



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**AREA JURÍDICA, SOCIAL Y  
ADMINISTRATIVA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**“FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA  
DE PREPARADO Y ENVASADO DE PEPINILLOS AGRIDULCES Y SU  
COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA”**

Tesis previo a la obtención del  
Grado de Ingeniero Comercial

**AUTORES:**

**Armijos Armijos Angel Edinson  
Castillo Calva Amílcar Patricio**

**DIRECTOR:**

**Ing. Com. MAE. Manuel N. Calderón S.**

**1859**

**Loja – Ecuador  
2011**

**Ing. Com. MAE. Manuel N. Calderón S., DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.**

**CERTIFICA:**

Que, el presente trabajo de investigación titulado, “FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE PREPARADO Y ENVASADO DE PEPINILLOS AGRIDULCES Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA” de los aspirantes Ángel Edinson Armijos Armijos y Amílcar Patricio Castillo Calva, previo a la obtención del grado de **INGENIERO COMERCIAL**, ha sido dirigido y revisado durante su ejecución, por lo cual autorizo su presentación.

Loja, Septiembre del 2011

Atentamente,

**Ing. Com. MAE. Manuel N. Calderón S.  
DIRECTOR DE TESIS**

# AUTORÍA

El contenido del presente trabajo, conceptos, ideas, opiniones, procedimientos de investigación, resultados, conclusiones y recomendaciones, es de exclusiva responsabilidad de sus autores.

**Angel Edinson Armijos A.      Amílcar Patricio Castillo C.**

# AGRADECIMIENTO

Uno de los esfuerzos más importantes de nuestras vidas constituye los estudios superiores hasta llegar a la profesionalización, por ello, expresamos nuestro testimonio de gratitud a la Universidad Nacional de Loja por habernos permitido superarnos, a los Directivos del Área Jurídica, Social y Administrativa, al personal docente de la Carrera de Administración de Empresas, y, de manera especial al Ing. Com. MAE. Manuel N. Calderón S. en su calidad de DIRECTOR del presente trabajo de investigación, por habernos brindado sus valiosos conocimientos y permitido compartir sus invaluables experiencias.

**Los autores**

# DEDICATORIA

**La culminación de mi Carrera Universitaria, la dedico de manera especial a Dios, por haberme permitido culminar mis estudios.**

**A mis padres, hermana y hermanos por brindarme su apoyo incondicional y darme aliento**

## **Angel**

**El presente trabajo, lo dedico de todo Corazón a Dios y a mi madre, y a todos mis familiares que de una u otra manera me apoyaron para culminar este trabajo con éxito.**

## **Amílcar**

## **a. TÍTULO**

**“FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA  
EMPRESA DE PREPARADO Y ENVASADO DE PEPINILLOS  
AGRIDULCES Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE  
LOJA”**

## **b. RESUMEN**

## RESUMEN

La presente investigación se desarrolló en la ciudad de Loja, teniendo como objetivo la presentación de una propuesta de **FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE PREPARADO Y ENVASADO DE PEPINILLOS AGRIDULCES Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA.**

En el trabajo se presenta un breve análisis de la situación del producto objeto de estudio en cuanto se refiere a la industria, así mismo se hace referencia a las técnicas de recolección de información y los Métodos de investigación que sirvieron para presentar los resultados de la investigación.

Se aplicó encuestas a 396 personas y a 40 establecimientos del mercado de influencia, comerciantes de productos similares, lográndose determinar que existe una demanda actual de 5'248.433 unidades de 100 gramos de peso como promedio, en el año cero y una demanda efectiva de 3'857.472 unidades de 100 gramos, para el primer año; en cuanto a la oferta se determinó que al producto en estudio se encuentra un promedio de 36.000 unidades en la misma presentación que se pretende ofertar y al resto de la demanda se la sustituye con productos en estado natural que lo expenden en ciertos establecimientos, sobre todo en los mercados y ferias libres de la ciudad.



Se hace conocer el proceso productivo con todas sus fases, en lo referente a tamaño tiene una capacidad productiva de 130.000 unidades y sobre la localización, se indica que la empresa estará ubicada en el la ciudadela amable María de la ciudad y provincia de Loja, específicamente en la avenida de los Salvador Bustamante, Además se adjunta un plano de la distribución física de la planta.

En cuanto a la Organización Administrativa, se ha pensado en una empresa de Responsabilidad Limitada, por las condiciones favorables que presenta este tipo de compañía que la integran como socios, el señor Angel Edinson Armijos Armijos con un aporte de cinco mil setecientos trece con 29 centavos de dólar y el señor Amílcar Patricio Castillo Calva con cinco mil setecientos trece con 29 centavos de dólar, con un total de: once mil cuatrocientos veinte y seis con cincuenta y ocho centavos de.

La inversión total prevista para iniciar el ejercicio de la empresa es de \$ 6,923.90 como activo fijo, \$ 650.00 como activo diferido y de \$ 3852.68 como activo circulante, dando un total de \$ 11,426.58y un financiamiento del 35.01% (\$ 4,000.00) por el banco de Loja y del 64.99% (\$ 7,426.58) como aporte de los socios, así como los indicadores financieros de evaluación del proyecto como el VAN que es igual a \$ 24.242.45, la TIR igual al 53.08%, RBC igual a 1.20, PRC igual a 10 meses y 29 días y una sensibilidad con el incremento en los costos de 11.6% y una disminución del 9.5% en los ingresos, determinan que es aconsejable llevar a cabo la ejecución de este proyecto.

## SUMMARY

The present investigation was developed in the city of Loja, having as objective the presentation of a proposal of FEASIBILITY FOR THE IMPLEMENTATION OF A COMPANY OF PREPARED AND PACKED OF SWEET AND SOUR PICKLES AND ITS COMMERCIALIZATION IN THE CITY DE LOJA.

In the work he/she shows up a brief analysis of the situation of the product study object as soon as he/she refers to the industry, likewise reference is made to the techniques of gathering of information and the investigation Methods that were good to present the results of the investigation.

It was applied surveys to 396 people and 40 establishments of the influence market, merchants of similar products, achieving you to determine that a current demand of 5 exists'248.433 units of 100 grams of weight like average, in the year zero and an effective demand of 3'857.472 units of 100 grams, for the first year; as for the offer it was determined that to the product in study is an average of 36.000 units in the same presentation that is sought to offer and to the rest of the demand it substitutes it to him with products in natural state that they expend it in certain establishments, mainly in the markets and fairs free of the city.

It is made know the productive process with all their phases, regarding size he/she has a productive capacity of 130.000 units and on the localization, it is indicated that the company will be located in the kind citadel María of the city and county of Loja, specifically in the Salvador's avenue Bustamante, a plan of the physical distribution of the plant is Also attached.

As for the Administrative Organization, it has been thought of a company of Limited Responsibility, for the favorable conditions that it presents this company type that you/they integrate it as partners, the gentleman Ángel Edinson Armijos Armijos with a contribution of five thousand seven hundred thirteen with 29 cents of dollar and Mr. Amilcar Patricio Castle Bald patch with five thousand seven hundred thirteen with 29 cents of dollar, with a total of: eleven thousand four hundred twenty six with fifty eight cents of.

The total investment foreseen to begin the exercise of the company is of \$ 6923.90 like fixed assets, \$ 650.00 like I activate differed and of \$ 3852.68 like active circulating, giving a total of \$ 11426.58 and a financing of the one 35.01% (\$ 4,000.00) for the bank of Loja and of the one 64.99% (\$ 7,426.58) like the partners' contribution, as well as the financial indicators of evaluation of the project like VAN that it is similar to \$ 24.242.45, TIR similar to the one 53.08%, RBC similar to 1.20, PRC similar to 10 months and 29 days and a sensibility with the increment in the cost of 11.6% and a decrease of the one 9.5% in the revenues, they determine that it is advisable to carry out the execution of this project.

## c. INTRODUCCIÓN

## INTRODUCCION

La elaboración y evaluación de proyectos de inversión, como campo o disciplina especializada, está relativamente poco desarrollada y practicada como tal en nuestra región. Lo que se está haciendo, es en un plano de empirismo o lo que se puede decir basándose únicamente en las experiencias, por ende con una buena dosis de inseguridad respecto de qué pretende y, sobre todo, cómo lo logrará. Esto influye en el proceder de otros campos, disciplinas y maneras de abordar el conocimiento de un evento o proceso. Así, tiende a desdibujarse y a hacerse idiosincrásica, dificultando un diálogo creativo entre sus cultores o interesados permanentes o esporádicos.

En el presente estudio se muestra la Metodología utilizada en el trabajo se trata del método dialéctico inductivo-deductivo. La población total, o sea el universo que se consideró para extraer la muestra de la población y finalmente se habla sobre los instrumentos de investigación.

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

Más adelante se describen aspectos técnicos del proyecto específicamente sobre la instalación y funcionamiento; Seguidamente se realiza la Organización Administrativa que se implementará, tratándose los siguientes aspectos: Organización Jurídica que será el marco legal sobre el cual se desarrollarán las actividades, por lo que se constituirá una Compañía de Responsabilidad Limitada. Así mismo, se presenta la organización administrativa con las unidades que la conforman y sus niveles de dirección y ejecución respectivos, además se formula el manual de funciones con las actividades y deberes que cumplirán las personas en sus diferentes cargos, haciéndose constar la naturaleza del trabajo a cumplir, las funciones típicas, características de clase y requisitos para el cargo. Para una mayor identificación de la constitución empresarial y funciones de personal, se presenta el manual de funciones, los organigramas: Estructural y Funcional de la empresa.

Luego se cuantifica las inversiones, gastos operacionales y los posibles ingresos que generará el proyecto. En base a esto se realizó la evaluación financiera que sirvió de referencia para establecer su factibilidad de ejecución al registrar indicadores económico-financieros significativos.

Finalmente se describe lo relacionado a las conclusiones y recomendaciones a las que se llegó luego de todo el proceso de investigación sobre el tema propuesto.

## d. REVISIÓN DE LITERATURA

## **PEPINO (PEPINILLO)**

### **d.1. ORIGEN**

El pepino es originario de las regiones tropicales del sur de Asia, siendo cultivado en la India desde hace más de 3.000 años.

De la India se extiende a Grecia y de ahí a Roma y posteriormente se introdujo en China. El cultivo de pepino fue introducido por los romanos en otras partes de Europa; aparecen registros de este cultivo en Francia en el siglo IX, en Inglaterra en el siglo XIV y en Norteamérica a mediados del siglo XVI, ya que Cristóbal Colón llevó semillas a América.

El primer híbrido apareció en 1872.

### **d.2. TAXONOMÍA Y MORFOLOGÍA**

-Familia: Cucurbitácea.

-Especie: Cucumissativus L.

-Planta: herbácea anual.

-Sistema radicular: es muy potente, dada la gran productividad de esta planta y consta de raíz principal, que se ramifica rápidamente para dar raíces secundarias superficiales muy finas, alargadas y de color blanco. El pepino posee la facultad de emitir raíces adventicias por encima del cuello.



- **Tallo principal:** anguloso y espinoso, de porte rastrero y trepador. De cada nudo parte una hoja y un zarcillo. En la axila de cada hoja se emite un brote lateral y una o varias flores.
  
- **Hoja:** de largo pecíolo, gran limbo acorazonado, con tres lóbulos más o menos pronunciados (el central más acentuado y generalmente acabado en punta), de color verde oscuro y recubierto de un vello muy fino.
  
- **Flor:** de corto pedúnculo y pétalos amarillos. Las flores aparecen en las axilas de las hojas y pueden ser hermafroditas o unisexuales, aunque los primeros cultivares conocidos eran monoicos y solamente presentaban flores masculinas y femeninas y en la actualidad todas las variedades comerciales que se cultivan son plantas ginoicas, es decir, sólo poseen flores femeninas que se distinguen claramente de las masculinas porque son portadoras de un ovario ínfero.
  
- **Fruto:** pepónide áspero o liso, dependiendo de la variedad, que vira desde un color verde claro, pasando por un verde oscuro hasta alcanzar un color amarillento cuando está totalmente maduro, aunque su recolección se realiza antes de su madurez fisiológica. La pulpa es acuosa, de color blanquecino, con semillas en su interior repartidas a lo largo del fruto. Dichas semillas se presentan en cantidad variable y son ovales, algo aplastadas y de color blanco-amarillento.



## IMPORTANCIA ECONÓMICA Y DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

El cultivo del pepino es muy importante, ya que tiene un elevado índice de consumo, pues sirve de alimento tanto en fresco como industrializado. El cultivo de esta hortaliza tiene una estabilidad de la superficie, con un aumento de la producción y exportación.

Los cultivos de pepino tienen importancia en varias regiones españolas, siendo una especie cuyo valor agronómico reside en su producción estacional, para lo cual necesita desarrollarse en cultivo protegido.

## MATERIAL VEGETAL

### Principales criterios de elección:

- Características de la variedad comercial.
- Exigencias del mercado de destino.
- Estructura de invernadero.
- Suelo.

- Clima.
- Calidad del agua de riego.

Los aspectos fundamentales a tener en cuenta para elegir una variedad que se adapte a las condiciones de cultivo y al gusto del consumidor son:

- Producción comercial, que debe ser lo más alta posible.
- Vigor de la planta, de forma que un buen vigor permite un ciclo largo y una buena tolerancia a las bajas temperaturas y al acortamiento de los días.
- Buen nivel de resistencia a enfermedades (ej: Mildiu, oídio, etc.).
- Longitud de fruto, que debe ser estándar (mínima de 30 cm y máxima de 38 cm) y estable frente a las diferentes condiciones de cultivo.
- Firmeza y conservación del fruto, que debe ser adecuada para resistir el transporte y mantenerse el tiempo suficiente en el mercado en óptimas condiciones.
- Otros aspectos que pueden considerarse para la elección son la precocidad y las características del fruto (longitud, color, estrías, etc.).

La mayor parte de las variedades cultivadas de pepino son híbridas, habiéndose demostrado su mayor productividad frente a las no híbridas. Se pueden englobar en los siguientes tipos:

- Pepino corto y pepinillo (“tipo español”). Son variedades de fruto pequeño (longitud máxima de 15 cm), de piel verde y rayada de amarillo o blanco. Se utilizan para consumo en fresco o para encurtido, en este caso recolectándolos más pequeños. Las

variedades pueden ser monoicas, ginoicas con polinizador y ginoicas partenocárpicas.



Pepino medio largo (“tipo francés”). Variedades de longitud media (20-25 cm), monoicas y ginoicas. Dentro de estas últimas se diferencian las variedades cuyos frutos tiene espinas y las de piel lisa o minipepinos (similares al “tipo Almería”, pero más cortos), de floración totalmente partenocárpica.



- Pepino largo(“tipo holandés”). Variedades cuyos frutos superan los 25 cm de longitud, ginoicas, de frutos totalmente partenocárpicos y de

piel lisa, más o menos asurcada. El tamaño de las hojas es mucho más grande.<sup>1</sup>



## PEPINOS AGRIDULCES



De todas las verduras y hortalizas que se pueden hacer tipo conserva, una de las más requeridas en casa es la de los pepinos agridulces.

Lo único que no les puedo informar es cuanto tiempo se pueden guardar en la heladera, porque en casa ni soñando llegan a la semana. Pero son tan fáciles de cocinar que los pueden hacer seguido.

Las cantidades de pepinos no se las voy a dar porque depende del tamaño del frasco a utilizar, pero lo que sí les tengo que especificar es la relación agua - vinagre que debe tener y los pasos a seguir.

---

<sup>1</sup>Copyright [infoagro.com](http://infoagro.com) 2002 Todos los derechos reservados.

Por cada 500 cc de agua van 100 cc de vinagre blanco granos de pimienta negra 1 cda sal gruesa 2 cdas de azúcar pepinos: si bien pueden hacerse de cualquier tamaño, lo ideal es conseguir de tamaño pequeño o mediano, ya que los grandes, tienen demasiada semilla.

Vamos a cortar los pepinos en rodajas de 3 cm de largo y los acomodamos en frascos

Poner todos los ingredientes en una cacerola (agua, vinagre, sal, azúcar y granos de pimienta) y cuando rompa el hervor, echarlos sobre los pepinos hasta cubrirlos. Dejamos entibiar el líquido que colocamos en el frasco, lo vaciamos en la cacerola (dejamos los pepinos en el frasco) y volvemos al fuego hasta que rompe nuevamente el hervor. Lo echamos por última vez en el frasco, dejamos enfriar bien y tapamos. Guardamos en la heladera hasta el momento de servir, y conservamos siempre en la misma, no deben dejarlo afuera. Recuerden que los pepinos agridulces o en vinagre tienen una cierta resistencia al morder, no significa que estén crudos.

Para los que nos cuidamos con el peso, recuerden que es SIN aceite, que los pepinos como todas las verduras son súper indicadas en toda dieta y que la cantidad de azúcar que pueden "tomar" es ínfima comparado con poder comer algo distinto para acompañar nuestras comidas. PD: Si les interesa, en las publicidades de esta página, hay muchos sitios de donde pueden

sacar cosas interesantes, entre ellas recetas e ideas varias. No dejen de visitarlas, muchas gracias.<sup>2</sup>

**PEPINILLOS**

**CONTENIDO ENERGÉTICO Y NUTRICIONAL**

<b>Porción Comestible 0.77</b> <b>Agua 96.4 g</b> <b>Proteínas 0.6 g</b> <b>Lípidos 0.1 g</b> <b>Carbohidratos 1.8 g</b> <b>Energía 10 Kcal</b> <b>Energía 43 Kjul</b> <b>Nitrógeno (total) 0.1 g</b> <b>Lípidos Saturados 0 g</b> <b>Lípidos Monoinsaturados 0 g</b> <b>Lípidos Poliinsaturados 0 g</b> <b>Colesterol 0 mg</b> <b>Almidones, Dextrosa 0 g</b> <b>Azúcares 1.8 g</b> <b>Fibra Alimentaria 0.4 g</b>	<b>Sodio 13 mg</b> <b>Potasio 140 mg</b> <b>Calcio 23 mg</b> <b>Magnesio 9 mg</b> <b>Fósforo 24 mg</b> <b>Hierro 0.3 mg</b> <b>Cobre 0.09 mg</b> <b>Cinc 0.1 mg</b> <b>Cloro 25 mg</b> <b>Manganeso 0 mg</b> <b>Selenio 0 mcg</b> <b>Iodo 2 mcg</b>	<b>Retinol 0 mcg</b> <b>Caroteno 170 mcg</b> <b>Vit. D 0 mcg</b> <b>Vit. E 0.1 mg</b> <b>Tiamina 0.04 mg</b> <b>Riboflavina 0.04 mg</b> <b>Niacina 0 mg</b> <b>Triptófano/60 50 mg</b> <b>Vit. B6 0.04 mg</b> <b>Vit. B12 0 mcg</b> <b>Fólico total 16 mcg</b> <b>Ac. Pantoténico 0.3 mg</b> <b>Biotina 0.4 mcg</b> <b>Vit. C 8 mg</b>
---	--	---

3

## PEPINILLOS EN VINAGRE

Ingredientes:

1 Kg. de pepinos pequeños

1 l de agua

120 g de sal

0,3 l de vinagre

0,3 l de agua

80 g de azúcar

Preparación:

La cantidad está indicada para la capacidad de un tarro de 1 litro.

<sup>2</sup>.- Mabel Mimos culinarios; [pepinosagridulcesconserva de pepinosazúcarsal pimientavinagre](#).

<sup>3</sup> . [www.iqb.es/dietas/pepinillos/pepinillo.htm](http://www.iqb.es/dietas/pepinillos/pepinillo.htm)

Dejarlos durante 12 horas en 1 litro de agua con 120 g de sal (para eliminar el amargor de los mismos). Enjuagarlos bien y meterlos en un tarro de cristal con tapa de rosca (hervido previamente).

Mezclar los 300 ml de vinagre con los 300 ml de agua y junto con el azúcar y ponerlo a hervir.

Repartir la mezcla de las especias (esta apuntada mas abajo) para pepinillos sobre los mismos Añadir eneldo fresco, al gusto (una ramita) y verter la cocción sobre los pepinillos, tienen que quedar cubiertos totalmente. Cerrar el tarro con fuerza

Precalentar el horno a 175°. Colocar el tarro en la parte central del horno y dejar que pasteurice unos 25 minutos.

