



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
Área Jurídica Social Y
Administrativa
Carrera Administración de
Empresas

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE YOGURT DE BABACO”**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN
DEL GRADO DE INGENIERA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Autora:
Tania Lucía Gaona Castillo

Director:
Ing. Ney Alfredo Gallardo

Loja – Ecuador
2016




CERTIFICACIÓN

Ing. Ney Alfredo Gallardo, Docente De La Carrera De Administración De Empresas, Del Área Jurídica Social Y Administrativa De La Universidad Nacional De Loja.

CERTIFICA:

Que luego de haber dirigido y prolijamente revisado detenidamente el contenido de este proyecto, el cual se ajusta a la Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión el mismo que titula: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE YOGURT DE BABACO EN LA CIUDAD DE LOJA”**, de autoría de La egresada: Tania Lucía Gaona Castillo, y habiendo cumplido con los requerimientos exigidos, autorizo su presentación para los fines legales consiguientes.

Loja, marzo del 2016



**Ing. Ney Gallardo
DIRECTOR DE TESIS**

AUTORIA

Yo, Tania Lucia Gaona Castillo declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.

Autora: Tania Lucia Gaona Castillo

Firma: 

Cédula: 1105185407

Fecha: Loja, Marzo del 2016

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

Yo, Tania Lucia Gaona Castillo, declaro ser autora de la tesis titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE YOGURT DE BABACO EN LA CIUDAD DE LOJA”**, como requisito para optar al grado de: **Ingeniera en Administración de Empresas**, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 22 días del mes de marzo del dos mil dieciséis, firma la autora.

Firma: 

Autora: Tania Lucia Gaona Castillo

Cédula: 1105185407

Dirección: Loja, Cda. Julio Ordoñez

Correo Electrónico: taniagaona@hotmail.com

Teléfono: 0969136245

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Ing. Mg. Sc. Ney Alfredo Gallardo

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

PRESIDENTE: Ing. Raúl Ernesto Chávez Guamán

VOCAL: Ing. Marco Patricio Gómez Cabrera

VOCAL: Ing. Silvana Elizabeth Jiménez Pereira

DEDICATORIA

Mi tesis dedico con mucho amor y cariño:

A Dios por haberme permitido ir por el buen camino de la vida, y asimismo por haberme brindado la sabiduría y las fuerzas necesarias para afrontarme a los problemas en el transcurso de mi carrera profesional.

A mis padres Juan A. Gaona. A y Carmen M. Castillo A. quienes fueron mi inspiración para culminar mi meta, y también son quienes me brindaron su apoyo incondicional tanto en lo moral como en lo económico y sin ellos no habría tenido la oportunidad de concluir este objetivo.

A mis hermanos y hermanas por brindarme siempre su cariño y estar conmigo en todo momento, y que han sido un gran apoyo en cada paso dado, lo que me ha permitido llegar a ser una profesional.

A mis sobrinos quienes son mi alegría de cada día, y que han llegado como una bendición para darme momentos de felicidad.

Tania Gaona

AGRADECIMIENTO

En primer lugar quiero agradecer infinitamente a Dios por darme las fuerzas necesarias para cumplir con este objetivo propuesto.

A mis queridos padres, hermanos y hermanas y a todos mis familiares quienes me brindaron su apoyo incondicional en cada momento y que fueron mi inspiración principal para poder culminar con éxito mi carrera universitaria.

A mi querida UNL, y a mis maestros de Administración de Empresas, quienes a través de sus enseñanzas y conocimientos me brindaron la oportunidad de culminar esta etapa tan importante en mi vida, en especial a mi Director de Tesis Ing. Ney Gallardo quien me oriento durante el desarrollo de la tesis y me ayudo con sus consejos para la culminación de la misma.

Finalmente agradezco a todas las personas, compañeros, amigos, en especial a mis amigas Irene, María José, Yesenia, Mónica, quienes me brindaron sus consejos, su tiempo, su cariño y su apoyo incondicional, gracias por todo, mejores amigas.

Tania Gaona

a. TÍTULO

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE YOGURT DE
BABACO EN LA CIUDAD DE LOJA”**

b. RESUMEN

El presente trabajo de investigación se realizó con el propósito de efectuar un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE YOGURT DE BABACO EN LA CIUDAD DE LOJA”**. Por esta razón el objetivo del presente proyecto es brindar a los consumidores un producto con un valor agregado como es el Babaco, aprovechando los recursos existentes, mano de obra calificada, materia prima y contribuyendo de esta forma al desarrollo socio-económico de la ciudad de Loja.

Para el estudio de la investigación y fundamentar el proyecto se utilizó métodos y técnicas de investigación, mismos que nos sirvieron para analizar toda la información recopilada: y posteriormente realizar un estudio concreto de todo el proyecto, luego se tomó en cuenta la técnica de la encuesta, la misma que fue aplicada a las familias de la ciudad de Loja con una muestra de 381 encuestas, y 10 entrevistas a los oferentes de Yogurt de la misma.

En el estudio de mercado se analizó la demanda y la oferta para determinar la acogida que tiene el producto en el mercado. Dando como resultado una demanda efectiva de 44,824 demandantes y una demanda insatisfecha para el año cero de 1, 128,826 litros de yogurt. Seguidamente se realizó el estudio técnico donde se tomó en consideración la capacidad instalada la cual determinó que la empresa está en la capacidad de producir 561,600 litros de yogurt y cuya capacidad utilizada será de 135,200 litros de yogurt de

babaco; así mismo el tamaño y localización, la distribución de la planta, la ingeniería del proyecto y la estructura orgánica – funcional, la constitución, organización y los manuales de funciones, mismos que nos ayudaran a implementar una buena organización.

En el estudio financiero se determinó que el proyecto obtuvo una inversión de **41.135,37** dólares y se financiará con un aporte de los socios del 51% del total de la inversión que corresponde a **21.135,37** dólares y un préstamo que se mantendrá con el Banco de Loja constituirá el 49% que corresponde a **20.000,00** dólares a 5 años plazo al 15% de interés anual.

Los indicadores de evaluación financiera arrojaron resultados positivos y alentadores para asegurar una buena rentabilidad del proyecto donde se calculó el Valor Actual Neto (VAN) **32.922,82** dólares, Tasa Interna de Retorno (TIR) **41,32%**, Periodo de Recuperación de Capital (PRC) **1,23** dólares, Relación Costo Beneficio (RBC) 2 años, 3 meses y 0 días, y en el análisis de sensibilidad para el incremento en los costos es de **9,40%**, y la disminución de ingresos es de **7,60%**

Posteriormente se concluyó que existe la factibilidad de crear la empresa productora y comercializadora de yogurt de Babaco en la ciudad de Loja: ya que de acuerdo a los resultados obtenidos se determinó que el proyecto es factible.

Finalmente se presentó las recomendaciones, bibliografía y anexos.

SUMMARY

This research was conducted with the purpose of making a 'PROJECT FEASIBILITY FOR CREATING A producer and marketer BABACO YOGURT IN THE CITY OF LOJA ". For this reason the objective of this project is to provide consumers a product with added value such as Babaco, taking advantage of, skilled labor, raw materials and thus contributing to socio-economic development of the city of existing resources Loja.

For the study of research and support the project methods and research techniques, same that helped us to analyze all the information collected was used: and then make a specific study of the entire project, then it took into account the technical survey, the same that was applied to the families of the city of Loja with a sample of 381 surveys and 10 interviews Yoghurt bidders thereof.

In the study of market demand and supply we were analyzed to determine the host that has the product in the market. Resulting in effective demand of 44.824 applicants and an unmet demand for zero year 1, 128.826 liters of yogurt. Then the technical study which took into account the installed capacity which determined that the company is able to produce 561.600 liters of yogurt and whose capacity utilization will be 135.200 liters of yogurt babaco was made; Likewise the size and location, plant layout, project engineering and organizational structure - functional, the constitution, organization and functions manuals, same to help us implement a good

organization.

In the financial study it found that the project received an investment of \$ 41,135.37 and will be financed with a contribution from the partners 51% of the total investment which corresponds to \$ 21,135.37 and a loan that will remain with the Bank Loja will constitute 49% corresponding to \$ 20,000.00 to 5 year period at 15% annual interest.

Financial evaluation indicators showed positive and encouraging results to ensure good profitability of the project where the Net (NPV) Present Value 32,922.82 dollars, Internal Rate of Return (IRR) 41.32% Capital Recovery Period calculated (PRC) \$ 1.23, cost-Benefit ratio (RBC) 2 years, 3 months and 0 days, and in the sensitivity analysis for the increase in costs is 9.40%, and decreased income is 7, 60%

Subsequently it concluded that there is the feasibility of creating a producer and marketer Babaco yogurt company in the city of Loja: since according to the results it was determined that the project is feasible.

Finally recommendations, bibliography and appendices are presented.

c. INTRODUCCIÓN

Actualmente el consumo de frutas tiene un papel muy importante al momento de obtener una dieta equilibrada y saludable, la misma que se basa en el aporte de vitaminas, minerales, fibra, agua y otros nutrientes que son indispensables para el buen funcionamiento del organismo, siendo así la elaboración de Yogurt una de las mejores maneras de conservar las propiedades de las frutas de una forma apropiada para el consumo humano, se ha pensado en la alternativa de aprovechar las ventajas nutricionales que nos brinda el Babaco para elaborar Yogurt de esta fruta.

La puesta en marcha de esta empresa productora de Yogurt de Babaco; incitara a los agricultores a producir más, desarrollando nuevos cultivos y a mejorar su rendimiento, lo que contribuirá al desarrollo industrial de la ciudad de Loja.

Para demostrar la factibilidad del presente trabajo de titulación, se encuentra estructurado de la siguiente manera:

Título el mismo que se denominado “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE YOGURT DE BABACO EN LA CIUDAD DE LOJA” está encaminado a contribuir al desarrollo socio-económico y comercial de la ciudad de Loja; Se hace constar la **Revisión de Literatura** donde se describen todos y cada uno de los referentes teóricos en materia

de proyectos de inversión , que nos proporcionaron información clara y oportuna para el desarrollo adecuado del proyecto.

Dentro de la metodología utilizada , tenemos los **materiales y métodos**, instrumentos que nos permitieron recopilar, analizar, sintetizar y determinar los resultados obtenidos mediante el uso de técnicas como la encuesta y entrevista, y la utilización de diferentes materiales que nos ayudaron a complementar el trabajo investigativo .

En los de **resultados** se aplicó 381 encuestas a las familias de la ciudad de Loja y a 10 supermercados que se dedican a la comercialización de este producto. Donde se determinó que un 98% de las familias consumen yogurt, de las cuales un 94,62% están dispuestas a consumir el nuevo producto.

Posteriormente se realizó la **discusión** donde se desarrollaron cuatro estudios que en conjunto facilitaron determinar la factibilidad de inversión del proyecto; en el **estudio de mercado** se analizó la demanda, oferta y demanda insatisfecha del producto; determinando así una demanda potencial de 47.373 familias que consumen Yogurt. La demanda efectiva de 44.824 familias que están dispuestas a consumir el nuevo producto, y la demanda insatisfecha de 1'128.826 litros de yogurt. Así mismo se detalla el marketing mix que la empresa va a realizar para que el producto nuevo sea conocido en el mercado por los consumidores.

En el **estudio técnico** se determinó la capacidad instalada del proyecto la cual nos indica que la empresa tiene la capacidad de producir

561,600 litros de yogurt y cuya capacidad utilizada será de **135.200** litros de yogurt. De los cuales se producirá el **75%** de la capacidad utilizada para el primer año que pertenece a **101.400** litros de yogurt, así mismo se establece la localización y el tamaño de la empresa, la ingeniería del proyecto y la infraestructura y maquinarias idóneas para operar con normal tranquilidad.

En el **Estudio Administrativo-Legal** se describe la estructura organizativa de la empresa, Igualmente se contemplan los factores legales y reglamentarios que se necesitan para la adecuada puesta en marcha de la empresa. Se determina la filosofía de la misma en esta están contemplados la misión, visión, valores corporativos, objetivos y políticas en las cuales estará regida la empresa “YOGURT BAK CÍA. LTDA”.

Se realizó un **Estudio Financiero** en el que se ordenó y sistematizó la información de carácter monetario estableciéndose la inversión del proyecto de \$41,135.37 y se realizó así mismo la **Evaluación Financiera** donde se establece, el VAN, TIR, PRC, RBC y el Análisis de Sensibilidad; los mismos que permitieron medir y comparar los diversos beneficios de los recursos disponibles para los años de vida útil del proyecto.

Además fue importante la elaboración de las **conclusiones y recomendaciones**, en las que se realizó una síntesis de los aspectos más sobresalientes del proyecto, donde fue posible dar solución a posibles problemas encontrados en el presente estudio.

La **bibliografía**, donde se plasma todas las fuentes de información que se utilizaron en el desarrollo del trabajo investigativo.

Los **anexos**, documentos complementarios que aportaron al entendimiento de los contenidos y resultados expuestos en la actual investigación.

Finalmente encontramos un **índice**, el cual permite al lector guiarse en los diferentes contenidos del proyecto.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

1. MARCO REFERENCIAL

1.1. YOGURT

El yogur es un producto popular entre los consumidores, que se obtiene de la fermentación de la leche por microorganismos específicos. Tiene la característica de ser altamente nutritivo sabroso y fácil digestión. Su consumo en la actualidad se ha llevado en aumento por lo que el mercado lo demanda.

La historia del yogur se remonta a miles de años, el primer ejemplo de leche acidificada fue presumiblemente producido en forma accidental por los nómadas. La leche se volvía ácida y coagulaba bajo la influencia de ciertos microorganismos, posteriormente se fue descubriendo que esta leche fermentada tenía cualidades curativas para desordenes estomacales, problemas de piel, así como para conservar cierto tipo de alimentos. El consumo de yogur se fue incrementando cada vez más, principalmente en Europa oriental y después en el resto del mundo.

Actualmente la tecnología de elaboración de yogur está al alcance de todo el mundo y se produce en forma industrial, semi industrial o artesanal. De acuerdo al código de alimentaría, el yogur se define como el producto de leche coagulada obtenida por fermentación láctica mediante la acción de lactobacilos *Bulgaricus* y *Streptococcus Thermophilus*, también conocidos

como bacterias lácteas, y cabe señalar que estas no son microorganismos peligrosos para el organismo humano, al contrario son bacterias que pasaran a formar parte la flora intestinal.

Actualmente, es infinita la variedad de yogures que existen, de frutilla, de ciruelas, de vainilla, naturales, bebibles, firmes, cremosos, súper cremosos, en tanto, los cereales azucarados o los regulares suelen ser un acompañamiento ideal de los mismos, incluso, muchas marcas ya los comercializan con pequeños potes de cereales en el mismo pack del yogur.

Asimismo existen varias empresas dedicadas a la elaboración y comercialización de yogurt entre las principales están: Toni, Nestlé, Alpina, Ranchito, etc. (alimento, laboratorio de industrialización de productos lácteos, , 2003)

1.1.1. BENEFICIOS DEL YOGURT

- ◆ Una de las propiedades más destacables del yogur es su capacidad para regenerar la flora intestinal, la cual se ve muy afectada por una mala alimentación y sobre todo, por infecciones y abuso de medicamentos como los antibióticos.
- ◆ El yogurt es muy digerible y fácilmente asimilable por el organismo.
- ◆ Ayuda al organismo a absorber mejor los minerales de otros alimentos.
- ◆ Favorece el buen funcionamiento del intestino, pues refuerza la flora intestinal.

- ◆ Ayuda a controlar los efectos secundarios de los antibióticos.
- ◆ El yogurt libera el estómago de toxinas.

1.1.2. INFORMACIÓN NUTRICIONAL DEL YOGURT

El yogur es una buena fuente de calcio, magnesio y fósforo que son los minerales más importantes para nuestros huesos, lo curioso es que estos minerales están en mayor cantidad en el yogur que en la leche. Es como si los microorganismos que fermentan la leche para convertirla en yogur además de hacerla más digestiva nos aumentan la cantidad de algunos minerales, el yogur disminuye la proporción de colesterol que contiene la leche antes de la fermentación. Por cada 100 gr. de yogur obtenemos 180 mg de calcio, 17 de magnesio, 240 de potasio y 7140 mg de fósforo. (Ruegg, 1999)

1.2. BABACO



El Babaco es una fruta de la sierra andina que posee muchas cualidades que le permiten ofrecer a sus consumidores un agradable sabor, olor y color además de complementos nutricionales necesarios para la dieta del ser

humano. Puede consumirse en fresco, solo o mezclado, en ensaladas, jugos, yogurt, helados. (Camacho, 1982)

1.2.1. Nombre científico

Su nombre científico es *Caricapentagona Heilb* y pertenece a la familia *Caricaceae*. Es una planta arbustiva de tallos semileñosos. El fruto es una baya sin semilla, no necesita polinización para desarrollarse; es alargado de sección pentagonal; mediana de unos 20 cm de largo por 6 cm de diámetro, pesa de 300 a 1,200 g. Cada planta puede producir alrededor de 60 a 100 frutos en un tiempo aproximado de 12 meses. (Proaño, 2007)

1.2.2. Cualidades nutricionales

Dentro de las principales cualidades nutricionales de la fruta, resaltan su alto contenido de vitamina C y papaína, la enzima digestiva por excelencia, que facilita el desdoblamiento de la proteína animal. El Babaco protege el sistema digestivo por ser rico en fibras y carbohidratos. Además, contiene niveles mínimos de azúcar y sodio, y cero colesterol. La planta de Babaco es potencialmente rica en pectina y papaína, que son productos de gran interés y demanda industrial. (Hernandez, 2007)

La composición química y el valor energético del alimento por 100g de parte comestible es la siguiente:

Cuadro N° 1

Composición Química	
Componentes	Cantidad
% Parte comestible	100
Agua (g)	95
Proteína (g)	0.7
Lípidos (g)	0.1
Fibra. (g)	2.3
Calorías (Kcal)	21
Sodio (mg)	1
Potasio (mg)	165
Hierro mineral (mg)	0.3
Calcio (mg)	10
Fosforo (mg)	7
Vitamina A (mg)	27
Vitamina C (mg)	28

Fuente: (Hernandez 2007)

Elaboración: la Autora

1.2.3. PRODUCCION DEL CULTIVO

El Babaco es un híbrido de origen ecuatoriano, resultante del cruce entre *carica pubescens* y *carica stipulata*. Su cultivo está localizado fundamentalmente en los valles de la región interandina en las provincias de: Loja (Saraguro, San Lucas, Chuquiribamba, etc.) siendo una de las provincias más representativas en la producción del mismo, con un equivalente del 56.65% de la producción total del Ecuador, Tungurahua (24,42%), Pichincha (17,01%), Azuay (10,87%), Cotopaxi (4,34%), mientras que Imbabura, Chimborazo y Bolívar son provincias que producen esta fruta en bajos porcentajes, según datos obtenidos de SIGAGRO-MAGAP del año 2014.

El cultivo de babaco presenta una de las más altas tasas de retorno dentro de los frutos, ya que puede alcanzar un rendimiento promedio de 225 toneladas métricas por hectárea (ha-1) durante su periodo de producción de dos a dos años y medio, con una densidad de 5500 plantas (ha-1), cada planta de babaco durante la temporada de cosecha puede producir 60 unidades por año, la caja cuesta entre \$12 y \$15 dólares americanos.

El babaco posee también una ventaja comparativa en relación a los demás frutos que se comercializan en el Ecuador debido a que su producción es escalonada durante todo el año, convirtiéndose así en uno de los frutos con más alta tasa de retorno. Desde su cultivo la planta comienza a producir a los 10 o 12 meses aproximadamente, alargando su periodo de producción hasta 36 meses, lo cual implica que siempre habrá abastecimiento del fruto tanto para el mercado interno como para el procesamiento y exportación del mercado externo.

La mayor parte de la producción del babaco es consumida como fruta fresca, solo una pequeña porción es destinada al proceso industrial. (Fernandez, 2005)

1.2.4. EXPORTACIÓN DEL BABACO

Ecuador en los últimos años ha tratado de dar un mayor énfasis en la exportación de productos no tradicionales, como es el caso del babaco, logrando de esta manera una mayor expansión de los mismos tanto de

manera nacional como internacional, siendo el babaco aquel que ocupa un lugar muy representativo, creando nuevas expectativas de exportación para la fruta demostrando así que su demanda interna se encuentra en crecimiento y logrando un posicionamiento internacional del producto en otros mercados.

Debido a las características del sabor, contenido nutricional, presencia, aroma, aplicación medicinal, etc. La aceptación por el consumidor local y externo ha crecido, convirtiéndose en la actualidad en un cultivo con mucho potencial para el mercado interno y de exportación a países como Alemania, Francia, Italia, Holanda, Estados Unidos, etc.

Según datos del Banco Central del Ecuador en el año 2015 se exportaron alrededor de 2,351.43 toneladas de babaco, a un precio FOB de \$4,161.12 obteniendo un precio referencial de exportación por babaco de \$1.77 dólares americanos.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. EMPRESA

La empresa es un grupo social en el que a través de la administración de sus recursos, del capital y del trabajo, se producen bienes y/o servicios tendientes a la satisfacción de las necesidades de una comunidad. Conjunto de actividades humanas organizadas con el fin de producir bienes o servicios. (Elio, 2003)

2.1.1. RECURSOS

Los recursos son para que una empresa pueda lograr sus objetivos, es necesario que cuente con una serie de elementos, recursos o insumos que conjugados armónicamente contribuyen a su funcionamiento adecuado, dichos recursos son:

2.1.1.1. Recursos Materiales:

Son los bienes tangibles con que cuenta la empresa para poder ofrecer sus servicios, tales como:

- a. **Instalaciones:** edificios, maquinaria, equipo, oficinas, terrenos, instrumentos, herramientas , etc. (empresa)
- b. **Materia prima:** materias auxiliares que forman parte del producto, productos en proceso, productos terminados, etc. (producto)

2.1.1.2. Recursos Técnicos:

Son aquellos que sirven como herramientas e instrumentos auxiliares en la coordinación de los otros recursos, Pueden ser:

- a. Sistemas de producción, de ventas, de finanzas, administrativos, etc.
- b. Fórmulas, patentes, marcas, etc.

2.1.1.3. Recursos Humanos:

Estos recursos son indispensables para cualquier grupo social; ya que de ellos depende el manejo y funcionamiento de los demás recursos.

