere en el Cantón Chaguarpamba. Es importante recalcar que se necesita una panela (de una libra) y una de maní para

producir 2 libras de bocadillo.

Las libras a producirse se determinaron mediante capacidad utilizada

dando como resultado para el primero año las 95040 libras de bocadillo

que se producirán el primer año 47520 libras de maní y 47520 panelas

(de 1 libra), para el tercer año se producirá 100320 hasta llegar al quinto

año con una producción 100.320 de libras de bocadillo. Así como se

Cuadro N.-43

Presupuesto de Materia Prima Directa Año uno

Descripción	Cantidad	Precio	Total
Maní (libras)	47520	0,40	19008,00
Panela (1 libra)	47520	0,20	9504,00
Total para producir 95.040 libras de bocadillo			28512,00

indica en el siguiente cuadro:

Fuente: Tiendas de la localidad

Cuadro N.-44

Proyección de Materia Prima Directa Año uno

Año	Cantidad
1	28512,00
2	29698,10
3	30933,54
4	32220,38
5	33560,74

Fuente: Tasa de Inflación 4,16% del 2012

Elaborado por: La Autora

Mano de Obra Directa.- Se toma en cuenta con tres obreros que trabajaran en la empresa, realizara cuatro producciones diarias de 90 libras lo que dará un total de 360 libras diarias que al año serán 95040 libras de bocadillo.

Rol de Pago Mano de Obra directa

Cuadro N.- 45

Concepto	Descripción del Cargo
	Obrero
Sueldo	318,00
Décimo tercero 1/12	26,50
Décimo cuarto SBU/12	26,50
Aporte Patronal 12,15%	38,64
Vacaciones 1/24	13,25
M.O.D. mensual	422,89
Nro. de obreros	3
Total M.O.D. mensual	1268,66
Total M.O.D. anual	15223,93

Cuadro N.-46

Proyección del Rol de Pago Mano de Obra directa

Año	Cantidad
1	15223,93
2	15857,25
3	16516,91
4	17204,01
5	17919,70

Fuente: Tasa de Inflación 4,16% del 2012

Elaborado por: La Autora

Carga Fabril.- Se considera dentro de la carga fabril los rubros correspondientes a materiales indirectos (cajas y etiquetas), suministros de producción, subsistencias, gas, mantenimiento de vehículo y maquinaria.

Materiales Indirectos.- Son aquellos materiales que no pueden ser cargados directamente a una determinada unidad de producción.

Los materiales indirectos son las cajas de cartón que vendrán con material adhesivo y las etiquetas del producto.

Cuadro N.-47

Presupuesto de Materiales Indirectos

<b>D</b>	Cantidad	Unidad Medida	Valor	Valor Total
Descripción	Anual		Unitario	Anual
Cajas de cartón*50 libras	1.902	Unidad	0,50	951,00
Etiquetas	95.040	Unidad	0,01	950,40
Total				1.901,40

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N.- 48

Proyección materiales indirectos

Año	Cantidad
1	1901,40
2	1980,50
3	2062,89
4	2148,70
5	2238,09

Fuente: Tasa de Inflación 4,16% del 2012

Cuadro N.-49

## Presupuesto de Arriendo

Cantidad	Descripción	Precio Mensual	Precio Anual
12	Arriendo de Local	100,00	1.200,00

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N.- 50

# Proyección de Arriendo

Año	Cantidad
1	1200,00
2	1249,92
3	1301,92
4	1356,08
5	1412,49

Fuente: Tasa de Inflación 4,16% del 2012

Cuadro N.-51

## Presupuesto de Gas

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Gas	20	20,00	400,00	4800,00

Fuente: LOJAGAS

Elaborado por: La Autora

Cuadro N.- 52

Proyección consumo de gas

Año	Cantidad
1	4800,00
2	4999,68
3	5207,67
4	5424,31
5	5649,96

Fuente: Tasa de Inflación 4,16% del 2012

Cuadro N.-53

## Presupuesto de Mantenimiento de Maquinaria

Cantidad	Descripción	Valor Anual
1	Mantenimiento de maquinaria	134,50
Total		134,50

Fuente: Técnicos de la localidad

Elaborado por: La Autora

Cuadro N.- 54

Proyección de Mantenimiento de Maquinaria

Año	Cantidad
1	134,50
2	140,10
3	145,92
4	151,99
5	158,32

Fuente: Tasa de Inflación 4,16% del 2012

Cuadro N.-55

Presupuesto de Mantenimiento de Vehículo

Cantidad	Descripción	Unitario	Valor Mensual	Anual
(gls)				
15	Gasolina Extra	1,50	90,00	1080,00
	Aceite Havoline 40,		30,00	360,00
1	filtros y engrasada			
4	Llantas	60,00		240,00
Total	1	1	120,00	1680,00

Fuente: Lubricadora Vargas e Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N.-56

Proyección de Mantenimiento de Vehículo

Año	Cantidad
1	1680,00
2	1749,89
3	1822,68
4	1898,51
5	1977,48

Fuente: Tasa de Inflación 4,16% del 2012

Servicios Básicos:

Agua potable. Esta información se la obtuvo en el ilustre Municipio de

Chaguarpamba, la misma que es de \$1.00 por m<sup>3</sup>. La empresa consumirá

un promedio de 24 m<sup>3</sup> mensuales dando un total de \$24.00 al mes y

anualmente \$288.00.