Sacar el tarro del horno y dejar que se enfríe bien. Si se guarda en lugar oscuro puede durar hasta 1 año.

## **ADEREZO PARA PEPINILLOS EN VINAGRE**

Ingredientes:

1 cucharadita de mostaza en granos

½ cucharadita de pimienta negra en granos

cilantro molido (una puntita de cuchillo)

1 hoja de laurel



½ cucharadita de bayas

jengibre en polvo (una pizca)

pimentón (una puntita de cuchillo)

2 clavos

3 cucharadas de eneldo

Preparación:

Esta preparación es para 1 Kg de pepinillos. Al que le gusten los pepinillos muy picantes le puede añadir una guindilla seca.

Mezclar los granos de mostaza con los granos de pimienta negra y la puntita de cuchillo de cilantro.

Esto puede ser opcional, ponérselo en el caso de que os gusten estas especias

Añadirle hoja de laurel, una pizca de jengibre y aproximadamente unas 5 bayas.

Aderezar con el pimentón y los clavos.

Dejarlo que macere 3 semanas antes de consumir.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> . <http://destripaterroneshome.blogspot.com/>

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

La metodología que se aplicó, los mecanismos o procedimientos a seguir en la investigación, dependieron de las características y circunstancias que se presentaron, teniendo que recurrir a más de un método o técnica para lograr los objetivos determinados.

**e.1. Métodos.-** El presente trabajo de investigación se encontró inmerso dentro de las características del método científico, por tal razón se acudió al apoyo de los siguientes:

**e.1.1. Método Inductivo – Deductivo.-** Se acudió a este método para poder comprender los resultados de las encuestas, y de establecer hacia quien va dirigido el cuestionario de la encuesta, y que queremos obtener de los encuestados,

**e.2. Técnicas.-** Dentro de las técnicas que se utilizó en el estudio, se encuentran:

**e.2.1. Investigación bibliográfica.-** Con el propósito de asegurar la validez y confiabilidad en el desarrollo del trabajo objeto de investigación.

**e.2.2. Encuesta.-** Se utilizó como técnica para la recolección de datos la misma que fue aplicada a **396** familias que se escogieron de entre la población de la ciudad de Loja, para de esa manera organizar, tabular y presentar la información obtenida y poder así analizar los resultados, con la información recopilada se estructuró el estudio de mercado en su parte de oferta, demanda y participación de la empresa.

**e.2.3. Entrevista.-** Se aplicó a 40 empresas comercializadoras e industrializadoras de productos alternativos o sustitutos al propuesto en la investigación.

**e.2.4. Muestra.-** El área de influencia comprendió la población de la ciudad de Loja, a la que se la proyecto para el año 2011 de acuerdo a los datos obtenidos en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) Dirección Provincial de Loja, con lo cual se obtuvo que la población total de estudio es de 118.532 habitantes.

Para el cálculo de la población proyectada se partió del hecho de tener el censo del 2001 (ciudad de Loja 118.532 habitantes) realizado por el INEC con su respectiva tasa de crecimiento, para el caso es de 2.08%. Al dividir la población para cuatro habitantes por familia la población objeto de estudio fue de 29.633 familias para el 2001:

$$pf = Po (1 + i)^n$$

En donde: pf = Población para 2011  
 po = Población  
 i = Tasa de crecimiento poblacional  
 N = Períodos transcurridos

$$pf = Po (1 + i)^n$$

$$pf = 29.633(1 + 0.0208)^{10}$$

$$pf = 36.407 \text{ población para el año 2011}$$

**CUADRO Nro. 1  
PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN**

AÑOS	POBLACIÓN t.c. 2,08%	FAMILIAS Prom. 4/f
2010	142660	35665
2011	145627	36407
2012	148656	37164
2013	151748	37937
2014	154905	38726
2015	158127	39532

FUENTE: INEC  
ELABORACIÓN: Los Autores

Para el presente trabajo de investigación se aplicó el 95% de confiabilidad, lo que produce un 5% de error. Para determinar el tamaño de la muestra aplicamos la siguiente formula:

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

n = Tamaño de la muestra  
N = Población  
e = margen de error

$$n = \frac{36.407}{1 + 36.407(0.05)^2}$$

**n = 396 encuestas**

Las 396 encuestas se distribuyeron por parroquias considerando los porcentajes de participación de la población de estudio, en donde se aplico la estratificación por cuadras y seleccionando los domicilios al azar.

## PROCESO INVESTIGATIVO

En el estudio de mercado establecimos la demanda de nuestro producto, la estrategia de comercialización y definimos las políticas que regirán nuestra empresa.

Posteriormente a través de un estudio técnico determinamos la localización de nuestra empresa procurando buscar un lugar estratégico, el tamaño nos permitió establecer el volumen de producción que tendremos a través de nuestra capacidad instalada. La ingeniería del proyecto nos permitió contar con el personal de apoyo que necesitaremos para instalar nuestra empresa en este caso necesitamos contar con un Ingeniero Civil para el diseño de las instalaciones, un Ingeniero Técnico para la instalación y operación de la maquinaria, planta y equipo, un Ingeniero en Seguridad que descarte los accidentes dentro de la empresa y un Asesor Legal que nos ayudará a mantener las normas establecidas por los organismos de control.

En la parte organizacional, se tomó en cuenta la ley de compañías dando a conocer la forma de cómo estará organizada la empresa, partiendo desde su razón social, base legal, tipo de organización, personal y manual de funciones.

Nuestro proyecto busca consolidarse a través de una inversión obtenida por un financiamiento bancario a través de un préstamo que nos permita implantar nuestra empresa, estableciendo normas legales de constitución de la microempresa como una persona jurídica.

El análisis financiero nos permitió conocer la rentabilidad del proyecto a través de la determinación de costos, pronósticos, puntos de equilibrio, análisis y demás indicadores económicos que nos permitieron establecer el grado de rentabilidad de la inversión.

Finalmente en base a los resultados obtenidos, se formularon las conclusiones y recomendaciones del trabajo investigado.

## f. RESULTADOS



## TABULACIÓN DE ENCUESTAS A CONSUMIDORES

### 1. ¿Consumen hortalizas en su alimentación diaria?

**CUADRO Nro. 2**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	290	73%
NO	106	27%
<b>TOTAL</b>	<b>396</b>	<b>100</b>

FUENTE: Encuestas Directas  
ELABORACIÓN: Los Autores

Al consultar sobre el consumo de hortalizas, el 73% de los encuestados supieron manifestar que si las consumen en su alimentación diaria, mientras que el 27% no lo hacen.

### 2. ¿En la alimentación diaria en su hogar utiliza el pepinillo?

**CUADRO Nro. 3**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	210	72%
NO	80	28%
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>100</b>

FUENTE: Encuestas Directas  
ELABORACIÓN: Los Autores

Al consultar sobre el consumo de pepinillo, el 72% de los encuestados supieron manifestar que utilizan el pepinillo en la preparación de sus alimentos.

### 3. ¿Con que frecuencia lo consume?

**CUADRO Nro. 4**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	57	27%
Semanal	107	51%
Quincenal	34	16%
Mensual	12	6%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuestas Directas  
ELABORACIÓN: Los Autores

La frecuencia del consumo se pudo determinar en un 51% que lo hacían semanalmente, el 27% manifiestan que lo consumen diariamente, el 16% dicen hacerlo quincenalmente y el 6% lo consumen mensualmente

### 4. ¿Cuál es la cantidad que usted consume semanalmente?

**CUADRO Nro. 5**

DETALLE	CONS. SEMANAL	FRECUEN.	CONS.PROM. SEMANA	PORCENTAJE
<u>Unidades</u>	<u>Unidades</u>		<u>Unidades</u>	
0 a 5	2.5	130	325	62%
6 a 10	8	61	488	29%
11 a 15	13	11	143	5%
16 a 20	18	8	144	4%
<b>TOTAL</b>		<b>210</b>	<b>1.100</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuestas Directas  
ELABORACIÓN: Los Autores

**CONS. PROM. AL AÑO = 1.100 x 52 SEM. = 57.200 unid. de pepinillo/210 consumidores = 272.4 unid. promedio por familia al año**

**Para el ejercicio se tomará las 272 unidades.**

Para establecer el promedio de consumo, se preguntó la cantidad en unidades y se conoció que el más alto porcentaje oscilaba entre 0 a 5 unidades a la semana, sin embargo se tomó toda la información para conocer la cantidad promedio que se consumía al año cada familia.

5. ¿Ha tenido dificultades para encontrar el producto?  
CUADRO Nro. 6

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	27	13%
NO	183	87%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuestas Directas  
ELABORACIÓN: Los Autores

En cuanto a las dificultades para encontrar el producto, supieron responder que no se hacía problema, a estas respuestas le garantiza el alto porcentaje que respondieron a la pregunta en forma negativa.

6. ¿Al adquirir el producto, usted se fija en el: (conteste una sola alternativa)

CUADRO Nro. 7

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	65	31%
Cantidad	0	0%
Calidad	141	67%
Presentación	4	2%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuestas Directas  
ELABORACIÓN: Los Autores

Los encuestados supieron dar contestación a esta interrogante diciendo que lo que les llama la atención a para adquirir un producto en un alto porcentaje es la calidad con un 67% y seguido del precio con un 31%, mientras que la presentación y la cantidad no son sus favoritos.

## 7. ¿Cuál es el precio que paga por unidad de pepinillo?

CUADRO Nro. 8

DETALLE Centavos	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0.05	67	32%
0.10	122	58%
0.15	21	10%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuestas Directas

ELABORACIÓN: Los Autores

Al interrogar sobre el precio por unidad de pepinillo, manifestaron que se encontraban entre los estándares de 0,05 a 0,15 centavos por lo que contestaron el 32% por los 0.05 centavos, el 58% por los 0,10 centavos y el 10% dijeron que lo compraban en 0.15 centavos de dólar.

## 8. ¿El producto que usted adquiere, en cuanto al precio, lo considera?

CUADRO Nro. 9

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alto	92	44%
Bajo	57	27%
Regular	61	29%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuestas Directas

ELABORACIÓN: Los Autores

En la presente interrogante se corrobora la respuesta anterior, con lo que se manifiesta que el precio del producto en el mercado lo consideran entre regula y alto.

9. ¿El producto que usted adquiere, en cuanto a la calidad, lo considera?

**CUADRO Nro. 10**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bueno	111	53%
Malo	0	0%
Regular	99	47%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuestas Directas  
ELABORACIÓN: Los Autores

En cuanto a calidad, supieron informar que el producto que se encuentra en el mercado se los califica entre regular y bueno, esto nos da la pauta para competir con un producto que en lo posible supere estas calificaciones.

10. ¿Ha adquirido producto envasado?

**CUADRO Nro. 11**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	32	15%
NO	178	85%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuestas Directas  
ELABORACIÓN: Los Autores

En cuanto a esta interrogante los encuestados supieron responder en un 15% que si han adquirido el producto envasado pero en ciertos casos mezclados con otros productos, mientras que la mayoría que representa el 85% no han tenido la oportunidad de comprar el producto envasado.

11. En caso de Implementarse una empresa de preparado y envasado de pepinillos agridulces y su comercialización en la ciudad de Loja, ¿estaría dispuesto a adquirir el producto?

CUADRO Nro. 12

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	151	72%
NO	59	28%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuestas Directas  
ELABORACIÓN: Los Autores

Esta interrogante nos permitirá tomar las decisiones del caso para poner en ejecución la empresa debido a que la mayoría de consumidores del pepinillo (72%), tienen la voluntad de adquirir el producto en caso de que se implemente dicho proyecto.

12. ¿En caso de querer adquirir el producto envasado, en que presentaciones lo prefiere?

CUADRO Nro. 13

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En frasco de vidrio	41	27%
En frasco de plástico	24	16%
En funda plástica	77	51%
Otros	9	6%
<b>TOTAL</b>	<b>151</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuestas Directas  
ELABORACIÓN: Los Autores

La presentación del producto la prefieren en funda plástica, aducen que en este envase resultaría más económico, por lo que es otra de las alternativas que se tomará en cuenta para ofrecer lo nuestro.

13. ¿En qué lugar adquiere el producto?

CUADRO Nro. 14

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En tiendas	77	51%
En micro mercados	30	20%
En bodegas	17	11%
Supermercados	20	13%
Empresas product.	0	0%
Otros	7	5%
<b>TOTAL</b>	<b>151</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuestas Directas  
ELABORACIÓN: Los Autores

En esta pregunta se nos hace entrever que el producto a llevar al mercado debe exponerse en las diferentes tiendas de la ciudad de Loja, porque es allí donde acude en consumidor con mayor frecuencia y en el presente caso es el 51%, lo que significa que es bastante significativo en relación a las otras alternativas, lo que se quiere decir que esta alternativa será tomada en cuenta.

14. ¿Por qué medios de comunicación se entera de la existencia del producto? Conteste una sola alternativa.

CUADRO Nro. 15

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	30	20%
Radio	98	65%
Prensa escrita	8	5%
Hojas volantes	0	0%
Conversaciones	3	2%
Otros	12	8%
<b>TOTAL</b>	<b>151</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuestas Directas  
ELABORACIÓN: Los Autores

El medio de comunicación más utilizado por los consumidores, manifiestan ellos mismos que es la radio, por lo que sería un alternativa para utilizarla en el caso de implementar la empresa.

## TABULACIÓN DE ENCUESTAS A OFERTANTES

### 1.- ¿En su establecimiento se ofrece pepinillo?

**CUADRO N° 16**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	34	85
NO	6	15
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

FUENTE: Encuestas Directas  
ELABORACIÓN: Los Autores

Al dar la contestación a esta interrogante, el 85% de los encuestados supieron manifestar que en su establecimiento si se ofrece pepinillo, mientras que el 15% no lo hacen, se debe indicar que se encuestó a los establecimientos como micro mercados y supermercados con el propósito de establecer si el producto a ofrecer se encuentra en estos establecimientos.

### 2. ¿En qué estado lo ofrece al producto?

**CUADRO N° 17**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En estado natural	34	100%
Envasado (Pepinillo agridulce)	12	35%

FUENTE: Encuestas Directas  
ELABORACIÓN: Los Autores

El análisis del cuadro anterior se pudo evidenciar que en un 100% de los establecimientos que ofrecen el producto lo hacen en forma natural como lo encontramos en los mercados o en las ferias libres, mientras que en un 35% de los establecimientos comerciales lo ofrecen también envasado.



3. ¿De dónde le proveen el producto que distribuye en estado natural?

**CUADRO N° 18**

EMPRESAS	PROV. LOJA	PORCENT.
Producción Local (Prov. Loja)	33	97%
Cuenca	11	32%
Riobamba	8	24%
Quito	1	3%

FUENTE: Encuestas Directas  
ELABORACIÓN: Los Autores

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, en la ciudad se distribuye producto en un 97% proveniente la misma provincia de Loja en un 32% lo obtienen de la ciudad de Cuenca en un 8% de la ciudad de Riobamba y en un 3% de la ciudad de Quito éste último se trata de SUPERMAXI por cuanto es productora de cierta de mercadería que expende, los demás establecimientos reciben el producto de donde les ofrezcan, por ello se considera que esta pregunta es de respuesta múltiple.

4. ¿De qué marcas le proveen el producto que distribuye envasado (pepinillos agridulces)?

**CUADRO N° 19**

EMPRESAS	PROV. LOJA	CANT. PROM. QUINCENAL	PORCENT.
SNOB de Pichincha	12	100	100%
HELIOS de España	3	50	25%
HEINZ de USA	3	50	25%

FUENTE: Encuestas Directas  
ELABORACIÓN: Los Autores

$$\begin{aligned}
 12 \times 100 &= 1.200 \times 24 = 28.800 \text{ unidades de 100 gramos} \\
 3 \times 50 &= 150 \times 24 = 3.600 \text{ unidades de 100 gramos} \\
 3 \times 50 &= 150 \times 24 = 3.600 \text{ unidades de 100 gramos} \\
 &= 1.500 \times 24 = 36.000 \text{ unidades de 100 gramos}
 \end{aligned}$$

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, en la ciudad de los 12 establecimientos que dicen distribuir producto envasado, el 100%

manifiestan que el producto les provee es de la marca SNOB de la provincia de Pichincha, el 25% de la marca HELIOS de España y el 25 lo reciben de la marca HEINZ de USA.

**5. ¿Razones del porque se prefieren los productos de estos lugares?**

**CUADRO N° 20**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Precio	6	47%
Calidad	12	100%
Presentación	10	85%

FUENTE: Encuestas Directas  
ELABORACIÓN: Los Autores

La respuesta a la pregunta anterior es múltiple, y se puede apreciar que la mayor cantidad de encuestados se pronuncian que prefieren la calidad del producto en un 100%; seguido por la presentación en un 85%; por el precio en un 47%.

**6. ¿Qué tipo de promociones realiza en la venta de este producto?**

**CUADRO N° 21**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Descuentos en Ventas	10	83%
otros	2	17%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100</b>

FUENTE: Encuestas Directas  
ELABORACIÓN: Los Autores

Las promociones manifiestan hacerlas en un 83% los descuentos en ventas, y en un 17% consideran ciertos aspectos de acuerdo a la temporada en que se encuentren.

7. ¿Cuál es el precio promedio al que se distribuye el producto (100 gramos)?

CUADRO N° 22

PRECIOS (dólares)	EMPRESAS	%
1	5	42%
1.10	4	33%
1.20	3	25%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100</b>

FUENTE: Proveedores  
ELABORACIÓN: Los Autores

Del cuadro anterior se puede determinar que los precios promedio de los productos existentes en el mercado están comprendidos de 1 a 1.20 dólares por los cien gramos.

8. ¿Qué canales de distribución utiliza para hacer llegar este producto al consumidor final?

CUADRO N° 23

FRECUENCIA	FREC.	PORC.
Prod. - Mayorista - Minorista – Usuario final	6	50%
Prod. - Mayorista ---- Usuario Final	8	67%

FUENTE: Encuestas Directas  
ELABORACIÓN: Los Autores

Al entregarnos un tipo de respuesta múltiple, la mayor cantidad de encuestados se pronuncian que utilizan el canal de productor - mayorista – usuario final, esto en un 67% mientras que el canal de productor - Mayorista - minorista - Usuario final lo hacen en un 50%. Se considera que es de acuerdo a la conveniencia del negocio.

9. ¿Qué medios de publicidad son más utilizados para dar a conocer estos productos?

CUADRO N° 24

MEDIOS DE PUBLICIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	11	92
Televisión	2	17
Prensa escrita	4	33
Otros	2	17

FUENTE: Encuestas Directas

ELABORACIÓN: Los Autores

De los encuestados se pudo obtener información concerniente a los medios de publicidad que más son utilizados, dándonos como resultado de un 92% que utilizan la radio en un 17% la televisión el 33% prensa escrita y en un 17% manifiestan que en ciertos momentos utilizan otros medios como son la comunicación personal que existe entre los clientes y en ciertos casos ciertos comerciantes que tienen relación directa o indirecta con la empresa y en otros casos por otros medios de publicidad, como son hojas volantes, afiches, referencias personales, etc.

## g. DISCUSIÓN

## Demanda

Se define el término demanda, como el número de unidades de un determinado bien que los consumidores o usuarios estarán dispuestos a adquirir en condiciones y periodos determinados, la teoría económica indica que la relación funcional entre precio y cantidad demandada es inversa, es decir al subir el precio del producto disminuye la cantidad demandada, en el presente caso como el proyecto intenta mejorar las características de producción, comercialización y estabilidad de los productos en el mercado, bien puede producirse un cambio en los gustos, preferencias y estabilidad en el consumo y utilización del producto a ofrecerse, por parte de los demandantes y la curva de la demanda puede desplazarse de tal manera que a pesar de incrementarse el precio, estarían dispuestos a comprar una mayor cantidad del bien.

### 1. Demanda potencial.

Se la determina de la primera interrogante en la que de 396 encuestados responden 290 (73%) que consumen en su alimentación diaria hortalizas.

<b>La población por familias de la ciudad de Loja para el 2011 es de:</b>	<b>36.407,00</b>	<b>100%</b>
<b>Población total que consumen hortalizas en su alimentación (73%):</b>	<b>26.577</b>	<b>73%</b>

FUENTE: Encuesta cuadro Nro. 2

ELABORACIÓN: Los Autores

## Demanda Actual

Según las encuestas aplicadas a los habitantes de la provincia de Loja, se determina el consumo del pepinillo en las preguntas Nro. 2, 3 y 4, y cuadros Nro. 3, 4 y 5, los mismos que brindan información sobre la cantidad de familias consumidoras, frecuencia, y promedio de consumo de pepinillo, obteniendo los siguientes resultados.