2.1.1.4. Recursos Financieros:

Son los recursos monetarios propios y ajenos con los que cuenta la empresa, indispensables para su buen funcionamiento y desarrollo, pueden ser:

- a. Recursos financieros propios, se encuentran en: dinero en efectivo, aportaciones de los socios (acciones), utilidades, etc.
- b. Recursos financieros ajenos; están representados por: prestamos de acreedores y proveedores, créditos bancarios o privados y emisiones de valores, (bonos). (Fleitman, 2000)

2.1.2. OBJETIVOS

La empresa al actuar dentro de un marco social e influir directamente en la vida del ser humano, necesita un patrón u objetivos deseables que le permita satisfacer las necesidades del medio en que actúa, fijándose así los objetivos empresariales que son:

2.1.2.1. **ECONÓMICOS:** tendientes a lograr beneficios monetarios:

- Cumplir con los intereses monetarios de los inversionistas al retribuirlos con dividendos justos sobre la inversión realizada.
- Cubrir los pagos a acreedores por intereses sobre préstamos concedidos.
- Mantener el capital a valor presente.
- Obtener beneficios arriba de los intereses bancarios para repartir utilidades a inversionistas.
- Reinvertir en el crecimiento de la empresa.

2.1.2.2. **SOCIALES:** Aquellos que contribuyen al bienestar de la comunidad

- Satisfacer las necesidades de los consumidores con bienes o servicios de calidad, en las mejores condiciones de venta.
- Incrementar el bienestar socioeconómico de una región al consumir materias primas y servicios; y al crear fuentes de trabajo.
- Cubrir, mediante organismos públicos o privados, seguridad social.
- Producir productos y bienes que no sean nocivos al bienestar de la comunidad.

2.1.2.3. TÉCNICOS: dirigidos a la optimización de la tecnología.

- Utilizar los conocimientos más recientes y las aplicaciones tecnológicas más modernas en las diversas áreas de la empresa, para contribuir al logro de sus objetivos.
- Propiciar la investigación y mejoramiento de técnicas actuales para la creación de tecnología nacional.
- Investigar las necesidades del mercado para crear productos y servicios competitivos. (William, 2002)

2.1.3. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

Los criterios más habituales para establecer una tipología de las empresas son los siguientes:

2.1.3.1. SEGÚN EL SECTOR DE ACTIVIDAD:

Empresas del Sector Primario: También denominado extractivo, ya que el elemento básico de la actividad se obtiene directamente de la naturaleza: agricultura, ganadería, caza, pesca, extracción de áridos, agua, minerales, petróleo, energía eólica, etc.

Empresas del Sector Secundario o Industrial: Se refiere a aquellas que realizan algún proceso de transformación de la materia prima.

Empresas del Sector Terciario o de Servicios: Incluye a las empresas cuyo principal elemento es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales.

2.1.3.2. SEGÚN EL TAMAÑO:

Existen diferentes criterios que se utilizan para determinar el tamaño de las empresas, como el número de empleados, el tipo de industria, el sector de actividad, el valor anual de ventas, etc.

Grandes Empresas: Se caracterizan por manejar capitales y financiamientos grandes, por lo general tienen instalaciones propias, sus ventas son de varios millones de dólares, tienen miles de empleados de confianza y sindicalizados, cuentan con un sistema de administración y operación muy avanzado y pueden obtener líneas de crédito y préstamos importantes con instituciones financieras nacionales e internacionales

Medianas Empresas: En este tipo de empresas intervienen varios cientos de personas y en algunos casos hasta miles, generalmente tienen sindicato, hay áreas bien definidas con responsabilidades y funciones, tienen sistemas y procedimientos automatizados

Pequeñas Empresas: En términos generales, las pequeñas empresas son entidades independientes, creadas para ser rentables, que no predominan en la industria a la que pertenecen, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que las conforman no excede un determinado límite

Microempresas: Por lo general, la empresa y la propiedad son de propiedad individual, los sistemas de fabricación son prácticamente artesanales, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos, los asuntos relacionados con la administración, producción, ventas y finanzas son elementales y reducidos y el director o propietario puede atenderlos personalmente (Chiavenato, 1984)

2.1.3.3. SEGÚN LA PROPIEDAD DEL CAPITAL:

Se refiere a si el capital está en poder de los particulares, de organismos públicos o de ambos. En sentido se clasifican en:

Empresa Privada: La propiedad del capital está en manos privadas

Empresa Pública: Es el tipo de empresa en la que el capital le pertenece al

Estado, que puede ser Nacional, Provincial o Municipal

Empresa Mixta: Es el tipo de empresa en la que la propiedad del capital es compartida entre el Estado y los particulares

2.1.3.4. SEGÚN EL ÁMBITO DE ACTIVIDAD:

Esta clasificación resulta importante cuando se quiere analizar las posibles relaciones e interacciones entre la empresa y su entorno político, económico o social. En este sentido las empresas se clasifican en:

Empresas Locales: Aquellas que operan en un pueblo, ciudad o municipio

Empresas Provinciales: Aquellas que operan en el ámbito geográfico de una provincia o estado de un país

Empresas Regionales: Son aquellas cuyas ventas involucran a varias provincias o regiones

Empresas Nacionales: Cuando sus ventas se realizan en prácticamente todo el territorio de un país o nación

Empresas Multinacionales: Cuando sus actividades se extienden a varios países y el destino de sus recursos puede ser cualquier país.

2.1.3.5. Según el Destino de los Beneficios:

Según el destino que la empresa decida otorgar a los beneficios económicos

(excedente entre ingresos y gastos) que obtenga, pueden categorizarse en dos grupos:

Empresas con Ánimo de Lucro: Cuyos excedentes pasan a poder de los propietarios, accionistas, etc.

Empresas sin Ánimo de Lucro: En este caso los excedentes se vuelcan a la propia empresa para permitir su desarrollo. (Ricardo, 2010)

2.2. LOS PROYECTOS DE INVERSION

Los proyectos de inversión es la decisión de utilizar los recursos escasos, con el objetivo de incrementar, mejorar o mantener la producción de bienes o la prestación de servicios, surge por la presencia de una necesidad o para aprovechar una oportunidad".(GUSTAVO, 2008)

2.2.1. ESTUDIO DE MERCADO

2.2.1.1. Definición

Es un proceso de recolección y análisis de información del mercado.

2.2.1.2. Objetivos

- × Determinar la oferta y la demanda.
- × Determinar los sistemas de comunicación empresarial.
- × Establecer precios y canales de distribución.

2.2.1.3. Variables

- × Análisis del contexto o del entorno
- × Análisis del producto o servicio
- × Análisis de la demanda
- × Análisis de la oferta
- × Análisis del precio
- × Análisis del plan de mercadeo o comercialización

2.2.2. ESTUDIO TÉCNICO

2.2.2.1. Definición

El estudio Técnico de un proyecto de inversión consiste en diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea éste un bien o un servicio. (JOSÉ, 2008)

2.2.2.2. Objetivo

El Objetivo del estudio técnico es verificar si el producto o servicio a ofrecer se puede llevar a cabo; si se cuenta con la materia prima adecuada, los equipos y herramientas necesarias e instalaciones óptimas para su producción. (Nassair., 2008)

2.2.2.3. Ingeniería o Diseño del Producto o Servicio

La ingeniería del producto se define las especificaciones técnicas en la elaboración del producto o prestación del servicio y establece un conjunto de pautas o pasos que sirven de guía general para hacer realidad la idea

empresarial. (Enrique., 2009)

2.2.2.4. Tamaño del Proyecto

Mide la capacidad de producción de bienes o prestación de servicios, definido con relación con el tiempo; o cantidad de productos por unidad de tiempo que se puede obtener con los factores de producción elegidos.

Tenemos los siguientes factores:

- ✓ Tamaño del Mercado
- ✓ Capacidad Financiera
- ✓ Disponibilidad de Insumos Materiales y Humanos
- ✓ Transporte

2.2.2.5. Proceso Productivo

Es la descripción sistemática de la secuencia de operaciones a que se someten los insumos en su estado inicial, para llegar a obtener los productos en su estado final. (Urbina., 2010)

Tenemos las siguientes variables:

- ✓ Insumos o Estado Inicial
- ✓ Proceso Productivo o de Transformación
- ✓ Resultado final o Producto

2.2.2.6. Ingeniería de la Planta

Es la forma técnica de disponer la mejor ubicación de los equipos y demás elementos físicos en la empresa, para facilitar la circulación de los materiales

y de las personas.

2.2.2.7. Localización de la Planta

En el estudio de la localización de la empresa se analizan los siguientes factores que contribuyen a la toma de decisiones, por que minimizan los costos de inversión y de operación del proyecto:

➤ **Legislación**

- ✓ Reglamentos de Urbanización vigentes tanto a nivel regional como local.
- ✓ Impuestos Nacionales y distritales

➤ **Topografía**

- ✓ Naturaleza del Terreno
- ✓ Riesgos de Inundación
- ✓ Humedad

➤ **Condiciones Locales**

- ✓ Características de la vecindad (Clase social, seguridad).
- ✓ Riesgos (Posibles incendios).
- ✓ Espacio disponible para nuevas ampliaciones.

➤ **Servicios Públicos**

- Alcantarillado
- Medios de Comunicación
- Energía (Para Uso Industrial)
- Agua

➤ **Vías de Comunicación**

Cercanía a los puestos de comercialización del producto y proveeduría de materia prima e insumos.

➤ **Costos**

- Transporte
- Arriendo
- Servicios Públicos

2.2.3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

2.2.3.1. Filosofía

La estructura conceptual que la organización define para orientar o inspirar el comportamiento de la misma y que responde a las cuestiones fundamentales de la existencia de la empresa. Se la desarrolla de acuerdo a 3 elementos fundamentales que son:

- Misión
- Visión
- Valores
- Objetivos
- Políticas

2.2.3.2. Base Legal

Es la constitución de una empresa bajo los preceptos de la ley de compañías.

Está compuesta por:

- Minuta
- Acta de Constitución de la Empresa

2.2.3.3. Áreas es las que se Estructura una Empresa

Son los diferentes departamentos que posee una empresa.

- Área Administrativa
- Área Financiera
- Área Operativa

2.2.3.4. Organización en Función de los Niveles Jerárquicos

Es la estructura organizativa con que esta cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma, en ella se establece los siguientes niveles jerárquicos de autoridad.

- Nivel Legislativo-Directivo
- Nivel Ejecutivo
- Nivel asesor
- Nivel Operativo
- Nivel Auxiliar

2.2.3.5. Organigramas

Es la representación gráfica de la estructura orgánica que muestra la composición de las unidades administrativas que la integran y sus

respectivas relaciones. Comprende las funciones o responsabilidades de cada área de la empresa. (Alessio Ipinza, Año 2008)

2.2.3.6. Manuales de Funciones

Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos:

- Relación de Dependencia (Ubicación interna)
- Dependencia Jerárquica. (Relaciones de autoridad)
- Tareas Principales
- Tareas Secundarias
- Responsabilidades
- Requerimiento para el Puesto. (Howard, 1974)

2.2.4. ESTUDIO ECONOMICO- FINANCIERO

2.2.4.1. Definición

El estudio económico trata, de determinar cuál será la cantidad de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realice, es decir, cuánto dinero se necesita para que la planta opere. (Pedro, 2003)

2.2.4.2. Fases

Las fases del estudio económico financiero son:

*** Inversiones**

Representan colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera

obtener algún rendimiento a futuro, ya sea, por la realización de un interés, dividendo o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición.

× **Activos Fijos**

Bienes de propiedad de la empresa dedicados a la producción y distribución de los productos o servicios por ellas ofrecidos. Adquiridos por un considerable tiempo y sin el propósito de venderlos.

× **Activos Diferidos**

Son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados por la empresa.

× **Capital de Trabajo**

Es la inversión de dinero que realiza la empresa o negocio para llevar a efectos su gestión económica y financiera a corto plazo.

2.2.4.3. Presupuesto

El presupuesto permite a la empresa establecer planes de acción de gastos para periodos futuros.

Tipos de presupuesto

- **Presupuesto de Ventas:** La elaboración de este presupuesto precisa

determinar las unidades a vender de cada producto y los precios de venta.

- **Presupuesto de Producción:** Contiene el número de unidades que se producirán en el período considerado. Para determinarlo, es preciso conocer el número de unidades que se venderán y el nivel inicial y el deseable como final de existencias de artículos terminados, con el fin de determinar las unidades a producir.
- **Presupuesto de Gastos Administrativos**

Son gastos relacionados directamente con la actividad administrativa de la empresa.

- **Presupuesto de Gastos de Ventas**

Son aquellos valores estimados que se los empleara para dar a conocer los bienes o servicios que ofrece la empresa.

- **Presupuesto Financiero**

Comprende todos los gastos relacionados con el financiamiento del proyecto.

2.2.4.4. Análisis de Costos

Costos

Es la suma de recursos y esfuerzos que se han invertido para producir algo

útil.

Análisis de Costos

Es una disciplina formal (técnica) a utilizarse para evaluar, o ayudar a evaluar, en el caso de un proyecto o propuesta, que en sí es un proceso conocido como evaluación de proyectos; o un planteamiento informal para tomar decisiones.

Costos Fijos

Son gastos que no cambian con el volumen total de las ventas o la cantidad de modificaciones que se realizan en la producción.

Costos Variables

Son aquellos que se modifican de acuerdo con el volumen de producción

Costos Total de Producción

Son todos los costos relacionados con la producción de un bien, es decir son la suma de los costos fijos y los costos variables.

Costo Unitario de Producción

Es el valor que se obtiene dividiendo el costo total para el número de unidades producidas al año.

Precio de Venta al Público

Se lo calcula dividiendo el costo unitario para en % del margen de utilidad.

(Zehle, 1990)

2.2.4.5. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es un indicador financiero con el cual se puede analizar hasta donde una empresa debe producir para no tener ni pérdidas ni ganancias. (Diccionario de Contabilidad y Finanzas, 1999)

Se lo analiza de la siguiente manera.

➤ EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que genera; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula.

$$PE (Ventas) = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{Ventas}}$$

➤ EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

Se basa en la capacidad de producción de la planta; determina el % de capacidad al que debe trabajar la máquina para que su producción pueda cubrir los costos. Para su cálculo se aplica la siguiente fórmula.

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} * 100 =$$

2.2.4.6. Análisis Financiero

Es una herramienta que permite realizar comparaciones relativas de distintos negocios y facilita la toma de decisiones de inversión, financiación, planes de acción, control de operaciones, reparto de dividendos, entre otros. (Alberto, 2005)

Financiamiento

Son fuentes con las que se contara para la inversión estas son: Capital propio y Capital externo.

2.2.4.7. Estado de Pérdidas y Ganancias

Es el que muestra los productos, rendimientos, ingresos, rentas, utilidades, ganancias, costos, gastos y pérdidas correspondientes a un periodo determinado, con objeto de calcular la utilidad neta o la pérdida líquida obtenida durante dicho periodo.

2.2.4.8. Flujo de Caja

El flujo de fondos o flujo de caja consiste en un esquema que presenta sistemáticamente los costos e ingresos registrados año por año (o período por período).

2.2.5. EVALUACIÓN FINANCIERA

2.2.5.1. VAN

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. (Alberto, 2005)

2.2.5.2. TIR

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.

2.2.5.3. PRC

Permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza el flujo neto y la inversión.

2.2.5.4. RBC

Permite medir el rendimiento que se obtiene por cada unidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no sobre la base del siguiente criterio:

- ✘ Si la relación es = 1 el proyecto es indiferente

- × Si la relación es > 1 el proyecto es rentable
- × Si la relación es < 1 el proyecto no es rentable

2.2.5.5. Análisis de sensibilidad

Se determina cuál es el nivel mínimo de ventas que puede tener la empresa para seguir siendo económicamente rentable. El objetivo fundamental del análisis de sensibilidad es medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto frente al cambio imprevisto de una variable, asumiendo que el resto de variables permanezcan constantes. (Washintong, 1997)

El criterio de sensibilidad es el siguiente:

Si el coeficiente es > 1 el proyecto es sensible.

Si el coeficiente es < 1 el proyecto no es sensible.

Si el coeficiente es $= 1$ no hay efectos sobre el proyecto.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

En el presente proyecto, se utilizó materiales, métodos, técnicas, los mismos que permitieron recabar, analizar y ordenar de forma clara y precisa toda la información obtenida de las familias y ofertantes de la ciudad de Loja.

1. MATERIALES

Los materiales que se utilizó en este trabajo investigativo son:

- × Material Bibliográfico: Libros, revistas, tesis de grado, internet y otros.
- × Encuestas.
- × Materiales de Oficina: Hojas, copias, carpetas, grapas, esferográficos, borradores.

2. MÉTODOS

La investigación se realizó a las familias de la ciudad de Loja, según el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) en su último estudio realizado en el 2010, la población urbana de la ciudad de Loja está en **170280** habitantes que dividido para **4** miembros promedio de las familias tenemos **42570** familias y su tasa de crecimiento de 2,65%. Para el presente proyecto se proyectó el número de familias para el año 2015 año "0" o base que es de **48518** familias, estos datos se ha tomado como el segmento de mercado para el presente estudio.

Las variables a medir fueron: demanda, oferta, gustos, preferencias,

medios de comunicación, canales utilizados y los precios, existentes en el mercado.

2.1. MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

El método de recolección de datos es el procedimiento adecuado que facilitó lograr los objetivos de la investigación; siendo una orientación para recoger y analizar los datos que condujo a las conclusiones, de las cuales podrán derivarse decisiones o implicaciones para el proyecto.

Para la recolección de la información se encuestaron a las familias de las 4 parroquias urbanas de la ciudad de Loja. También se entrevistó a los gerentes de 10 supermercados de la misma.

3. TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

En el proceso de la presente investigación se utilizaron las siguientes técnicas: la observación directa, la encuesta y la entrevista las mismas que permitieron recabar la información para el desarrollo del trabajo.

La Observación Directa: Esta técnica permitió determinar aspectos técnicos relacionados con la elaboración de nuestro producto y la competencia existente en el mercado.

La encuesta: Se diseñó un cuestionario con preguntas claras para recabar información del mercado de la ciudad de Loja, las cuales fueron aplicadas a las familias de las cuatro parroquias urbanas de la misma, permitiendo así obtener información relacionada al requerimiento del producto y los posibles

clientes que tendrá la empresa.

Se escogió esta técnica, para permitir que la recolección de la información sea clara, precisa y concisa, esto con la finalidad de tener una mayor cobertura y para posibilitar la tabulación y facilitar el análisis de la información.

La Entrevista: esta técnica se utilizó para la recopilación de información mediante la conversación directa con los gerentes de los principales supermercados de la ciudad de Loja, en donde se comercializa productos lácteos.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Primarias: Toda la información obtenida para desarrollar el presente proyecto, se recolecto por medio de cuestionarios que fueron la fuente principal de la investigación.

Secundarias: Se tomó la información estadística del Censo de Población del año 2010 y las referencias bibliográficas más recientes sobre proyectos de inversión que se han publicado en los últimos tiempos, así mismo del internet, libros, etc.

LOS CUESTIONARIOS

Para la elaboración de las preguntas se tomó como base los objetivos planteados en la investigación. Previamente se realizó una definición

completa del problema, y se determinaron las variables a medir: demanda, oferta, precios, gustos y referencias, medidos de comunicación, calidad, etc.

Las preguntas fueron diseñadas completamente por la investigadora. Una vez elaborado el cuestionario se sometió a la revisión del Director de Tesis y se hicieron los cambios recomendados. Después de ello se realizó una prueba piloto con algunas familias y representantes de la oferta de la ciudad de Loja, con el propósito de recibir sugerencias sobre la redacción de las preguntas y detectar dificultades para responder.

Finalmente se realizaron entrevistas personales en base al cuestionario con las cuales se determinó si el sentido que le daban los entrevistados a las diferentes preguntas del cuestionario era el mismo con el que se habían diseñado.

× PROCESO DE MUESTREO

Para realizar la presente investigación se aplicó el proceso de muestreo para determinar con exactitud a quien se va a investigar durante todo el proceso del trabajo. Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó los datos proporcionados del censo que realizó el INEC en el 2010, que para la ciudad de Loja es de 170280 habitantes, aplicando una tasa de crecimiento de 2,65%. Proyectado hasta el 2015 siendo el año de estudio nos da una población de 194,070 habitantes y que dividido para 4 (número promedio de integrantes) nos da un total de 48,518 familias. Con estos datos se determina el tamaño de la muestra a encuestar.

Cuadro Nº 2

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN			
PERIODO	AÑO	POBLACIÓN	NUMERO POR FAMILIAS
		T.C%(2,65%)	
	2010	170,280	42,570
	2011	174,792.4	43,698
	2012	179,424.4	44,856
	2013	184,179.2	46,045
	2015	189,059.9	47,265
0	2015	194,070.0	48,518
1	2016	199,212.9	49,803
2	2017	204,492.0	51,123
3	2018	209,911.0	52,478
4	2019	215,473.7	53,868
5	2020	221,183.7	55,296

Fuente: INEC

Elaboración: La Autora

Una vez proyectada la población por familias, se procedió a realizar el cálculo del tamaño de la muestra, mediante la siguiente formula:

$$n = \frac{z^2 p q n}{\epsilon^2 (N-1) + z^2 p q} =$$

En donde:

n = Tamaño de la Muestra

N = Población o Universo

Z = % de confiabilidad. (1,96)

Σ = Margen de Error Deseado (0,05)

P = Proporción de Aceptación deseada para el producto. (0,5)

q = Proporción de Rechazo (0,5)

$$n = \frac{1,96^2 (0,5)(0,5)48518}{0,05^2 (45408-1) + 1,96^2 (0,5)(0,5)} =$$

N= 381 Encuestas

De esta manera se muestra el número de encuestas que se aplicaron a las familias de la ciudad de Loja. Las cuales fueron 381 encuestas las mismas que permitieron determinar las preferencias y gustos sobre el yogurt de Babaco.

DISTRIBUCIÓN MUESTRAL

Determinado el tamaño de la muestra, se procedió a hacer la distribución del tamaño de la muestra, de acuerdo a los componentes del segmento de mercado, es decir, Se distribuye el número de encuestas a aplicar en cada parroquia permitiendo más veracidad en la información a obtener.