Cuadro N.-57

Presupuesto de Consumo de Agua Potable

Cantidad (m)	Descripción	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
24	Consumo de	1,00	24,00	288,00
	Agua			

Fuente: Municipio de Chaguarpamba

requerida para las oficinas y producción de la empresa.

Elaborado por: La Autora

Energía eléctrica. Se calcula sobre la base de los gastos de iluminación

El precio es de \$0.04 por cada kilovatio según la Empresa Eléctrica

Regional del Sur (Agencia Chaguarpamba); se estima un promedio de

consumo de 1400 kW/h, esto representa un costo mensual de \$56.00 y

anual de \$672.00

Cuadro N.-58

Presupuesto de Energía Eléctrica

Cantidad (kw/h)	Descripción	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
1400	Consumo de	0,04	56,00	672,00
	Energía Eléctrica			

Fuente: EERSSA (Agencia Chaguarpamba)

Elaborado por: La Autora

Servicio Telefónico. Se lo calcula en base de la ejecución de las actividades administrativas y comerciales de la empresa.

Se ha estimado un consumo mensual aproximado de 150 minutos con un costo de \$0.10 el minuto, ello arroja un valor de 15.00; para la ejecución de las actividades administrativas y comerciales de la empresa, cuyo valor asciende a \$180.00.

Cuadro N.-59

Presupuesto de Servicio Telefónico

Cantidad (min)	Descripción	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
150	Consumo Telefónico	0,10	15,00	180,00

Fuente: CNT Loja

Cuadro N.-60

#### Total de Servicios Básicos

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Consumo de Agua	24,00	288,00
Consumo de Energía Eléctrica	56,00	672,00
Consumo Telefónico	15,00	180,00
Total		1140,00

Elaborado por: La Autora

Cuadro N.-61

## Proyección de Servicios Básicos

Año	Cantidad
1	1140,00
2	1187,42
3	1236,82
4	1288,27
5	1341,86

Fuente: Tasa de Inflación 4,16% del 2012

Elaborado por: La Autora

Útiles de oficina. Se estima que para material de oficina, correspondan los siguientes elementos como papel Boom, facturas, entre otros.

Cuadro N.-62

# Presupuesto de Útiles de Oficina

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Anual
1	Resma de papel boom	3,00	3,00
1	Tinta negra para impresora	12,00	12,00
1	Cuaderno	3,00	3,00
4	Block de facturas	7,00	28,00
6	Esferos	0,25	1,50
Total			47,50

Fuente: La Reforma

Elaborado por: La Autora

Cuadro N.-63

# Proyección de Útiles de Oficina

Año	Cantidad
1	47,50
2	49,48
3	51,53
4	53,68
5	55,91

Fuente: Tasa de Inflación 4,16% del 2012

Útiles de Aseo. Se estima que para material de oficina, correspondan los siguientes elementos:

Cuadro N.-64

Presupuesto de Útiles de Aseo

	T =	1	F
Cantidad	Descripción	Valor	Valor
		Unitario	Anual
3	Escobas	1,25	3,75
		,,_0	5,1 5
2	Recogedores	1,50	3,00
-	1.10009040.00	1,00	0,00
6	Cestos para	5,00	30,00
	para	0,00	00,00
	boouro		
	basura		
	Tueses de use	2.50	F 00
2	Trapeadores	2,50	5,00
		0 ==	
2	Desinfectantes 2 lt.	2,75	5,50
Total			47,25

Fuente: La Reforma

Proyección de Útiles de Aseo

Cuadro N.-65

Año	Cantidad
1	47,25
2	49,22
3	51,26
4	53,40
5	55,62

Fuente: Tasa de Inflación 4,16% del 2012

Elaborado por: La Autora

Sueldos de Administración.- Se refiere a los sueldos para el personal que trabajará en la parte administrativa, los mismos que se ubican en los puestos que se indican:

Cuadro N.-66

Presupuesto de Suministros de Producción

Cantidad	Descripción	P. Unitario	Valor mensual	Valor Anual
3	Delantales	5	15	60
3	Gorros	3	9	36
3	Guantes	1	3	12
Total			27	108

Fuente: Locales Comerciales de la Localidad

Cuadro N.-67

Proyección de Suministros de Producción

Años	Valor
1	108,00
2	112,49
3	117,17
4	122,05
5	127,12

Fuente: Tasa de Inflación 4,16% del 2012

Elaborado por: La Autora

Cuadro N.-68

# Presupuesto de Sueldos Administrativos

Rubros	Gerente	Contadora	Vendedor	Conserje
Básico Unificado	500,00	400,00	318,00	318,00
Décimo Tercero 1/12	41,67	33,33	26,50	26,50
Décimo Cuarto 1/24	26,50	26,50	26,50	26,50
Vacaciones 1/24	20,83	16,67	13,25	13,25
Aporte Patronal 12,15%	60,75	48,60	38,64	38,64
Total	649,75	525,10	422,89	422,89
Número de Empleados	1	1	1	1
Total Mensual	649,75	525,10	422,89	422,89
Total Anual	7797,00	6301,20	5074,64	5074,64
Total de Sueldos Ad.	24247,49	, 	•	

Fuente: Registro Oficial N.-564

Cuadro N.-69

Proyección de Sueldos Administrativos

Años	Valor
1	24247,49
2	25256,18
3	26306,84
4	27401,21
5	28541,10

Fuente: Tasa de Inflación 4,16% del 2012

Elaborado por: La Autora

Publicidad y Propaganda.- Se basa en las cuñas publicitarias que se realizarán en la radio y las hojas volantes por medio de las cuales se dará a conocer el producto.