<b>La población por familias de la ciudad de Loja consumidoras de hortalizas es de:</b>	<b>26.577,00</b>	<b>100%</b>
<b>Población total que consumen pepinillo en su alimentación (72%):</b>	<b>19.135.44</b>	<b>72%</b>
<b>Cantidad prom. de unidades por año</b>	<b>272,00</b>	
<b>19.135,44 consumidores x 272 al año =</b>	<b>5'204.840.00</b>	

FUENTE: Encuesta cuadros Nro.3, 4 y 5

ELABORACIÓN: Los Autores

Para proyectar la demanda se toma la tasa de crecimiento poblacional que para esta población es de 2.08% según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

**CUADRO # 25**  
**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA TOTAL ACTUAL DEL PEPINILLO**

AÑOS	POB. FAM.	POB. CONS.	PROMEDIO	DEMANDA
	CONS.HORT	PEPINILLO	POR AÑO	ACTUAL
	T. crec. 2,08%	72%	(unid. 100 gr.)	(unid. 100gr.)
0	26.577	19.135	272,00	5.204.840
1	27.130	19.533	272,00	5.313.100
2	27.694	19.940	272,00	5.423.613
3	28.270	20.354	272,00	5.536.424
4	28.858	20.778	272,00	5.651.582
5	29.458	21.210	272,00	5.769.134
6	30.071	21.651	272,00	5.889.132
7	30.697	22.102	272,00	6.011.626
8	31.335	22.561	272,00	6.136.668
9	31.987	23.031	272,00	6.264.311
10	32.652	23.510	272,00	6.394.609

FUENTE: INEC, Encuesta cuadros Nro.2, 3 y 4  
ELABORACIÓN: Los Autores

## 2. Demanda Efectiva

Una vez calculada la demanda actual es necesario conocer la demanda efectiva del producto en la ciudad de Loja, para lo cual hay que basarse en el número de familias consumidoras, que están dispuestos a comprar el producto y determinar a través del cuadro Nro. 12 que porcentaje de población consumidora estarán dispuestas a comprar dicho producto que la futura empresa ofrecerá, esto es el 72% de los consumidores de pepinillo (41.303) que producirá la futura empresa.

<b>Población que consumen pepinillo:</b>	<b>19.135,44</b>	<b>100%</b>
<b>Población dispuesta a comprar el producto:</b>	<b>13.777,52</b>	<b>72%</b>
<b>Promedio de consumo por año</b>	<b>272,00</b>	
<b><math>13.777.52 \times 272 = 3'747.484.57</math> unidades en el año cero</b>		



## CUADRO # 26

### PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA DE PEPINILLO

AÑOS	POBLACIÓN CONSUM. incr. 2,08%	POBL. DISP A COMPRAR 72%	PROMEDIO POR AÑO (unid. 100gr.)	DEMANDA EFECTIVA (unid. 100 gr.)
0	19.135	13.778	272,00	3.747.485
<b>1</b>	<b>19.533</b>	<b>14.064</b>	<b>272,00</b>	<b>3.825.432</b>
2	19.940	14.357	272,00	3.905.001
3	20.354	14.655	272,00	3.986.225
4	20.778	14.960	272,00	4.069.139
5	21.210	15.271	272,00	4.153.777
6	21.651	15.589	272,00	4.240.175
7	22.102	15.913	272,00	4.328.371
8	22.561	16.244	272,00	4.418.401
9	23.031	16.582	272,00	4.510.304
10	23.510	16.927	272,00	4.604.118

FUENTE: Cuadro Nro. 25  
ELABORACIÓN: Los Autores

### 3. Estudio De La Oferta

Se realizaron 40 encuestas a los distribuidores de estos productos, esto se lo realizó con el propósito de tener referencia sobre qué variedades y marcas existen, qué preferencia tienen, y si nuestro producto tendrá la acogida en estos mercados.

### 4. DEMANDA INSATISFECHA

Al considerar la cantidad ofertada de productos para instalar una empresa que ofrecerá pepinillos agridulces, **se puede establecer a través de los resultados de la encuesta, que la demanda es atendida por 36.000 unidades del mismo producto y a más de éste (pepinillos agridulces) ofertado por ciertos establecimientos como los súper o**

**micro mercados de la ciudad y en otros casos, por productos en estado natural que lo encuentran en los mercados o ferias libres de la ciudad de Loja, con lo que se considera que no existe demanda insatisfecha, quedando abierta la posibilidad de entrar en un mercado de competencia,** aprovechando la oportunidad de la existencia de la materia prima, así como que la futura empresa se encontrará ubicada dentro del mismo mercado.

## **5. LA EMPRESA EN EL MERCADO**

Una vez que se ha obtenido la demanda efectiva del pepinillo en la ciudad de Loja, se procede a la toma de decisiones en lo que tiene que ver a la atención al mercado consumidor; es así que la presente empresa por razones de inicio de actividades, por el monto de la inversión y tomando como principio que las personas en cierto momento no tenga la seguridad para adquirir, la empresa tomará el 3.37% de la demanda efectiva, es decir 130.000 unidades, considerando que cada unidad (pepinillo) tiene un peso de 100 gramos que será el contenido drenado del producto a ofrecer y el producto con todo su componente es decir sin drenar, tendrá un peso de 220 gramos; estas 130.000 unidades se constituirá en el 100% de la capacidad instalada.

**CUADRO # 27  
PARTICIPACIÓN DE LA EMPRESA.**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA (unid.pep.agridulces) 100%</b>	<b>PARTICIPACION DE LA EMPRESA (unid.pep.agridulces) (3.40%)</b>
<b>1</b>	<b>3.825.432</b>	<b>130.000</b>

FUENTE: Cuadro # 16  
ELABORACIÓN: Los Autores

### **5.1. COMERCIALIZACIÓN**

Para la comercialización de los productos se tiene que tomar en consideración la mezcla de mercado, conformada por las cuatro P, así tenemos:

#### **EL Precio**

Para analizar los precios se considera dentro del mercado las fluctuaciones que tiene el precio desde que sale de la planta productora hasta que llega al consumidor.

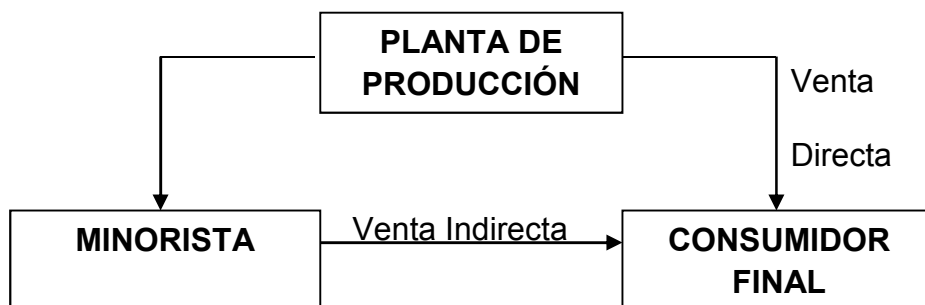
Para el producto existente en el mercado se ha determinado que el precio de la competencia para los 100 gramos de pepinillo agridulce se encuentra entre 1,00 y 1,20 dólares, dependiendo de la marca como son SNOB, HELIOS Y HEINZ, tomando como referencia estos precios se podrá hacer una selección acertada del precio que deberá llevar el futuro producto.

## La Plaza

Como ya se señaló en el análisis del precio, el producto a ofertarse por la nueva empresa estará dirigido hacia el mercado de la ciudad de Loja, siendo el objetivo central el implementar un sistema óptimo de comercialización que permita entrar en el mundo de la competencia y con ello captar el interés de los consumidores, pero será necesario planificar adecuadamente las formas de distribuirlo.

Para el efecto, se tomará como marco referencial los canales de distribución para el producto dependiendo su destino, en el esquema adjunto se representa el canal de distribución que aplicará la empresa para lograr los volúmenes de ventas esperados.

**GRÁFICO N° 1  
CANAL DE DISTRIBUCIÓN DEL  
“PEPINILLO AGRIDULCE”**



## El Producto

La materia prima principal a utilizarse en la preparación del producto, lo constituirá el pepinillo inclusive considerando que sea el más pequeño.

Por ser un producto originario de la provincia de Loja, tendrá que sustituir a los productos que ingresan de otras provincias, por lo que trataremos de que sea de óptima calidad. Para que exista la aceptación general, será necesario que en el envase se haga constar todas las características necesarias, como son: logotipo, marca, precio de venta, fecha de elaboración, entre otros.

El producto será presentado en fundas plásticas transparentes con la respectiva etiqueta de identificación, con un contenido neto de 220 gramos y un peso drenado de 200 gramos.

### GRÁFICO Nro.2 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO



## La Promoción

La promoción es la herramienta fundamental para vender, por ello se convierte en el aspecto que más inversión requiere, consiste en llevar al producto a los futuros clientes, con la finalidad de persuadirlo, para que dé preferencia por los productos del medio puestos al mercado. La mecánica operativa de la promoción contendrá como mínimo lo siguiente:

- Se realizará talleres prácticos para los clientes sobre la preparación de ciertos platos con la utilización de este producto, así mismo entregará objetos publicitarios como calendarios, llaveros, gorras, etc.
- La publicidad contendrá un mensaje que resalte los beneficios del producto y se utilizará en los diferentes medios de comunicación colectiva como son: los impresos a través de afiches, hojas volantes, revistas, almanaques, letreros y periódicos; y la radio en horarios especiales de los noticieros de mayor sintonía.
- Programar una estrategia comercial que contenga: un listado de clientes, capacitar al personal de ventas con conocimientos plenos del producto promoción y postventa, el argumento publicitario tendrá que motivar a despertar la necesidad.
- El personal de ventas debe aplicar la técnica AIDA (atención, interés, deseo y acción) y esto significa que deben: lograr la atención de los clientes a través de un buen trato, halago, simpatía, y confianza. Despertar el interés en el cliente. Crear el deseo de compra a través de la presentación del producto, charlas y uso de los medios impresos. La acción se la realiza eliminando objeciones con

argumentos técnicos, dejando una nueva oportunidad que permita otra visita y por último concluir con la venta.

## 4. ESTUDIO TÉCNICO

### Tamaño De La Planta

En el estudio de proyectos de inversión, la determinación del tamaño de una industria corresponde a establecer correctamente la capacidad productiva que se va a instalar y se expresa en unidades de 100 gramos, con este objeto se toma en consideración la demanda efectiva del primer año que es de 3.857.472 unidades de pepinillos agridulces, de la cual tomaremos 130.000 unidades que se convertirá en la capacidad instalada de la futura empresa, de ésta en el primer año utilizaremos el 80% es decir se producirá 104.000 unidades de pepinillos agridulces de 220 gramos de peso neto y de 100 gramos de peso drenado; y a partir del segundo año se trabajará con el 100%, es decir 130.000 unidades. También influye la tecnología que se va a utilizar para la determinación del tamaño, por lo tanto en última instancia se evalúa la conveniencia de instalar una planta productiva de mayor capacidad en razón de que la demanda proyectada va en aumento debido al futuro crecimiento poblacional y al desarrollo industrial en la ciudad de Loja.

### Capacidad Instalada

La capacidad instalada de la planta está determinada para que funcione con un proceso productivo continuo, durante las 8 horas laborables



al día, produciendo 500 unidades al día; 2.500 unidades por semana y 130.000 unidades al año.

### **Capacidad Utilizada**

La planeación de la producción de **“pepinillos agridulces”** se realiza en función de la capacidad instalada de la nueva unidad productiva y en relación a los años de vida útil que en el presente proyecto es de 10 años.

Como todo proceso productivo no puede empezar a trabajar con toda su capacidad debido a varios factores como son: la apertura de mercado, selección de intermediarios, acoplamiento del proceso productivo, capacitación del personal, etc.

Por todo ello se planifica comenzar con el 80% de la capacidad instalada de la planta, esto es, que en el primer año de funcionamiento se producirán 104.000 unidades de producto con un peso neto de 220 gramos de peso neto y de 100 gramos de peso drenado.

A partir del segundo año se utilizará el 100%, de la capacidad instalada, lo que representa 130.000 unidades de pepinillo agridulce.

**CUADRO N° 28**  
**CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA**  
**DURANTE LA VIDA UTIL**

<b>AÑOS</b>	<b>PART. %</b>	<b>PRODUCCIÓN (Pepinillos agridulces, 100 gr.)</b>
1	80	104.000
2	100	130.000
3	100	130.000
4	100	130.000
5	100	130.000
6	100	130.000
7	100	130.000
8	100	130.000
9	100	130.000
10	100	130.000

ELABORACION: Los Autores

### Localización del Proyecto

Existen algunos factores que determinan la localización de una planta industrial para la elaboración de un determinado producto, y que generalmente se denominan factores locacionales, entre los que podemos mencionar: materia prima, terreno, mercado, vías de comunicación, disponibilidad de mano de obra, transporte, servicios básicos como luz, agua, teléfono, etc.

La tecnología para la elaboración del “pepinillo agridulce” difiere significativamente de la que se emplea tradicionalmente por lo que, los factores de localización a considerar para el presente proyecto son los siguientes:

1. **Disponibilidad de Materia Prima.-** El factor localizacional que tiene mayor incidencia en esta clase de empresas es la disponibilidad de materia prima, por tanto se considera que en ciertos cantones de la provincia de Loja se produce el pepinillo.
2. **Transporte.-**Al orientarse la localización hacia la materia prima se evita el mayor costo de transporte que se tendrá hasta la planta productiva, sin embargo la empresa debe contar con transporte propio para su abastecimiento cuanto para la comercialización del producto terminado. Adicionalmente se debe considerar que la ciudad de Loja cuenta con varias empresas de transporte de carga que contribuirán con la transportación de la materia prima.
3. **El Mercado.-** Si bien es cierto que la ubicación geográfica de la ciudad de Loja tiene inconvenientes; sin embargo las vías de comunicación permiten que la distribución de los productos terminados sea eficiente, por lo que se considera como el sitio estratégico para el mercado a esta ciudad, con una red de comercialización directa e indirecta de ventas para abastecer a toda la cobertura de mercado.
4. **Disponibilidad de Mano de obra.-** Es otro factor importante que hace posible la localización, teniendo presente que la mano de obra que dispone la ciudad de Loja es abundante y diversificada ya que dispone de gente con formación artesanal de nivel medio y superior,

de las dos universidades, que están preparando mano de obra calificada y que por la falta de gestión empresarial no se generan fuentes de trabajo, situación que da la pauta para que se considere seriamente la ubicación de la empresa en la ciudad de Loja, ofreciendo fuentes de trabajo y coadyuvando al desarrollo social.

- 5. Disponibilidad de Servicios Básicos.-** Este factor es prioritario en la selección de la ubicación de la planta, ya que se trata de productos de consumo humano, por lo tanto estos servicios deben ser óptimos.

**El agua**, que se convierte en un elemento necesario en la elaboración del producto terminado, en nuestra ciudad se tiene agua tratada, siendo ideal para los requerimientos industriales, y se tiene en cantidad suficiente.

**Energía eléctrica**, de igual manera se cuenta con la Empresa Eléctrica Regional del Sur Sociedad Anónima EERSSA, que presta su contingente en esta ciudad y provincia; con el servicio constante del fluido eléctrico.

**Telefonía**, este servicio está a cargo de la empresa PACIFICTEL, que extiende sus redes para cubrir el servicio a nivel provincial, además como servicios tecnológicos en comunicación, la ciudad de Loja cuenta con telefonía celular.

- 6. Factores legales.-** Para la ubicación seleccionada se dispone de normatividad apropiada en cuanto a ordenanzas municipales, en razón de la existencia de terrenos sin prohibiciones legales, hecho que beneficia su implementación, adicionalmente y como un hecho fundamental de selección que constituye la Ley para Fomentar la Producción y evitar el éxodo poblacional de la ciudad y provincia de Loja.

### **Macrolocalización**

La empresa se encontrará ubicada en la Provincia de Loja, Región Sur del Ecuador.

### **Microlocalización**

La empresa estará ubicada en la ciudadela Amable María; en la Avenida de Salvador Bustamante Celi, cerca al Colegio Eugenio Espejo de la ciudad y provincia de Loja.

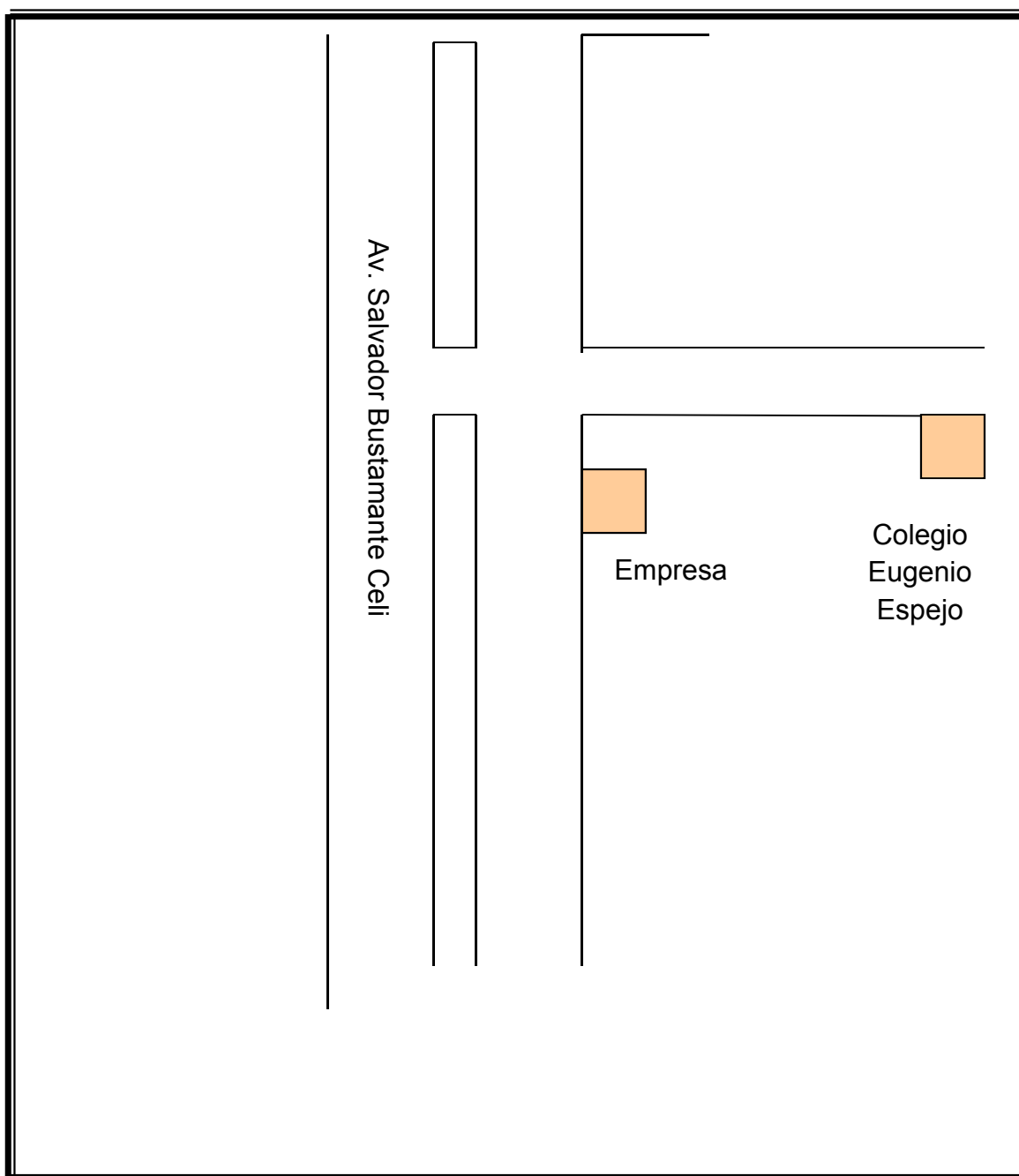
## GRÁFICO Nro. 3

## MACROLOCALIZACIÓN DE LA PLANTA



### GRAFICO Nro. 4

## MICROLOCALIZACIÓN Ciudadela Amable María



## **Distribución De La Planta**

La distribución de la planta es el lugar en donde se ubicará la maquinaria para la obra física industrial, además se determina la disponibilidad del espacio para todos los puestos de trabajo y sitios de constante actividad.