Cuadro N° 3
DISTRIBUCION MUESTRAL

PARROQUIA	POBLACION HABITANTES	4 INTEGRANTES X FAMILIA	% DE FAMILIAS	N° ENCUESTAS
EL SAGRARIO	17280	4320	9%	34
EL VALLE	34983	8746	18%	69
SUCRE	79082	19771	41%	155
SAN SEBASTIAN	62724	15681	32%	123
TOTAL	194070	48518	100%	381
FUENTE: INEC				
ELABORACIÓN: La Autora				

POBLACIÓN DE LA OFERTA

Para la determinación de la oferta se aplicó una encuesta a los gerentes de los principales supermercados de la ciudad de Loja, Ya que en estos lugares existe mayor concentración de acopio de estos productos para su venta.

Conforme se presenta en el cuadro N° 4

Cuadro N° 4

Supermercados de la ciudad de Loja	
1	Súper maxi
2	Tía
3	Comercial Granda
4	Romar
5	Zerimar
6	Mercatone
7	Galtor
8	Yerovi
9	Puerta del Sol
10	Mercamax

Elaboración: La autora

f. RESULTADOS

TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS DEMANDANTES

1. ¿En su familia acostumbra a consumir Yogurt?

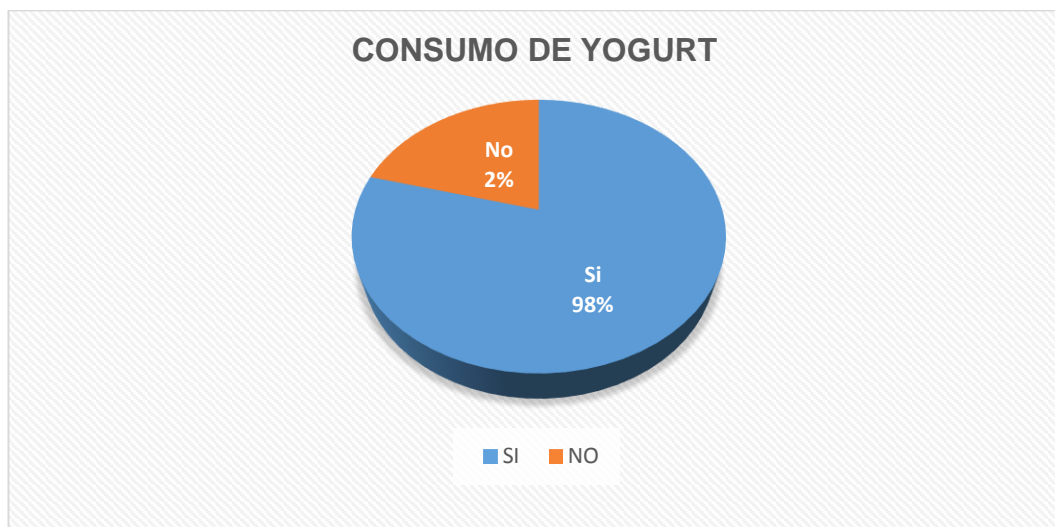
Cuadro N° 5

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	372	97,64
NO	9	2,36
TOTAL	381	100%

Fuente: Investigación Directa Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 1



Interpretación: De acuerdo a las encuestas realizadas a las diferentes familias de la ciudad nos supieron manifestar que el 97,64% si consumen yogurt, mientras que el 2,36% no lo consumen.

2. ¿Qué Marca de Yogurt consume habitualmente?

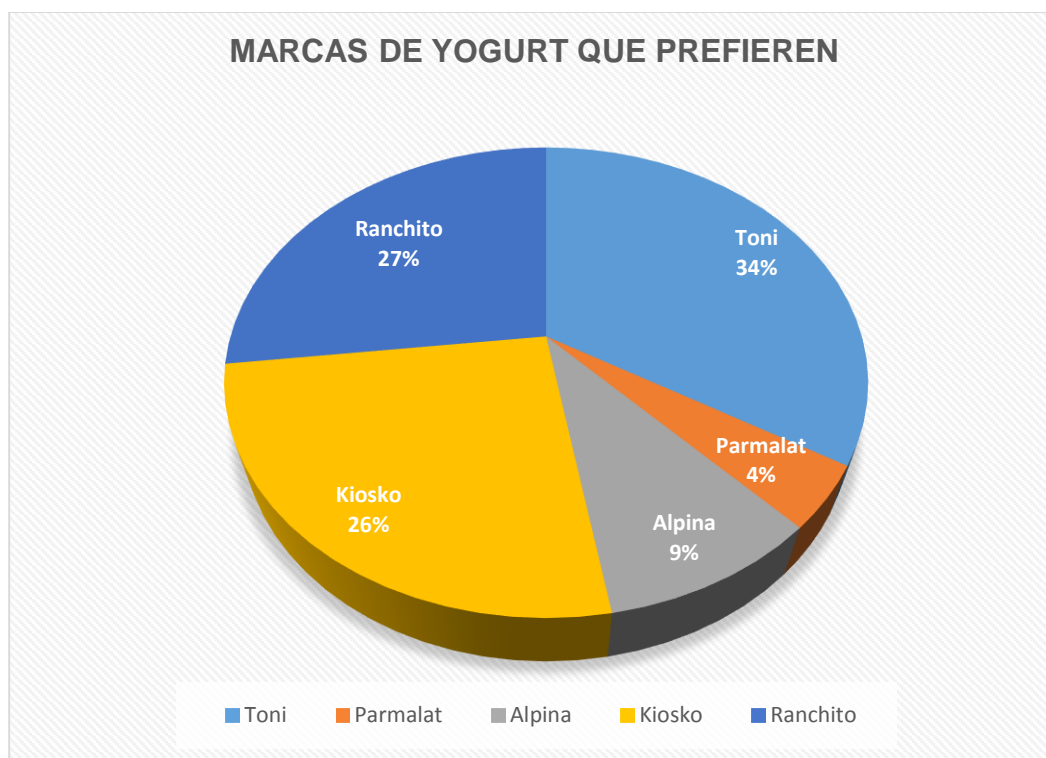
Cuadro Nº 6

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Toni	125	33,60
Parmalat	16	4,30
Alpina	35	9,41
Kiosko	96	25,81
Ranchito	100	26,88
Total	372	100%

Fuente: Investigación Directa Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 2



Interpretación: Con respecto a las marcas que más prefieren los consumidores tenemos que un 4% compran Parmalat, un 9 % Alpina, un 26% Kiosko, un 27% Ranchito y el 34% prefieren Toni.

3. ¿Qué sabores de yogurt prefiere? (Marque una sola opción)

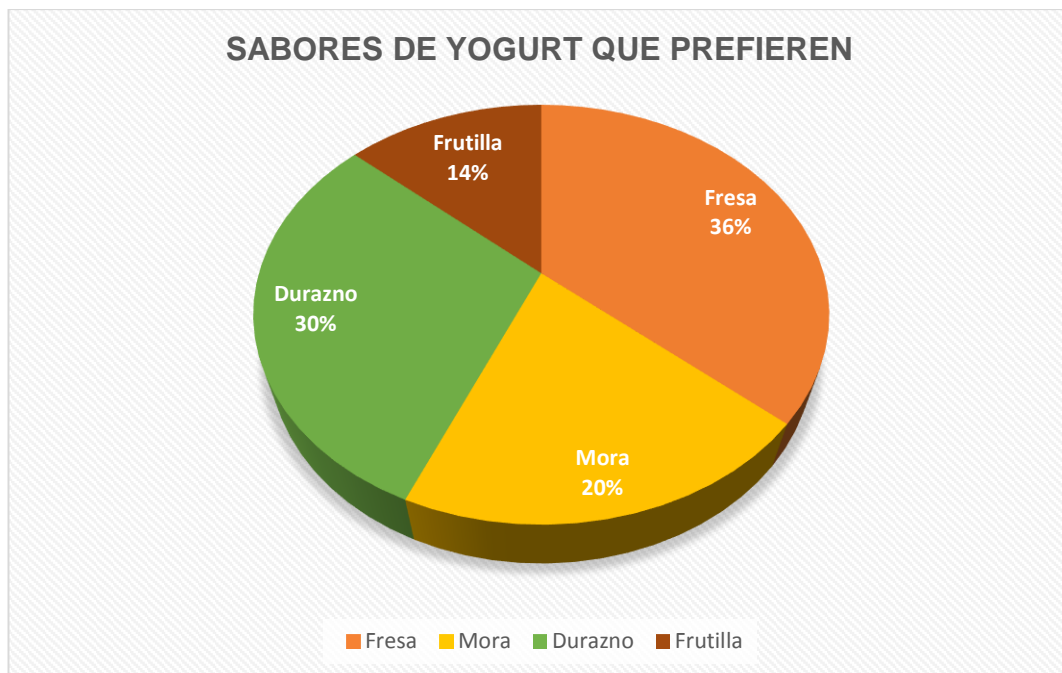
Cuadro N° 6

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Fresa	135	36,29
Mora	75	20,16
Durazno	112	30,11
Frutilla	50	13,44
TOTAL	372	100%

Fuente: Investigación Directa Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 3



Interpretación: De acuerdo a los sabores del producto un 14% lo prefieren de frutilla, un 20% mora, un 30% durazno y el 36% lo prefieren de Fresa.

4. ¿En que se fija usted al momento de comprar el Yogurt?

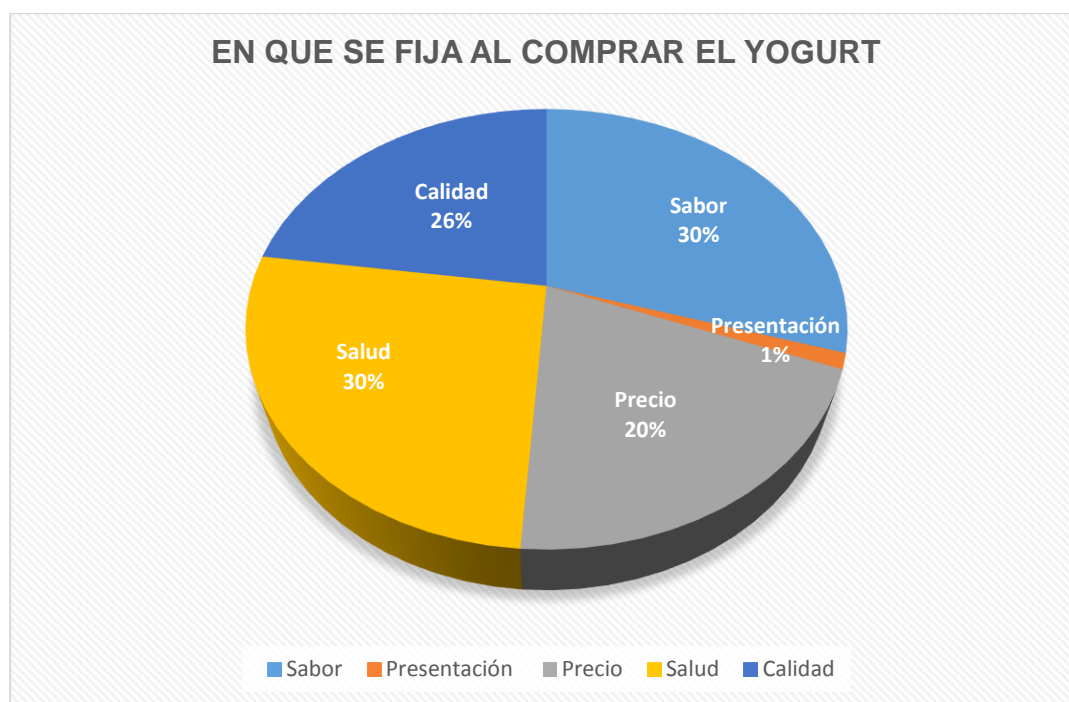
Cuadro N° 7

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Sabor	105	29,83
Presentación	4	1,14
Precio	71	20,17
Salud	92	26,14
Calidad	80	22,73
TOTAL	352	100

Fuente: Investigación Directa Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 4



Interpretación: De las encuestas aplicadas el 1% nos indica que al momento de comprar un producto se fija en la presentación, el 20% en el precio, el 23% en la calidad, el 26% en la salud y el 30 % se fija en el sabor

5. ¿Con que frecuencia y en qué cantidad consume Yogurt? (Escoja solo una opción)

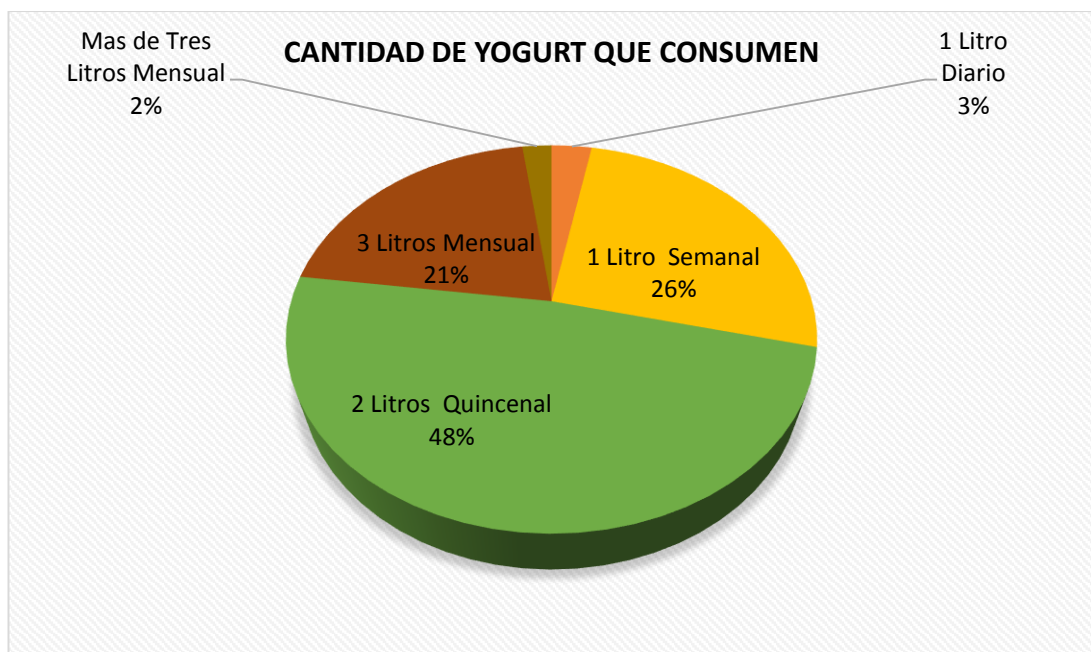
Cuadro N° 9

CANTIDAD	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
1 Litro	Diario	11	2,96
1 Litro	Semanal	96	25,81
2 Litros	Quincenal	180	48,39
3 Litros	Mensual	77	20,70
Más de Tres Litros	Mensual	8	2,15
TOTAL		372	100

Fuente: Investigación Directa Encuesta

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 6



Interpretación: Según las encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja el 2,96% consumen 1 litro de yogurt diario, un 25,81% un litro semanal, un 48,39% dos litros quincenalmente, un 20,70% tres litros al mes y el 2,15% más de tres litros al mes.

6. Si se implementara una empresa que elabore yogurt de Babaco ¿Le gustaría probar este Yogurt entre cuyos beneficios destacan el contenido de vitamina A y C, a más de ser una fuente de enzimas digestivas?

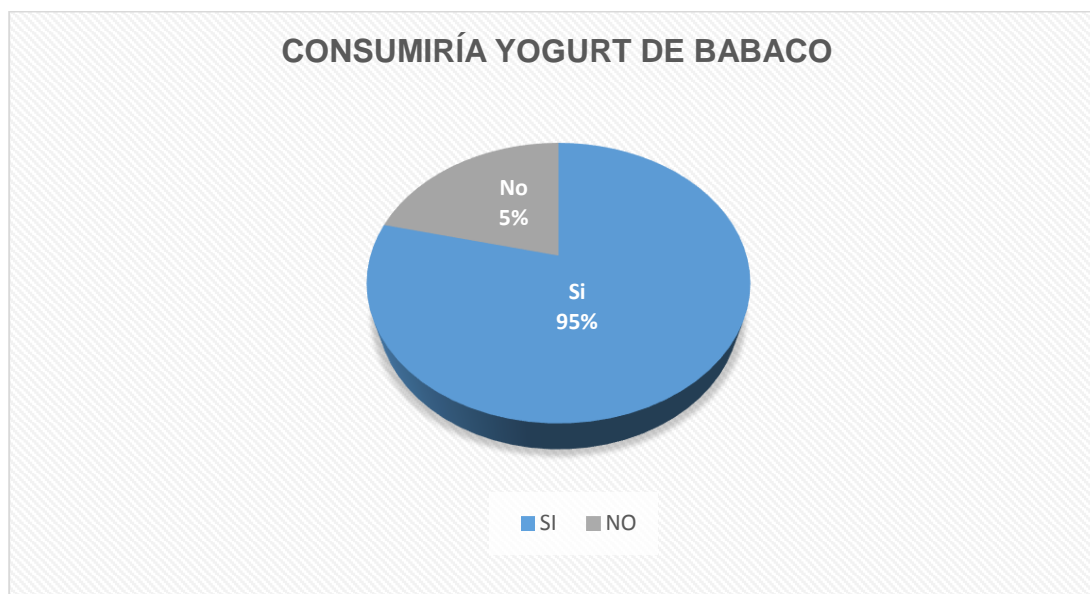
Cuadro N° 10

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	352	94,62
NO	20	5,38
TOTAL	372	100%

Fuente: Investigación Directa Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 7



Interpretación: De acuerdo a las encuestas realizadas a las diferentes familias de la ciudad de Loja el 5% nos manifiestan k no comprarían el yogurt de Babaco, mientras que el 95% si adquirirán este producto.

7. ¿En dónde prefiere comprar el yogurt de babaco?

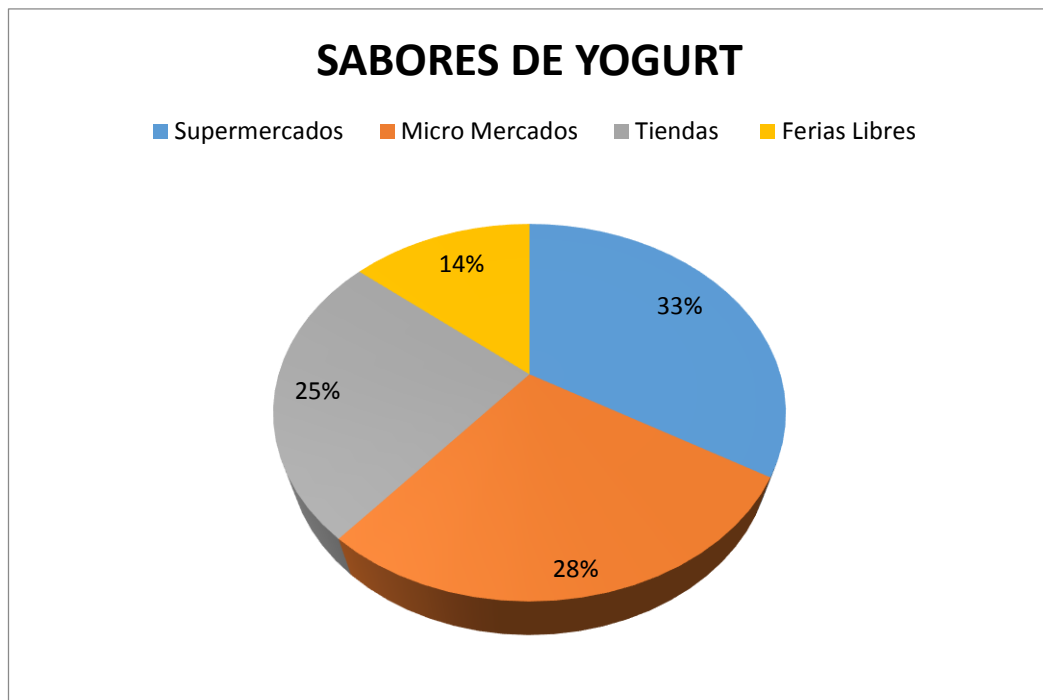
Cuadro N° 11

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Supermercados	118	33,52
Micro Mercados	97	27,56
Tiendas	88	25,00
Ferias Libres	49	13,92
TOTAL	352	100

Fuente: Investigación Directa Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 8



Interpretación: De acuerdo al lugar de adquisición del producto el 14% lo adquiere en ferias libres, el 25% en tiendas, el 28% en Micro Mercados y el 33% en prefieren comprarlos en Supermercados.

8. ¿Cómo le gustaría adquirir el Yogurt de babaco?

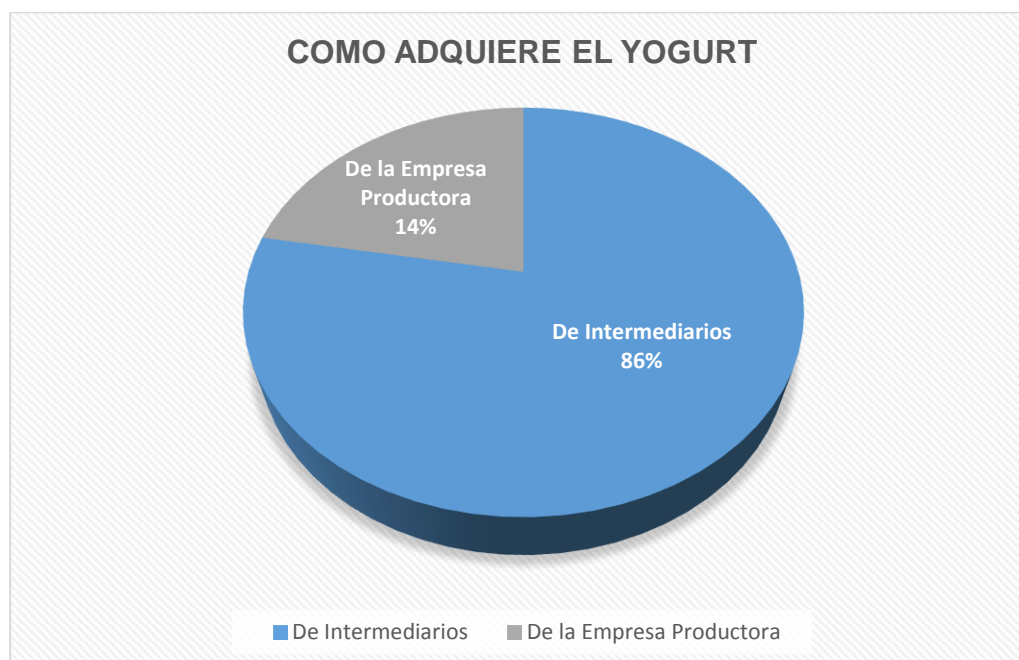
Cuadro N° 12

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Por medio Intermediarios	303	86,08
Directamente De la Empresa Productora	49	13,92
TOTAL	352	100%

Fuente: Investigación Directa Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 9



Interpretación: De las encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja el 14% nos indican que adquieren el producto directamente de la empresa que lo produce, mientras que el 86% lo obtienen de intermediarios.