Cuadro N.-70

Presupuesto de Publicidad y Propaganda

Cantidad Descripción	Descrinción	Valor		
	Decomposion	Unitario	Mensual	Anual
84	Cuñas publicitarias	1,00	84,00	1008,00
1200	Hojas Volantes			12,00
Total			1020,00	

Fuente: Radio Centinela del Sur e Imprenta Gráficas Santiago

Cuadro N.-71

## Proyección de Publicidad y Propaganda

Años	Valor
1	1020,00
2	1062,43
3	1106,63
4	1152,66
5	1200,62

Fuente: Tasa de Inflación 4,16% del 2012

Elaborado por: La Autora

#### RESUMEN DE ACTIVOS CIRCULANTES

Cuadro N.-72

# Resumen de Activos Fijos

Descripción	Valor Mensual	Valor Total
Materia Prima Directa	2376,00	28512,00
Mano de Obra Directa	1268,66	15223,93
Materia Prima Indirecta	158,45	1901,40
Arriendo	100,00	1200,00
Gas	400,00	4800,00
Mantenimiento de Maquinaria	11,21	134,50
Mantenimiento de Vehículo	140,00	1680,00
Servicios Básicos	95,00	1140,00
Útiles de Oficina	3,96	47,50
Útiles de Aseo	3,94	47,25
Suministro de Producción	9,00	108,00
Sueldo Administrativo	2020,62	24247,49
Publicidad y Propaganda	85,00	1020,00
Total	6671,84	80062,07

Cuadro N.-73

#### RESUMEN DE INVERSIÓN

Descripción	Valor
Activo Fijo	16515,00
Activo Diferido	950,00
Activo Circulante	6671,84
Total	24136,84

Elaborado por: La Autora

#### 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 o capital inicial. Por lo general, se toman estos recursos en financiamiento con el propósito de completar el capital semilla e iniciar la unidad productiva. Los recursos de financiamiento se obtienen siempre a crédito y son siempre reembolsables.

Para financiar el monto de la inversión se estima conveniente acceder a un crédito de \$8000,00 en el Banco de Loja con un plazo de 5 años y una tasa del 12% con pagos semestrales.

Cuadro N.- 74

Financiamiento de la Inversión

Financiamiento	Porcentaje	Valor
Fuente externa	33,14	8000,00
Fuente interna	66,86	16136,84
TOTAL	100,00	24136,84

Elaborado por: La Autora

#### Amortización

Permite establecer los momentos y el monto de los desembolsos para el pago de la obligación, de acuerdo con las condiciones establecidas en su contratación, las condiciones que se presentan son las siguientes: Monto del crédito, tasa de interés, plazo.

La amortización, pagos parciales o cuotas son formas de cancelación o pago de los créditos. Los créditos a plazo fijo, generalmente, tienen una única amortización al vencimiento.

Los créditos en cuotas o amortizables son los que se pactan con pagos parciales, mensuales, en general en cuotas iguales.

Cuadro N.- 75

Amortización del Préstamo

CAPITAL: 8.000,00

INTERÉS: 12,00%

TIEMPO: 5 AÑOS

AÑO	SEMESTRA L	SALDO INICIAL	AMORTIZACIÓ N	INTERESE S	DIVIDENDO SEMESTRA L	DIVEND O ANUAL	SALDO FINAL
4	1	8.000,00	800,00	480,00	1.280,00	2.512.00	7.200,00
1	2	7.200,00	800,00	432,00	1.232,00	2.512,00	6.400,00
2	1	6.400,00	800,00	384,00	1.184,00	2.320,00	5.600,00
	2	5.600,00	800,00	336,00	1.136,00	2.320,00	4.800,00
3	1	4.800,00	800,00	288,00	1.088,00	2.128,00	4.000,00
3	2	4.000,00	800,00	240,00	1.040,00	2.120,00	3.200,00
4	1	3.200,00	800,00	192,00	992,00	1 026 00	2.400,00
4	2	2.400,00	800,00	144,00	944,00	1.936,00	1.600,00
E	1	1.600,00	800,00	96,00	896,00	1 744 00	800,00
5	2	800,00	800,00	48,00	848,00	1.744,00	0

Fuente: Banco de Loja

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS DE COSTOS

Los costos son todas las erogaciones o desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico, mientras que los ingresos son los que se dan por el volumen de producción y por las ventas. Ambos se desglosan para obtener los costos unitarios y el ingreso por ventas.

#### PRESUPUESTO PROFORMADO

Es un instrumento financiero para la toma de decisiones en el cual se estiman los costos en que se incurrirá en un periodo de tiempo determinado, sirve para planear y controlar.

Total Costo Primo.- Para presupuestar este rubro para el primer año, se suman los costos de materia prima directa y mano de obra directa.

Total Costos Generales de Fabricación.- Para establecer este valor sumamos la carga fabril, depreciación de maquinaria y herramientas.