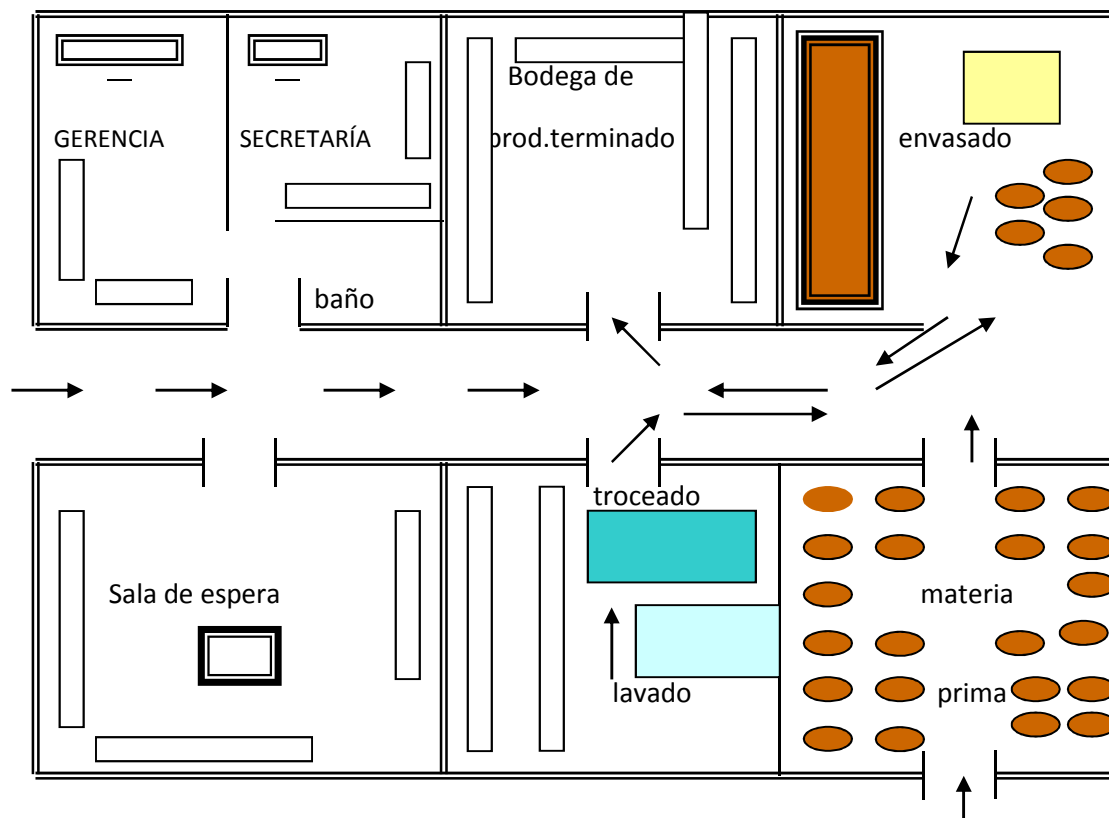
Se debe tomar en cuenta en este punto que es muy importante atender las necesidades que se dan en el movimiento de materia prima, trabajos indirectos y servicios auxiliares.

La distribución física de la planta tiene como objetivo principal localizar la maquinaria de manera que se haga posible cumplir con lo establecido en el diagrama de proceso de operación. El ordenamiento de la maquinaria en la planta permite la ejecución sin contratiempos de las operaciones y la minimización del transporte del producto en el proceso, entre las maquinarias.



GRÁFICO Nro. 5

## DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



ELABORACIÓN: Los Autores

## Ingeniería Del Proyecto

La ingeniería del proyecto se refiere específicamente a aquella parte del estudio que se relaciona en su fase técnica, es decir en las etapas del estudio, instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto. Para su mejor comprensión se lo ha dividido en dos partes:

**Proceso.-** Es el procedimiento técnico utilizado en el proyecto para obtener los bienes y servicios mediante una determinada función del producto, es decir son las transformaciones que realizará el aparato productivo para convertir una adecuada combinación de insumos en cierta cantidad de productos.

**Obra Física.-** Son las obras civiles, edificios, construcciones, accesos, que vienen a ser la base material de la unidad de producción.

En el proceso industrial de producción de pepinillos agridulces, acontecen varios subprocesos que transforman la materia prima en bruto en el producto final que es el pepinillo agridulce.

## Descripción Del Proceso

- 1. Recepción, clasificado y lavado del pepinillo.-** Cepillar bien los pepinos bajo el agua para sacar todas las impurezas que pueda tener, secarlos bien,

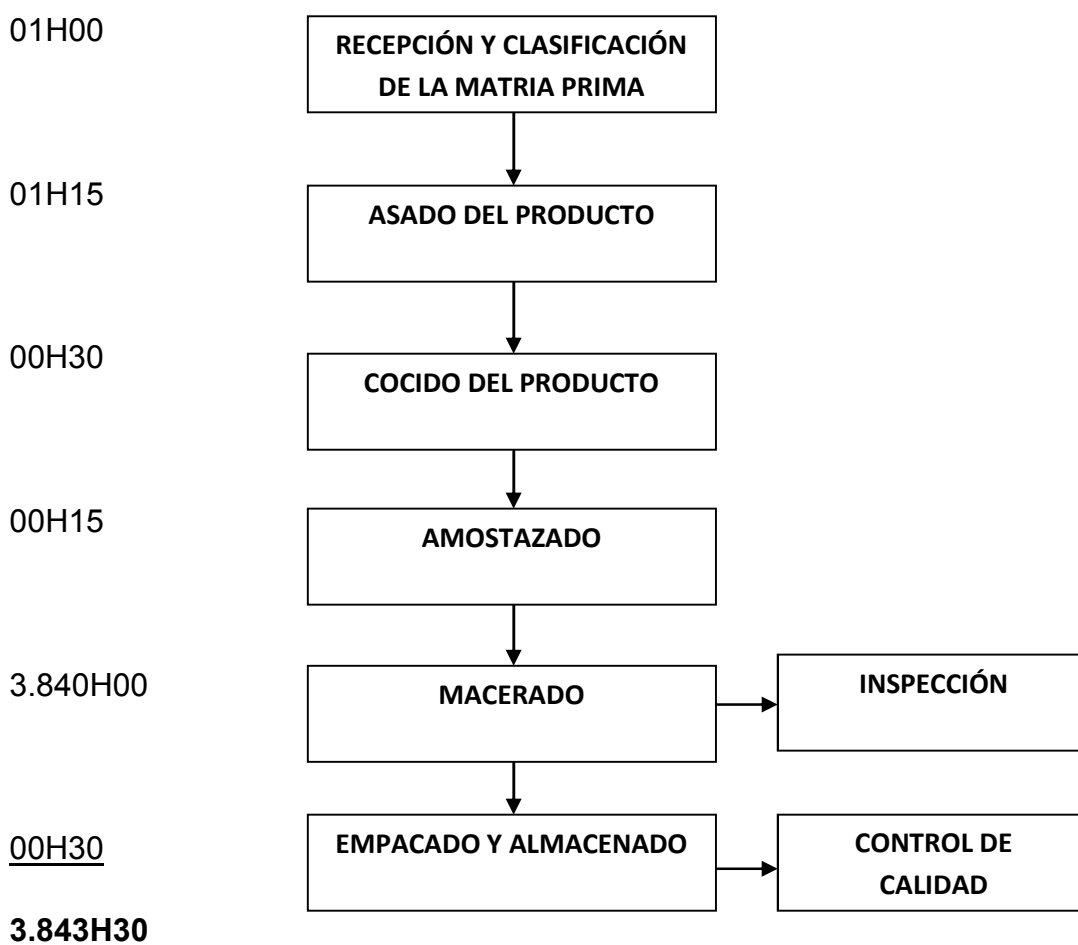
2. **Asado del pepinillo.-** En una asadera, esparcir sal, a manera de un colchón, luego colocar los pepinos y volver a esparcir sal sobre ellos y dejarlos una hora,
3. **Cocido del pepinillo.-** En un caldero poner el agua, el vinagre, el azúcar, hojas de laurel y los pepinos, dejar el fuego hervir durante 20 minutos,
4. **Amostazado del pepinillo.-** Con los pepinos calientes y con ayuda de pinzas sacarlos del agua y ubicarlos en un recipiente de vidrio y luego poner las semillas de mostaza y por último poner el líquido en la que se cocinaron hasta el tope,
5. **Macerado del pepinillo.-** Tapar el recipiente y dejar asentar los sabores por una semana,
6. **Envasado y almacenado del producto.**

**Balance de Materiales:** Es recomendable que los pepinillos sean los más pequeños

<b>MATERIA PRIMA</b>	<b>U/MED.</b>	<b>CANT. REQUERIDA</b>	<b>DESP.</b>	<b>CANT. PROD. TERMINADO (unid.de 100gr.)</b>
Pepinillo pequeño	Kilo	2.0	0	
Agua	Litro	0.5	0	
Vinagre	Litro	0.6	0	
Azúcar	Gramos	200.0	0	
Semillas de mostaza	Gramos	15.0	0	
Hojas de Laurel	Unidad	8.0	0	
Sal	Gramos	250.0	0	
				<b>20</b>

## GRÁFICO Nro. 6

## FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO

**TIEMPO**

**Total: ocho días con 3 horas con 30 minutos**

**ELABORACIÓN:** Los Autores

## REQUERIMIENTOS

### RECURSOS HUMANOS PARA LA EMPRESA

#### Personal Administrativo

1	Gerente
1	Asesor ocasional
1	Secretario-contador
1	Jefe de Producción
1	Conserje Guardián

#### Personal Operativo

2	Trabajadores
---	--------------

### RECURSOS MATERIALES PARA LA EMPRESA

#### EQUIPO Y MAQUINARIA

1	Cocina Industrial
3	Olla de acero inoxidable
4	Recipiente de vidrio
1	Envasadora semiautomática
1	Juego de cuchillos
1	Mesa de madera
2	Perchas medianas
2	Refrigerador

**GRAFICOS Nro. 7  
COCINA INDUSTRIAL**



**OLLA DE ACERO INOXIDABLE**



**RECIPIENTE DE VIDRIO**



**ENVASADORA SEMIAUTOMÁTICA****MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA**

Nro.	MUEBLES Y EQUIPOS
1	Escritorio tipo gerente
1	Sillón tipo gerente
1	Escritorio tipo secretaria
1	Silla giratoria
6	Sillas
1	Archivador
1	Estante
1	Computadora
1	Impresora
1	Teléfono



## 5. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

### Organización jurídica

#### CONSTITUCIÓN COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

#### MODELO DE MINUTA

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase Insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA.- COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD. -  
Intervienen en la celebración de este contrato, los señores: ÁNGEL EDINSON ARMIJOS ARMIJOS Y CASTILLO CALVA AMILCAR PATRICIO; los comparecientes manifiestan ser ecuatorianos, mayores de edad, casados, domiciliados en esta ciudad; y, declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de responsabilidad limitada «ARMIJOS CASTILLO CÍA. LTDA. la misma que se regirá por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

## SEGUNDA.- ESTATUTOS DE ARMIJOS CASTILLO CÍA. LTDA.

### CAPITULO PRIMERO

DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD, DOMICILIO,

FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN

ARTICULO UNO.- Constituyese en la ciudad de Loja, con domicilio en el mismo lugar, provincia de Loja. República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la compañía de responsabilidad limitada «ARMIJOS CASTILLO CÍA. LTDA.

ARTICULO DOS.- La compañía tiene por objeto y finalidad, la producción, distribución y venta de pepinillos agridulces, y cualquier otra actividad afín con la expresada. La compañía podrá por sí o por otra persona natural o jurídica intervenir en la venta y exportación de los productos que elabore, si ello es conveniente a sus Intereses; y tiene facultades para abrir dentro o fuera del país, agencias o sucursales, y para celebrar contratos con otras empresas que persigan finalidades similares sean nacionales o extranjeras.

ARTICULO TRES.- La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

ARTICULO CUATRO.- El plazo de duración del contrato social de la

compañía es de diez años, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta general de socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

## CAPITULO SEGUNDO

### DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE

### LA RESERVA LEGAL

ARTICULO CINCO.- El capital social de la compañía es de treinta y nueve mil trescientos setenta y siete dólares, dividido en treinta y nueve mil trescientos setenta y siete participaciones de un dólares cada una, que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por el presidente y gerente de la compañía. El capital está íntegramente suscrito y pagado en numerarlo en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

ARTICULO SEIS.- La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta general de socios, con el consentimiento de las dos

terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley y, en tal caso los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios.

ARTICULO SIETE.- El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo efectuará: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

ARTICULO OCHO.- La compañía entregará a cada socio el certificado de aportaciones que le corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libre tiñes acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y número de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del presidente y gerente de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

ARTICULO NUEVE.- Todas las participaciones son de igual calidad, los

socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

ARTICULO DIEZ.- Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la cesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios. En caso de cesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo. La compañía formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades líquidas y realizadas.

ARTICULO ONCE.- En las Juntas generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

### CAPITULO TERCERO

#### DE LOS SOCIOS. DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y

#### RESPONSABILIDADES

ARTICULO DOCE.- Son obligaciones de los socios:

Las que señala la Ley de Compañías:

Cumplir con las funciones, actividades y deberes que les asigne la Junta general de socios, el presidente y el gerente;

Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta general de socios; y,

Las demás que señalen estos estatutos.

ARTICULO TRECE.- Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta general de socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y, el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto;

Elegir y ser elegido para los órganos de administración;

A percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones, lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la

compañía:

Los demás previstos en la ley y en estos estatutos.

ARTICULO CATORCE.- La responsabilidad de los socios de la compañía, por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones Individuales a la compañía, salvo las excepciones de ley.

#### CAPITULO CUARTO

#### DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

ARTICULO QUINCE.- El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta general de socios, el presidente y el gerente.

ARTICULO DIECISEIS.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.- La junta general de socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

ARTICULO DIECISIETE.- Las sesiones de junta general de socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta general de socios en la modalidad de junta universal, esto es, que la junta

puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la junta y los asuntos a tratarse, entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente constituida.

ARTICULO DIECIOCHO.- Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

ARTICULO DIECINUEVE.- Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación por lo menos al señalado para la sesión de Junta general. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de la sesión.

ARTICULO VEINTE.- El quórum para las sesiones de Junta general de socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital social y. en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo



que se Indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

ARTICULO VEINTIUNO.- Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

ARTICULO VEINTIDÓS.- Las resoluciones de la Junta general de socios tomadas con arreglo a la ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a todos los socios, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

ARTICULO VEINTITRÉS.- Las sesiones de junta general de socios, serán presididas por el presidente de la compañía y. a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios: actuará de secretario el gerente o el socio que en su falta la Junta elija en cada caso.

ARTICULO VEINTICUATRO.- Las actas de las sesiones de junta general de socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y reverso, las que llevarán la firma del presidente y secretario. De cada sesión de junta se formará un expediente que contendría la copia del acta, los documentos que Justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por

la Junta.

ARTICULO VEINTICINCO.- Son atribuciones privativas de la junta general de socios:

Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración: y, en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y a estos estatutos:

Nombrar al presidente y al gerente de la compañía, señalándoles su remuneración y, removerlos por causas Justificadas o a la culminación del periodo para el cual fueron elegidos;

Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarlos e Informes que presenten los administradores;

Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;

Resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios:

Acordar la exclusión de socios de acuerdo con las causas establecidas en la ley:

Resolver cualquier asunto que no sea competencia privativa del presidente o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía;

Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presenten sobre las disposiciones del estatuto:

Acordar la venta o gravamen de los bienes Inmuebles de la compañía;

Aprobar los reglamentos de la compañía:

Aprobar el presupuesto de la compañía;

Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias, representaciones, establecimientos y oficinas de la compañía:

Las demás que señalen la Ley de Compañías y estos estatutos.

ARTICULO VEINTISÉIS.- Las resoluciones de la Junta general de socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

ARTICULO VEINTISIETE.- DEL PRESIDENTE.- El presidente será nombrado por la junta general de socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido. Puede ser socio o no.

ARTICULO VEINTIOCHO.- Son deberes y atribuciones del presidente de la compañía:

Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e Informar de estos particulares a la junta general de socios:

Convocar y presidir las sesiones de junta general de socios y suscribir las actas;

Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de sus políticas;

Reemplazar al gerente, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su ausencia o hasta que la Junta general de socios designe un reemplazo y se haya inscrito su nombramiento y, aunque no se le hubiere encargado la función por escrito;

Firmar el nombramiento del gerente y conferir certificaciones sobre el mismo;

Las demás que le señalan la Ley de Compañías, estos estatutos, reglamentos de la compañía y la junta general de socios.

ARTICULO VEINTINUEVE.- DEL GERENTE.- El gerente será nombrado por la Junta general de socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser

reelegido en forma indefinida. Puede ser socio o no.

ARTICULO TREINTA.- Son deberes y atribuciones del gerente de la compañía:

Representar legalmente a la compañía en forma Judicial y extrajudicial;

Conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la compañía;

Dirigir la gestión económica financiera de la compañía;

Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía;

Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos;

Realizar Inversiones y adquisiciones hasta por la suma de veinte salarios mínimos vitales, sin necesidad de firma conjunta con el presidente. Las adquisiciones que pasen de veinte salarios mínimos vitales, las hará conjuntamente con el presidente, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías;

Suscribir el nombramiento del presidente y conferir coplas y certificaciones sobre el mismo;

Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil;

Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de junta general;

Manejar las cuentas bancarias según sus atribuciones:

Presentar a la Junta general de socios un informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico:

Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la junta general de socios;

Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, estos estatutos, los reglamentos de la compañía y las que señale la Junta general de socios.

## CAPÍTULO QUINTO

### DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

ARTÍCULO TREINTA Y UNO.- La disolución y liquidación de la compañía se regla por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once; así como por el

Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

ARTÍCULO TREINTA Y DOS.- No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

DECLARACIONES.- El capital con el que se constituye la compañía ARMIJOS CASTILLO CIA. LTDA.\* ha sido suscrito y pagado en su totalidad en la siguiente forma: el señor Ángel Edinson Armijos Armijos cinco mil setecientos trece con 29 centavos de dólar y el señor Amílcar Patricio Castillo Calva cinco mil setecientos trece con 29 centavos de dólar, TOTAL: once mil cuatrocientos veinte y seis con cincuenta y ocho centavos de dólar; valor que ha sido depositado en dinero en efectivo en la cuenta «Integración de Capital», en el Banco de Loja, cuyo certificado se agrega a la presente escritura como documento habilitante. Los socios de la compañía por unanimidad nombran al señor Ángel Edinson Armijos Armijos para que se encargue de los trámites pertinentes, encaminados a la aprobación de la escritura constitutiva de la compañía, su inscripción en el Registro Mercantil y convocatoria a la primera junta general de socios, en la que se designarán presidente y gerente de la compañía.

Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario se sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez.

Atentamente,

(f) El Abogado

**ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA:** La Ley de Compañías no determina un patrón para la estructura administrativa de la compañía; por tanto tendrá valor lo que conste, al respecto, en el estatuto.

**DOCUMENTO HABILITANTE:** Como documento habilitante, se agregara a la escritura, el comprobante o certificado de depósito del capital pagado, en la cuenta «Integración de Capital» de una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones sean en dinero.

**APROBACIÓN DE LA INTENDENCIA DE COMPAÑÍAS:** Esta clase de compañía está sujeta al control, vigilancia y fiscalización de la Superintendencia de Compañías, a través de sus Intendencias; por tanto, para la constitución de una compañía con domicilio en la ciudad de Loja, deberá enviarse la escritura a la Intendencia de Compañías de Cuenca, para su aprobación; la que, al aprobar la constitución dispone lo siguiente: 1. Que se margine una razón en la matriz de la escritura de constitución, con la aprobación que realiza; 2. La publicación de un extracto de la escritura de constitución, por una sola vez, en uno de los diarios de mayor circulación del domicilio de la compañía: y. 3. La inscripción en el Registro Mercantil.