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el litro de Yogurt de babaco?

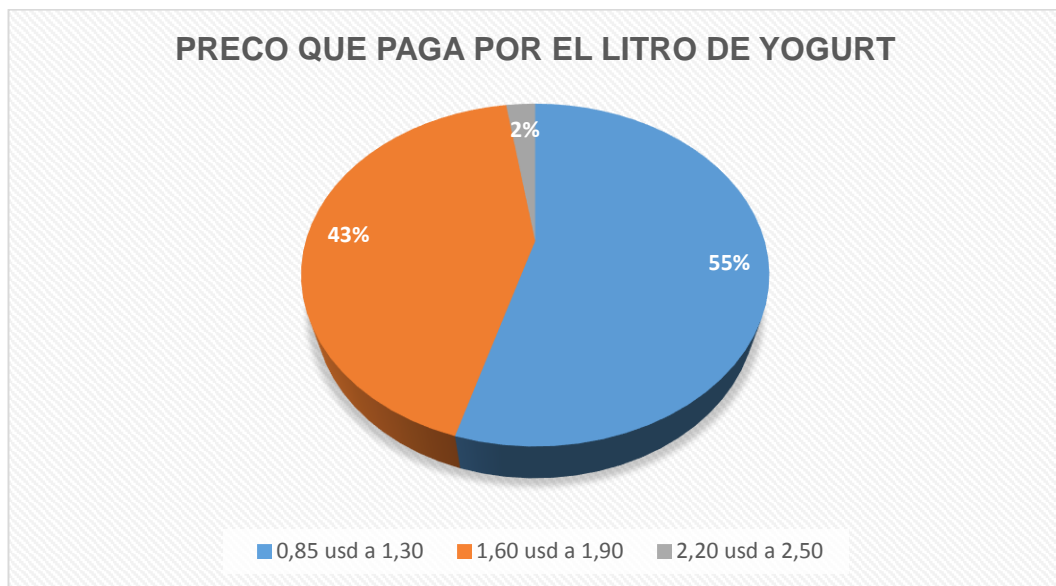
Cuadro Nº 13

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
0,85 usd a 1,30	195	55,40
1,31 usd a 1,90	151	42,90
1,91 usd a 2,50	6	1,70
TOTAL	352	100

Fuente: Investigación Directa Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 10



Interpretación: De las encuestas aplicadas el 2% manifestaron que pagan un precio promedio de 2,20 a 2,50 dólares por el producto, un 43% pagan de 1,60 a 1,90 dólares y 55% pagan de 0,85 a 1,30 dólares.

10. El precio que paga por el litro de Yogurt de babaco cree usted que es:

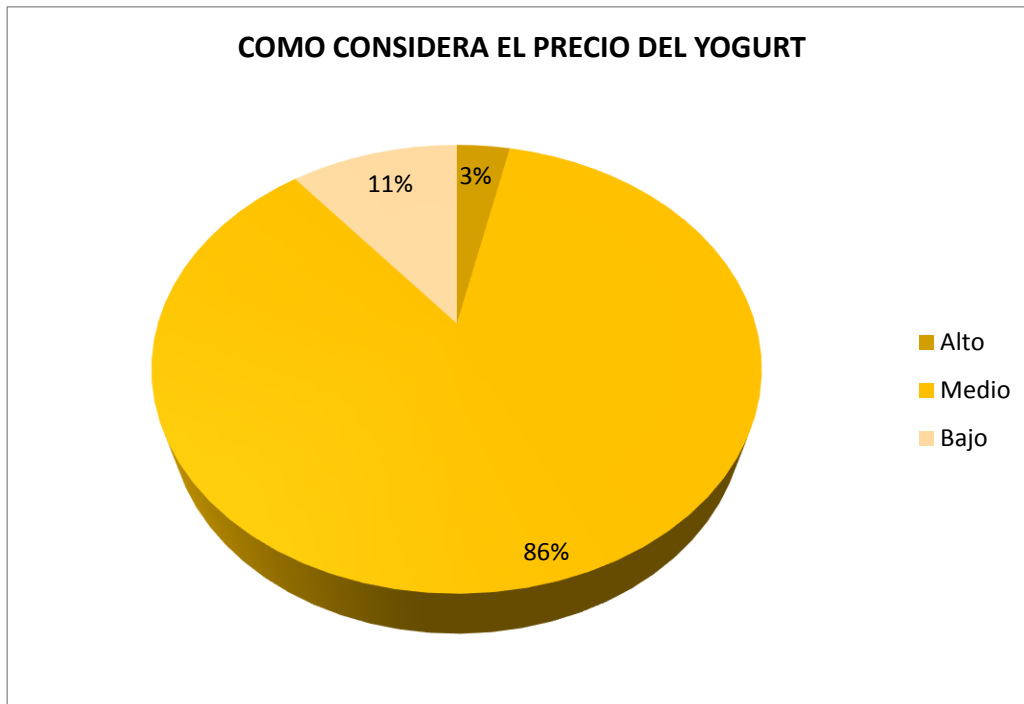
Cuadro N° 14

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Alto	12	3,41
Medio	302	85,80
Bajo	38	10,80
TOTAL	352	100%

Fuente: Investigación Directa Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 11



Interpretación: De las encuestas aplicadas el 3% manifestaron que el precio que pagan por el producto es Alto, un 11% es bajo, y el 86% indican que el precio es medio.

11. ¿Qué envase prefiere al adquirir el Yogurt de babaco? (Marque una sola opción)

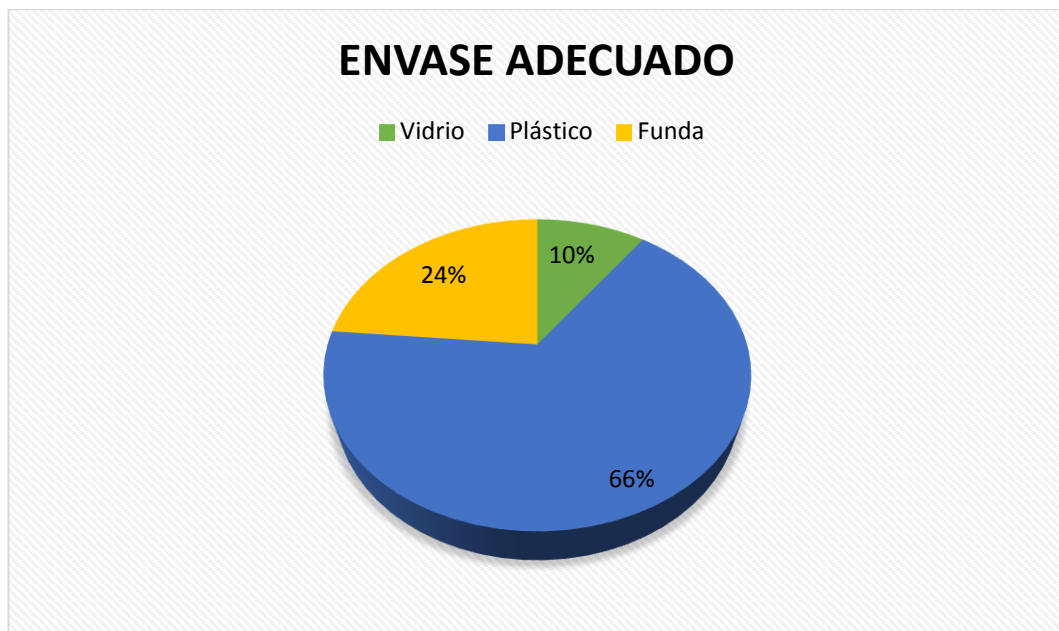
Cuadro Nº 15

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Vidrio	35	9,94
Plástico	234	66,48
Funda	83	23,58
TOTAL	352	100

Fuente: Investigación Directa Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 12



Interpretación: De acuerdo a las encuestas aplicadas un 10% prefieren que el producto sea envasado en vidrio, un 24% en Funda y el 66% en envase de plástico.

12. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría informarse sobre la existencia del yogurt de babaco?

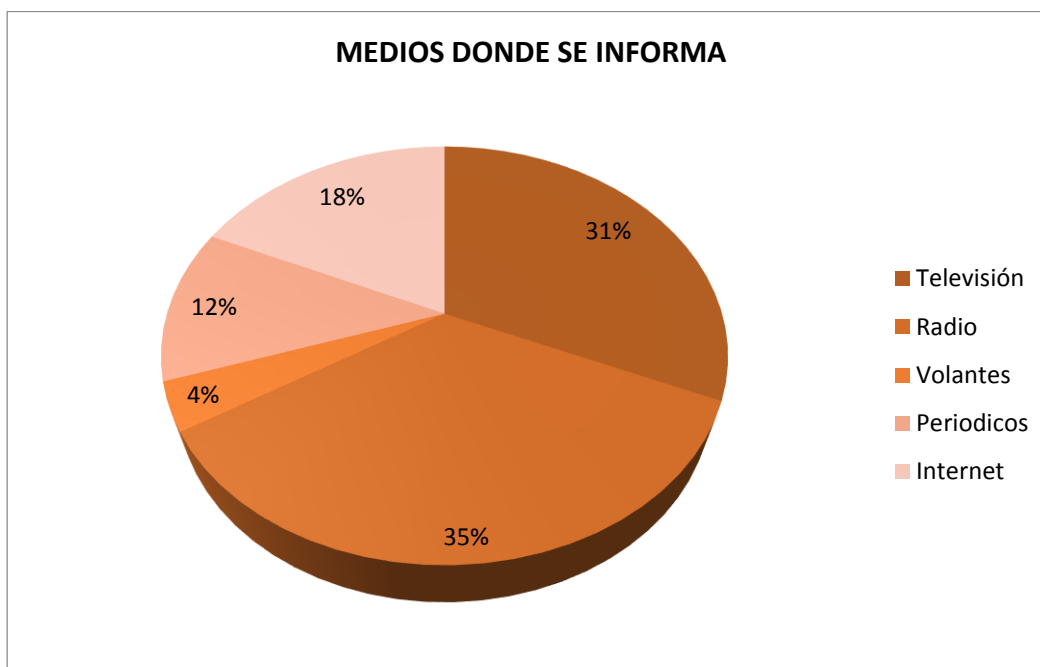
Cuadro Nº 16

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Televisión	111	31,53
Radio	122	34,66
Volantes	13	3,69
Periódicos	42	11,93
Internet	64	18,18
TOTAL	352	100

Fuente: Investigación Directa Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 13



Interpretación: De los encuestados el 33% nos supo manifestar que el medio de comunicación del que más hacen uso es la radio, un 31% la televisión, el 18% el internet, mientras que el 12% leen la prensa y el 4% lo hace a través de volantes.

**TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A
LOS GERENTES DE LOS PRINCIPALES SUPERMERCADOS DE LA
CIUDAD DE LOJA**

1. ¿Qué sabores de yogurt tienen más acogida por el cliente?

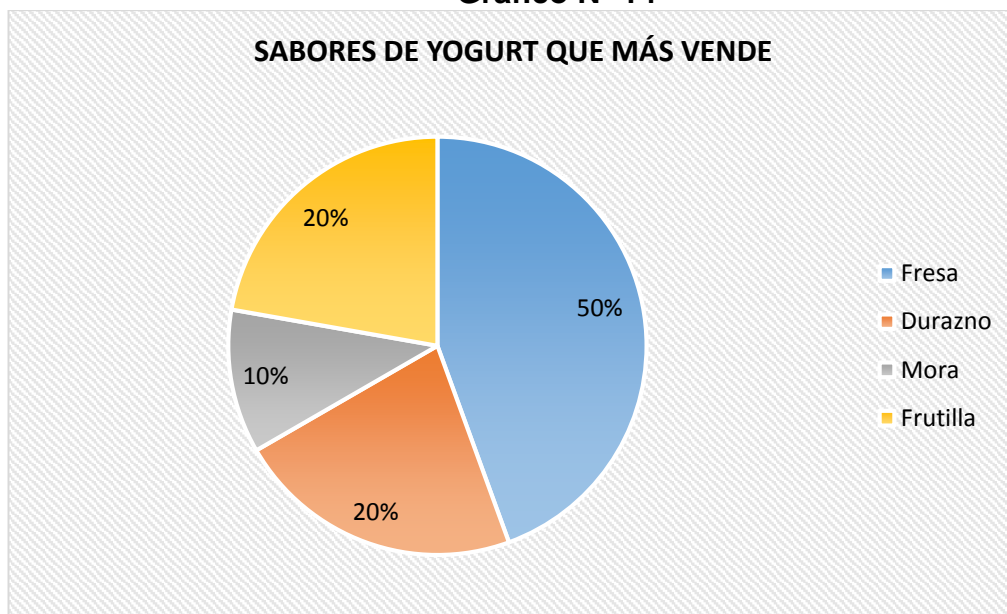
Cuadro Nº 17

Alternativa	Frecuencia	%
Fresa	5	50%
Durazno	2	20%
Mora	1	10%
Frutilla	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Investigación Directa Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 14



Interpretación: Con respecto a las 10 encuestas aplicadas a los gerentes de los supermercados de la ciudad de Loja, podemos mencionar que un 50% de los encuestados nos manifestaron que el sabor de Yogurt que más venden es el de Fresa, seguido el de durazno y de frutilla con un porcentaje de 20%, y finalmente con un 10% el de sabor a mora.

2. ¿Qué cantidad de yogurt vende cada mes?

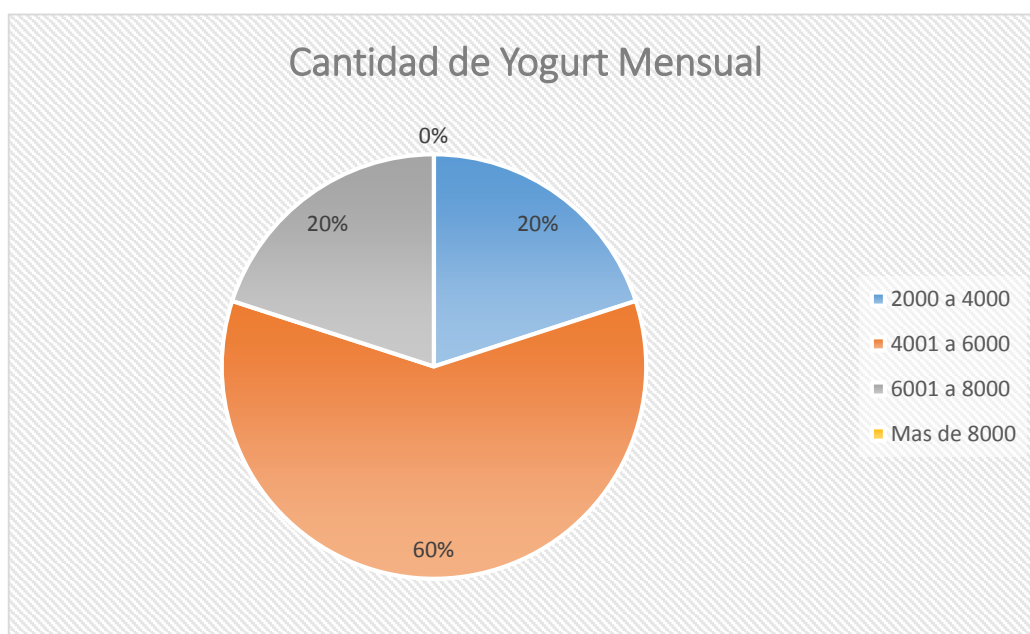
Cuadro Nº 18

Alternativa	Frecuencia	%
2000 a 4000	2	20%
4001 a 6000	6	60%
6001 a 8000	2	20%
Más de 8000	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Investigación Directa Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 15



Interpretación: Según la encuestas aplicadas a los gerentes de los supermercados de la ciudad de Loja, se puede mencionar que un 60% de encuestados venden mensualmente de 4001 a 6000 litros de yogurt, mientras que un 20% venden de 2000 a 4000 y de 6001 a 8000 litros de yogurt.

3. ¿Cuál es el porcentaje anual de incremento de las ventas de yogurt?

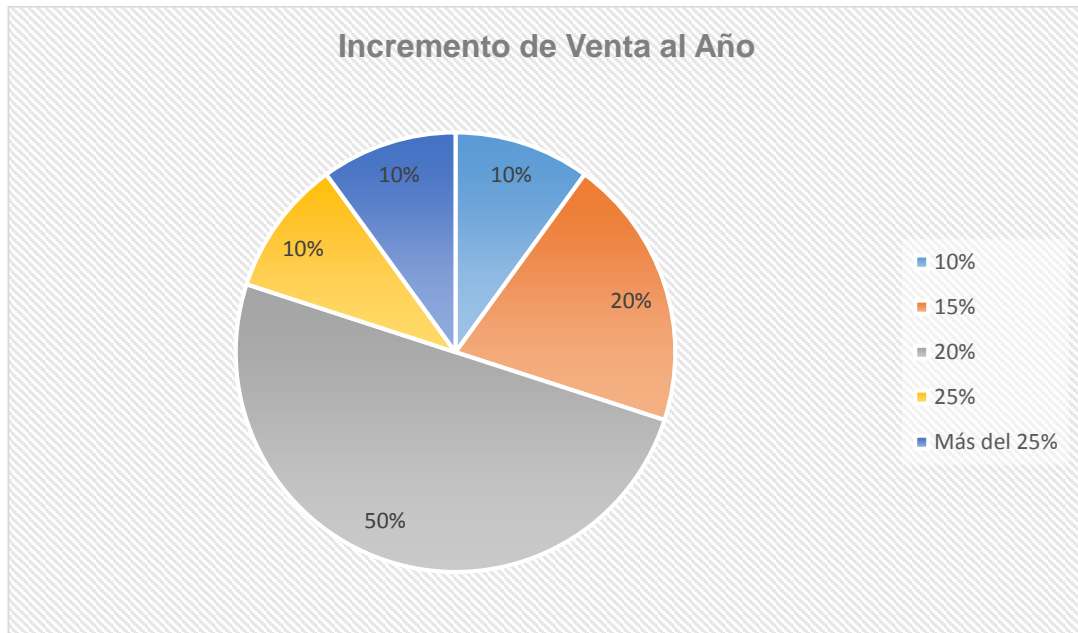
Cuadro Nº 19

Alternativa	Frecuencia	%
10%	1	10%
15%	2	20%
20%	5	50%
25%	1	10%
Más del 25%	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Investigación Directa Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 16



Interpretación: En cuanto al porcentaje de incremento de ventas anuales, el 50% de los encuestados han manifestado que han tenido un crecimiento del 20%, un 20% un incremento de ventas del 15%, y un 10% han tenido un incremento del 10% de ventas anuales.

4. Que marcas de yogurt vende con mayor frecuencia

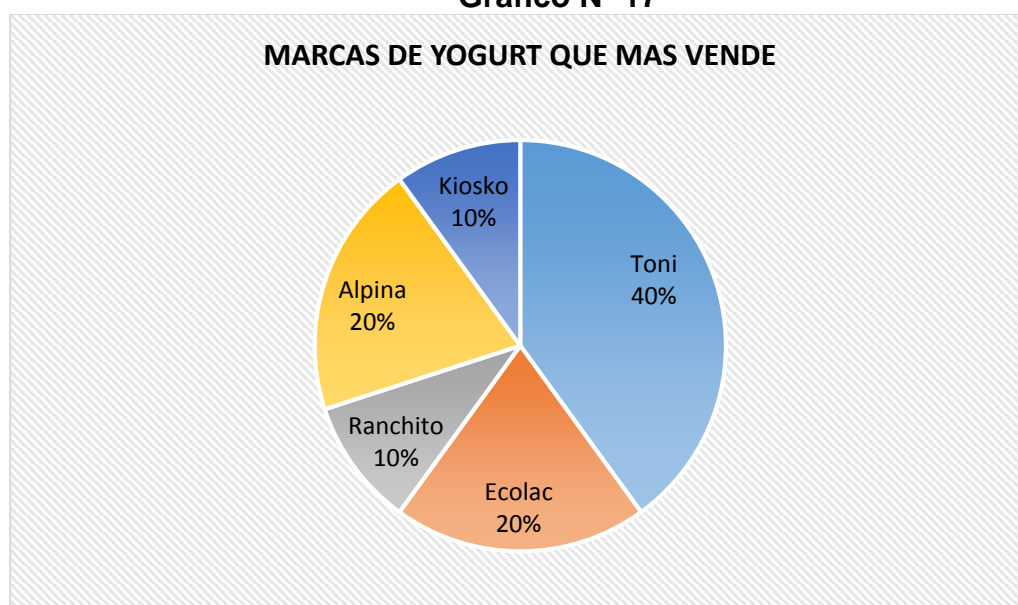
Cuadro N° 20

Alternativa	Frecuencia	%
Toni	4	40%
Ecolac	2	20%
Ranchito	1	10%
Alpina	2	20%
Kiosko	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Investigación Directa Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 17



Interpretación: De acuerdo a las encuestas aplicadas un 40% nos indica que la marca que más venden es Toni, seguido Ecolac y Alpina con un porcentaje de 20%, y finalmente con un 10% prefieren las marcas Ranchito y kiosko.

5. ¿Las marcas del yogurt que ofrece su empresa, considera usted que son?