Total de Gatos de Administración.- Para obtener el total de estos gastos se suman sueldos administrativos, arriendo, energía eléctrica, agua potable, teléfono, útiles de oficina, útiles de aseo, depreciación de muebles y enseres, depreciación de equipo de oficina y amortización del activo diferido.

Total de Gastos de Venta.- Se suman publicidad y propaganda, y depreciación de vehículo.

Total de Gastos Financieros.- Son los intereses por el préstamo.

Para calcular el costo total de producción.- Se suma el total de costo primo, total de costos generales de fabricación, total de gastos administrativos, gastos de venta y gastos financieros.

Cuadro N.-76 Presupuesto Proformado de Costos

riesupuesio rioioiillado de	CUSIUS				
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN	51996,77	54146,88	56386,43	58719,15	61148,91
COSTOS PRIMOS					
Materia Prima Directa	28512,00	29698,10	30933,54	32220,38	33560,74
Mano de obra Directa	15223,93	15857,25	16516,91	17204,01	17919,70
Total Costo Primo	43735,93	45555,35	47450,45	49424,39	51480,44
GASTOS INDIRECTOS DE					
FABR.	1001 10	1000 50	2062.00	2140.70	2220 00
Materia Prima Indirecta	1901,40	1980,50	2062,89	2148,70	2238,09
Servicios Básicos	1140,00	1187,42	1236,82	1288,27	1341,86
Depreciación de Maquinaria	242,10	242,10	242,10	242,10	242,10
Depreciación de Herramientas	69,34	69,34	69,34	69,34	69,34
Suministros de Producción	108,00	112,49	117,17	122,05	127,12
Gas	4800,00	4999,68	5207,67	5424,31	5649,96
Total de gastos ind. de fabr.	8260,84	8591,53	8935,98	9294,76	9668,47
COSTOS DE OPERACIÓN	31580,90	32569,37	33606,95	34695,68	35837,69
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos administrativos		25256,18			28541,10
Dep. Equipo de oficina	105,12	105,12	105,12	105,12	105,12
Dep. Muebles y Enseres	77,04	77,04	77,04	77,04	77,04
Arriendo	1200,00	1249,92	1301,92	1356,08	1412,49
Útiles de oficina	47,50	49,48	51,53	53,68	55,91
Útiles de aseo	47,25	49,22	51,26	53,40	55,62
Mantenimiento de maquinaria	134,50	140,10	145,92	151,99	158,32
Total de Gastos Administrativos	25858,90	26927,05	28039,64	29198,51	30405,59
GASTO DE VENTAS					
Publicidad	1020,00	1062,43	1106,63	1152,66	1200,62
Mantenimiento de Vehículo	1680,00	1749,89	1822,68	1898,51	1977,48
Dep. de Vehículo	1920,00	1920,00	1920,00	1920,00	1920,00
Total Gasto de Ventas	4620,00	4732,32	4849,31	4971,17	5098,10
GASTOS FINANCIEROS					
Amort. Activos Diferidos	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00
interés del préstamo	912,00	720,00	528,00	336,00	144,00
Total Gastos Financieros	1102,00	910,00	718,00	526,00	334,00
TOTAL DE COSTOS	83577,67	86716,25	89993,38	93414,83	96986,60
Elaborado por: La Autora					

Costo Unitario de Producción

Para obtener el costo unitario de producción se establece la relación entre el costo total y el número de unidades producidas anualmente.

Costo Unitario producción = 
$$\frac{Costo\ Total\ producción}{N^0\ de\ Unidades\ producidas}$$

Costo Unitario producción = 
$$\frac{83577,67}{95040}$$

Costo Unitario producción = 0,88

Determinación del precio de venta al público

Para establecer el precio de venta al público se debe considerar el costo unitario de producción sobre el cual le agregamos un margen de utilidad de 25% para el primer año y se utiliza la siguiente formula, se adjunta cuadro para los años posteriores.

$$P.V.P = \frac{Costo\ Unitario}{1 - \frac{M\ arg\ en\ de\ Utilidad}{100}}$$

$$P.V.P = \frac{0.88}{1 - \frac{25}{100}} = \$1.10$$

Cuadro N.- 77

Determinación del Precio de Venta al Público

Costos	Producción	Costo	Margen de	Precio
Totales	Anual	Unitario	Utilidad	Venta
83577,67	95040	0,88	25%	1,10
86716,25	95040	0,91	30%	1,19
89993,38	100320	0,90	35%	1,21
93414,83	100320	0,93	40%	1,30
96986,60	100320	0,97	45%	1,40

Elaborado por: La Autora

#### Presupuesto de ingresos

Los ingresos que se generan en el proyecto quedan definidos por el volumen de producción y por su precio de venta al intermediario.

Cuando los ingresos provienen de la venta de los bienes producidos por la empresa, esos constituyen los ingresos operacionales de la organización.

Los ingresos no operacionales son aquellos que pueden ocasionarse por situaciones ajenas a la actividad operativa de la empresa, como es el caso de los intereses por inversiones financieras.

Para determinar los ingresos por ventas se multiplica el Precio de Venta por el número de unidades producidas.