LA MINUTA: Antes de elevar a escritura pública la minuta que contiene el contrato de constitución de la compañía, es conveniente, enviarla a la Intendencia de Compañías, para su revisión y visto bueno. Con ello, estamos asegurando, en cierta forma, la conformidad de la Intendencia para la aprobación de la escritura pública; incluida la que se refiere a la razón social de la compañía a constituirse.

### **Niveles Administrativos**

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

**Nivel Legislativo.-** En nuestra empresa representa el primer nivel jerárquico y lo constituye la Junta General de Socios cuya función básica es la de legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar reglamento, ordenanzas, resoluciones, etc., y decidir aspectos de mayor importancia.

**Nivel Ejecutivo.-** Lo constituye el Gerente, este nivel toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas, ejerciendo la autoridad para garantizar su fiel cumplimiento.

**Nivel Asesor.-** Lo conforma el asesor jurídico cuya función es la de aconsejar e informar en materia jurídica (ad-hoc).

**Nivel Auxiliar.-** Lo integra la Secretaria-Contadora, este nivel ayuda a los otros niveles administrativos a la prestación de servicios oportunos y con eficiencia.

Es un nivel de apoyo a las labores ejecutivas, asesoras y operacionales.

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

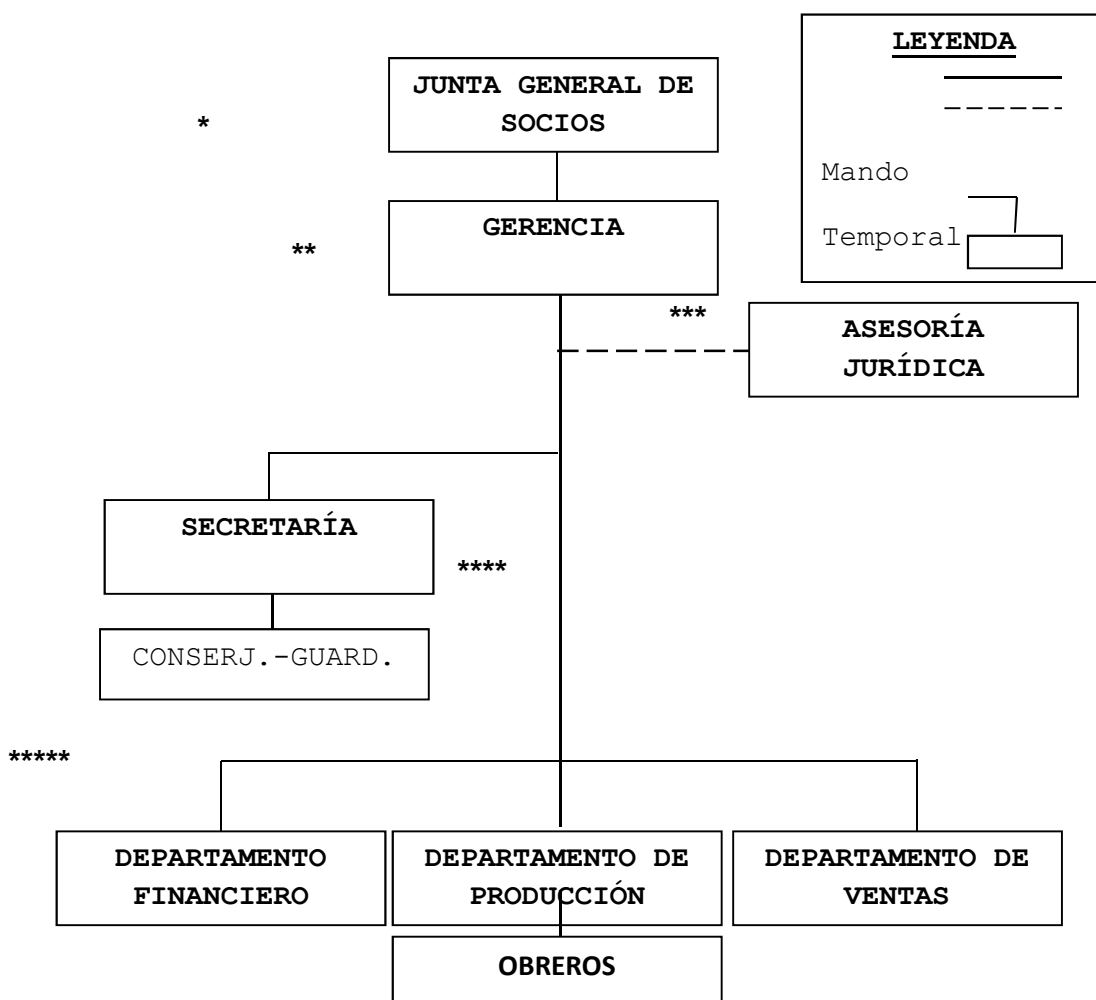
**Nivel Operativo.-** Está conformado por, los jefes departamentales y sus respectivos dependientes.

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

## GRÁFICO Nº 8

**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**  
**“ARMIJOS CASTILLO”**

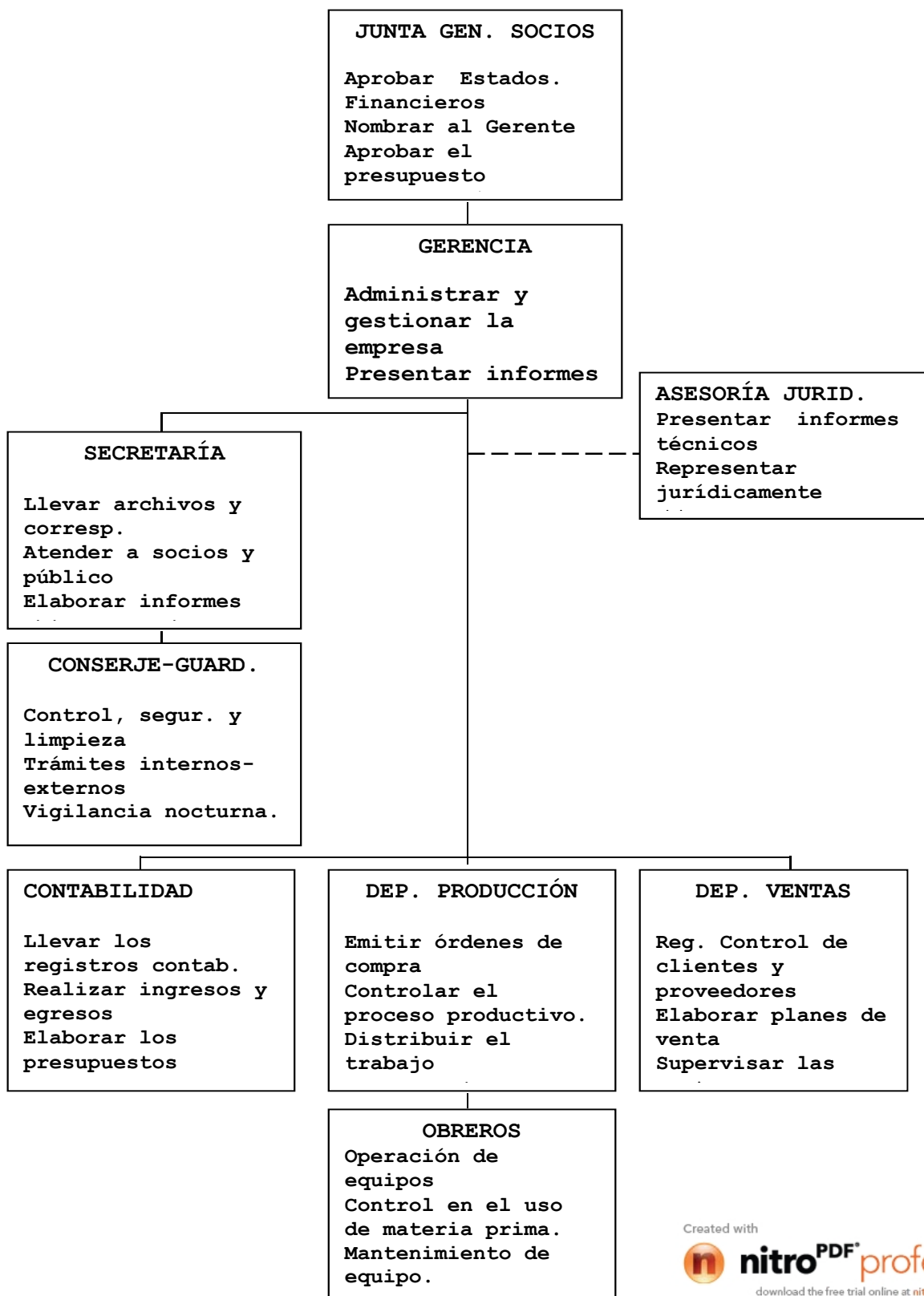
Cía. Ltda.



ELABORACIÓN: Los Autores

**GRÁFICO N° 9**  
**ORGANIGRAMA FUNCIONAL**

**“ARMIJOS CASTILLO”**  
**Cía. Ltda.**



## MANUAL DE FUNCIONES

**CÓDIGO:** 1

**TITULO DEL PUESTO:** GERENCIA

### **NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Planificar, organizar, dirigir y controlar la buena marcha de la empresa a fin de lograr los objetivos propuestos. Supervisar, guiar y planificar el proceso de comercialización de la empresa.

### **TAREAS TÍPICAS DE GERENCIA:**

**PLANIFICAR:** Lo que va a realizar en la empresa.

**ORGANIZAR:** En forma coordinada los recursos y actividades materiales, técnicas y humanas.

**EJECUTAR:** El plan de acción trazado.

**CONTROLAR:** La ejecución del plan para realizar los ajustes correspondientes.

**REPRESENTAR:** Judicial y extrajudicialmente a la empresa. Interpretar planes, programas y más directrices técnicas y administrativas del nivel. Legislativo.

**SELECCIONAR:** El personal idóneo para que trabaje en la empresa.

### **TAREAS TÍPICAS DE COMERCIALIZACIÓN:**

- Planificar programas, políticas y estrategias de comercialización.
- Elaborar y ejecutar las estrategias de promoción y publicidad de la empresa
- Determinar los lugares estratégicos y los intermediarios adecuados para la venta del producto.
- Analizar las políticas de ventas
- Responsable de las ventas en el mercado de influencia.
- Entregar el producto en los lugares convenidos
- Responsabilizarse de la mercadería que le sea entregada.
- Conducir y responsabilizarse por el buen estado del vehículo.

### **CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:**

Responsabilidad administrativa económica y técnica en la ejecución de las tareas.

### **REQUISITOS MÍNIMOS:**

- Título en Ingeniería Comercial
- Experiencia mínima 1 año

- Curso de Relaciones Humanas
- Cursos de Mercadotecnia
- Cursos de Administración
- Cursos de Computación

**CÓDIGO:** 2

**TITULO DEL PUESTO:** ASESORÍA JURÍDICA

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

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

**TAREAS TÍPICAS:**

- Aconsejar a directivos de la empresa y a sus funcionarios sobre asuntos de carácter jurídico.
- Aconsejar e informar sobre proyectos en materia jurídica, para la empresa.
- Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa.
- Participar en procesos contractuales.

- Participar en sesiones de Junta de Socios y Jefes.

### **CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:**

Se caracterizan por mantener autoridad funcional más no de mando en razón de que aconseja y recomienda pero no toma decisiones y su participación es eventual.

### **REQUISITOS MÍNIMOS:**

**EDUCACIÓN:** Título a nivel universitario, Abogado

Doctor en Jurisprudencia.

**EXPERIENCIA:** Dos años en funciones similares.

**CÓDIGO:** 3

**TITULO DE PUESTO:** SECRETARIA - CONTABILIDAD

### **NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Manejar y tramitar documentos e información confidenciales de la empresa, Ejecutar operaciones contables y realizar el análisis financiero.

### **TAREAS TÍPICAS DE SECRETARÍA:**

- Mantener buenas relaciones interpersonales, tanto internas como externas



- Manejar datos e información confidencial de la empresa
- Tramitar pedidos u órdenes del jefe
- Enviar y recibir correspondencia de la empresa.
- Mantener la información administrativa al día

### **CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:**

Responsabilidad técnica y económica en el manejo de los trámites administrativos y operaciones contables.

### **TAREAS TÍPICAS DE CONTABILIDAD:**

- Llevar actualizado el sistema contable de la empresa
- Preparar estados financieros de la empresa
- Determinar el control previo sobre gastos
- Organizar en forma adecuada los registros contables
- Ejecutar operaciones contables
- Realizar análisis financieros

### **REQUISITOS MÍNIMOS**

- Título en Contabilidad y Auditoría
- Experiencia mínima 2 años
- Curso de Secretariado y contabilidad

- Curso de Informática
- Cursos de Relaciones Humanas.

**CÓDIGO:** 4

**TITULO DE PUESTO:** CONSERJERÍA - GUARDIANÍA

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Encargado de las actividades de tramitación administrativa, limpieza y vigilancia de oficinas de la empresa, así como del ingreso y egreso de mercaderías y equipos a bodega de la empresa.

**TAREAS TÍPICAS:**

- Mantener limpia el área física de la empresa
- Mantenerse vigilante y a expectativa de los servicios básicos
- Estar vigilando permanentemente la empresa
- Controlar el ingreso y egreso de personas en la empresa
- Informar a sus superiores acontecimientos que atenten con la seguridad de la empresa
- Garantizar la protección de las personas y de los bienes de la empresa.
- Manejar datos e información de ingresos y egresos de materia prima y equipos de la empresa

- Mantener la información sobre inventarios al día

### **REQUISITOS MÍNIMOS**

- Título de Bachiller
- Haber cumplido con el Servicio Militar Obligatorio
- Experiencia mínima 2 años
- Curso de preparación física y defensa personal
- Cursos de Relaciones Humanas.

**CÓDIGO:** 5

**TITULO DEL PUESTO:** JEFATURA DE PRODUCCIÓN

### **NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Organizar labores de producción y mantenimiento del equipo para el personal de obreros en el Departamento a su cargo.

### **TAREAS TÍPICAS**

- Cumplir las disposiciones emanadas por los superiores
- Recepción de la materia prima e insumos.
- Control de inventarios.
- Organizar actividades para ser desarrolladas en planta.

- Realizar diseños para la producción.
- Controlar la ejecución de las tareas en cada uno de los miembros subalternos.
- Realizar el control de calidad del producto elaborado.
- Mantener información correcta y oportuna de materia prima, para evitar desabastecimiento.

#### **CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:**

Requiere de actitud, iniciativa y concentración para organizar el trabajo en este departamento.

#### **REQUISITOS MÍNIMOS**

- Título de Ingeniero en Industrias Alimenticias
- Conocimiento en el manejo de programas informáticos de diseño.
- Experiencia mínima 1 año
- Cursos de Relaciones Humanas

**CÓDIGO:** 6

**TITULO DEL PUESTO:** OBREROS

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

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

**TAREAS TÍPICAS**

- Cumplir las disposiciones emanadas por los superiores
- Pesar la cantidad de materia prima a procesar
- Vigilar el proceso productivo.
- Controlar el mantenimiento y conservación del equipo.
- Operar el equipo bajo su cargo
- Evitar desperdicios de materiales.

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:**

Responsabilidad económica y técnica de sus labores, por las características del trabajo se requiere habilidad y destreza.

**REQUISITOS MÍNIMOS**

- Título de Bachiller.
- Experiencia mínima 1 año
- Cursos de Capacitación en procesos productivos

- Cursos de Relaciones Humanas

## **7. ESTUDIO FINANCIERO**

### **7.1. INVERSIONES**

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

**Activos:** Son todos los bienes y derechos de propiedad de la empresa. El presente proyecto origina tres clases de activos: Activo Fijo, Activo Diferido y Activo Circulante o Capital de Trabajo.

#### **ACTIVO FIJO**

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

## Especificaciones de los activos fijos

Para el presente proyecto, se incluirá como activos fijos los rubros de: Maquinaria y equipo, Muebles y equipo de oficina, Instalaciones, que son necesarios para la ejecución del mismo.

- a. **Equipo.-** El precio del equipo y maquinaria se obtuvo mediante, proformas e investigaciones en empresas locales e internacionales que se dedican a la venta de los mismos.
- b. **Instalaciones.-** Se refiere a la instalación de los servicios de luz eléctrica y agua potable.
- c. **Muebles y Equipo de Oficina.-** Se refiere a los muebles y equipo de oficina que se requieren para desarrollar las actividades administrativas.

## 7.2. RESUMEN DE LAS INVERSIONES FIJAS

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

**CUADRO N° 29  
INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS**

<b>ACTIVOS</b>	<b>ANEXOS</b>	<b>VALOR</b>
Equipo de producción	5	4,856.00
Instalaciones	8	90.90
Muebles y equipo de oficina	13	1,107.00
Equipo de Computación	14	870.00
<b>TOTAL</b>		<b>6,923.90</b>

FUENTE: Anexos  
ELABORACIÓN: Los Autores

### **ACTIVO DIFERIDO:**

En este activo se tomó en cuenta los gastos realizados en el estudio del proyecto y otros gastos relacionados con el mismo; por lo tanto el valor de este activo se distribuye así:

**CUADRO N° 30  
INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS**

<b>ACTIVOS</b>	<b>VALOR</b>
Gastos de Constitución	250.00
Estudios del Proyecto	300.00
Marcas y Patentes	100.00
<b>TOTAL</b>	<b>650.00</b>

FUENTE: Anexos  
ELABORACIÓN: Los Autores

### **ACTIVO CIRCULANTE**

Este activo está constituido por valores necesarios para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, el valor de este activo se lo detalla a continuación.



**CUADRO N° 31**  
**INVERSIONES EN ACTIVO CIRCULANTE**

ACTIVOS	ANEXOS	VALOR
<b>Rubros calculados para un mes de operación</b>		
Materia prima directa	2	430.00
Materia prima indirecta	3	563.33
Mano de obra directa	4	746.15
Arriendo	6	500.00
Suministros de Trabajo	7	236.00
Energía eléctrica	9	75.00
Agua Potable	10	7.40
Sueldos administrativos	12	1,174.36
Suministros de oficina	18	0.44
Consumo telefónico	19	45.00
Publicidad y propaganada	20	75.00
<b>Total:</b>		<b>3,852.68</b>

FUENTE: Anexos  
ELABORACIÓN: Los Autores

### 7.3. RESUMEN DE INVERSIÓN TOTAL PREVISTA

El resumen de la inversión total se demuestra en el siguiente cuadro.

**CUADRO N° 32  
INVERSIÓN TOTAL**

<b>ACTIVOS</b>	<b>VALOR</b>
Activo fijo	6,923.90
Activo diferido	650.00
Activo circulante	3,852.68
<b>Total:</b>	<b>11,426.58</b>

FUENTE: Cuadros N° 34, 35 y 36

ELABORACIÓN: Los Autores

#### **7.4. FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN**

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

##### **a. FUENTES INTERNAS**

El 64.99% del total de la inversión y que corresponde a 7,426.58 dólares será financiado con aportaciones de los socios.

##### **b. FUENTES EXTERNAS**

Después de buscar la alternativa más conveniente, se decidió solicitar un préstamo al Banco de Loja.

El crédito que mantendrá el proyecto con el banco de Loja, constituirá el 35.01% que corresponde a 4,000 dólares a 3 años plazo al 14.5% de interés anual con el objeto de financiar parte del activo fijo. Esto en el primer mes, en consecuencia los rubros de financiamiento se presentan así:

**CUADRO N° 33  
FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN**

<b>FINANCIAMIENTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Crédito	4,000.00	35.01%
Capital social	7,426.58	64.99%
<b>TOTAL:</b>	<b>11,426.58</b>	<b>100.00%</b>

FUENTE: Anexos  
ELABORACIÓN: Los Autores

### 7.5. ESTRUCTURA DE COSTOS Y ESTABLECIMIENTO DE INGRESOS DEL PROYECTO

La estructura de los costos comprende los Costos de Producción y de Operación, en nuestra empresa.