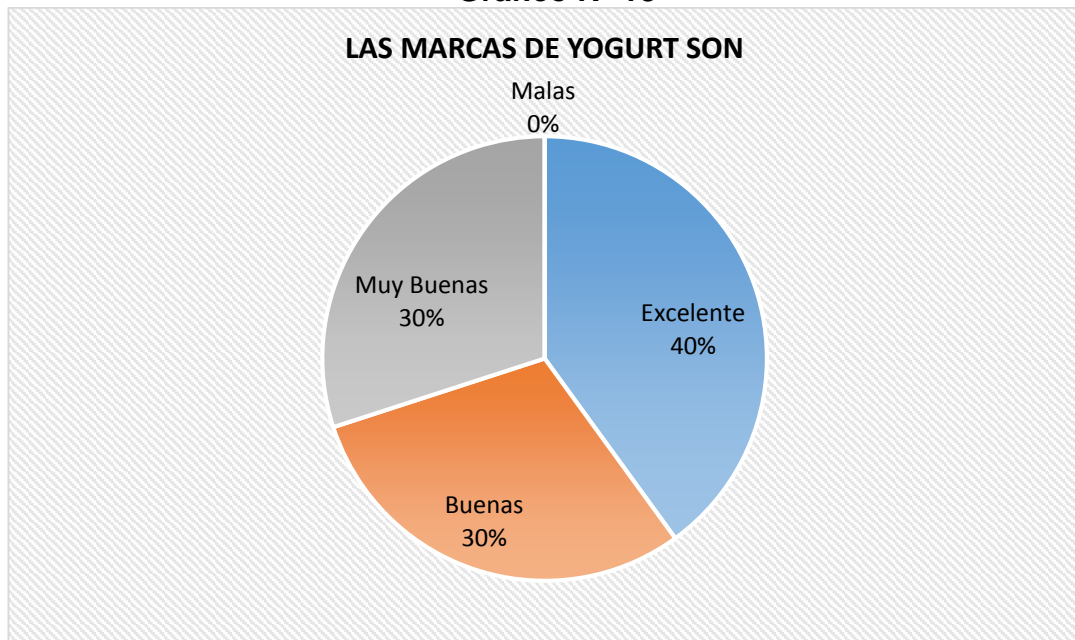
Cuadro Nº 21

Alternativa	Frecuencia	%
Excelente	4	40%
Buenas	3	30%
Muy Buenas	3	30%
Malas	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Investigación Directa Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 18



Interpretación: Según las encuestas aplicadas un 40% indican que las marcas son excelentes mientras que un 30% manifiestan que las marcas de Yogurt que venden son buenas.

6. ¿Considera usted que los precios de los productos que usted vende son?

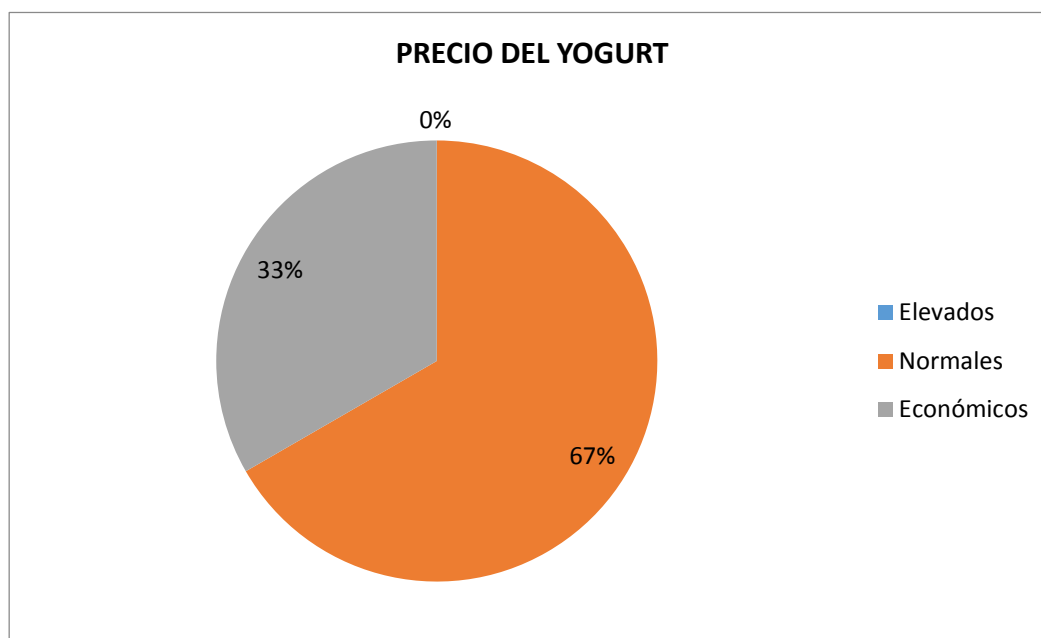
Cuadro N° 22

Alternativa	Frecuencia	%
Elevados	0	0
Normales	6	60%
Económicos	4	40%
Total	10	100%

Fuente: Investigación Directa Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 19



Interpretación: Con respecto al precio del Yogurt, las personas encuestadas nos manifiestan que los precios son normales con un 67%, y un 33% indican que los precios del yogurt son económicos.

7. ¿Qué medios de publicidad utiliza para promocionar su producto?

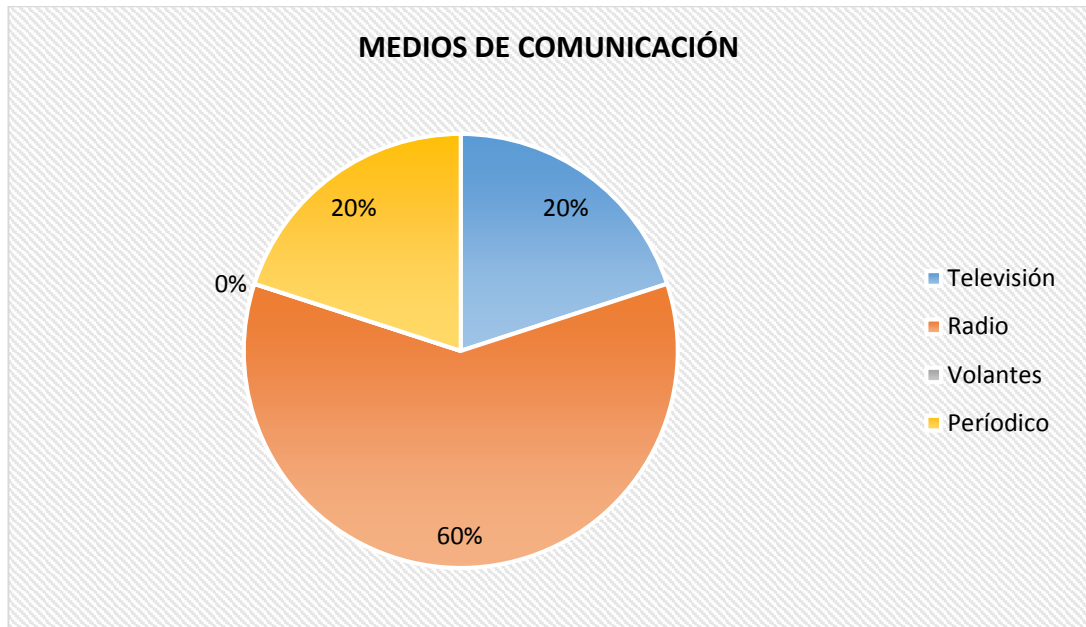
Cuadro Nº 23

Alternativa	Frecuencia	%
Televisión	2	20%
Radio	6	60%
Volantes	0	0%
Periódico	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Investigación Directa Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 20



Interpretación: De los encuestados el 60% nos manifestó que el medio de comunicación que hacen uso para su publicidad es la radio, mientras que el 20% utilizan el periódico y la televisión.

8. ¿Qué horario utiliza para dar a conocer su producto?

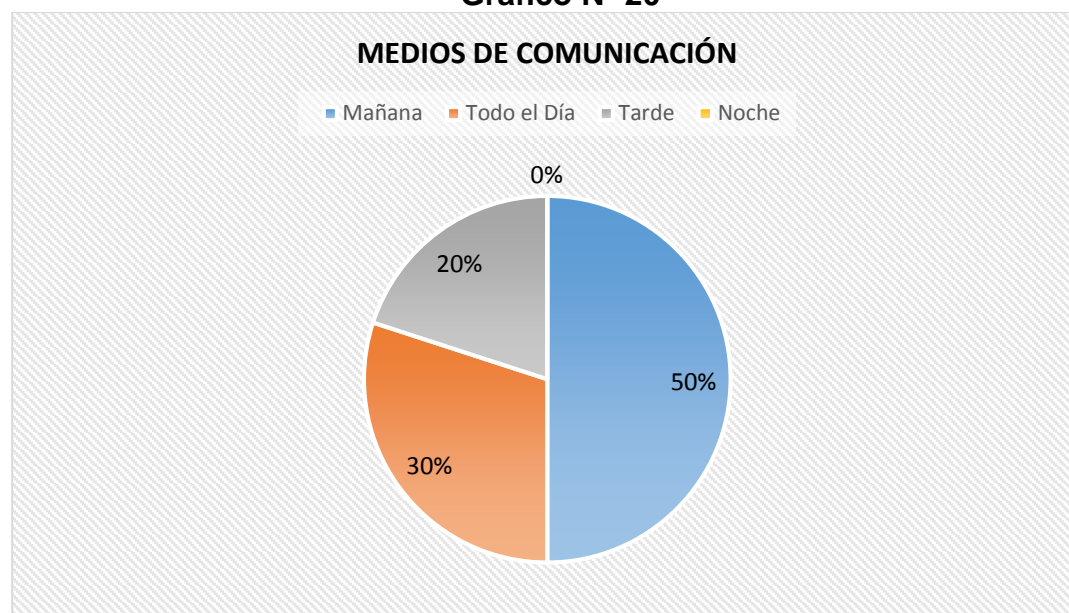
Cuadro Nº 23

Alternativa	Frecuencia	%
Mañana	5	50%
Todo el Día	3	30%
Tarde	2	20%
Noche	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Investigación Directa Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 20



Interpretación: De los encuestados el 50% nos manifestó que el horario de comunicación en el cual dan a conocer su producto es en la mañana, un 30% en todo el día, y el 20% en la tarde.

9. ¿Cuál es el tipo de presentación del producto que prefiere el cliente?

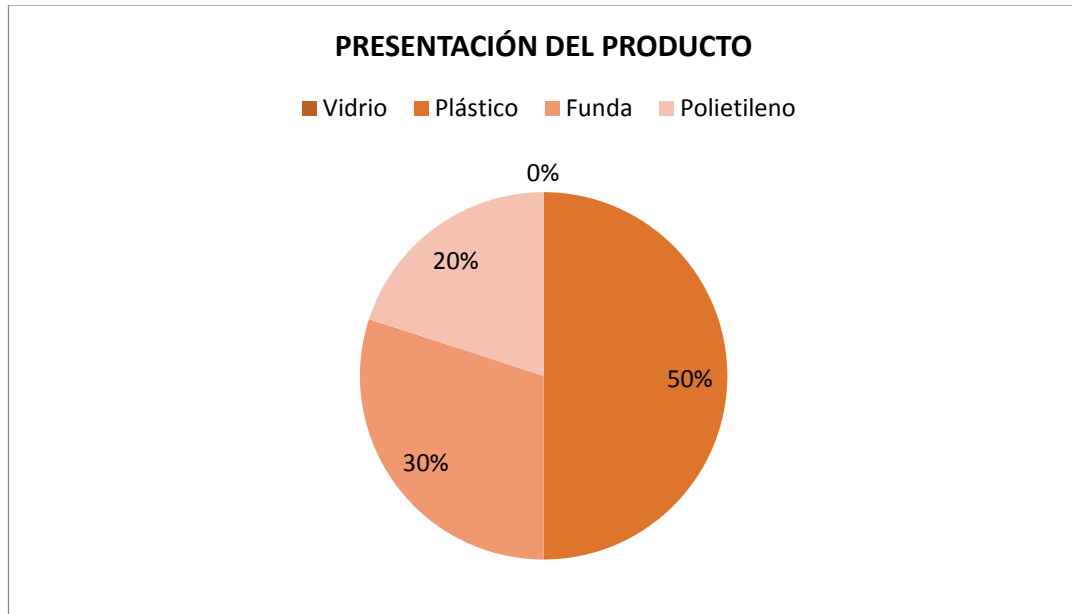
Cuadro Nº 24

Alternativa	Frecuencia	%
Vidrio	0	0%
Plástico	5	50%
Funda	3	30%
Polietileno	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Investigación Directa Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 21



Interpretación: De las encuestas aplicadas el 50% nos manifestaron que la presentación del producto la hacen en envases de plástico, un 30% lo venden en funda, y un 20% lo hacen e envases de polietileno.

10. ¿A qué sectores distribuye su empresa el yogurt?

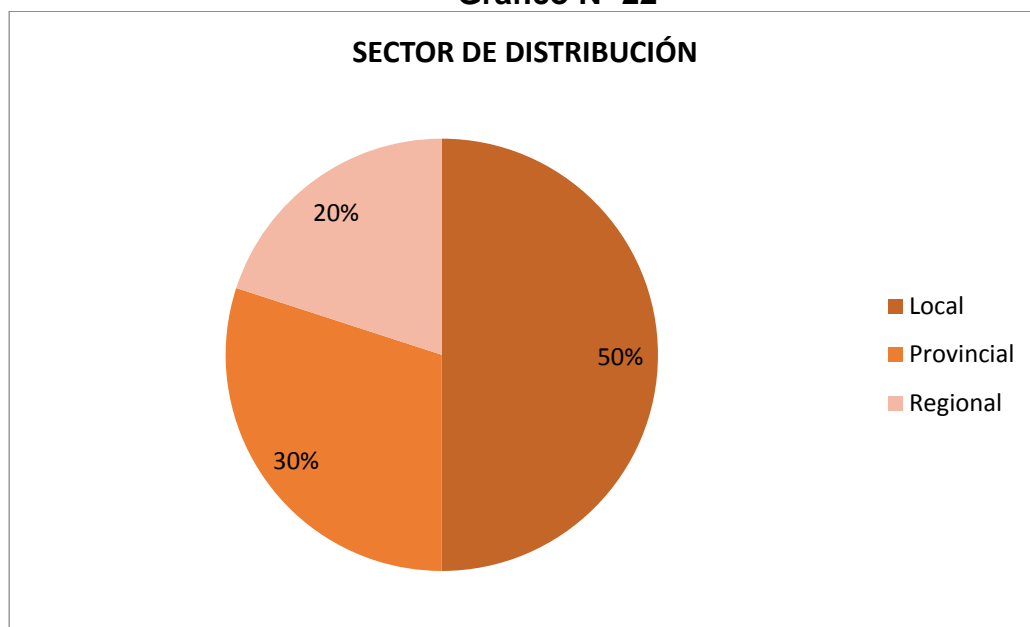
Cuadro Nº 25

Alternativa	Frecuencia	%
Local	5	50%
Provincial	3	30%
Regional	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Investigación Directa Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 22



Interpretación: Los gerentes encuestados nos manifestarnos que el 50% distribuyen a nivel local, otro 30% distribuyen a nivel provincial y el 20% restante lo hacen a nivel regional.

g. DISCUSIÓN

1. ESTUDIO DE MERCADO

Este estudio permitió conocer la cantidad de consumidores dispuestos a adquirir el producto que la empresa Yogurt Bak va a ofrecer en el mercado local. Así como investigar cuáles son sus necesidades y deseos y cuáles son sus hábitos de compra, esto permitirá a la empresa ofrecer los productos más adecuados a sus clientes.

También se realizó un análisis para plantear políticas de distribución para ofrecer el producto final directamente al consumidor de acuerdo a los gustos y preferencias de los demandantes.

COMPORTAMIENTO DE LOS DEMANDANTES

El estudio de mercado es el más importante para realizar un proyecto de inversión, es necesario establecer a los demandantes ya que al ser los futuros clientes se podrá establecer posibilidades favorables del estudio.

Mediante la ejecución de las encuestas se determinó un diagnóstico actual de mercado en relación a la aceptación de Yogurt de Babaco. La encuesta fue enfocada a la muestra poblacional de personas que viven en la zona urbana de la ciudad de Loja, mediante la cual se determinó la frecuencia de consumo del producto antes mencionado.

DEMANDA POTENCIAL Y EFECTIVA

➤ Demanda Potencial

Para calcular la demanda potencial para el Yogurt de Babaco se tomó los datos obtenidos a través de las encuestas realizadas a los consumidores.

La demanda potencial del producto se obtuvo mediante los habitantes considerados como población de la zona urbana de la ciudad de Loja. El presente estudio considera a dichos habitantes como mercado objetivo, por su futura adquisición, lo cual puede facilitar la introducción del producto para comercializarlo.

Para obtener la demanda potencial se determinó a las familias de la zona urbana de la ciudad de Loja que es de 48518 personas, se determinó a través de las encuestas realizadas (pregunta nº 1) que el 97,64% de las personas consumen yogurt, mediante la multiplicación de estas cantidades se obtiene el total de consumidores que es de 47373.

Para la proyección de los siguientes años se toma en cuenta la tasa de crecimiento que es de 2,65%.

Cuadro Nº 26

Demanda Potencial				
PERÍODO	AÑO	FAMILIAS DE LA CIUDAD DELOJA	PORCENTAJE DE LOS QUE SI CONSUMEN YOGURT	DEMANDANTES POTENCIALES
0	2015	48518	97,64	47373
1	2016	49803		48628
2	2017	51123		49916
3	2018	52478		51240
4	2019	53868		52597
5	2020	55296		53991

Fuente: Cuadro Nº 2 y cuadro Nº 5

Elaboración: La Autora

➤ **Demanda Efectiva**

Para obtener la demanda efectiva se la realizó mediante el total de la demanda potencial que es de 47373, multiplicado por el porcentaje de personas que estarían dispuestos a consumir el producto en una nueva empresa de recién creación (pregunta 6) el mismo que es de 94,62% obteniendo un total de 44824 demandantes que están dispuestos a consumir el yogurt de babaco.

Cuadro Nº 27

Demanda Efectiva			
PERÍODO	DEMANDANTES POTENCIALES	PORCENTAJE DE LOS QUE CONSUMIRÁN YOGURT A LA NUEVA EMPRESA	DEMANDANTES EFECTIVOS
0	47373	94,62	44824
1	48628		46011
2	49916		47231
3	51240		48483
4	52597		49767
5	53991		51086

Fuente: Cuadro Nº 26 y Cuadro Nº 10

Elaboración: La Autora

Consumo Por Familia

El consumo por familia es el número de veces que los consumidores van a adquirir el producto. Para determinar el promedio de compra, se realizó el siguiente análisis en base a los datos que se obtuvieron en la pregunta N° 5 de la encuesta aplicada a demandantes.

Cuadro N° 28

Consumo Por Familia			
CONSUMO	FRECUENCIA	CANT. MULTIPLICAR	TOTAL
Diario	11	365	4015
Semanal	96	52	4992
Quincenal	180	24	4320
Mensual	85	12	1020
TOTAL	372		14347

Fuente: Cuadro N° 9

Elaboración: La Autora

Para la realización del consumo por familia se multiplica la frecuencia cuando es diario multiplica por 365 días que tiene el año, cuando es semanal x 52 semanas que tiene el año, cuando es quincenal se multiplica x 24 porque en el año hay 24 quincenas y mensualmente se multiplica x 12 que son los meses que tiene el año, finalmente se suma estos totales (14347) y se los divide para el total de la frecuencia (372) lo que nos da como resultado el promedio anual, que es de 38,57.

CPA= Consumo Promedio Anual

Consumo promedio anual de litros de Yogurt de babaco de las FAMILIAS de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja.

$$CPA = \frac{CONSUMO ANUAL}{N^{\circ} DE ENCUESTAS}$$

$$\text{CPA} = \frac{14347.00}{372}$$

CPA = 38.57 litros de yogurt mensual

Demanda Efectiva Total

Proyectamos la demanda efectiva para los 5 años de vida útil del proyecto, luego multiplicamos por 38,57 (promedio de compra anual del producto), y obtenemos como resultado la demanda total en litros. Lo cual se puede evidenciar en el siguiente cuadro:

**Cuadro Nº 29
Demanda Efectiva Total En Litros**

AÑO	DEMANDANTES EFECTIVOS	PROMEDIO CONSUMO ANUAL	DEMANDA EFECTIVA TOTAL EN LITROS
0	44824	38,57	1,728,874
1	46011		1,774,663
2	47231		1,821,699
3	48483		1,869,983
4	49767		1,919,514
5	51086		1,970,399

Fuente: Cuadro Nº 27

Elaboración: La autora

ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta es considerada como la cantidad de productos que se ofrece al mercado consumidor, por ello para determinar la oferta de Yogurt de Babaco se recolecto la información mediante la aplicación de encuestas a los establecimientos que se dedican a la distribución de este producto en la ciudad de Loja; tomando como muestra a empresas distribuidoras y lugares donde existe mayor concentración de acopio de estos productos para su

venta.

PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para la determinación de la oferta actual, se ha recabado información sobre la cantidad de Yogurt que vende cada empresa distribuidora, datos que al formularlo en una tabla de frecuencia por intervalos permitió sacar la media promedio de venta de cada empresa distribuidora. Para lo cual se basó en las Preguntas N° 2 de las encuestas a distribuidores.

Cuadro N° 30

Venta Promedio Mensual			
Consumo Mensual	Frecuencia	XM	FMX
2000 a 4000	2	3000	6000
4001 a 6000	6	5000,5	30003
6001 a 8000	2	7000,5	14001
Más de 8000	0	8000	0
Total	10	23001	50004

Fuente: Pregunta N° 2

Elaboración: La autora

Este análisis determina que al mes venden 50004 litros de Yogurt que multiplicados por 12 meses da 600048 litros de yogurt al año. Tal como se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 31

Promedio de Ventas Anuales			
Descripción	Promedio Mensual	Meses	Oferta Anual
Yogurt	50004	12	600,048

Fuente: Cuadro N° 30

Elaboración: La autora

Las empresas que ocupan gran parte del mercado en la ciudad de Loja ofrecen 600,048 litros de yogurt, cada una de las empresas comercializa diferentes cantidades.

A continuación se proyectó la oferta a los cinco años de vida útil del proyecto mediante la fórmula de crecimiento poblacional $P_f = (1+i)$ con una tasa de crecimiento anual del 20% de acuerdo a las respuestas obtenidas por los establecimientos encuestados. (Pregunta N° 3)

Cuadro N° 32

Proyección de la Oferta	
Año	Oferta 20%
0	600,048
1	720,057.60
2	864,069.12
3	1,036,882.94
4	1,244,259.53
5	1,493,111.44

Fuente: Cuadro N°19 encuesta y cuadro N° 31

Elaboración: La Autora

Demanda Insatisfecha

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad.

Para determinar la demanda insatisfecha, se resta de la demanda efectiva total - la oferta. Todo esto se lo puede evidenciar en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 33

Demanda Insatisfecha			
Año	Demanda Efectiva Total	Oferta	Demanda Insatisfecha
0	1,728,874	600,048	1,128,826.00
1	1,774,663	720,057.60	1,054,605.40
2	1,821,699	864,069.12	957,629.88
3	1,869,983	1,036,882.94	833,100.06
4	1,919,514	1,244,259.53	675,254.47
5	1,970,399	1,493,111.44	477,287.56

Fuente: Cuadro N° 27 y Cuadro N° 32

Elaboración: La Autora

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

PRODUCTO

El producto es "un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea"

La empresa productora y comercializadora de Yogurt de Babaco ofrecerá al cliente y al consumidor un producto llamado "Yoba Yoürt" el cual constituye un alimento enriquecido con vitaminas, proteínas, calcio, sustancias que contribuyen al crecimiento y fortalecimiento de los huesos y dientes de los niños y adultos.