Cuadro N.- 78

## Ingreso por Ventas

Años	Precio de Venta	Número de Unidades Producidas	Ingreso por Ventas
1	1,10	95040	104472,08
2	1,19	95040	112731,12
3	1,21	100320	121491,07
4	1,30	100320	130780,77
5	1,40	100320	140630,57

Fuente: Cuadros N.-83

206

Elaborado por: La Autora

Estado de Pérdidas y Ganancias

Este indicador económico presenta en forma resumida el comportamiento

de los ingresos y costos durante la vida útil del proyecto, además nos

permite conocer y determinar la rentabilidad después de haber realizado

las operaciones, las cuales nos permiten determinar en forma clara la

utilidad del proyecto.

El estado de pérdidas y ganancias comprende:

Los ingresos por ventas, menos el costo de producción nos da como

resultado la utilidad en ventas.

A esto se le resta los gastos de operación dando como resultado la

utilidad en operaciones

A esto le restamos el 15% de utilidad a trabajadores, nos da como

resultado la utilidad antes de impuestos a la renta

Y por último le restamos el 25% del impuesto a la renta y nos da como

resultado la Utilidad Neta.

Cuadro N.- 79

Estado de Pérdidas y Ganancias

PERIODOS	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	104.472,08	112.731,12	121.491,07	130.780,77	140.630,57
- Costo Total	83577,67	86716,25	89993,38	93414,83	96986,60
Utilidad Bruta Ventas	20894,41	26014,87	31497,69	37365,94	43643,97
- 15% Utilidad de Trabajadores	3134,16	3902,23	4724,65	5604,89	6546,60
= Utilidad Ante Impuestos a la Renta	17760,25	22112,64	26773,04	31761,05	37097,37
- 25% Impuesto a la renta	4440,06	5528,16	6693,26	7940,26	9274,34
UTILIDAD LIQUIDA	13320,19	16584,48	20079,78	23820,79	27823,03

Elaborado por: La Autora

#### Clasificación de los costos

Los costos se distribuyen en costos fijos y costos variables, de conformidad a la relación con la capacidad productiva de la empresa.

## Costos fijos

Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción.

#### Costos variables

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

Cuadro N.-80

# Clasificación de Costos

DETAILE	1,5,0,4		4 Ñ O E	
DETALLE			AÑO 5	
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	C.F	C.V	C.F	C.V
COSTOS PRIMOS				
Materia Prima Directa		28512,00		33560,74
Mano de obra Directa	15223,93		17919,70	
Gastos Indirectos de Fabricación				
Materia Prima Indirecta		1901,40		2238,09
Servicios Básicos		1140,00		1341,86
Depreciación de Maquinaria	242,10		242,10	
Depreciación de Herramientas	69,34		69,34	
Suministros de Producción		108,00		127,12
Gas		4800,00		5649,96
COSTOS DE OPERACIÓN				
GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Sueldos administrativos	24247,49		28541,10	
Dep. Equipo de oficina	105,12		105,12	
Dep. Muebles y Enseres	77,04		77,04	
Arriendo	1200,00		1412,49	
Útiles de oficina		47,50		55,91
Útiles de aseo		47,25		55,62
Mantenimiento de maquinaria		134,50		158,32
GASTO DE VENTAS				
Publicidad	1020,00		1200,62	
Mantenimiento de Vehículo		1680,00		1977,48
Dep. de Vehículo	1920,00		1920,00	
GASTOS FINANCIEROS				
Amort. Activos Diferidos	190,00		190,00	
interés del préstamo	912,00		144,00	
TOTAL DE COSTOS	45207,02	38370,65	51821,50	45165,11
COSTO TOTAL	83577,67		96986,60	

#### DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

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

Cálculo del Punto de Equilibrio para el año 1.

Método matemático

En función de las ventas

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

$$P.\,E = \frac{45207,02}{1 - \frac{38370,65}{104472.08}}$$

$$P.\,E=\frac{45207,02}{0,6327}$$

$$P.E = 71448,85$$

En función de la capacidad instalada

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

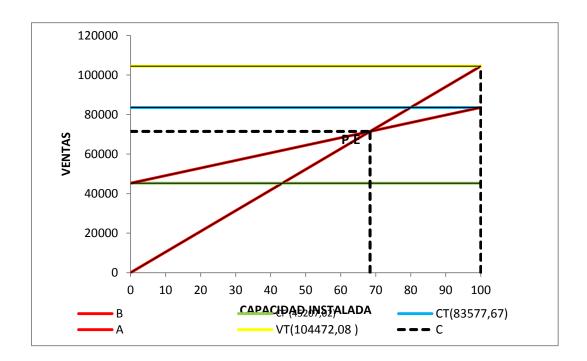
$$P.\,E = \frac{45207,02}{104472,08 - 38370,65} \times 100$$

$$P.E = \frac{45207,02}{66101,43} \times 100$$

$$P.\,E=0,6839\times100$$

$$P.E = 68,39\%$$

## Punto de Equilibrio para el Año 1



#### Análisis:

El siguiente gráfico nos indica que para el primer año la empresa debe vender \$71448,85 dólares de su servicio para llegar al punto de equilibrio con un 68,39% de capacidad instalada.

Cálculo del Punto de Equilibrio para el año 5.