**CUADRO N° 34**

<b>AÑO 1 BASE DE PRODUCCIÓN</b>			
<b>PRODUCTO</b>	<b>PRODUCCIÓN ANUAL</b>		
Fundas de pepinillos agridulces			104.000
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>			
Costo primo			20.875,96
+ Gastos de producción			7.735,02
<b>TOTAL:</b>			<b>28.610,98</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>			
Gastos administrativos			14.930,55
+ Gastos de ventas			900,00
+ Gastos financieros			531,67
<b>TOTAL:</b>			<b>16.362,22</b>
<b>COSTO TOTAL:</b>			<b>44.973,20</b>
En el primer año establecemos el precio de venta del producto contemplando un margen de utilidad de 20% del costo.			
	<b>INGRESO POR VENTAS</b>		
<b>PRODUCCIÓN</b>	<b>COSTO</b>	<b>P.V.P.</b>	<b>TOTAL</b>
104.000	0,43	0,52	53.967,84

CUADRO N° 35

<b>AÑO 10</b>			
<b>BASE DE PRODUCCIÓN</b>			
	Fundas de pepinillos agrdulces		130.000
	<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>		
	Costo primo		30.806,19
	+ Gastos de producción		9.936,95
	TOTAL:		40.743,14
	<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>		
	Gastos administrativos		19.430,58
	+ Gastos de ventas		1.174,30
	+ Gastos financieros		0,00
	TOTAL:		20.604,88
	<b>COSTO TOTAL:</b>		<b>61.348,02</b>
En el décimo año establecemos el precio de venta del producto contemplando un margen de utilidad de 20% del costo.			
	<b>INGRESO POR VENTAS</b>		
<b>PRODUCCIÓN</b>	<b>COSTO</b>	<b>P.V.P.</b>	<b>TOTAL</b>
130.000	0,47	0,57	73.617,62

## 7.6. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Documento Contable que presenta los resultados obtenidos en un período económico, sean estos pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período.

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

El Estado de Pérdidas y Ganancias llamado también Estado de Resultados nos demuestra cual es la utilidad o pérdida que se ha obtenido durante un período económico y como se ha producido, cuyos resultados sirven para obtener mediante un análisis conclusiones, que permitan conocer como se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

**INGRESOS:**

Están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos.

**EGRESOS:**

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

**CUADRO N° 36 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>Ingreso por ventas</b>	<b>53.967,84</b>	<b>58.686,56</b>	<b>60.174,07</b>	<b>61.784,48</b>	<b>63.608,70</b>	<b>65.487,65</b>	<b>67.440,31</b>	<b>69.433,68</b>	<b>71.486,85</b>	<b>73.617,62</b>
- Costos de Producción	28.610,98	32.270,46	33.223,27	34.204,66	35.215,49	36.256,65	37.329,04	38.433,61	39.571,31	40.743,14
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>25.356,86</b>	<b>26.416,10</b>	<b>26.950,80</b>	<b>27.579,83</b>	<b>28.393,21</b>	<b>29.231,00</b>	<b>30.111,26</b>	<b>31.000,07</b>	<b>31.915,55</b>	<b>32.874,48</b>
- Costos de Operación	16.362,22	16.635,01	16.921,79	17.282,41	17.791,76	18.316,39	18.871,21	19.427,79	20.001,07	20.604,88
<b>= Utilidad Neta</b>	<b>8.994,64</b>	<b>9.781,09</b>	<b>10.029,01</b>	<b>10.297,41</b>	<b>10.601,45</b>	<b>10.914,61</b>	<b>11.240,05</b>	<b>11.572,28</b>	<b>11.914,48</b>	<b>12.269,60</b>
- 15% utilidad a trabajadores	1.349,20	1.467,16	1.504,35	1.544,61	1.590,22	1.637,19	1.686,01	1.735,84	1.787,17	1.840,44
<b>= Utilidad antes de Imp. a la renta</b>	<b>7.645,44</b>	<b>8.313,93</b>	<b>8.524,66</b>	<b>8.752,80</b>	<b>9.011,23</b>	<b>9.277,42</b>	<b>9.554,04</b>	<b>9.836,44</b>	<b>10.127,30</b>	<b>10.429,16</b>
- 25% Impuesto a la renta	1.911,36	2.078,48	2.131,16	2.188,20	2.252,81	2.319,35	2.388,51	2.459,11	2.531,83	2.607,29
<b>= Utilidad antes de la Reserva Legal</b>	<b>5.734,08</b>	<b>6.235,45</b>	<b>6.393,49</b>	<b>6.564,60</b>	<b>6.758,42</b>	<b>6.958,06</b>	<b>7.165,53</b>	<b>7.377,33</b>	<b>7.595,48</b>	<b>7.821,87</b>
- Reserva Legal 10%	573,41	623,54	639,35	656,46	675,84	695,81	716,55	737,73	759,55	782,19
<b>= Utilidad líquida del ejercicio</b>	<b>5.160,67</b>	<b>5.611,90</b>	<b>5.754,14</b>	<b>5.908,14</b>	<b>6.082,58</b>	<b>6.262,26</b>	<b>6.448,98</b>	<b>6.639,60</b>	<b>6.835,93</b>	<b>7.039,69</b>

ELABORACION: Los Autores

FUENTE: Cuadros Nro. 33. 34 v 36

**NOTA:** El incremento año a año está dado por la proyección de los presupuestos individuales tomando el 3% promedio de la tasa de inflación

**CUADRO N° 37: PRESUPUESTO DE OPERACIÓN PARA LOS DIEZ AÑOS**

<b>COSTO PRIMO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
Materia Prima Directa	5.162,14	6.646,26	6.845,65	7.051,02	7.262,55	7.480,42	7.704,84	7.935,98	8.174,06	8.419,28
Materia Prima Indirecta	6.760,00	8.450,00	8.703,50	8.964,61	9.233,54	9.510,55	9.795,87	10.089,74	10.392,43	10.704,21
Mano de Obra Directa	8.953,82	9.222,43	9.499,11	9.784,08	10.077,60	10.379,93	10.691,33	11.012,07	11.342,43	11.682,70
<b>Total Costo Primo</b>	<b>20.875,96</b>	<b>24.318,69</b>	<b>25.048,26</b>	<b>25.799,70</b>	<b>26.573,69</b>	<b>27.370,91</b>	<b>28.192,03</b>	<b>29.037,79</b>	<b>29.908,93</b>	<b>30.806,19</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL SERV.</b>										
Depreciación de Maquinaria y Equipo	437,04	437,04	437,04	437,04	437,04	437,04	437,04	437,04	437,04	437,04
Arrendos	6.000,00	6.180,00	6.365,40	6.556,36	6.753,05	6.955,64	7.164,31	7.379,24	7.600,62	7.828,64
Suministros de Trabajo	236,00	243,08	250,37	257,88	265,62	273,59	281,80	290,25	298,96	307,93
Depreciación de Instalaciones Eléctricas	8,18	8,18	8,18	8,18	8,18	8,18	8,18	8,18	8,18	8,18
Energía Eléctrica	900,00	927,00	954,81	983,45	1.012,96	1.043,35	1.074,65	1.106,89	1.140,09	1.174,30
Agua Potable	88,80	91,46	94,21	97,03	99,95	102,94	106,03	109,21	112,49	115,86
Amortización de activos diferidos	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00
<b>Total Costo de Producción del Serv.</b>	<b>7.735,02</b>	<b>7.951,76</b>	<b>8.175,01</b>	<b>8.404,95</b>	<b>8.641,80</b>	<b>8.885,74</b>	<b>9.137,01</b>	<b>9.395,81</b>	<b>9.662,38</b>	<b>9.936,95</b>
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>28.610,98</b>	<b>32.270,46</b>	<b>33.223,27</b>	<b>34.204,66</b>	<b>35.215,49</b>	<b>36.256,65</b>	<b>37.329,04</b>	<b>38.433,61</b>	<b>39.571,31</b>	<b>40.743,14</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>										
<b>ADMINISTRATIVOS</b>										
Sueldos Administrativos	14.092,30	14.515,07	14.950,52	15.399,04	15.861,01	16.336,84	16.826,94	17.331,75	17.851,70	18.387,26
Depreciación de muebles y equipo de ofic.	99,63	99,63	99,63	99,63	99,63	99,63	99,63	99,63	99,63	99,63
Depreciación de equipo de computación	193,34	193,34	193,34	204,45	204,45	204,45	218,90	218,90	218,90	232,23
Suministros de oficina	5,28	5,44	5,60	5,77	5,94	6,12	6,30	6,49	6,69	6,89
Consumo telefónico	540,00	556,20	572,89	590,07	607,77	626,01	644,79	664,13	684,06	704,58
<b>Total Costos Administrativos</b>	<b>14.930,55</b>	<b>15.369,68</b>	<b>15.821,98</b>	<b>16.298,96</b>	<b>16.778,81</b>	<b>17.273,05</b>	<b>17.796,57</b>	<b>18.320,91</b>	<b>18.860,98</b>	<b>19.430,58</b>
<b>VENTAS</b>										
Publicidad y Propaganda	900,00	927,00	954,81	983,45	1.012,96	1.043,35	1.074,65	1.106,89	1.140,09	1.174,30
<b>Total Costos de Ventas</b>	<b>900,00</b>	<b>927,00</b>	<b>954,81</b>	<b>983,45</b>	<b>1.012,96</b>	<b>1.043,35</b>	<b>1.074,65</b>	<b>1.106,89</b>	<b>1.140,09</b>	<b>1.174,30</b>
<b>FINANCIEROS</b>										
Intereses por préstamo	531,67	338,33	145,00	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total Costos Financieros</b>	<b>531,67</b>	<b>338,33</b>	<b>145,00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL COSTO DE OPERACIÓN</b>	<b>16.362,22</b>	<b>16.635,01</b>	<b>16.921,79</b>	<b>17.282,41</b>	<b>17.791,76</b>	<b>18.316,39</b>	<b>18.871,21</b>	<b>19.427,79</b>	<b>20.001,07</b>	<b>20.604,88</b>
<b>TOTAL COSTO</b>	<b>44.973,20</b>	<b>48.905,47</b>	<b>50.145,05</b>	<b>51.487,07</b>	<b>53.007,25</b>	<b>54.573,04</b>	<b>56.200,25</b>	<b>57.861,40</b>	<b>59.572,38</b>	<b>61.348,02</b>

CUADRO N° 38: COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA LOS AÑOS 1, 5 Y 10

COSTO PRIMO	AÑO 1		AÑO 5		AÑO 10	
	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
Materia Prima Directa		5.162,14		7.262,55		8.419,28
Materia Prima indirecta		6.760,00		9.233,54		10.704,21
Mano de Obra Directa		8.953,82		10.077,60		11.682,70
<b>Total Costo Primo</b>	-	<b>20.875,96</b>		<b>26.573,69</b>		<b>30.806,19</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL SERV.</b>						
Depreciación de Equipo	437,04		437,04		437,04	
Arriendos	6.000,00		6.753,05		7.828,64	
Suministros de Trabajo	236,00		265,62		307,93	
Depreciación de Instalaciones electricas	8,18		8,18		8,18	
Energía Eléctrica		900,00		1.012,96		1.174,30
Agua Potable		88,80		99,95		115,86
Amortización de activos diferidos	65,00		65,00		65,00	
<b>Total Costo de Producción</b>	<b>6.746,22</b>	<b>988,80</b>	<b>7.528,89</b>	<b>1.112,90</b>	<b>8.646,79</b>	<b>1.290,16</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>						
<b>ADMINISTRATIVOS</b>						
Sueldos Administrativos	14.092,30		15.861,01		18.387,26	
Depreciación de Muebles y Equipo de Oficina	99,63		99,63		99,63	
Depreciación de Muebles y Equipo de Oficina	193,34		204,45		232,23	
Suministros de oficina	5,28		5,94		6,89	
Consumo telefónico	540,00		607,77		704,58	
<b>Total Costos Administrativos</b>	<b>14.930,55</b>	-	<b>16.778,81</b>	-	<b>19.430,58</b>	-
<b>VENTAS</b>						
Publicidad y propaganda	900,00		1.012,96		1.174,30	-
<b>Total Costos de Ventas</b>	<b>900,00</b>	-	<b>1.012,96</b>	-	<b>1.174,30</b>	-
<b>FINANCIEROS</b>						
Intereses por préstamo	531,67					
<b>Total Costos Financieros</b>	<b>531,67</b>	-				
<b>TOTAL DE COSTO</b>	<b>23.108,44</b>	<b>21.864,76</b>	<b>25.320,66</b>	<b>27.686,60</b>	<b>29.251,66</b>	<b>32.096,35</b>



## 7.7. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como **PUNTO MUERTO**, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado, es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades.

Para realizar este cálculo, es menester clasificar los costos en Fijos y Variables, los mismos que detallamos en los cuadros que integran el presente trabajo y que llevan el nombre de "Costos Fijos y Variables" para los años 1, 5 y 10 de vida útil del proyecto.

### **COSTOS FIJOS Y VARIABLES.**

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

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

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

## AÑO 1

### a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{23,123.97}{75,640.48 - 39,909.76} \times 100$$

$$PE = \mathbf{64.72\%}$$

### b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

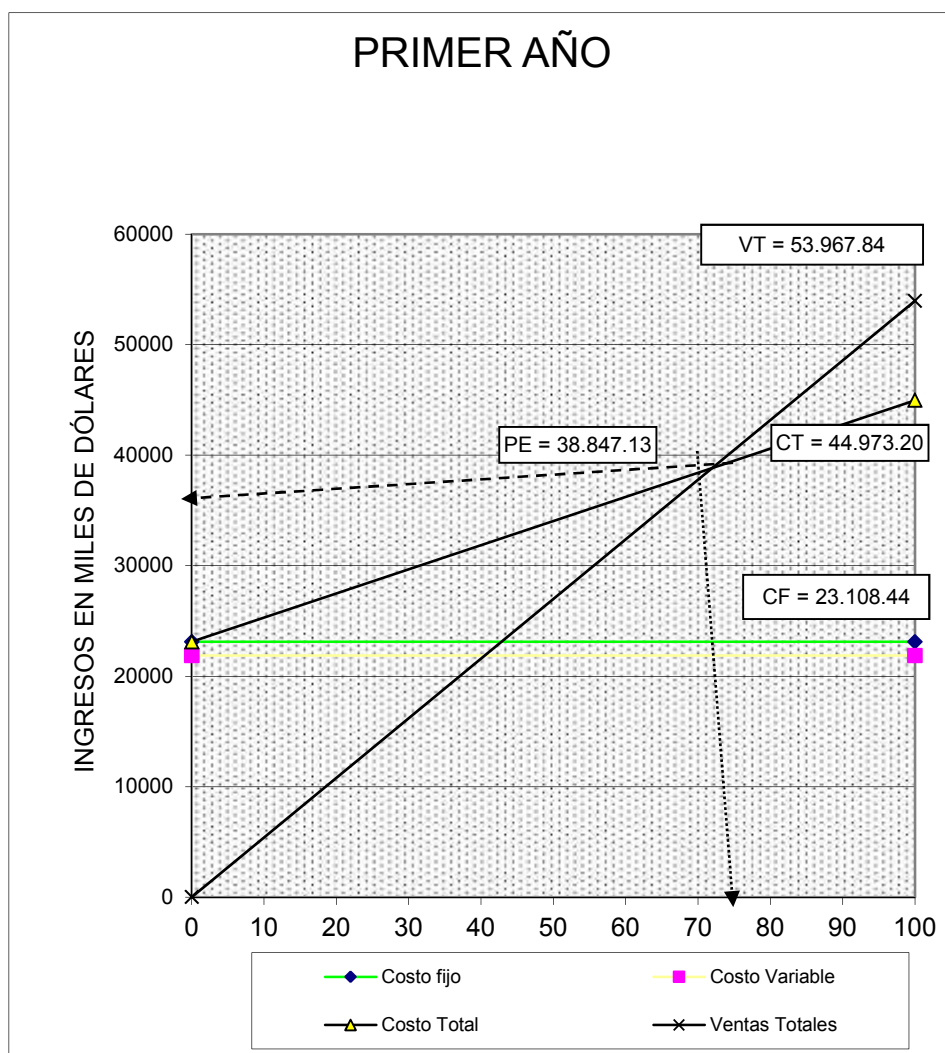
$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$PE = \frac{23,123.97}{1 - \frac{39,909.76}{75,640.48}}$$

$$PE = \mathbf{48,952.50 \text{ dólares}}$$

## GRÁFICO N° 10

### EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



**ELABORACION:** Los Autores

## AÑO 5

### a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{25,070.36}{94,105.45 - 53,350.85} \times 100$$

$$PE = \mathbf{61.52\%}$$

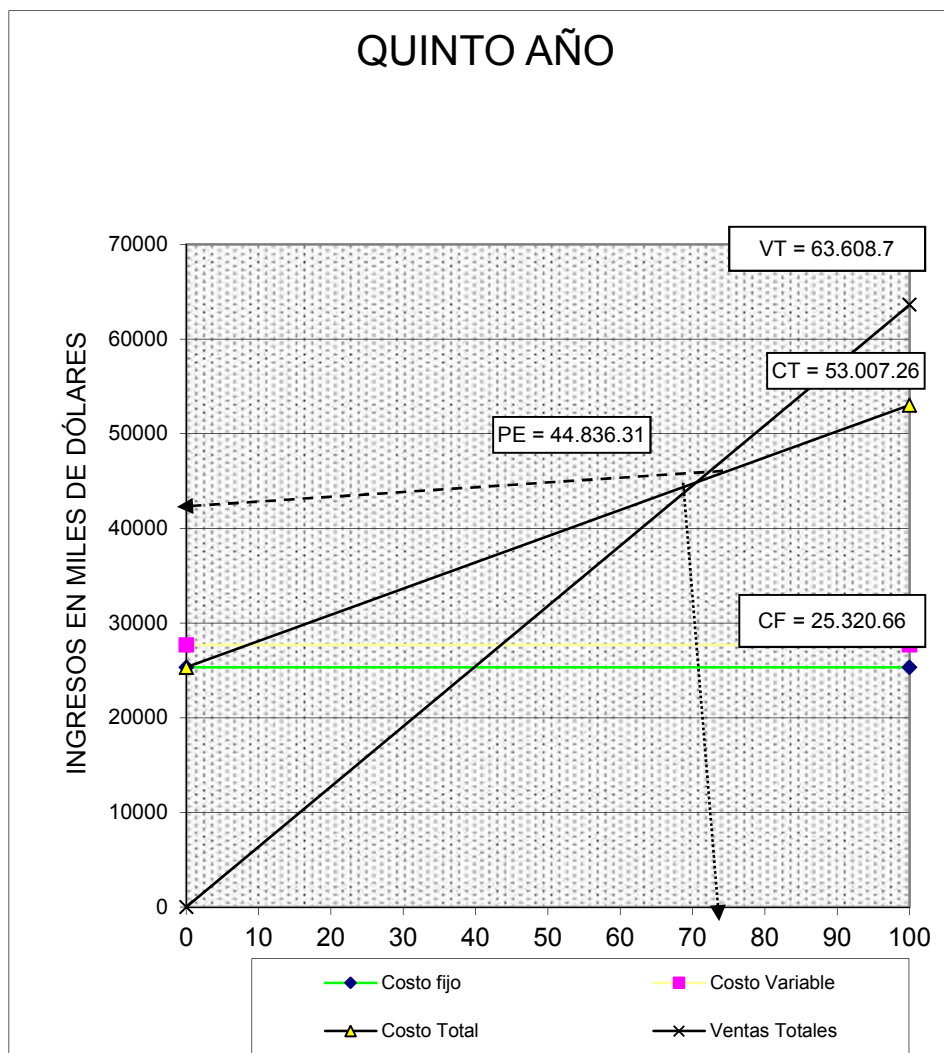
### b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$PE = \frac{25,070.36}{1 - \frac{53,350.85}{94,105.45}}$$