Asimismo el producto que se va a ofrecer será de acuerdo a las exigencias y requerimientos de los clientes, con altos estándares de calidad, a precios accesibles y de acuerdo a los de la competencia.

Todo producto engloba elementos de importancia, los cuales ayudan a darle una imagen, garantía e higiene al mismo, en el caso del Yogurt de Babaco incluiremos todos los elementos ya que permitirá llamar la atención de los clientes e impulsar su compra.

El producto para su comercialización tendrá las siguientes características:

PRESENTACIÓN

- ◆ **Producto:** Yogurt de Babaco
- ◆ **Nombre del producto:** “Yoba Yoürt”
- ◆ **Nombre de la Empresa:** Yogurt Bak Cía. Ltda.
- ◆ **Ingredientes:** Leche, Babaco, Azúcar, Cultivo. Leche en polvo
- ◆ **Envase:** Se exhibirá en recipientes de plástico herméticamente cerrados con su logotipo.
- ◆ **Registro sanitario:** En trámite
- ◆ **Peso:** 1 Litro
- ◆ **Fecha de elaboración:**
- ◆ **Fecha de expiración:**
- ◆ **Precio:** P.V.P \$1,30
- ◆ **País:** Ecuador

Etiqueta

La etiqueta es una parte importante del producto que puede estar visible en el empaque y/o adherida al producto mismo y cuya finalidad es la de brindarle al cliente útil información que le permita en primer lugar, identificar el producto mediante su nombre, marca y diseño; y en segundo lugar, conocer sus características (ingredientes, componentes, peso, tamaño), indicaciones para su uso o conservación, precauciones, nombre del fabricante, procedencia, fecha de fabricación y de vencimiento. Entre otros datos de interés que depende de las leyes y normativas vigentes para la industria de lácteos.

Gráfico N° 23

Bebida de yogurt sabor a Babaco

Ingredientes: leche, azúcar, Babaco, cultivos lácticos (lactobacillus), estabilizador, colorante. "CONTIENE LECHE, CONTIENE LACTOSA". Elaborado y distribuido en Loja – Ecuador por Yogurt Bak Cía. Ltda. Elaborado bajo normas INEN 710, Reg. San: 4078-INHCAN-1207. Conservar en refrigeración.

Beneficios en tu salud
Activa las defensas del organismo para evitar enfermedades y mantiene tu sistema digestivo sano

Beneficios Nutricionales:
ALTO en AZÚCAR
MEDIO en GRASA
BAJO en SAL

Yogurt Bak Cía. Ltda.

yoba..yóurt

más que un yogurt... te pone en ONDA!

babaco **Peso neto 1 Litro**

INFORMACIÓN NUTRICIONAL
Tamaño por porción: 200 g
Porciones por envase: 1

Energía (calorías):	641KJ	
Energía de Grasa (Calorías de la Grasa):	98KJ (25 cal)	
Cantidad por porción		%VD*
Grasa Total:	2.5 g	4%
Grasa Saturada	1.5g	8%
Grasa Trans	0g	
Grasa monoinsaturada	1g	
Grasa poliinsaturada	0g	
Cantidad por porción		%VD*
Colesterol	11mg	4%
Sodio	75mg	3%
Carbohidratos totales	29g	10%
Azúcares	29g	10%
Proteína	4g	

*Los porcentajes de Valores Diericos están basados en una dieta de 8500KJ (2000 cal/día) sus valores dieticos pueden ser mayores o menores dependiendo de su necesidad calórica.

Fecha de Elab:
Fecha de Exp:

Elaboracion: La Autora

Logotipo

Gráfico N° 24



Elaboracion: La Autora

PRECIO

El precio es un aspecto muy importante al momento de lanzar un producto al mercado y ofrecerlo a los consumidores, este debe ser fijado tomando en cuenta los precios de la competencia, los costos en los cuales se incurren para la realización del producto y en base a las respuestas obtenidas en la encuesta sobre cuanto están pagando por el producto, no podemos fijar un precio demasiado alto debido a que la competencia tendrá ventajas,

tampoco podemos fijar un precio demasiado bajo ya que la calidad tiene estrecha relación con el precio por lo tanto si el precio es muy bajo se tiende a pensar que el producto no es de calidad.

Es importante determinar un buen precio al momento de comercializar el producto ya que esto nos va permitir aspectos como:

- ◆ La rentabilidad que se va obtener y así mismo verificar si ésta se encuentra acorde los objetivos planteados por la empresa.
- ◆ También permite observar la posición en la que se encuentra los precios de la competencia actualmente y a través de esto verificar como podemos ingresar al mercado, de tal manera que nuestro producto tenga la aceptación esperada por parte de los consumidores
- ◆ Las percepciones de algunas personas acerca de la calidad del producto depende directamente del precio, por lo regular piensan que a precio más elevado corresponde a una mejor calidad.

Después de tomar en cuenta estos aspectos se decidió fijar un precio acorde con los precios de la competencia que se encuentra actualmente en el mercado, a través de esto logramos un ingreso rápido que permita que nuestro producto tenga una participación importante siendo competitivo y de alta calidad.

PLAZA O DISTRIBUCIÓN

Consiste en la selección de los lugares o puntos de venta en donde se vender u ofrecer el producto, algunas estrategias que se pudo aplicar,

relacionadas a la plaza o distribución son:

- ◆ Es importante dar a conocer el producto de tal manera que se posicione de manera importante en la mente del consumidor, esto se puede lograr través de la participación en ferias donde se puede degustar y conocer la calidad y los beneficios que brinda el Yogurt de Babaco.
- ◆ El principal canal de distribución serán los supermercados, micro mercado y tiendas ya que la encuesta realizada mostro que estos lugares son donde tiene mayor acogida el producto, de ahí la necesidad de establecer acuerdos con estos sitios para poder ofertar el Yogurt de Babaco.

Gráfico N° 25

Canales de Distribución



PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

La promoción y publicidad son elementos indispensables del marketing su objetivo es que la empresa pueda transmitir las cualidades del producto a los consumidores, para que estos puedan interesarse y adquirir el producto a través de la información que se les transmite, para la venta del producto no basta con dirigirlo al mercado correcto, a un precio atractivo y mediante un

canal de distribución positivo; sino que se debe crear conciencia e interés en el producto que se está ofreciendo, comunicando sus beneficios y atributos para diferenciarlo de la competencia, y así persuadir a los clientes que lo adquieran.

Promoción

Entre las principales estrategias de promoción que se utilizarán están:

- Establecer precios de descuento por cantidad, es decir reducción del precio para los compradores que adquieran el producto en grandes cantidades.
- Determinar precios promocionales esto significa asignar temporalmente precios para paquetes de 2 productos por el precio de uno o a su vez aumentar cierta cantidad de producto por el mismo valor, esto puede ser utilizado en forma temporal como estrategia para incrementar las ventas.

Publicidad

Para el lanzamiento del Yogurt de Babaco al mercado se utilizará la publicidad ya que ésta empleará medios masivos de comunicación que permite que el mensaje llegue a un gran número de receptores al mismo tiempo. Para lo cual se utilizarán los siguientes medios.

Hojas volantes

- ❖ Se dará a conocer al público del nuevo producto a través de hojas volantes en las cuales conste toda la información acerca del yogurt de Babaco logrando así el interés por parte de los consumidores.

Internet

- ❖ Hoy en día el internet se ha convertido en una de las principales herramientas para comercializar productos nuevos en el mercado, es por esto que se creará una página web que ofrezca toda la información de importancia para el cliente como: características y beneficios del producto, precios, lugares donde lo pueden encontrar, etc.

Radio

- ❖ La radio permite transmitir información audible a cualquier hora es por esta razón que se contratara un paquete publicitario en una radio de la ciudad de Loja que tiene un amplio grado de sintonía como es “RADIO SÚPER LÁSER”

Prensa

- ❖ También se utilizará los anuncios publicitarios los cuales irán insertados en las páginas habituales del diario LA HORA ya que es el

de mayor circulación en la ciudad de Loja, la misma que será utilizada por la empresa para dar a conocer el producto de forma eficiente y eficaz hacia toda la colectividad lojana. Esto se lo hará durante los primeros 3 meses desde que el producto sea lanzado al mercado y se lo realizara los fines de semana.

Televisión

- ❖ El medio televisivo por el cual se dará a conocer la existencia de la nueva empresa en el mercado local es UV televisión, ya que es uno de los más vistos por la ciudad de la Loja

Participación en ferias

- ❖ La participación en ferias de productos alimenticios permite que las personas conozca de mejor manera todo lo referente al producto, como sus características, sabor y calidad con lo cual será más fácil que tomen la decisión de adquirir el mismo.

2. ESTUDIO TÉCNICO

En el estudio técnico se analizó elementos que tiene que ver con la ingeniería básica de la producción de Yogurt, para ello se hizo la descripción detallada del proceso que tiene la misma, con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para lograr una óptima elaboración del producto.

Es también indispensable que se realice un análisis del tamaño óptimo de la planta el cual debe justificar la producción que se tendrá ya que este debe ser el adecuado tomando en cuenta el tamaño de la demanda que existe en la ciudad de Loja.

Objetivos específicos del estudio técnico

- ◆ Determinar las condiciones técnicas que son necesarias para la producción del Yogurt de Babaco, si existe disponibilidad de la materia prima adecuada, los equipos necesarios y las instalaciones óptimas para su producción.
- ◆ Identificar el lugar adecuado para la implantación de la fábrica, tomando en cuenta la cercanía y costos que se asumirá para obtener la materia prima necesaria para la elaboración del producto.
- ◆ Planificar una adecuada distribución del espacio físico de trabajo que se necesitara para la puesta en marcha del proyecto.

Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto mide la relación de capacidad productiva durante un periodo considerado.

En este caso el tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad real de la producción del Yogurt durante la vigencia que tendrá el proyecto (5 años) y está expresado de acuerdo a la demanda que se obtuvo mediante el estudio de mercado, para posteriormente determinar la capacidad instalada de la maquinaria y luego decidir la capacidad utilizada con la cual empezará a operar desde el primer año la empresa de producción y comercialización de Yogurt de Babaco en la ciudad de Loja.

El tamaño del proyecto para la producción del producto está en consideración al mercado existente en la ciudad de Loja.

CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada es el volumen total de producción de la maquinaria, utilizando el 100% de producción; siendo también la capacidad máxima que puede brindar la empresa en cuanto a producción, dependiendo de la demanda insatisfecha para poder ofrecer sus productos.

El tiempo de producción del Yogurt de Babaco es cada 1 hora 65 envases de un litro, por lo que trabajando las 24 horas diarias nos da como resultado 1560 litros diarios que multiplicados por los 360 días al año (5 días restantes

son días festivos obligatorios según lo estipulado por la ley) nos da un total de 561600 litros de yogurt anual. Así como lo presentamos en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 34

Capacidad Instalada			
Año	Producción/1 h	Producción/24 h	Producción Anual
0	65 litros	1560	561600

Elaboración: la autora

CAPACIDAD UTILIZADA

Es la cantidad de productos que se van a producir tomando en cuenta la capacidad instalada de la maquinaria.

El tiempo de producción es de 8 horas diarias los 5 días de la semana y las 52 semanas del año; así, si se produce 65 litros de yogurt de babaco por hora, en las 8 horas diarias la producción será de 520 litros, que multiplicado por 5 días a la semana da 2600 litros, y esto multiplicado por las 52 semanas que tiene el año nos da como resultado 135200 litros de yogurt de babaco.

Tal como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 35

Año	Producción/1h	Producción/8h Diario	Producción/5 días (semana)	Producción Anual/52 semanas
0	65 litros	520	2600	135200

Elaboración: La Autora

Proyección de la capacidad utilizada para los 5 años de vida útil del proyecto.

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

Por todo ello se planifica comenzar con el 75% de la capacidad instalada de la planta, esto es, que en el primer año de funcionamiento se producirán 101400 litros de yogurt de babaco con un incremento del 5% anualmente hasta los cinco años de vida útil del proyecto, como se puede observar en ninguno de los años la empresa cubrirá la demanda existente.

Cuadro Nº 36

Capacidad Utilizada			
Años	Capacidad Utilizada	Porcentaje	Capacidad Utilizada
0	135200	100%	
1		75%	101400
2		80%	108160
3		85%	114920
4		90%	121680
5		95%	128440

Fuente: Cuadro Nº 34
Elaboración: La Autora

Entonces:

Capacidad instalada 561600 100%
 Capacidad utilizada 135200 X

Entonces la empresa tendrá una participación del 24,07% de la capacidad instalada al 100%

Participación en el mercado

Para determinar la participación de la empresa en el mercado se tomó datos de la demanda efectiva y capacidad utilizada; el procedimiento se lo realizó de la siguiente manera: se multiplicó la capacidad utilizada por 100 y se la dividió para demanda existente, es decir $135200 \times 100 / 1728874$ obteniendo un porcentaje de participación en el mercado del 7.82% para el año 0 que es el año base y para el primer año el

Cuadro N° 37

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	CAPACIDAD UTILIZADA	% DE PARTICIPACIÓN
0	1728874	135200	7,82%
1	1774663	101400	5,71%
2	1821699	108160	5,93%
3	1869983	114920	6,14%
4	1919514	121680	6,33%
5	1970399	128440	6,51%

Fuente: Cuadro N° 35, 29

Elaboración: La Autora

LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

El aspecto más importante al momento de ubicar la empresa es que esta se encuentre cerca del mercado al cual se va a dirigir así como a los insumos que se necesitan para la producción del producto, tomando en cuenta que al estar cerca de la materia prima, insumos entre otros materiales, los costos serán menores y por ende la rentabilidad será mayor.

Para determinar la localización más adecuada del proyecto, se analizó algunos factores que inciden directamente en la decisión de la ubicación de la empresa.

- ◆ Disponibilidad de la materia prima y mano de obra
- ◆ Vías de comunicación
- ◆ Disponibilidad de servicios básicos como: agua potable, energía eléctrica, alcantarillado, teléfono, etc.
- ◆ Condiciones legales y económicas.

MACROLOCALIZACIÓN

Es el estudio que tiene por objeto determinar la región o territorio en el cual se ubica el proyecto, es importante tomar la decisión de localizar la planta a través del análisis de elementos como la existencia de condiciones favorables respecto costos, infraestructura adecuada y disponibilidad de materia prima.

Una vez que se analizó los elementos se ha tomado en cuenta la mejor opción que ubica a la empresa en:

País: Ecuador

Provincia: Loja

Ciudad: Loja

Gráfico N° 26 MACROLOCALIZACIÓN



MICRO LOCALIZACIÓN

Es el estudio que se realizó para determinar el lugar exacto para instalar la planta industrial, siendo este el sitio que permite cumplir con los objetivos de lograr rentabilidad para la empresa.

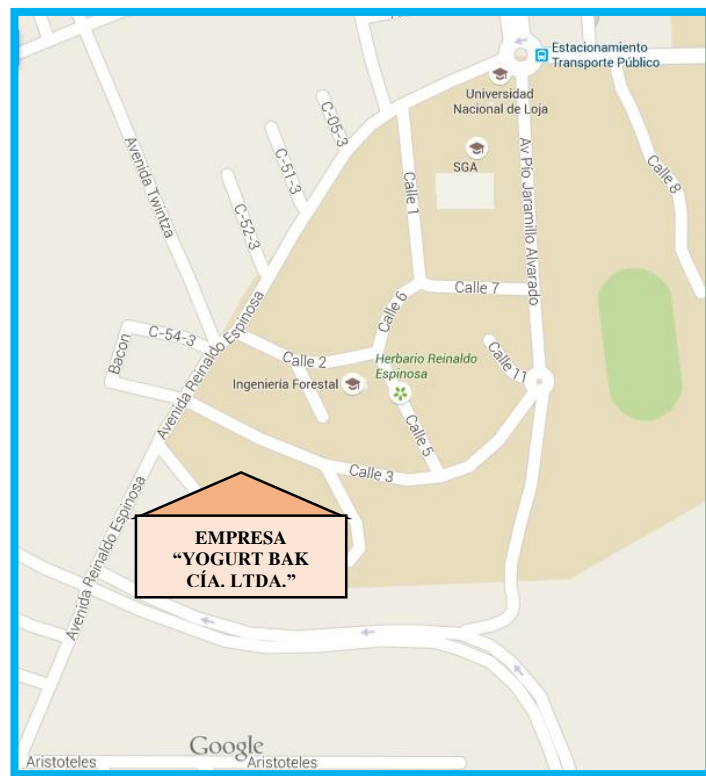
Para que el proyecto no sea muy costoso, por lo tanto sea económicamente fácil de llevarlo a ejecución consideramos factible arrendar un inmueble que tiene las características antes mencionadas.

Se puede verificar que el mejor lugar para localizar la planta productora de Yogurt de babaco es la provincia de Loja en la ciudad de Loja, en las calles Reinaldo Espinoza como referencia se encuentra la Plaza de la Cultura

Universitaria, es decir que existe la disponibilidad de materia prima en un lugar cercano al mercado en este caso la ciudad de Loja de tal manera que se ahorrará tiempo y dinero, entre otros aspectos importantes como:

- ✚ Cuenta con facil accesibilidad a servicios básicos como: luz, agua, teléfono.
- ✚ Posee adecuadas vías de acceso
- ✚ Se encuentra totalmente cerca del mercado objetivo.

Gráfico N° 27
MICROLOCALIZACIÓN



INGENIERÍA DEL PROYECTO

El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con instalación y funcionamiento de la planta, indicando el proceso productivo así

como la maquinaria y equipo necesario.

BALANCE DE MATERIALES

Dentro del balance de materiales se especifica la cantidad de materia prima que se va a utilizar en la producción de yogurt de Babaco, tanto, diario, mensual como anualmente. Para realizar este balance se tomó en cuenta la producción del primer año que es de 101400 litros de yogurt de babaco, ya que la empresa trabajara para el primer año con el 75% de la capacidad instalada.

Cuadro N° 38

BALANCE DE MATERIALES PARA LA PRODUCCIÓN DE YOGURT DE BABACO				
Determinación	Unidades A Producir Anualmente	Diario (390 Litros)	Mensual (8450 Litros)	Anual (101400 Litros)
Leche (Litros)	101400	195	4225	50700
Leche en Polvo (Kilos)		11,70	253,50	3042
Conservantes (Kilos)		1,92	41,67	500
Azúcar (Kilos)		35,1	760,5	9126
Cultivo (Sobres)		8	173,33	2080
Babaco (Kilos)		19,5	422,50	5070

Fuente: Propia

Elaboración: La Autora

PROCESO DE PRODUCCIÓN

Es importante conocer debidamente todos los procesos que intervienen al momento de la producción, lo cual es de gran ayuda al momento de conocer que maquinaria se requiere adquirir y también los tiempos necesarios para realizar la transformación de la materia prima hasta obtener el producto, de manera que éste sea de excelente calidad cumpliendo los estándares y exigencias del medio actual.

El proceso de producción consiste en un sistema de actividades que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica, y que se orientan a la transformación de la materia prima hasta obtener el Yogurt.

A continuación, se presenta el proceso productivo que se utilizará para la elaboración del Yogurt de Babaco.

◆ **Recepción de la Leche**

Se recibe la leche a los proveedores en tanques de Recepción. La leche debe ser de buena calidad libre de sustancias contaminantes (antibióticos).

◆ **Control de calidad**

Una vez receptada la leche se hace un control minucioso del mismo para determinar si están en buen estado y si están aptos para continuar con la siguiente etapa. En esta primera etapa del proceso de producción el Tecnólogo en Alimentos realiza las primeras pruebas de control de calidad ya que una leche en excelentes condiciones determinara la calidad del producto final.

◆ **Estandarización**

Esta operación consiste en conferir a la leche la densidad apropiada al proceso de elaboración del yogurt. El estandarizado se consigue añadiendo a la leche fresca, leche entera en polvo en la proporción de 30 a 50 gramos por cada litro de leche. En esta operación también se agrega azúcar en la proporción de 90 gramos por litro y pulpa de fruta en la proporción de 50

gramos por litro.

◆ **Homogenización**

Tratamiento a que se somete la leche para impedir la disociación en su masa de sus elementos constitutivos. Se la realiza a presión de 60^o-70^oC. En la práctica de la elaboración de yogur se homogeneiza muchas veces la leche higienizada al objeto de impedir la formación de nata y mejorar el sabor y la consistencia del producto.

◆ **Pasteurización**

Para destruir los microorganismos de la leche es necesario someterlos a tratamientos térmicos, ya que la temperatura puede ocasionar transformaciones no deseables en la leche, que provocan alteraciones de sabor, rendimiento, y calidad principalmente.

La pasteurización es el proceso que se encarga de disminuir toda la flora de microorganismos saprofitos y la totalidad de los agentes microbianos patógenos, pero alterando en lo mínimo posible la estructura física y química de la leche y las sustancias con actividad biológica tales como enzimas y vitaminas. El tiempo de pasteurización es de 80^o-85^o C.

◆ **Enfriamiento**

Este punto se refiere al enfriamiento de la leche a una temperatura optima

de crecimiento para los microorganismos, que deberá estar entre 40 y 45°C, tratando que sea 42°C para mejores resultados.

◆ **Inoculación**

Consiste en incorporar a la leche los cultivos en la proporción de 20 gramos por litro de leche, agitando bien para asegurar una adecuada distribución de los microorganismos. Una vez que se haya alcanzado los 42°C se procede a incubar la mezcla.

Para la obtención de yogurt, la leche debe incubarse a 42°C, luego verificar constantemente el ph del yogurt. Cuando el ph llegue a 4.3 colocar el yogurt en refrigeración.

◆ **Enfriamiento**

Una vez que se haya alcanzado la acidez deseada se detendrá el proceso de fermentación disminuyéndola temperatura ya que los microorganismos causantes de la misma, no son capaces de crecer a temperaturas inferiores que 10°C.

Se procede a llevar al yogurt a refrigeración a una temperatura de 5°C o 4°C, esto nos brinda un efecto positivo ya que aumenta la firmeza del gel del yogurt.