Método matemático

En función de las ventas

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

$$P.\,E = \frac{51821,50}{1 - \frac{45165,11}{140630,57}}$$

$$P.\,E=\frac{51821,50}{0,6788}$$

$$P.E = 76338,47$$

En función de la capacidad instalada

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

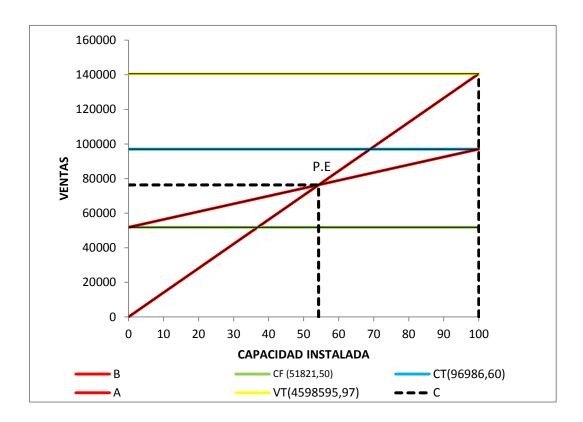
$$P.\,E = \frac{51821,50}{140630,57-45165,11} \times 100$$

$$P.E = \frac{51821,50}{95465,46} \times 100$$

$$P.E = 0,5428 \times 100$$

$$P.E = 54,28\%$$

# Punto de Equilibrio para el Año 5



## Análisis:

El siguiente gráfico nos indica que para el quinto año la empresa debe vender \$76338,47 dólares de su servicio para llegar al punto de equilibrio con un 52,28% de capacidad instalada.

#### **EVALUACIÓN FINANCIERA**

La evaluación financiera de un proyecto comprende cuantificar y determinar los costos que se podrán requerir y los beneficios que se obtendrán como rentabilidad en periodos determinados de actividades. Para evaluar la viabilidad de un proyecto de inversión los indicadores más utilizados por los expertos son: Valor actual neto, tasa interna de retorno, coeficiente beneficio costo, y período de recuperación. Estos indicadores de evaluación permiten dar una medida, más o menos ajustada, de la rentabilidad que podemos obtener con el proyecto de inversión, antes de ponerlo en marcha. También permiten compararlo con otros proyectos similares, y, en su caso, realizar los cambios que se consideren oportunos para hacerlo más rentable.

#### **FLUJO DE CAJA**

Permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de vida útil del proyecto, será elaborado a base de los ingresos, es decir, las ventas y el valor residual, así como también por los egresos compuestos por los costos y reparto de utilidades.

# Cuadro N.-81

# Flujo de Caja

Denominación	Periodo					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Ventas		104.472,08	112.731,12	121.491,07	130.780,77	140.630,57
crédito bancario	8000,00					
Capital Propio	16136,84					
Valor Residual					103,99	2886,00
Total Ingresos	24136,84	104.472,08	112.731,12	121.491,07	130.884,76	143.516,57
Egresos						
activo Fijo	16515,00					
Acto Diferido	950,00					
Activo Circulante	6671,84					
Valor Residual					312,00	
Presupuesto de						
Operación	24136,84	83577,67	86716,25	89993,38	93414,83	96986,60
Depreciación y						
amortización		2793,60	2793,60	2793,60	2793,60	2793,60
15% de Utilidad de		3134,16	3902,23	4724,65	5604,89	6546,60
Trabajo		4440.06	EE 20 16	6602.26	7040.06	0274.24
25% Impuesto a la Renta		4440,06	5528,16	6693,26	7940,26	9274,34
Amortización de		1600,00	1600,00	1600,00	1600,00	1600,00
Capital		1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00
Total de Egresos	24136,84	95545,49	100540,24	105804,89	111665,58	117201,14
Flujo de caja	0,00	8.926,59	12.190,88	15.686,18	19.219,18	26.315,43

Elaboración: La Autora

En la amortización del capital se toma en cuenta del crédito el capital.

## VALOR ACTUAL NETO

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

# Cuadro Nº 82

Años	Flujo Neto	Fact. Actual	Flujo descontado
0	-24.136,84		
1	8.926,59	0,892857	7.970,17
2	12.190,88	0,797194	9.718,49
3	15.686,18	0,711780	11.165,11
4	19.219,18	0,635518	12.214,13
5	26.315,43	0,567427	14.932,08
		Total	55.999,99
		Inversión	-24.136,84
		VAN	31.863,15

Elaborado por: La Autora

Para determinar el VAN se utiliza la siguiente fórmula:

VAN = Sumatoria VAN - Inversión inicial

VAN =55.999,99-24.136,84

VAN = 31.863,15

El valor actual neto en el presente proyecto es de 31.863,15; por lo tanto se acepta el proyecto.

#### TASA INTERNA DE RETORNO

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

Cuadro Nº 83

Años	Flujo Neto	Factor de descuento	Valor Actual	Factor de descuento	Valor Actual
		47,03%	Tm	48,03%	TM
0	-24.136,84		-24.136,84		-24.136,84
1	8.926,59	0,680133	6.071,27	0,675539	6.030,25
2	12.190,88	0,462581	5.639,27	0,456353	5.563,34
3	15.686,18	0,314617	4.935,14	0,308284	4.835,80
4	19.219,18	0,213981	4.112,55	0,208258	4.002,54
5	26.315,43	0,145536	3.829,84	0,140686	3.702,22
VAN Tm			451,23	VAN TM	-2,69

Elaborado por: La Autora

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

:

$$TIR = 48,02\%$$

La tasa interna de retorno en el presente proyecto es de 48,02% siendo este mayor al resto de oportunidad, por lo tanto es rentable.