$$PE = \mathbf{57,889.36 \text{ dólares}}$$

## GRÁFICO N° 11 PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



**ELABORACION:** Los Autores

## AÑO 10

### a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{29,001.36}{109,019.55 - 61,848.26} \times 100$$

$$PE = \mathbf{61.48\%}$$

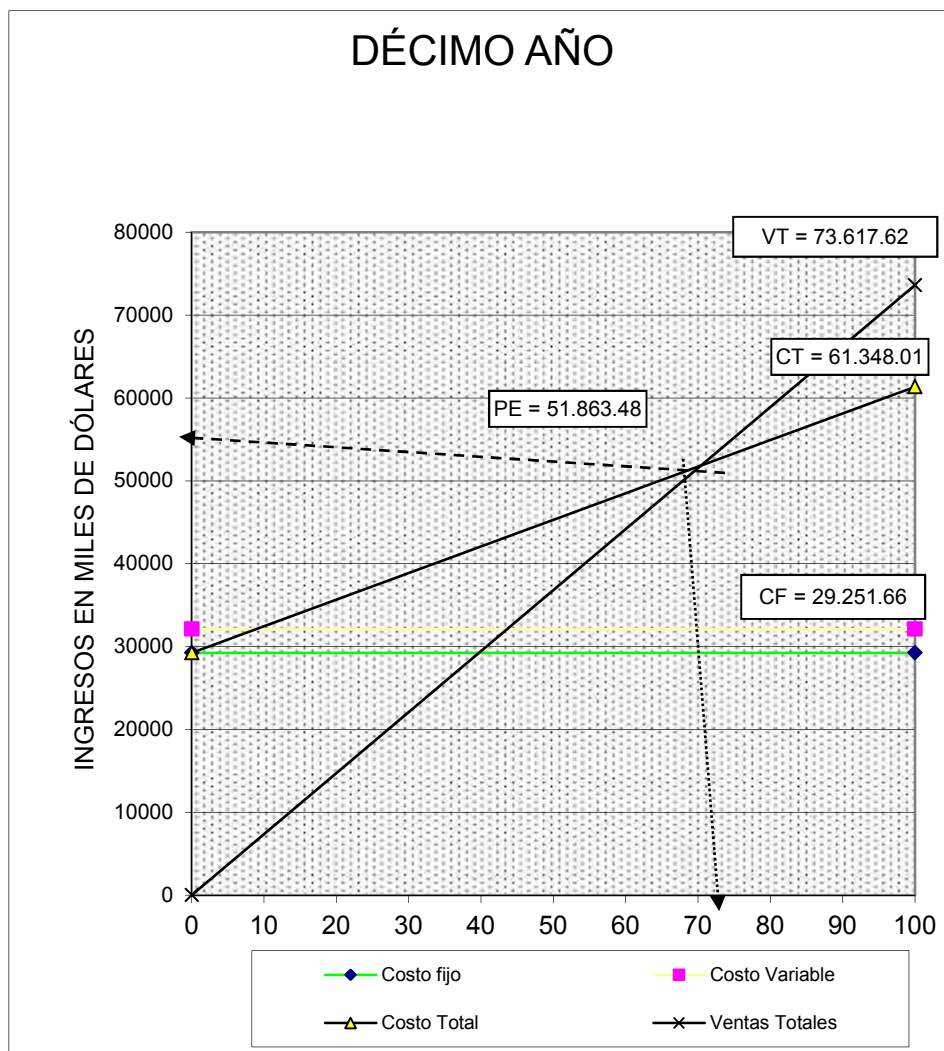
### b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$PE = \frac{29,001.36}{1 - \frac{61,848.26}{109,019.55}}$$

$$PE = \mathbf{67,026.26 \text{ dólares}}$$

## GRÁFICO N° 12 PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



**ELABORACION:** Los Autores



## **7.8. EVALUACIÓN FINANCIERA**

El objetivo de la Evaluación Financiera desde el punto de vista privado, es determinar el mérito de un proyecto, estimándose como tal el grado o nivel de utilidad que obtiene el empresario privado como premio al riesgo de utilizar su capital y su capacidad empresarial en la implementación de un proyecto.

### **7.8.1 FLUJO DE CAJA**

Para realizar la aplicación de algunos criterios de evaluación, se hace necesario previamente estimar los flujos de caja.

El Flujo de Caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto.

El Flujo de Caja, permite cubrir todos los requerimientos de efectivo del proyecto, posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos para cubrir sus necesidades de efectivo.

Los Flujos de Caja se evalúan en lugar de utilizar figuras contables, en razón de que no son éstos los que afectan a la capacidad de la empresa para pagar cuentas o compras de activos.

El Flujo de Caja se encuentra demostrado en el cuadro siguiente, en el que se comparan los ingresos con los egresos.

CUADRO N° 39: FLUJO DE CAJA

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>INGRESOS</b>											
Ventas		53.967,84	58.686,56	60.174,07	61.784,48	63.608,70	65.487,65	67.440,31	69.433,68	71.486,85	73.617,62
Crédito Banco de Loja	4.000,00										
Capital propio	7.426,58										
Valor de residual				289,97			306,64			328,30	953,69
<b>Total de ingresos</b>	<b>11.426,58</b>	<b>53.967,84</b>	<b>58.686,56</b>	<b>60.464,04</b>	<b>61.784,48</b>	<b>63.608,70</b>	<b>65.794,29</b>	<b>67.440,31</b>	<b>69.433,68</b>	<b>71.815,15</b>	<b>74.571,31</b>
<b>EGRESOS</b>											
Activo Fijo	6.923,90										
Activo Diferido	650,00										
Activo Circulante	3.852,68										
Presupuesto de operación		44.973,20	48.905,47	50.145,05	51.487,07	53.007,25	54.573,04	56.200,25	57.861,40	59.572,38	61.348,02
- Depreciación y Amortizac.		803,19	803,19	803,19	814,30	814,30	814,30	828,75	828,75	828,75	842,08
15% Utilidad a los trab		1.349,20	1.467,16	1.504,35	1.544,61	1.590,22	1.637,19	1.686,01	1.735,84	1.787,17	1.840,44
25% Impuesto a la Renta		1.911,36	2.078,48	2.131,16	2.188,20	2.252,81	2.319,35	2.388,51	2.459,11	2.531,83	2.607,29
<b>Amortización de Capital</b>		<b>1.333,34</b>	<b>1.333,34</b>	<b>1.333,34</b>							
<b>Total de egresos</b>	<b>11.426,58</b>	<b>48.763,91</b>	<b>52.981,26</b>	<b>54.310,72</b>	<b>54.405,58</b>	<b>56.035,98</b>	<b>57.715,29</b>	<b>59.446,02</b>	<b>61.227,60</b>	<b>63.062,63</b>	<b>64.953,67</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>0,00</b>	<b>5.203,93</b>	<b>5.705,30</b>	<b>6.153,31</b>	<b>7.378,90</b>	<b>7.572,72</b>	<b>8.079,00</b>	<b>7.994,28</b>	<b>8.206,08</b>	<b>8.752,53</b>	<b>9.617,64</b>

ELABORACIÓN:

Los Autores

### 7.8.2. VALOR ACTUAL NETO.

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

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

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

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

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

## CUADRO N° 40 VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUALIZADO
		<b>14,50%</b>	
0	<b>11.426,58</b>		
1	5.203,93	0,87336245	4.544,92
2	5.705,30	0,76276196	4.351,78
3	6.153,31	0,66616765	4.099,14
4	7.378,90	0,58180581	4.293,09
5	7.572,72	0,50812734	3.847,91
6	8.079,00	0,44377934	3.585,29
7	7.994,28	0,38758021	3.098,43
8	8.206,08	0,33849800	2.777,74
9	8.752,53	0,29563144	2.587,52
10	9.617,64	0,25819340	2.483,21
		<b>SUMA</b>	<b>35.669,03</b>
			11.426,58
			<b>24.242,45</b>

**ELABORACIÓN:** Los Autores

**FUENTE:** Flujo de Caja

V.A.N. = Sumatoria Flujo Neto Actualizado - Inversión

V.A.N. = 35.669,03 - 11.426,58

**V.A.N. = 24.242,45**

### 7.8.3. TASA INTERNA DE RETORNO.

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

Se 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.

Se podría interpretar a la Tasa Interna de Retorno, como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión, si el préstamo con los intereses acumulados a esta tasa dada, se fuera abonando con los ingresos provenientes del proyecto, a medida que estos van siendo generados a través de toda la vida útil del proyecto.

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:

- Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse 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 rechazarse el proyecto.

Para el presente proyecto la TIR es 53.08% siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto.

### CUADRO N° 41: TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		53,00%		53,50%	
0	-11.426,58		11.426,58		11.426,58
1	5.203,93	0,653595	3.401,26	0,651466	3.390,18
2	5.705,30	0,427186	2.437,22	0,424408	2.421,37
3	6.153,31	0,279207	1.718,05	0,276487	1.701,31
4	7.378,90	0,182488	1.346,56	0,180122	1.329,10
5	7.572,72	0,119273	903,22	0,117343	888,61
6	8.079,00	0,077956	629,81	0,076445	617,60
7	7.994,28	0,050952	407,32	0,049801	398,13
8	8.206,08	0,033302	273,28	0,032444	266,24
9	8.752,53	0,021766	190,51	0,021136	184,99
10	9.617,64	0,014226	136,82	0,013769	132,43
			17,48		-96,61

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

$$TIR = 53 + 0,5 \left( \frac{17,48}{17,48 - 96,61} \right)$$

$$TIR = 53,08\%$$



#### 7.8.4. RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

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

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

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

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

En el presente proyecto, la relación beneficio-costo es mayor que uno (1.20) indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido, se recibiría 20 centavos de utilidad.

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

### CUADRO N° 42: RELACIÓN BENEFICIO/COSTO

AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIG.	FACTOR ACT.	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT.	INGRESO ACTUALIZADO
		<b>14,50%</b>			<b>14,50%</b>	
1	44.973,20	0,873362	39.277,90	53.967,84	0,873362	47.133,48
2	48.905,47	0,762762	37.303,23	58.686,56	0,762762	44.763,87
3	50.145,05	0,666168	33.405,01	60.174,07	0,666168	40.086,02
4	51.487,07	0,581806	29.955,48	61.784,48	0,581806	35.946,57
5	53.007,25	0,508127	26.934,43	63.608,70	0,508127	32.321,32
6	54.573,04	0,443779	24.218,39	65.487,65	0,443779	29.062,07
7	56.200,25	0,387580	21.782,11	67.440,31	0,387580	26.138,53
8	57.861,40	0,338498	19.585,97	69.433,68	0,338498	23.503,16
9	59.572,38	0,295631	17.611,47	71.486,85	0,295631	21.133,76
10	61.348,02	0,258193	15.839,65	73.617,62	0,258193	19.007,58
			<b>265.913,64</b>			<b>319.096,37</b>

$$\text{RELACION BENEFICIO COSTO} = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}} = \frac{319.096,37}{265.913,64} = 1,20$$

### **7.8.5. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL**

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

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

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

### CUADRO N° 43

#### PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL

AÑOS	INVERSION	FLUJO NETO
0	<b>11.426,58</b>	
1		5.203,93
2		5.705,30
3		<b>6.153,31</b>
4		7.378,90
5		7.572,72
6		8.079,00
7		7.994,28
8		8.206,08
9		8.752,53
10		9.617,64
		<b>TOTAL: 74.663,70</b>

**ELABORACIÓN:** Los Autores

**FUENTE:** Flujo de Caja

SUMAT. FLUJOS SUPERAN LA INV. - INVERSIÓN

P.R.C. = -----

FLUJO ÚLTIMO AÑO SUP. INV.

17.062,54 - 11.426,58

P.R.C. = -----

6.153,31

P.R.C. = 0,92 años

0,92 x 12 = 10,99 meses

0,99 x 30 = 29,73 días

**La inversión se recuperará en 10 meses y 29 días**

### 7.8.6. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

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

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

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 11.6% en los costos y una disminución del 9.5% en los ingresos.

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

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

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad no son mayores a 1, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los ingresos y los costos disminuidos o incrementados en un 9.5% y en un 11.6%, respectivamente; es decir, el proyecto no es sensible a estos cambios.

**FORMULAS:**

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

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

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

## CUADRO N° 44

### ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 11,6% EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 11,60%	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT. 35,00%	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT. 35,50%	VALOR ACTUAL
						-11.426,58		-11.426,58
1	44.973,20	50.190,09	53.967,84	3.777,75	0,74074	2.798,33	0,73801	2.788,01
2	48.905,47	54.578,50	58.686,56	4.108,06	0,54870	2.254,08	0,54465	2.237,47
3	50.145,05	55.961,88	60.174,07	4.212,18	0,40644	1.712,01	0,40196	1.693,13
4	51.487,07	57.459,57	61.784,48	4.324,91	0,30107	1.302,09	0,29665	1.282,98
5	53.007,25	59.156,09	63.608,70	4.452,61	0,22301	992,99	0,21893	974,81
6	54.573,04	60.903,51	65.487,65	4.584,14	0,16520	757,28	0,16157	740,66
7	56.200,25	62.719,48	67.440,31	4.720,82	0,12237	577,67	0,11924	562,91
8	57.861,40	64.573,32	69.433,68	4.860,36	0,09064	440,55	0,08800	427,71
9	59.572,38	66.482,77	71.486,85	5.004,08	0,06714	335,99	0,06495	324,99
10	61.348,02	68.464,39	73.617,62	5.153,23	0,04974	256,30	0,04793	246,99
						0,71		-146,91

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

$$NTIR = 35 + 0,5 \left( \frac{0,71}{0,71 + 146,91} \right)$$

NTIR = 35,00%
---------------

TIR DEL PROYECTO = 53,08%
---------------------------

#### 1) DIFERENCIA DE TIR

Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif.Tir.= **18,08%**

#### 2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) \*100

% Var. = **34,06%**

#### 3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = **0,9729977**

**CUADRO N° 45**  
**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 9,5% EN LOS INGRESOS**

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL 9,50%	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT. 35,50%	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT. 36,00%	VALOR ACTUAL
						-11.426,58		-11.426,58
1	44.973,20	53.967,84	48.840,90	3.867,70	0,7380	2.854,39	0,7353	2.843,89
2	48.905,47	58.686,56	53.111,34	4.205,87	0,5447	2.290,75	0,5407	2.273,93
3	50.145,05	60.174,07	54.457,53	4.312,47	0,4020	1.733,44	0,3975	1.714,39
4	51.487,07	61.784,48	55.914,96	4.427,89	0,2966	1.313,53	0,2923	1.294,32
5	53.007,25	63.608,70	57.565,88	4.558,62	0,2189	998,02	0,2149	979,80
6	54.573,04	65.487,65	59.266,32	4.693,28	0,1616	758,30	0,1580	741,73
7	56.200,25	67.440,31	61.033,48	4.833,22	0,1192	576,32	0,1162	561,65
8	57.861,40	69.433,68	62.837,48	4.976,08	0,0880	437,90	0,0854	425,18
9	59.572,38	71.486,85	64.695,60	5.123,22	0,0649	332,73	0,0628	321,88
10	61.348,02	73.617,62	66.623,95	5.275,93	0,0479	252,88	0,0462	243,73
						121,66		-26,07

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

$$NTIR = 35,5 + 0,5 \left( \frac{121,66}{121,66 - 26,07} \right)$$

NTIR =	35,91%
--------	--------

**1) DIFERENCIA DE TIR**

Dif. Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif. Tir. = **17,17%****2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN**

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) \*100

% Var. = **32,34%**

TIR DEL PROYECTO =	53,08%
--------------------	--------

**3) SENSIBILIDAD**

Sensib. = % Var. / Nueva Tir

Sensibilidad = **0,9006546**



## h. CONCLUSIONES

Al finalizar la presente investigación se llegó a determinar varias conclusiones, entre las cuales señalamos las siguientes:

- Después de haber realizado el estudio de mercado, hemos demostrado que existe una demanda que es atendida por ciertas empresas intermediarias de productos sustitutos, existiendo familias que estarían dispuestas a demandar el producto de nuestra empresa para consumirlo.
- El producto que ofrecemos está de acuerdo a las condiciones y necesidades de las personas que consumen el mismo.
- Al establecer el VAN, el presente proyecto nos da un valor positivo de 24,242.45 dólares, lo que indica que el proyecto es factible y por ende la inversión es conveniente.
- Para el presente proyecto la TIR es 53.08% siendo este valor satisfactorio para realizar este proyecto.
- El tiempo que se requerirá para recuperar la inversión original es de 10 meses y 29 días.
- La Relación Beneficio Costo en el proyecto, es de 1.20, lo que significa que por cada dólar invertido, se tendrá una utilidad de 20 centavos de dólar.

- El Análisis de Sensibilidad, demuestra que el proyecto no será sensible cuando los costos se llegaran a incrementarse hasta en un 11.6% y los ingresos a disminuirse en un 9.5%.
- La empresa jurídicamente se constituirá en una Compañía en Nombre Colectivo y administrativamente, se encontrará organizada con los niveles jerárquicos correspondientes, sus respectivos organigramas y por ende con el manual de funciones, que le permitirán desarrollar técnicamente su proceso administrativo.

# i. RECOMENDACIONES

- Que los pequeños emprendedores ejecuten este proyecto, pues tendrán muchos beneficios tanto para la ciudadanía de la ciudad, provincia de Loja como para el país entero, en el aspecto social y económico especialmente.
- Para realizar una inversión se debe partir de la base fundamental de estudios técnicos, a través de especialistas en la materia, de manera que se garantice la factibilidad de estos estudios.
- Se recomienda así mismo, que las instalaciones y la puesta en marcha de la empresa, se lo haga en el menor tiempo posible, por cuanto existe una demanda que favorece a los intereses de esta actividad.
- Que exista una buena gestión organizacional, con especificación clara de funciones, personal calificado y bajo la dirección de profesionales en sus áreas.

## j. BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA

1. ANDERSON, David R., Statistics for business and economics, 2ª de., West Publishing, St. Paul., Minn., 1984
2. BATTERSBY, Albert. Planificación y Programación de Proyectos. Editorial Ariel. Barcelona - España. 1973
3. Biblioteca Práctica de Administración y Ventas, Tomo IDiccionario Espasa-Calpe S.A.
4. Enciclopedia Autodidáctica Océano, Tomo I, II y III
5. Enciclopedia del Management, Océano Centrum, 1985
6. Enciclopedia Universal Sopena, Tomo 1, 3 7,8 y 13
7. HERNÁNDEZ Sampieri, Roberto. Metodología de la Investigación. Editorial Mc. Graw Hill. Buenos Aires - Argentina. 1991
8. KOZEL, Carlos. Guía de Medicina Natural. Editorial de la Misión. Bogotá-Colombia.
9. MOSTO Díaz, Jorge. Costo y Presupuesto. Editorial Bros Técnicos. 1982
10. VÁZQUEZ R., Víctor Hugo. Organización Aplicada Gráficas Arboleda. Quito - Ecuador. 1995

## k. ANEXOS



**ANEXO Nro. 1**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**AREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**ENCUESTA A CONSUMIDORES**

Con el propósito de determinar la “**factibilidad para la implementación de una empresa de preparado y envasado de pepinillos agrdulces y su comercialización en la ciudad de Loja**”, acudimos a usted, para que con toda sinceridad se digne responder el presente cuestionario, ya que de su respuesta depende la viabilidad del presente proyecto.

**DATOS ESPECÍFICOS**

1. ¿Consumen hortalizas en su alimentación diaria?  
SI ( ) NO ( )
2. ¿En la alimentación diaria en su hogar utiliza el pepinillo?  
SI ( ) NO ( )
3. ¿Con que frecuencia lo consume?  
Diario ( )  
Semanal ( )  
Quincenal ( )  
Mensual ( )
4. ¿Cuál es la cantidad que usted consume semanalmente?

**Unidades**

- 0 a 5 ( )  
6 a 10 ( )  
11 a 15 ( )

Más de 15 ( )

5. ¿Ha tenido dificultades para encontrar el producto?

SI ( )

NO ( )

Cuáles:

.....

6. ¿Al adquirir el producto, usted se fija en el:(conteste una sola alternativa)

Precio ( ) Cantidad ( )

Calidad ( ) Presentación( )

Otros:

.....

.....

7. ¿Cuál es el precio que paga por unidad de pepinillo?

05 ( )

10 ( )

15 ( )

8. ¿El producto que usted adquiere, en cuanto al precio, lo considera?

Alto ( ) Bajo ( ) Regular ( )

9. ¿El producto que usted adquiere, en cuanto a la calidad, lo considera?

Bueno( ) Malo ( ) Regular ( )

10. ¿Ha adquirido el producto envasado?

SI ( )

NO ( )

11. En caso de Implementarse una empresa de **preparado y envasado de pepinillos agridulces y su comercialización en la ciudad de Loja**, ¿estaría dispuesto a adquirir el producto?