◆ **Adición de fruta**

La adición de la fruta se da una vez que esta haya recibido una cocción previa, que evite el crecimiento de hongos y levaduras que contaminarán al yogurt y disminuirán su vida útil, una vez que el yogurt haya enfriado adherimos el Babaco preparado y se lo bate en el tanque, de tal manera que ésta quede incorporada uniformemente en toda la mezcla.

◆ **Envasado**

Cuando el producto ya está listo es envasado en los diferentes recipientes en los que se va a distribuir el producto verificando que éstos se encuentren limpios y esterilizados. Son envasados en botellas de plástico en la presentación de 1 litro. Los envases llevan el respectivo rotulo.

◆ **Etiquetado**

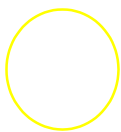
Se procede a colocar las etiquetas en los envases respectivos las mismas que deben contener toda la información necesaria del producto.

◆ **Almacenamiento**

El almacenamiento del producto hasta su llegada al consumidor se debe hacer por cadena de frío a 4–6° C, ya que a temperaturas superiores se pueden producir invasiones por mohos y otros microorganismos.

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS

El diagrama de flujo de proceso posee detalles e información como, donde se usa una simbología internacionalmente aceptada para representar las operaciones efectuadas. Dicha simbología es la siguiente:



Operación. Significa que se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medios físicos, mecánicos, o la combinación de cualquiera de los tres.



Transporte. Es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación o hacia algún punto de almacenamiento o demora.




Demora. Se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuarla siguiente etapa.



Almacenamiento. Tanto de materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.



Inspección. Es la acción de controlar que se efectuó correctamente una operación, un transporte o verificar la calidad del producto.

 **Operación combinada.** Ocurre cuando se efectúan simultáneamente dos de las acciones mencionadas.

Mediante el siguiente cuadro se procede a determinar la simbología que se utiliza en cada proceso y de esta manera los tiempos y duración en cada paso desarrollado, obteniendo así la cantidad requerida de 480 min (ocho horas) para una producción de 520 litros de yogurt de babaco.

Gráfico N° 28

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO PRODUCTIVO DE YOGURT DE BABACO

FASES	OPERACIÓN	INSPECCION	ESPERA	TRANSPORTE	ALMACENAMIENTO	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO (ACTIVIDADES)	TIEMPO (MINUTOS)
1	●					RECEPCION DE LA LECHE	20 Min.
2		■				CONTROL DE CALIDAD	15 Min.
3	●					ESTANDARIZACIÓN	15 Min.
4	●					HOMOGENIZACIÓN	25 Min.
5	●					PASTEURIZACIÓN	25 Min.
6			⌒			1ER ENFRIAMIENTO	25 Min
7	◐					INOCULACIÓN	300Min
9			⌒			2DO ENFRIAMIENTO	25 Min
10	●					ADICIÓN DE FRUTA	5 Min.
11	●					ENVASADO	5 Min

12	●					ETIQUETDO	5 Min.
13					▼	ALMACENADO	15 Min
	9	1	2	0	1	TOTALES	480

Elaboración: La Autora

INFRAESTRUCTURA

Distribución de la planta

La distribución de la planta es aquella donde esta ordenado todas las áreas específicas de la empresa, esta se orienta al ahorro de recursos, esfuerzos y permite que todos los espacios se distribuyan acorde a los requerimientos del proceso, el fin principal de la distribución es hallar un orden específico que permita realizar el trabajo de la mejor manera y dar comodidad a los colaboradores de la organización.

También es importante al momento de realizar la distribución de las áreas tomar en cuenta la disminución de las distancias que recorren los materiales y los colaboradores, para lograr una ubicación de cada proceso en secuencia, lo que va a permitir que exista una circulación adecuada para el personal y se ahorre tiempo en cada proceso y a través de esto lograr disminuir el tiempo de fabricación total aumentando la productividad y reduciendo los costos.

En el siguiente diagrama se puede observar la manera en la que se encontrará distribuida la planta productora de Yogurt de Babaco, se ha penado en que a través de este modelo se lograra una distribución efectiva

de todos los espacios

La distribución del área se dará de la siguiente forma:

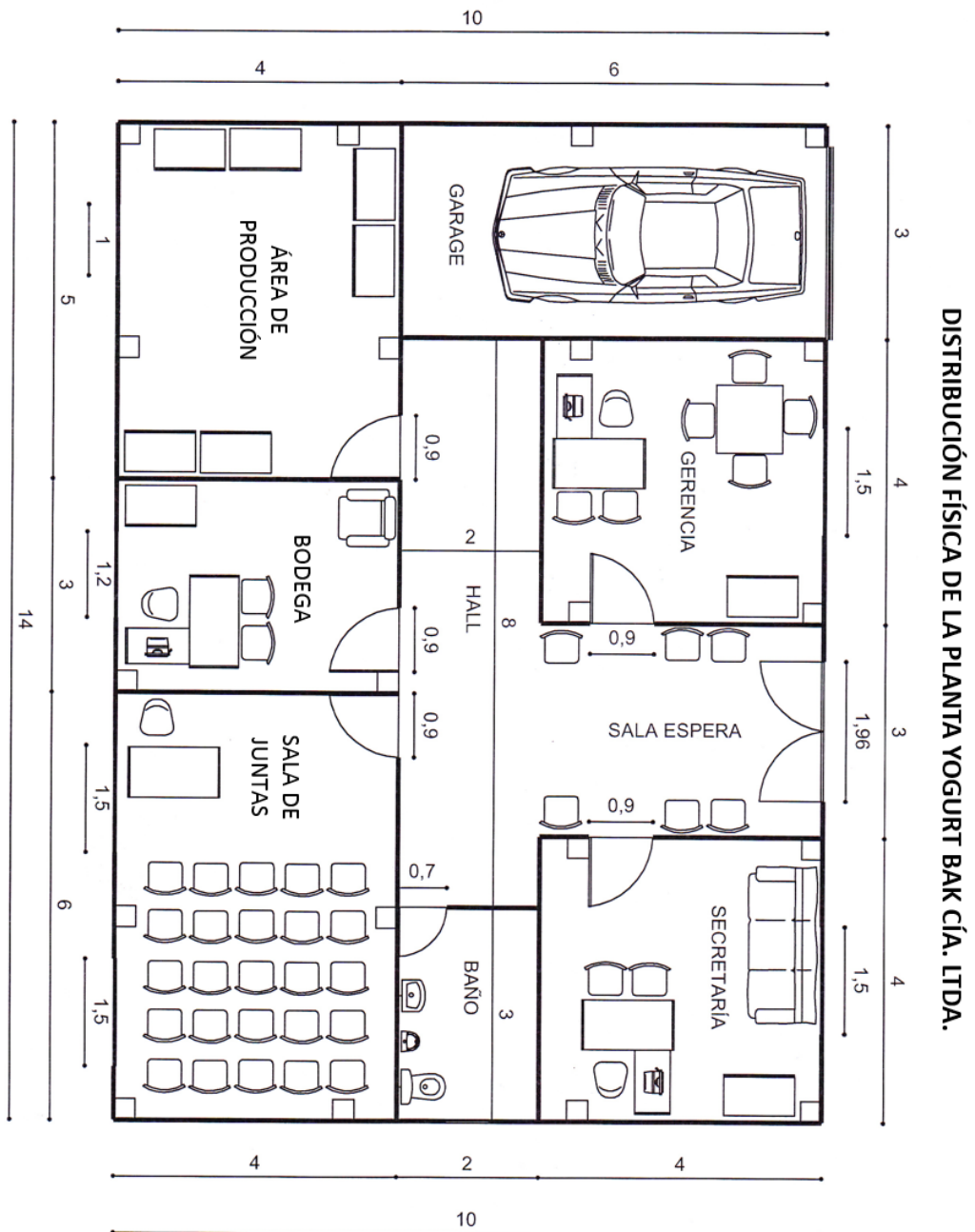
Área Requerida

El espacio físico con el que contará esta empresa será de 140 metros cuadrados, los cuales se distribuyen de la siguiente forma:

- Destinaremos 32m^2 para dos oficinas; para la gerencia general y la otra para actividades de secretaría y contabilidad de 4m^2 de ancho por 4m^2 de fondo, es decir de 16m^2 cada oficina.
- Utilizaremos un área de 4m^2 de fondo por 6m^2 de ancho, es decir 24m^2 para la producción de Yogurt de Babaco.
- Ocuparemos un área de 5m^2 de ancho y 4m^2 de fondo es decir 20m^2 que se utilizarán para una sala de juntas en donde se efectuara todo tipo de actividades que se desarrollarán dentro de la empresa.
- Destinaremos un área de 3m^2 de ancho y 4m^2 de fondo, es decir 12m^2 para una bodega.
- También se destinara un área de 34m^2 los mismos que se utilizará 4m^2 de fondo por 3m^2 de ancho para sala de espera, 2m^2 de fondo por 3m^2 de ancho para baños, quedando 16m^2 de pasillo para el ingreso a las oficinas.
- Finalmente utilizaremos 3m^2 de ancho por 6m de fondo para el garaje, es decir ocupará un área de 18m^2 .

Gráfico N° 28

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA DE YOGURT DE BABACO



REQUERIMIENTOS

DESCRIPCIÓN DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO

Es importante conocer el tipo de maquinaria y equipos que se deben emplear para la producción, a través de las especificaciones técnicas, las cuales determinan que tanto la maquinaria como los equipos son aptos y cumplen con los requerimientos de calidad que exige la empresa.

Para el proceso de producción de Yogurt de Babaco será indispensable utilizar los siguientes equipos:

+ Tanque de recepción	1
+ Envasadora, Etiquetadora y Selladora	1
+ Pasteurizadora	1
+ Homogeneizador	1
+ Cámara de frío	1
+ Lactodensímetro	1
+ acidímetro	1

Gráfico N° 29
Tanque de recepción



Un tanque de leche o enfriador de leche a granel es una tina de depósito empleada para enfriar y conservar la leche a baja temperatura.

Este tanque consiste en una tina interior y otra exterior, realizadas en acero inoxidable de calidad alimenticia. El tanque de expansión directa, soldado en el interior, tiene un sistema (evaporador) de placas y tubos en los que circula gas refrigerante(R22). Ese gas absorbe el calor del líquido contenido en la tina (la leche). Los tanques de expansión directa se entregan con un compresor y una grilla de condensación en la que también circula gas refrigerante. El mismo principio que para un refrigerador/heladera (refrigeración por compresión).

Gráfico N° 30
Envasadora, Etiquetadora y Selladora



MARCA TECNOFILL, Americana, tiene la característica de envasar 125 unidades por hora, que representa un litro cada unidad.

Gráfico N° 31
PASTEURIZADORA



MARCA: Colombiana, capacidad de producción 500-20 litro, litro 000/hora 3.
La temperatura de esterilización.

Gráfico N° 32
HOMOGENIZADOR



MARCA: WUXI, Shanghai, tiene el objeto de obtener una suspensión soluble o emulsión.

Gráfico N° 33
CÁMARA DE FRÍO



MARCA: FRAMEC, Chile MARGAS, tiene la capacidad de refrigerar de 5000 a 10000 envases de un litro cada envase.

Gráfico N° 34 LACTODENSÍMETRO



Los lactodensímetros son instrumentos de vidrio utilizados para la medición de la densidad de la leche y así poder determinar si ha sido mezclada con agua o si ha sido parcialmente descremada. Los lactodensímetros son de tipo Quevenne cuyo vástago con escala graduada comprende valores entre 15 y 40 que corresponden a las milésimas de densidad por encima de la unidad (el número 32 del lactodensímetro indica la densidad 1032 kg/m³).

Modelo: Pesa leches

Rango: 15-40 (unidades por encima de 1000 Kg/m³)

Divisiones: 1/1

Calibrado a: 20°C.

Con señal roja en la escala desde densidad 28 (inclusive) hasta densidad 33 (inclusive)

Gráfico N° 35 ACIDÍMETRO



El acidímetro es un instrumento que sirve para la determinación de acidez en leche cruda. Es suministrado con una bureta graduada que permite leer directamente el porcentaje de acidez, incluye también un agitador que consiste en un tubo de vidrio cerrado por ambos extremos, éste tiene en su interior un papel con dos bandas de color rosa que permite tener una referencia durante la neutralización.

MARCA: KIMAX

Modelo: K-620F

Capacidad %: 1(10ml)

Subdivisión: 0,01 (o.1ml)

EQUIPOS, MUEBLES Y ÚTILES DE OFICINA

HERRAMIENTAS

Son las herramientas necesarias para el funcionamiento de la empresa de Yogurt de Babaco.

Cuadro N° 39

Detalle	Cantidad
Bandejas	15
Kit de herramientas	2

Elaboración: La Autora

MUEBLES Y ENSERES

Cuadro N° 40

Detalle	Cantidad
Escritorios	3
Sillas	4
Muebles de espera x 3 personas	5
Archivador metálico	3
Perchas Metálicas	3

Elaboración: La Autora

EQUIPOS DE OFICINA

Cuadro N° 41

Detalle	Cantidad
Computadoras	2
Sumadoras	1
Teléfono	1

Elaboración: La Autora

REQUERIMIENTOS DE PERSONAL

Mano de Obra directa

Son las personas que intervienen directamente en la fabricación del yogurt

de Babaco para el efecto se contratarán a tres personas, una de ellas tendrá la función de operario esta persona estará ayudando continuamente al tecnólogo en alimentos a las labores del proceso de producción y el Tecnólogo en Alimentos será la persona que se encargará del seguimiento de todo el proceso productivo del yogur a través de criterios y procedimientos vigentes. Deberá ser apto y competente ya que de él /o ella dependerá la calidad del producto final, y el jefe de producción será el encargado de vigilar que el proceso de producción se esté llevando a cabo correctamente.

Personal de Operación

Cuadro Nº 42

Detalle	Cantidad
Obrero	1
Tecnólogo en Alimentos	1

Elaboración: La Autora

Personal Administrativo

El personal administrativo son aquellas personas que desarrollan sus funciones en el área de apoyo a la empresa por eso es importante considerar cuidadosamente las condiciones, políticas y criterios de selección, reclutamiento, contratación., para de esta manera conformar un excelente equipo de trabajo lo cual sería beneficioso para la empresa.

Cuadro N° 43

Detalle	Cantidad
Gerente	1
Secretaria-Contadora	1
Chofer-Vendedor	1




Elaboración: La Autora

MATERIA PRIMA

La materia prima indirecta y los materiales indirectos son aquellos que no participan directamente en la fabricación del producto final sin embargo son muy importantes para poder presentar el producto terminado, para la fabricación del yogurt de Babaco.

Cuadro N° 44

Materia Prima Directa

LECHE	
BABACO	
BACTERIAS O CULTIVOS	

AZÚCAR	
--------	--

Elaboración: La Autora

Cuadro Nº 45
Materia Prima Indirecta

DENOMINACIÓN	DESCRIPCIÓN	GRÁFICO
Envase de plástico	<p>El envase que se utilizará es un frasco de plástico con capacidad de 1 litro; el cual tendrá las siguientes características:</p> <ul style="list-style-type: none"> Ligereza y flexibilidad Buena inercia Química Facilidad de impresión y decoración Versatilidad de formas y dimensiones. 	
Etiqueta	<p>La etiqueta es donde se describe al producto indicando características especiales como valor nutricional, ingredientes, fecha de fabricación, fecha de vencimiento, datos de contacto, etc.</p>	

Elaboración: La Autora

3. ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO

Para la etapa de operación de la empresa, es necesario contar con una adecuada organización que facilite la asignación de funciones y responsabilidades al talento humano que conformara la misma, de tal forma que se logre la eficiencia, calidez y calidad en el desempeño de las actividades. En este estudio también se contemplan los factores legales y reglamentarios que se necesitan para la adecuada puesta en marcha de la empresa, esto se manifiesta en el otorgamiento de permisos de funcionamiento, patentes, registro sanitario, registro único de contribuyente y la constitución de la empresa la cual tiene exigencias impositivas distintas según sea el tipo de organización que se seleccione.

FILOSOFÍA DE LA EMPRESA

VISIÓN

En 5 años pretendemos convertirnos en una empresa líder y competitiva en la producción y comercialización de Yogurt de Babaco con excelencia en calidad y atención, de tal manera que se logre posicionamiento y fidelidad en la mente del consumidor, para posteriormente expandirse logrando una mayor participación de mercado.

MISIÓN

Somos una empresa dedicada a la producción y comercialización de Yogurt

de Babaco un producto sano y diferente, el cual ha sido elaborado con materia prima de la más alta calidad, buscando la satisfacción del cliente de acuerdo a las exigencias del entorno actual.

VALORES

❖ Lealtad

Esto significa que todos los colaboradores trabajaran buscando alcanzar los objetivos de la empresa, demostrando un alto compromiso con la misma a través de la responsabilidad al realizar cada proceso y tarea que se les sea encomendado.

❖ Responsabilidad

Es decir que cada empleado tiene la tarea de cumplir sus funciones de la mejor manera buscando eficiencia y mejoramiento continuo en el trabajo realizado.

❖ Excelencia

Esto quiere decir que se realizara cada actividad, buscando siempre ser los mejores en el ámbito laboral y a su vez personal.

❖ Honestidad

Dentro de cualquier empresa debe existir honestidad por parte de todos

los colaboradores siendo sinceros al momento de realizar cualquier acción siendo transparentes en todo sentido.

❖ **Respeto**

Este es un valor muy importante ya que cada colaborador debe buscar cumplir con la misión de la empresa aportando ideas y estrategias y a su vez respetando las opiniones de los demás colaboradores consiguiendo así el cumplimiento del fin común.

❖ **Trabajo en Equipo**

Es importante contar con un equipo colaborador que este comprometido con el crecimiento y desarrollo de la empresa valorando cada opinión del equipo para poder lograr los objetivos comunes.

OBJETIVOS

- × Ofrecer a todos los clientes un producto nuevo en la línea de yogurt, de calidad inocua, beneficioso y no perjudicial para la salud
- × Posicionar la marca del producto a un amplio segmento de consumidores potenciales representado por las familias de la ciudad de Loja.
- × Ingresar al mercado de consumidores de yogurt para posicionar a la empresa en el corto y mediano plazo.

- × Capacitar al personal y contribuir con la formación de nuevos empleados mediante convenios con centros de capacitación.
- × Actuar con responsabilidad social y comprometerse con la preservación del medio ambiente.
- × Mejoramiento continuo en la eficiencia y calidad del producto.
- × Reforzamiento de la posición competitiva y aprovechamiento de las nuevas oportunidades.
- × Valorizar la potencial competencia, buscando nuevos mercados y el ingreso a nuevos negocios.

Políticas

La política empresarial es una de las vías para hacer operativas cada una de las estrategias, suponen un compromiso de la empresa que a través de los niveles jerárquicos se refuerzan con compromiso y la participación de todo el personal.

- × La información interna que maneja la empresa es de absoluta confidencialidad, por ende ningún empleado podrá hacer uso de la misma con otros fines que no sean los estrictamente laborales y dentro de la organización de lo contrario se procederá al despido inmediato del mismo.
- × El uniforme y credencial son elementos que deben ser usados de manera obligatoria por parte de todos los integrantes de la empresa

como identificación de la misma, si esto no ocurriera se procederá a realizar descuento del 5% de su remuneración cada vez que incurra en la política indicada.

- ✘ Los suministros y equipos de oficina son de exclusivo uso laboral por ende ningún colaborador podrá hacer uso inadecuado de ellos y peor aún sustraerse los mismos si esto llegara a pasar el empleado debe pagar el valor del bien.

- ✘ La puntualidad es muy importante en el desarrollo de las actividades de la organización es por eso que quien no cumpla con los horarios establecidos es decir llegue tarde o tengan inasistencias sin justificación tendrá una sanción del 5% de descuento a su remuneración dependiendo del número de atrasos y faltas injustificadas.

- ✘ Existen lugares específicos para cada proceso y actividad es importante que cada departamento maneje con cuidado toda su información y los procedimientos que lleve a cabo diario.

- ✘ Mantener en la empresa un sistema de información sobre los trabajos realizados en cumplimiento de sus funciones, proyectos y planes operativos.

- ✘ Las horas extras serán pagadas de acuerdo a lo que estipula la ley.

- × Los permisos que se da en la Institución es por caso de emergencia o enfermedad los mismos que pueden ser de forma verbal, en caso de emergencia y en caso de enfermedad presentando un escrito y su respectivo certificado médico.

BASE LEGAL DE LA EMPRESA

Para la organización se ha previsto la implementación de una Compañía de Responsabilidad Limitada, de conformidad con el Art. 93 de la ley de compañías, que en su parte pertinente dice que la Compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae con un mínimo de dos personas, y pudiendo tener como máximo un número de quince, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo su razón social o denominación objetiva, a lo que analizará, en todo caso, las palabras Compañía Limitada a su correspondiente abreviatura.

La razón social de la empresa será **Yogurt Bak Cía. Ltda.**

“YogurtBak” Cía. Ltda. Operará bajo las leyes de la República del Ecuador. Este nombre constará en todas las operaciones que realice la empresa, la cual se registrará por la ley de Compañías, Código Civil y demás normas pertinentes relacionadas con las actividades que realice la compañía.

Denominación

La compañía que se constituye mediante este contrato se denominara:
“Yogurt Bak Cía. Ltda.”

Objeto

El objetivo de la compañía es la Producción y Comercialización de yogurt de Babaco. Con responsabilidad social y ambiental la cual permitirá a la empresa contribuir activa y voluntariamente al desarrollo de la comunidad ya que la misma generará nuevas fuentes de empleo y así una mejor calidad de vida para los empleados.

Domicilio

El domicilio principal de la compañía es la Ciudad de Loja, Provincia de Loja, República del Ecuador. Por resolución de la Junta General de Socios podrá establecer sucursales, agencias y oficinas en cualquier lugar del país o del extranjero, conforme a la Ley y a este estatuto.

Plazo

El plazo de duración de la compañía es de 5 años, que se contarán a partir de la fecha de inscripción del contrato en el Registro Mercantil; sin embargo, la Junta General de Socios, convocada expresamente, podrá disolverla en cualquier tiempo o prorrogar el plazo de duración, en la forma prevista en la Ley de Compañías y este estatuto.

Capital

La compañía de Responsabilidad Limitada se constituye con un capital mínimo de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América.

El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario (Dinero) o en especies (Bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y en especie a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad que integren el objeto de la compañía.