## **RELACIÓN BENEFICIO-COSTO**

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

#### Cuadro Nº 84

Año	Ingresos Original	Costos Originales	Factor Actualización 12%	Ingresos Actualizados	Costos Actualizados
1	104472,08	83577,67	0,892857	93278,65	74622,92
2	112731,12	86716,25	0,797194	89868,56	69129,66
3	121491,07	89993,38	0,711780	86474,94	64055,51
4	130780,77	93414,83	0,635518	83113,54	59366,82
5	140630,57	96986,60	0,567427	79797,56	55032,80
	Total			432533,26	322207,71

Elaboración: La Autora

Para determinar la RBC se aplica la siguiente fórmula:

RBC= Ingresos actualizados

Costos actualizados

322207,71

RBC = 1,34

La relación beneficio-costo en el presente proyecto es, que por cada dólar que se invierte se obtendrá una rentabilidad de 0,34 centavos de dólar.

## PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

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

#### Cuadro Nº 85

AÑOS	INVERSIÓN INICIAL	FLUJO NETO	FLUJO ACUMULADO
Inversión	-24136,84		
1		8.926,59	8.926,59
2		12.190,88	21.117,47
3		15.686,18	36.803,64
4		19.219,18	56.022,82
5		26.315,43	82.338,25
TOTAL		82.338,25	

Elaboración: La Autora

#### Su fórmula es:

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

PRC = 2 + ((24136,84-36803,64)/115686,18)

PRC = 2 + (-0.81)

PRC = 1,19

1 año

0,19\*12 meses = 2,28

0,28\*30 = 8 días

Esto indica que el periodo de recuperación de la inversión inicial, será de 1 año, 2 meses, 8 días.

## **ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

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

Análisis de Sensibilidad con Aumento en los Costos de un 20,80%

Cuadro Nº 86

	Costo T. Original	Costo T. original	Ingreso Original	Actualizaci	Actualización					
Años		aumentado		Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual		
		20,80%			31,70%		32,70%			
0				- 24.136,84						
1	83577,67	100.961,83	104472,08	3.510,25	0,75930144	2.665,34	0,7535795	2.645,26		
2	86716,25	104.753,23	112731,12	7.977,89	0,57653868	4.599,56	0,5678821	4.530,50		
3	89993,38	108.712,00	121491,07	12.779,07	0,43776665	5.594,25	0,4279443	5.468,73		
4	93414,83	112.845,11	130780,77	17.935,66	0,33239685	5.961,76	0,3224900	5.784,07		
5	96986,60	117.159,81	140630,57	23.470,76	0,25238941	5.923,77	0,2430219	5.703,91		
					Total	24.744,68	Total	24.132,46		
					Inversión	- 24.136,84	Inversión	- 24.136,84		
					VAN Tm	607,84	VAN TM	-4,38		

Elaboración: La Autora

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

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

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

TIR DEL PROYECTO = 48,02%

**NUEVA TIR= 32,69** 

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

607,84

NUEVA TIR = 32,69%

**DIFERENCIA DE TIR:** 

Diferencia de Tir = Tir del Proyecto – Nueva Tir

Diferencia de Tir = 48,02-32,69=15,33%

# PORCENTAJE DE VARIACIÓN:

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

% Variación = (15,33% / 48,02%) \* 100

% Variación = 31,98%

SENSIBILIDAD:

Sensibilidad = % Variación / Nueva Tir

Sensibilidad = 31,98/ 32,69

Sensibilidad = 0,98

Análisis de Sensibilidad con Disminución en los Ingresos de un 17,98%

Cuadro Nº 87

	Ingreso Original	Ingreso original	Costo Original	Actualizaci	ón			
Años	<u> </u>			Flujo	Factor de	Valor	Factor de	Valor
AIIUS		disminuido		Neto	Actualización	Actual	Actualización	Actual
1		17,98%			31,70%	Tm	32,70%	TM
0				-				
U				24.136,84				
1	104472,08	85.688,00	83577,67	2.110,33	0,75930144	1.602,38	0,7535795	1.590,30
2	112731,12	92.462,06	86716,25	5.745,81	0,57653868	3.312,68	0,5678821	3.262,95
3	121491,07	99.646,98	89993,38	9.653,60	0,43776665	4.226,02	0,4279443	4.131,20
4	130780,77	107.266,39	93414,83	13.851,56	0,33239685	4.604,21	0,3224900	4.466,99
5	140630,57	140.630,57	96986,60	43.643,97	0,25238941	11.015,28	0,2430219	10.606,44
					Total	24.760,57	Total	24.057,88
						-		-
					Inversión	24.136,84	Inversión	24.136,84
					VAN	623,73	VAN	-78,96

Elaboración: La Autora

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

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

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

TIR DEL PROYECTO = 48,02

**NUEVA TIR= 32,59** 

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

623,73

NUEVA TIR = 32,59%

**DIFERENCIA DE TIR:** 

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR

Diferencia de TIR =48,02-32,59= 15,44%

PORCENTAJE DE VARIACIÓN:

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

% Variación = (15,44% / 48,02%) \* 100

% Variación = 32,14%

SENSIBILIDAD:

Sensibilidad = % Variación / Nueva Tir

Sensibilidad =32,14/ 32,59

Sensibilidad = 0,99

#### h. CONCLUSIONES

Al finalizar este proyecto hemos llegado a las siguientes conclusiones:

- Dentro del Estudio de Mercado se ha concluido que la demanda insatisfecha es igual a 1135932 libras de bocadillo.
- La planta producirá 99450 libras de bocadillo al año, lo que representa el 90% de la capacidad utilizada.
- El tamaño de la planta se estableció tomando en cuenta los resultados del análisis del balance entre oferta y demanda.
- Para implementar el proyecto se necesita una inversión de \$24136,84 dólares, de los cuales el 66,86% será el capital propio y el 33,14% el capital externo.

- Respecto a lo financiero se pudo determinar que el proyecto es rentable, en base a los resultados obtenidos con los indicadores de evaluación, los cuáles reflejan la viabilidad del proyecto.
- Según las proyecciones obtuvimos un VAN de \$31.863,15 lo que indica un valor positivo, por lo tanto la decisión de invertir en el proyecto es conveniente.
- La TIR es 48,02% lo cual está por arriba del costo de capital por lo que la inversión es rentable.
- La relación Beneficio- Costo es de \$1,34 lo que significa que por cada dólar invertido recuperaremos \$0,34 centavos de dólar.
- La inversión será recuperada en 1 año, 2 meses y 8 días.
- Al finalizar la investigación se pudo comprobar y aceptar la hipótesis planteada al inicio del proyecto: "Es factible instalar una empresa productora de bocadillos en el Cantón Chaguarpamba y

su Comercialización en la Ciudad de Loja, considerando la demanda, materia prima y mano de obra existentes, lo que asegura rendimientos económicos aceptables y una oportunidad para generar fuentes de trabajo."

#### i. RECOMENDACIONES

Al finalizar este proyecto planteamos las siguientes recomendaciones:

- ♣ Para que se mantenga la calidad del bocadillo se lo debe mantener en un lugar seco y ser consumido en un tiempo no mayor a treinta días.
- Se aconseja su consumo porque tiene un alto nivel de vitaminas y minerales y por ser un producto 100% natural, no contiene ni colorantes ni persevantes.
- ♣ Para la determinación del precio de venta al público se deberá tomar en cuenta los costos de producción como también el precio de la competencia.
- ♣ Se recomienda la implementación de este proyecto porque es factible desde el punto de vista financiero tal como se lo demuestra matemáticamente.

# j. BIBLIOGRAFÍA

PADILLA CORDOVA Marcial, FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Bogotá: Eco Ediciones 2006.

Universidad Nacional de Loja. Área Jurídica Social y Administrativa. Carrera Administración de Empresas. Guía del Módulo X. ELABORACIÓN Y EJECUCIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN, Periodo Marzo-Julio de 2010.

MARCUSE, Robert, DICCIONARIO DE TÉRMINOS FINANCIEROS Y BANCARIOS, Eco Ediciones, Bogotá 2002.

Microsoft ® Encarta ® 2006. © 1993-2005 Microsoft Corporation.

VACA, Urbina Gabriel. Evaluación de Proyectos

PONCE, Reyes Agustín. Teoría y Práctica

# **WEBGRAFÍA**:

www.eqaula.org Red Social de Aprendizaje

www.inec.gov.ec Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

www.definicion.org/diccionario/172

www.edufuturo.com/educacion.php

www.gestiopolis.com

www.monografias.com

www.google.com

### k. ANEXOS

Anexo	1
-------	---

#### **ENCUESTA**

Tabulación e Interpretación de la encuesta

Su edad está comprendida entre:

Número de miembros de su familia

¿Cuánto es el ingreso mensual en su familia?

¿Conoce Ud. El bocadillo a base de maní?

¿Consume Ud. Bocadillo a base de maní?

¿Cuál es la frecuencia de consumo y que cantidad?

¿A qué precio Ud. adquiere el bocadillo?

¿Dónde adquiere el producto?

El producto que Ud. adquiere satisface completamente sus necesidades en cuanto a:

¿Conoce Ud. alguna empresa productora de bocadillos en la Ciudad?

Si se creara una empresa Lojana dedicada a la producción y comercialización de bocadillos estaría dispuesto a adquirirlos?

¿Cómo le gustaría que sea la presentación del producto?

¿Cuál es el medio por el cuál le gustaría que se dé a conocer el bocadillo?

# ÍNDICE GENERAL

CER	ΓΙFICACIÓN	i
AUTO	DRÍA	ii
CAR	TA DE AUTORIZACION	iv
DEDI	CATORIA	v
AGR	ADECIMIENTO	vi
a.	TITULO	7
b.	RESUMEN	2
C.	INTRODUCCIÓN	7
d.	REVISIÓN DE LITERATURA	9
e.	MATERIALES Y MÉTODOS	68
f.	RESULTADOS	76
g.	DISCUSIÓN	97
h.	CONCLUSIONES	225
i.	RECOMENDACIONES	228
j.	BIBLIOGRAFÍA	229
k.	ANEXOS	230
l.	ÍNDICE GENERAL	232