SI ( ) NO ( )

12. ¿En caso de adquirir el producto envasado, en que presentaciones lo prefiere?

En frasco de vidrio ( )

En frasco de plástico ( )

En funda plástica ( )

Otros, especifique:

.....

13. ¿En qué lugar adquiere el producto?

Tiendas ( ) Micro mercado ( ) Bodegas ( )  
Supermercados ( )

Emp. Produc. ( )

Otros, Cuáles:

.....

14. ¿Por qué medios de comunicación se entera de la existencia del producto? Conteste una sola alternativa.

Televisión ( ) Radio ( ) Prensa escrita ( ) Hojas  
volantes ( ) Conversaciones ( )

Otros, cuáles

.....

15. Sugerencias:

.....

.....

.....

.....

**GRACIAS POR SU INFORMACIÓN**

## ANEXO N° 2

## PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

DENOMINACIÓN	U/M.	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Pepinillo pequeño	Kilos	10,400.00	0.0500	520
Vinagre	Galon	780.00	3.5000	2730
Azúcar	Kilos	1,040.00	0.9000	936
Semillas de mostaza	Kilos	78.00	5.2000	405.6
Hojas de laurel	Kilos	41.60	4.3400	180.544
Sal	Kilos	1,300.00	0.3000	390
<b>TOTAL 1er. Año</b>	<b>104,000 unidades</b>			<b>5,162.14</b>
<b>TOTAL 2do. Año</b>	<b>130,000 unidades + 3%</b>			<b>6,646.26</b>

ELABORACIÓN: Los Autores

**Nota:** el segundo año se obtiene de  $130.000 \times 5,162,14/104.000 \times 3\%$  más

**= 6,646.26**

**ANEXO N° 2.A**  
**PROYECCIÓN PARA MATERIA PRIMA DIRECTA**

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3%
1	5,162.14
2	6,646.26
3	6,845.65
4	7,051.02
5	7,262.55
6	7,480.42
7	7,704.84
8	7,935.98
9	8,174.06
10	8,419.28

**ANEXO N° 3  
PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA**

DENOMINACIÓN	U/M.	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Fundas plásticas etiquetadas	Unid.	104,000.00	0.05	5,200.00
Cajas de Cartón	Unid.	5,200.00	0.30	1,560.00
<b>TOTAL 1er. Año</b>	<b>104-000 unidades</b>			<b>6,760.00</b>
<b>TOTAL 2do. Año</b>	<b>130.000 unidades + 3%</b>			<b>8,450.00</b>

ELABORACIÓN: Los Autores

**ANEXO N° 3.A  
PROYECCIÓN PARA MATERIA PRIMA INDIRECTA**

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3%
1	6,760.00
2	8,450.00
3	8,703.50
4	8,964.61
5	9,233.54
6	9,510.55
7	9,795.87
8	10,089.74
9	10,392.43
10	10,704.21

**ANEXO N° 4  
PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA**

DENOMINACIÓN	OBRA
Básico	264.00
Décimo tercero 1/12	22.00
Décimo cuarto SBU/12	22.00
Vacaciones 1/24	11.00
Aporte patronal 12,15% de 1	32.08
Fondo de Reserva 1/12	22.00
<b>Total</b>	<b>373.08</b>
Nº de Obreros	2.00
Total Mensual	746.15
<b>Tota anual</b>	<b>8,953.82</b>

ELABORACIÓN: Los Autores

**ANEXO N° 4.A**  
**PROYECCIÓN PARA MANO DE OBRA DIRECTA**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL INC. 3%</b>
1	8.953,82
2	9.222,43
3	9.499,11
4	9.784,08
5	10.077,60
6	10.379,93
7	10.691,33
8	11.012,07
9	11.342,43
10	11.682,70

**ANEXO N° 5**  
**PRESUPUESTO PARA EQUIPO DE PRODUCCIÓN**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANT.</b>	<b>V/UNIT.</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Cocina Industrial	1	850.00	850.00
Olla de acero inoxidable	4	130.00	520.00
Recipiente de vidrio	2	38.00	76.00
Envasadora semiautomática	1	650.00	650.00
Juego de cuchillos	1	50.00	50.00
Mesas de madera	2	70.00	140.00
Perchas medianas	2	85.00	170.00
Refrigerador	2	1,200.00	2,400.00
<b>TOTAL</b>			<b>4,856.00</b>

**FUENTE:** Importadoras Locales y Nacionales  
**ELABORACIÓN:** Los Autores

**ANEXO N° 5.A  
DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA**

<b>VALOR DEL ACTIVO: 4,856.00</b>				
<b>10 AÑOS DE VIDA ÚTIL</b>		<b>10% DEPRECIACIÓN</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>VAL. ACTIVO</b>	<b>VAL. RES.</b>	<b>DEPRECIAC.</b>	<b>VAL. ACTUAL</b>
0	4,856.00	485.60		4,370.40
1	4,370.40		437.04	3,933.36
2	3,933.36		437.04	3,496.32
3	3,496.32		437.04	3,059.28
4	3,059.28		437.04	2,622.24
5	2,622.24		437.04	2,185.20
6	2,185.20		437.04	1,748.16
7	1,748.16		437.04	1,311.12
8	1,311.12		437.04	874.08
9	874.08		437.04	437.04
10	437.04		437.04	0.00

**ANEXO N° 6  
PRESUPUESTO PARA ARRIENDO**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANT.</b>	<b>V/MENS.</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Local para producción y Ventas	1	500,00	6.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>6.000,00</b>

**FUENTE:** Locales de la ciudad de Loja

**ELABORACIÓN:** Los Autores

**ANEXO N° 6.A.  
PROYECCIÓN PARA ARRIENDO**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL INC. 3%</b>
1	6.000,00
2	6.180,00
3	6.365,40
4	6.556,36
5	6.753,05
6	6.955,64
7	7.164,31
8	7.379,24
9	7.600,62
10	7.828,64

**ANEXO N° 7**  
**PRESUPUESTO PARA SUMINISTROS DE TRABAJO**

DENOMINACIÓN	CANT.	VAL. UNIT.	VAL. TOTAL
Guantes (pares)	4	5,00	20,00
Overoles	4	50,00	200,00
Mascarillas	4	4,00	16,00
<b>TOTAL</b>			<b>236,00</b>

**ANEXO N° 7A.**  
**PROYECCIÓN PARA SUMINISTROS DE TRABAJO**

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3%
1	236,00
2	243,08
3	250,37
4	257,88
5	265,62
6	273,59
7	281,80
8	290,25
9	298,96
10	307,93

**ANEXO N° 8**  
**PRESUPUESTO PARA INSTALACIONES ELÉCTRICAS**

DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Lámparas de 40 W.	8	0,50	4,00
Interruptores	6	0,65	3,90
Tomacorrientes	6	1,50	9,00
Rollo de alambre N° 12	1	46,00	46,00
Rollo de alambre N° 10	1	28,00	28,00
<b>TOTAL</b>			<b>90,90</b>

FUENTE: Almacenes de la ciudad  
ELABORACIÓN: Los Autores



**ANEXO N° 8.A  
DEPRECIACIÓN DE INSTALACIONES**

<b>VALOR DEL ACTIVO: 90,90</b>				
<b>10 AÑOS DE VIDA ÚTIL</b>		<b>10% DEPRECIACIÓN</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>VAL. ACTIVO</b>	<b>VAL. RES.</b>	<b>DEPRECIAC.</b>	<b>VAL. ACTUAL</b>
0	90,90	9,09		81,81
1	81,81		8,18	73,63
2	73,63		8,18	65,45
3	65,45		8,18	57,27
4	57,27		8,18	49,09
5	49,09		8,18	40,91
6	40,91		8,18	32,72
7	32,72		8,18	24,54
8	24,54		8,18	16,36
9	16,36		8,18	8,18
10	8,18		8,18	0,00

**ANEXO N° 9  
PRESUPUESTO PARA CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANT. (Kw/h)</b>	<b>V. UNIT.</b>	<b>VAL. MENS.</b>	<b>VAL. ANUAL</b>
Consumo	750	0,10	75,00	900,00
<b>TOTAL</b>			<b>75,00</b>	<b>900,00</b>

FUENTE: Empresa Eléctrica Regional del Sur  
ELABORACIÓN: Los Autores

**ANEXO N° 9. A  
PROYECCIÓN PARA CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL INC. 3%</b>
1	900,00
2	927,00
3	954,81
4	983,45
5	1012,96
6	1043,35
7	1074,65
8	1106,89
9	1140,09
10	1174,30

**ANEXO N° 10**  
**PRESUPUESTO PARA CONSUMO DE AGUA POTABLE**

DENOMINACIÓN	CANT. (Kw./h)	V. UNIT.	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Consumo de agua				
potable	10	0,740	7,40	88,80
<b>TOTAL</b>				<b>88,80</b>

FUENTE: Empresa Municipal de Agua Potable

ELABORACIÓN: Los Autores

**ANEXO N° 10.A**  
**PROYECCIÓN POR CONSUMO DE AGUA POTABLE**

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3%
1	88,80
2	91,46
3	94,21
4	97,03
5	99,95
6	102,94
7	106,03
8	109,21
9	112,49
10	115,86

**ANEXO N° 11**  
**AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO**

AÑOS	VAL. ACT. DIF.	AMORTIZACIÓN	VALOR TOTAL
1	650.00	65.00	585.00
2	585.00	65.00	520.00
3	520.00	65.00	455.00
4	455.00	65.00	390.00
5	390.00	65.00	325.00
6	325.00	65.00	260.00
7	260.00	65.00	195.00
8	195.00	65.00	130.00
9	130.00	65.00	65.00
10	65.00	65.00	0.00

ELABORACIÓN: Los Autores

**ANEXO N° 12**  
**PRESUPUESTO PARA SUELDOS DE ADMINISTRACIÓN**

<b>RUBROS/PUESTOS</b>	<b>GERENTE</b>	<b>SECRET./CONT.</b>
Básico	500.00	350.00
Décimo tercero 1/12	41.67	29.17
Décimo cuarto SBU/12	22.00	22.00
Vacaciones 1/24	20.83	14.58
Aporte patronal 12,15% de 1	60.75	42.53
Fondo de Reserva 1/12	41.67	29.17
Total	686.92	487.44
N° de Empleados	1.00	1.00
Total Mensual	686.92	487.44
<b>Tota anual</b>	<b>8,243.00</b>	<b>5,849.30</b>
<b>Total Sueldos Administ.</b>	<b>14,092.30</b>	

ELABORACIÓN: Los Autores

**ANEXO N° 12. A**  
**PROYECCIÓN PARA SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL INC. 3%</b>
1	14.092,30
2	14.515,07
3	14.950,52
4	15.399,04
5	15.861,01
6	16.336,84
7	16.826,94
8	17.331,75
9	17.851,70
10	18.387,26

**ANEXO N° 13**  
**PRESUPUESTO PARA MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA**

DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Escritorio tipo gerente	1	230,00	230,00
Sillón tipo gerente	1	130,00	130,00
Escritorio tipo Secretaria	1	190,00	190,00
Silla giratoria	1	80,00	80,00
Sillas	6	2,00	12,00
Archivador	1	120,00	120,00
Estantes	2	135,00	270,00
Teléfono	1	75,00	75,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.107,00</b>

FUENTE: Almacenes de la ciudad  
ELABORACIÓN: Los Autores

**ANEXO N° 13. A**  
**DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA**

VALOR DEL ACTIVO: 1.107,00				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL		10% DEPRECIACIÓN		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	1.107,00	110,70		996,30
1	996,30		99,63	896,67
2	896,67		99,63	797,04
3	797,04		99,63	697,41
4	697,41		99,63	597,78
5	597,78		99,63	498,15
6	498,15		99,63	398,52
7	398,52		99,63	298,89
8	298,89		99,63	199,26
9	199,26		99,63	99,63
10	99,63		99,63	0,00

**ANEXO N° 14**  
**PRESUPUESTO PARA EQUIPO DE COMPUTACIÓN 1ro.**

DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Computadora	1	750,00	750,00
Impresora	1	80,00	80,00
Sumadora	1	40,00	40,00
<b>TOTAL</b>			<b>870,00</b>

FUENTE: Almacenes de la ciudad  
ELABORACIÓN: Los Autores

**ANEXO N° 14. A**  
**DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

<b>VALOR DEL ACTIVO: 870,00</b>				
<b>3 AÑOS DE VIDA ÚTIL</b>		<b>33% DEPRECIACIÓN</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>VAL. ACTIVO</b>	<b>VAL. RES.</b>	<b>DEPRECIAC.</b>	<b>VAL. ACTUAL</b>
0	870,00	289,97		580,03
1	580,03		193,34	386,69
2	386,69		193,34	193,34
3	193,34		193,34	0,00

**ANEXO N° 15**  
**PRESUPUESTO PARA EQUIPO DE COMPUTACIÓN 2do.**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANT</b>	<b>VAL. UNIT</b>	<b>VAL. TOTAL</b>
Computadora	1	800,00	800,00
Impresora	1	80,00	80,00
Sumadora	1	40,00	40,00
<b>TOTAL</b>			<b>920,00</b>

**FUENTE:** Almacenes de la ciudad  
**ELABORACIÓN:** Los Autores

**ANEXO N° 15. A**  
**DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

<b>VALOR DEL ACTIVO: 920,00</b>				
<b>3 AÑOS DE VIDA ÚTIL</b>		<b>33% DEPRECIACIÓN</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>VAL. ACTIVO</b>	<b>VAL. RES.</b>	<b>DEPRECIAC.</b>	<b>VAL. ACTUAL</b>
0	920,00	306,64		613,36
1	613,36		204,45	408,91
2	408,91		204,45	204,45
3	204,45		204,45	0,00

**ANEXO N° 16**  
**PRESUPUESTO PARA EQUIPO DE COMPUTACIÓN 3ro.**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANT</b>	<b>VAL. UNIT</b>	<b>VAL. TOTAL</b>
Computadora	1	850,00	850,00
Impresora	1	90,00	90,00
Sumadora	1	45,00	45,00
<b>TOTAL</b>			<b>985,00</b>

**FUENTE:** Almacenes de la ciudad  
**ELABORACIÓN:** Los Autores

**ANEXO N° 16. A  
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

<b>VALOR DEL ACTIVO: 985,00</b>				
<b>3 AÑOS DE VIDA ÚTIL</b>		<b>33% DEPRECIACIÓN</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>VAL. ACTIVO</b>	<b>VAL. RES.</b>	<b>DEPRECIAC.</b>	<b>VAL. ACTUAL</b>
0	985,00	328,30		656,70
1	656,70		218,90	437,80
2	437,80		218,90	218,90
3	218,90		218,90	0,00

**ANEXO N° 17  
PRESUPUESTO PARA EQUIPO DE COMPUTACIÓN 4to.**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANT</b>	<b>VAL. UNIT</b>	<b>VAL. TOTAL</b>
Computadora	1	900,00	900,00
Impresora	1	95,00	95,00
Sumadora	1	50,00	50,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.045,00</b>

FUENTE: Almacenes de la ciudad  
ELABORACIÓN: Los Autores

**ANEXO N° 17. A  
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

<b>VALOR DEL ACTIVO: 1.045,00</b>				
<b>3 AÑOS DE VIDA ÚTIL</b>		<b>33% DEPRECIACIÓN</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>VAL. ACTIVO</b>	<b>VAL. RES.</b>	<b>DEPRECIAC.</b>	<b>VAL. ACTUAL</b>
0	1.045,00	348,30		696,70
1	696,70		232,23	464,47
2	464,47		232,23	232,23
3	232,23		232,23	0,00

**ANEXO N° 18  
PRESUPUESTO PARA SUMINISTROS DE OFICINA**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANT.</b>	<b>V. UNIT.</b>	<b>VAL. TOTAL</b>
Papel bond	200	0,006	1,2
Papel copia	200	0,006	1,2
Lápices	6	0,200	1,2
Esferográficos	6	0,280	1,68
<b>TOTAL</b>			<b>5,28</b>

FUENTE: Almacenes de la ciudad  
ELABORACIÓN: Los Autores

**ANEXO N° 18.A  
PROYECCIÓN POR SUMINISTROS DE OFICINA**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL INC. 3%</b>
1	5,28
2	5,44
3	5,60
4	5,77
5	5,94
6	6,12
7	6,30
8	6,49
9	6,69
10	6,89

**ANEXO N° 19  
PRESUPUESTO Y PROYECCIÓN PARA CONSUMO TELEFÓNICO**

Para consumo telefónico se ha considerado la base de 45 dólares mensuales, resultando para el primer año 540 dólares.

**PROYECCIÓN PARA CONSUMO TELEFÓNICO**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL INC. 3%</b>
1	540,00
2	556,20
3	572,89
4	590,07
5	607,77
6	626,01
7	644,79
8	664,13
9	684,06
10	704,58

**ANEXO N° 20  
PRESUPUESTO PARA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>VAL. MENS.</b>	<b>VAL. ANUAL</b>
Prensa escrita local	75,00	900,00
<b>TOTAL</b>		<b>900,00</b>

**FUENTE:** Medios de comunicación  
**ELABORACIÓN:** Los Autores

**ANEXO N° 20.A**  
**PROYECCIÓN POR PUBLICIDAD Y PROPAGANDA**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL INC. 3%</b>
1	900,00
2	927,00
3	954,81
4	983,45
5	1012,96
6	1043,35
7	1074,65
8	1106,89
9	1140,09
10	1174,30

**ANEXO N° 21**  
**AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO**

<b>CAPITAL: 4000                      PAGO: SEMESTRAL</b> <b>INTERÉS: 14,5%</b> <b>TIEMPO: 3 AÑOS</b>				
<b>SEMESTRES</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>DIVIDENDO</b>	<b>CAPITAL RED.</b>
0				4.000,00
1	666,67	290,00	956,67	3.333,33
2	666,67	241,67	908,33	2.666,67
3	666,67	193,33	860,00	2.000,00
4	666,67	145,00	811,67	1.333,33
5	666,67	96,67	763,33	666,67
6	666,67	48,33	715,00	0,00
	<b>4.000,00</b>	<b>870,00</b>	<b>3.536,67</b>	



# I. ÍNDICE

## ÍNDICE

<b><u>CONTENIDOS</u></b>	<b><u>PÁGINAS</u></b>
Certificación .....	ii
Autoría .....	iii
Agradecimiento .....	iv
Dedicatoria.....	v
TÍTULO .....	1
RESUMEN .....	2
INTRODUCCIÓN .....	7
REVISIÓN DE LITERATURA.....	10
MATERIALES Y MÉTODOS.....	21
RESULTADOS.....	27
Tabulaciones de encuesta a usuarios.....	28
DISCUSIÓN .....	40
DemandaPotencial.....	41
Demanda Actual .....	42
Demanda Efectiva.....	43
Estudio de la Oferta .....	44
Demanda Insatisfecha .....	44

La Empresa en el Mercado .....	45
Comercialización del Producto.....	46
Estudio Técnico .....	51
Tamaño y Localización .....	51
Determinación de la Capacidad Instalada .....	51
Capacidad Utilizada en la Empresa .....	52
Localización del Proyecto .....	53
Distribución de la planta.....	59
Ingeniería del Proceso .....	61
Balance de Materiales .....	63
Flujograma del Proceso .....	64
Recursos Humanos para la Empresa .....	65
Equipo y Maquinaria .....	65
Estructura de la Organización.....	68
Niveles Administrativos.....	84
Organigrama Estructural.....	86
Organigrama Funcional .....	87
Manual de Funciones.....	88
Estudio Financiero .....	97
Inversiones.....	97

Resumen de la Inversión Total Prevista .....	100
Financiamiento de la inversión.....	101
Estructura de costos e ingresos del proyecto .....	102
Estado de Pérdidas y Ganancias.....	103
Presupuesto de Operación .....	106
Costos Fijos y Variables .....	107
Punto de Equilibrio.....	108
Evaluación Financiera.....	116
Flujo de Caja.....	116
Valor Actual Neto .....	119
Tasa Interna de retorno .....	121
Relación Beneficio - Costo.....	124
Período de Recuperación de Capital .....	126
Análisis de Sensibilidad .....	128
CONCLUSIONES .....	132
RECOMENDACIONES.....	135
BIBLIOGRAFÍA.....	137
ANEXOS.....	139
ÍNDICE.....	156