Para poder realizar la creación de la empresa se deberá efectuar las escrituras de constitución en la cual deben constar:

Aportación de los socios
Cuadro Nº 46

Nombre del Socio	Aportación de Capital
Socio 1	7.045,12
Socio 2	7.045,12
Socio 3	7.045,12
Total	\$ 21.135,37

Elaborado por: La Autora

SOCIOS

La empresa estará compuesta por Tres socios fundadores, quienes tendrán participaciones diferentes y declararán un capital suscrito que será cancelado en su totalidad en dinero en efectivo mediante un depósito de integración de capital en el Banco de Loja a nombre de la empresa "YOGURT BAK" CIA.LTDA.

Art. 115 SON DERECHOS Y OBLIGACION DE LOS SOCIOS

DERECHOS

Cada uno de los socios de una sociedad limitada tiene una serie de derechos. Entre ellos se encuentran los siguientes:

- a) Derecho a participar en el reparto de beneficios y en el patrimonio de la sociedad en caso de liquidación.
- b) Derecho de tanteo en la adquisición de las participaciones de los socios salientes.
- c) Derecho a participar en las decisiones sociales y a ser elegidos como administradores.
- d) Derecho de información en los períodos establecidos en las escrituras.
- e) Derecho de obtener información sobre los datos contables de la Sociedad.

OBLIGACIONES

- a) Responder por el avalúo de las especies Art. 104. Ciertamente una compañía tiene como esencia la unión de capitales, éstos pueden ser fungibles (dinero) o no fungibles (muebles o inmuebles), en el caso del dinero, la simple unión de fondos dentro de una “Cuenta de Integración de Capital” protocolizada y anexada a la escritura de constitución termina con la unión, pero en el caso de las especies (Carro, Casa,

Bicicleta, Megáfono, Mostrador, etc.) son objetos que tienen ciertas cualidades que lo convierten en distinto al dinero, como el desgaste, la calidad, la procedencia, el valor.

b) Pagar la participación suscrita Art. 115 literal a) Art. 219.

Dentro del contrato de Compañía como en todo contrato existen una serie de plazos establecidos para el cumplimiento de las obligaciones entre los socios, uno de los más importantes es la participación pues de ella depende la existencia de la compañía, tanto legal como comercialmente es por ello que el art. 219 de la Ley de Compañías establece que ante incumplimiento la compañía reclamará la aportación por la vía verbal sumaria junto con los intereses máximos desde la fecha de suscripción del contrato.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional de una empresa es la organización de cargos y responsabilidades que deben cumplir los miembros de una organización, es decir: es un sistema de funciones que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar en equipo de forma óptima y alcanzar las metas propuestas en el plan estratégico de la empresa.

La estructura organizacional de la empresa “Yogurt Bak” Cía. Ltda., especificar a la división, agrupación y coordinación de las actividades y las relaciones entre Gerente General y cada uno de los empleados de la empresa.

La Empresa “Yogurt Bak Cía. Ltda.” Está estructurada por 2 áreas que son las siguientes:

- **Área Administrativa:** Área encargada de planificar, controlar, dirigir y organizar los Recursos Económicos, Financieros, Materiales y el Talento Humano de la Empresa.
- **Área Operativa:** Ésta área se encargara de la producción y comercialización del Yogurt de Babaco, contara con un total de 1 obrero, un chofer vendedor y un técnico en alimentos.

Niveles Jerárquicos

Se basa en la división del trabajo y delegación de funciones a los miembros de la empresa, lo cual se lo hará definiendo los niveles de la empresa y valiéndonos de los organigramas.

Nivel Legislativo

Representa el primer nivel jerárquico y está integrado por los dueños de la empresa, que toman el nombre de Junta General de Socios y está representado por el presidente, su función es la de legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar los reglamentos, etc. Y decidir sobre los aspectos de mayor importancia.

Nivel Ejecutivo

Constituye el segundo grado de autoridad, está conformado por el Gerente-

Administrador que es nombrado por la JGA, se encarga de ejecutar las políticas dictaminadas por el nivel legislativo. Su función es planear, Orientar y Dirigir la marcha administrativa e interpretar planes, programas y más directivas técnicas y administrativas de alto nivel y los tramites a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución.

Nivel Asesor

La empresa contara con servicios temporales de un Abogado, para orientar las situaciones de carácter laboral y judicial. Este nivel no posee autoridad de mando.

Nivel Auxiliar o de Apoyo

Conformado por la Secretaria, quien contribuirá y colaborará con todas las actividades de los niveles administrativos y de prestación de servicios, de manera eficaz y oportuna.

Nivel Operativo

Es el más importante dentro de la empresa, puesto que será el encargado de ejecutar las disposiciones emanadas del nivel legislativo y ejecutivo, que tiene que ver con las actividades de producción, contabilidad y comercialización del producto. Se conformará por el Jefe de Operaciones y los Trabajadores.

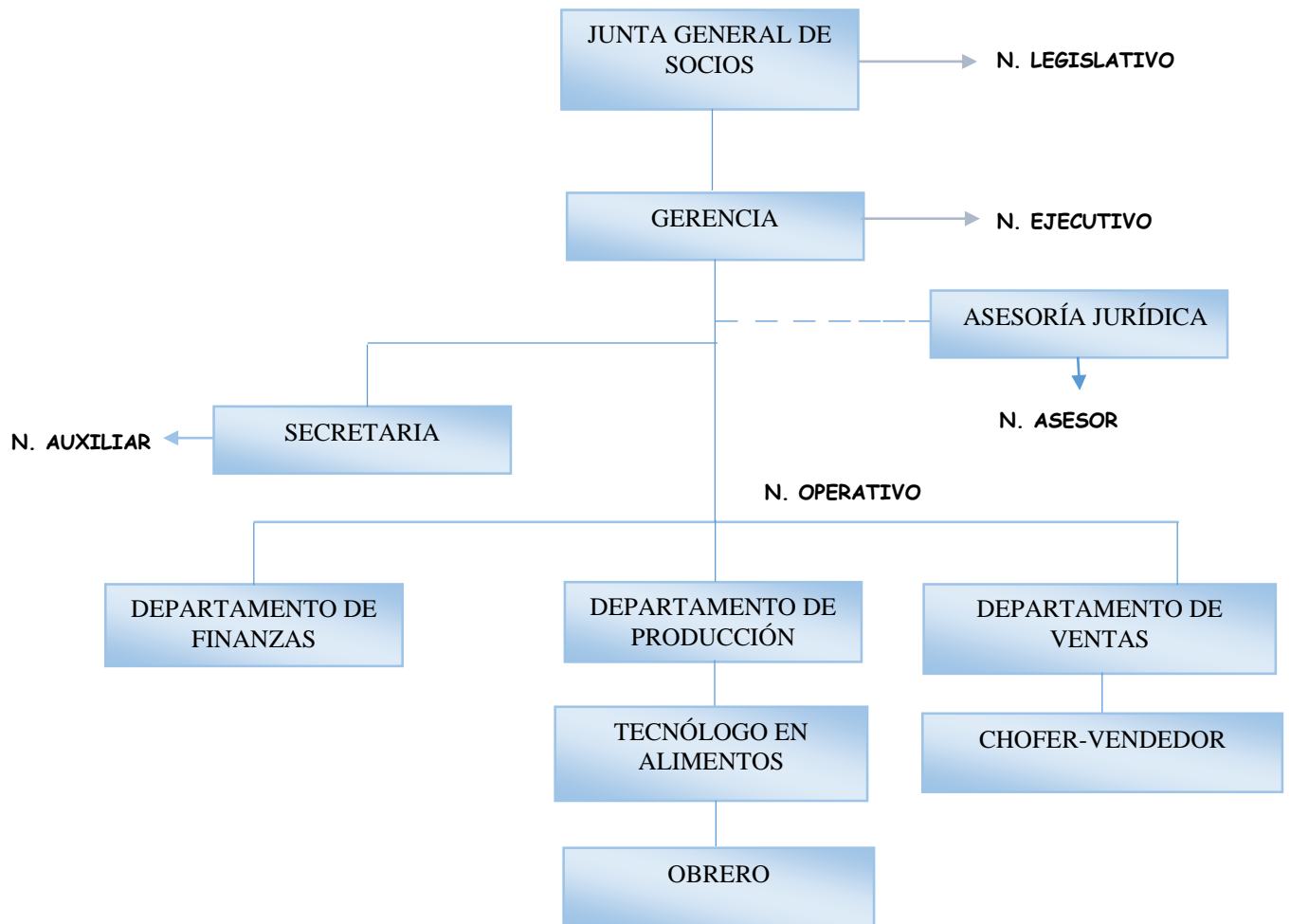
Organigramas

Indica los aspectos importantes de la estructura de la empresa revelando la división de funciones, los niveles jerárquicos y las líneas de autoridad.

- **Organigrama Estructural:** Permite representar gráficamente el panorama de todas las unidades administrativas y sus relaciones de jerarquía o dependencia.

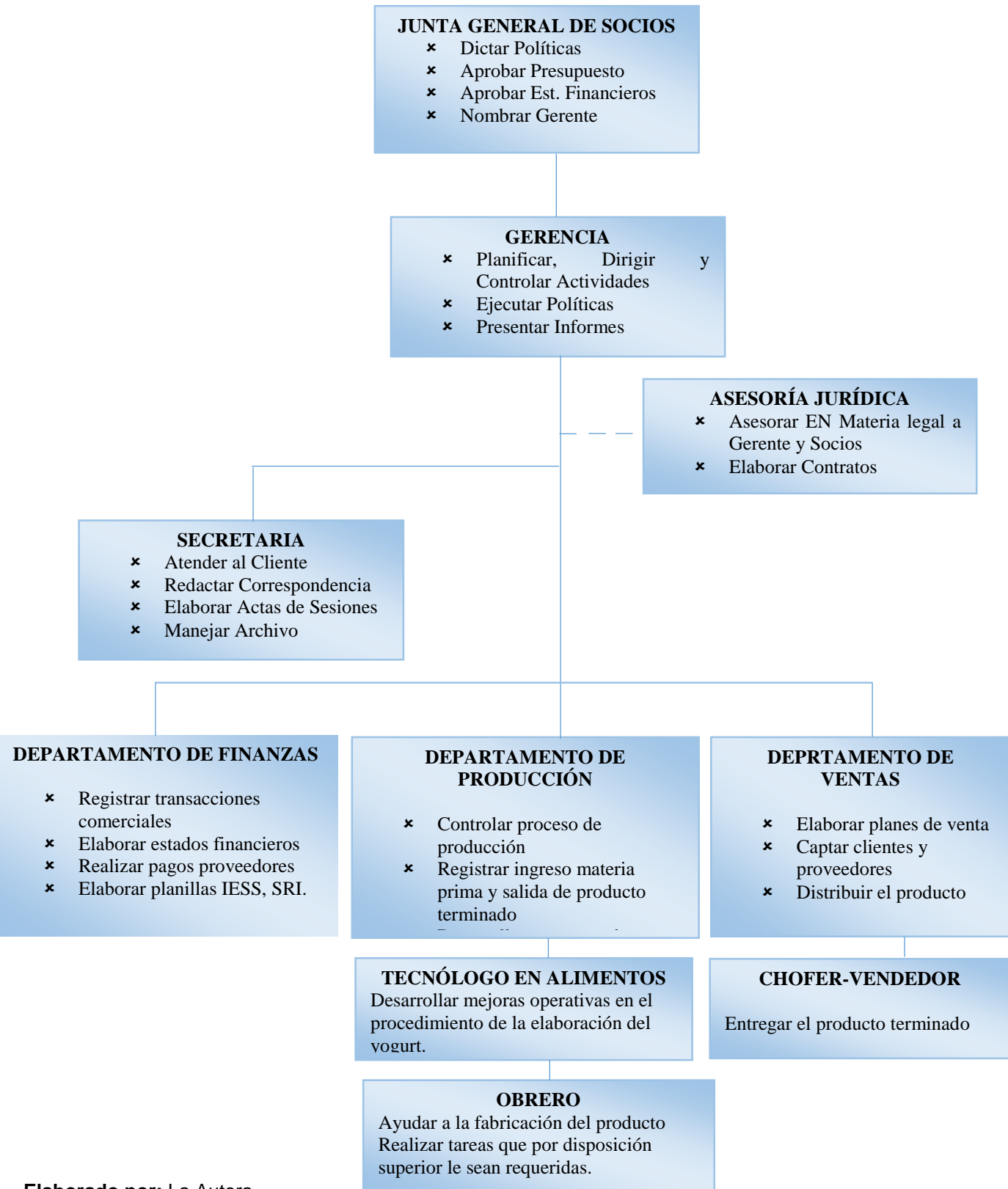
- **Organigrama Funcional:** Da a conocer las principales funciones que tienen asignadas cada una de las unidades administrativas con la respectiva relación de autoridad y dependencia.

Gráfico N° 36
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL
YOGUR TBAK CÍA. LTDA.



Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 37
ORGANIGRAMA FUNCIONAL “YOGUR TBAK CÍA. LTDA.”



Elaborado por: La Autora


MANUAL DE FUNCIONES

Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos:

- ◆ Relación de Dependencia (Ubicación interna)
- ◆ Dependencia Jerárquica. (Relaciones de autoridad)
- ◆ Naturaleza del Trabajo (Se refiere a las principales características sobre la ejecución en el puesto de trabajo)
- ◆ Tareas Principales
- ◆ Tareas Secundarias
- ◆ Responsabilidades
- ◆ Requerimiento para el Puesto.


MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA “YOGURT BAK CIA. LTDA”

Gráfico N° 38
MANUAL DE FUNCIONES DEL GERENTE

Producción y Comercialización de Yogurt de Babaco “Yogurt Bak CIA LTDA”	MANUAL DE FUNCIONES 	CÓDIGO	SL 001
		FECHA DE APROBACIÓN	
		Junio 2015	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	GERENTE		
UNIDAD DE DEPENDENCIA	ASAMBLEA GENERAL DE SOCIOS		
SUBALTERNOS	TODO EL PERSONAL		
NIVEL JERÁRQUICO	EJECUTIVO		
NATURALEZA DEL PUESTO			
Planifica, organiza, ejecuta, dirige y controla las actividades que se realizan en la empresa.			
FUNCIONES TÍPICAS			
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Controlar la contabilidad de la compañía. ✓ Tomar decisiones para el desarrollo de la empresa. ✓ Inspeccionar y analizar la programación de cada departamento con el propósito de administrar correctamente la empresa. ✓ Participar en todas las reuniones convocadas por la junta general de accionistas. ✓ Aprobar los proyectos elaborados y planeados por los jefes de los departamentos. 			
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE			
Controlar y supervisar la marcha de cada una de las unidades administrativas y de instalación en general.			
REQUISITOS MÍNIMOS			
EDUCACIÓN	Titulo.- Ingeniero en Administración de Empresas.		
EXPERIENCIA	Experiencia Mínima de 1 años en trabajos afines.		


Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 39
MANUAL DE FUNCIONES DEL ASESOR JURÍDICO

Producción y Comercialización de Yogurt de Babaco "Yogurt Bak CÍA. LTDA"	MANUAL DE FUNCIONES	CÓDIGO	SL 002
		FECHA DE APROBACIÓN	
		Junio 2015	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO		ASESOR JURÍDICO	
UNIDAD DE DEPENDENCIA		GERENTE	
SUBALTERNOS		NINGUNO	
NIVEL JERÁRQUICO		ASESOR	
NATURALEZA DEL PUESTO			
Aconsejar, asesorar e informar sobre proyectos relacionados con el aspecto legal de empresa			
FUNCIONES TÍPICAS			
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Asesorar jurídicamente al nivel Directivo, Ejecutivo, Asesor, Apoyo y Operativo de la Institución. ✓ Representar a la Empresa, judicial y extrajudicialmente en asuntos inherentes a su profesión y función. ✓ Autorizar las notas y suscribirlas respecto a los contratos que realice la Institución. ✓ Emitir los informes y dictámenes de carácter jurídico que le sean o no solicitados por los directores departamentales, Gerencia y la asamblea de socios. 			
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE			
Se caracteriza por mantener autoridad funcional mas no de mando en razón de que aconseja y recomienda pero no toma decisiones y su participación es eventual en la empresa			
REQUISITOS MÍNIMOS			
EDUCACIÓN	Título: Doctor en Jurisprudencia o Abogado		
EXPERIENCIA	Experiencia Mínima de 1 años en trabajos afines.		

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 40
MANUAL DE FUNCIONES DE LA SECRETARIA

Producción y Comercialización de Yogurt de Babaco “Yogurt Bak CIA LTDA”	MANUAL DE FUNCIONES 	CÓDIGO	SL 003
		FECHA DE APROBACIÓN	
		Junio 2015	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	SECRETARIA-CONTADORA		
UNIDAD DE DEPENDENCIA	AREA ADMINISTRATIVA		
SUBALTERNOS	NINGUNO		
NIVEL JERÁRQUICO	AUXILIAR		
NATURALEZA DEL PUESTO			
Realizar labores de redacción de documento, archivos de correspondencias y atención al público y además diseñar, implementar el sistema integrado de contabilidad de la empresa.			
FUNCIONES TÍPICAS			
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Redactar actas de las cesiones de la Junta general de Accionistas ✓ Elaborar contratos de trabajo. ✓ Elaborar estados financieros periódicos ✓ Revisar todos los movimientos contables ✓ Supervisar el registro diario de operaciones contables 			
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE			
El puesto requiere de gran responsabilidad y conocimiento de normas y procedimientos contables que llevará la empresa y gran eficiencia, y discreción en el desarrollo de sus funciones			
REQUISITOS MÍNIMOS			
EDUCACIÓN	Titulo secretaria ejecutiva y/o Título a nivel universitario de Contadora.		
EXPERIENCIA	Experiencia Mínima de 1 años en trabajos afines.		

Elaborado por: La Autora

Gráfico Nº 41
MANUAL DE FUNCIONES DEL CHOFER-VENDEDOR

Producción y Comercialización de Yogurt de Babaco "Yogurt Bak CIA LTDA"	MANUAL DE FUNCIONES 	CÓDIGO	SL 004
		FECHA DE APROBACIÓN	
		Junio 2015	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO		CHOFER-VENDEDOR	
UNIDAD DE DEPENDENCIA		GERENTE	
SUBALTERNOS			
NIVEL JERÁRQUICO		OPERATIVO	
NATURALEZA DEL PUESTO			
Planifica, programa, ejecuta, organiza, dirige y controla las actividades que se realizan en la empresa en referencia a ventas.			
FUNCIONES TÍPICAS			
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Administrar eficientemente la cartera de clientes ✓ Generar nuevos clientes para la empresa ✓ Conocer el mercado en el cual se va a desempeñar y saber qué está sucediendo dentro de él. ✓ Entregar el producto terminado. ✓ Realizar pronósticos de ventas, manteniendo relación con el departamento de producción. ✓ Atender al público que requiera información en el área de ventas. 			
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE			
Buscará la ampliación de la cartera de clientes, así como la gestión de cobro con los mismos.			
REQUISITOS MÍNIMOS			
EDUCACIÓN	Tecnólogo en mercadotecnia y Licencia de conducir		
EXPERIENCIA	Experiencia Mínima de 1 años en trabajos similares.		

Elaborado por: La Autora

Gráfico N°42
MANUAL DE FUNCIONES DEL JEFE DE PRODUCCIÓN

Producción y Comercialización de Yogurt de Babaco “Yogurt Bak CIA LTDA”	MANUAL DE FUNCIONES 	CÓDIGO	SL 005
		FECHA DE APROBACIÓN	
		Junio 2015	
I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO		JEFE DE OPERACIONES	
UNIDAD DE DEPENDENCIA		GERENTE	
SUBALTERNOS		TECNÓLOGO EN ALIMENTACIÓN-OBrero	
NIVEL JERÁRQUICO		OPERATIVO	
II. NATURALEZA DEL PUESTO			
Realizar las actividades operativas de la empresa, cumpliendo con las normas de calidad y de seguridad y controlar labores de producción y mantenimiento de la maquinaria para el personal del departamento a su cargo			
III. FUNCIONES TÍPICAS			
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Coordinar y supervisar las actividades del personal a su cargo. ✓ Solicitar cotizaciones para compras de materiales específicos. ✓ Controlar los servicios de proveeduría de materiales y equipos de trabajo. ✓ Supervisar y controlar los productos que se ofrecen a los clientes para una mejor satisfacción del mismo. ✓ Informar sobre las actividades y novedades que se presentan en el proceso productivo. 			
IV. CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE			
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar tareas determinadas, generalmente de carácter técnico para el proceso de productos y aplicación de las normas establecidas por el departamento de producción. ✓ Controlar la transformación de la materia prima e insumos en productos terminados, listos para su comercialización. 			
V. REQUISITOS MÍNIMOS			
EDUCACIÓN	Ing. Comercial o Industrial		
EXPERIENCIA	Experiencia Mínima de 1 años en trabajos similares.		


Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 43
MANUAL DE FUNCIONES DEL TECNÓLOGO EN ALIMENTOS

Producción y Comercialización de Yogurt de Babaco “Yogurt Bak CIA LTDA”	<p style="text-align: center;">MANUAL DE FUNCIONES</p> 	CÓDIGO	SL 006
		FECHA DE APROBACIÓN	
		Junio 2015	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO		TECNÓLOGO EN ALIMENTOS	
UNIDAD DE DEPENDENCIA		GERENTE	
SUBALTERNOS		NINGUNO	
NIVEL JERÁRQUICO		OPERATIVO	
NATURALEZA DEL PUESTO			
Es la persona que se encargará del seguimiento de todo el proceso productivo del yogurt de Babaco a través de criterios y procedimientos vigentes. Deberá ser apto y competente ya quedé el /o ella dependerá la calidad del producto final.			
FUNCIONES TÍPICAS			
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Controlar que las materias primas sean las más óptimas para la elaboración del producto final ✓ Conocer, interpretar y aplicar las normas de calidad e inocuidad de las materias primas y productos terminados ✓ Evaluar en función de los estándares de calidad establecidos, los resultados de las diferentes etapas de la transformación que sufren las materias primas hasta obtener el producto final ✓ Ejecutar el proceso de producción. ✓ Garantizar que el producto final sea confiable y no produzca reacciones negativas para los consumidores. 			
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE			
Ser responsable con carácter constante en el uso de materiales, equipos y herramientas			
REQUISITOS MÍNIMOS			
EDUCACIÓN	Título de Tecnólogo en Alimentos		
EXPERIENCIA	Experiencia Mínima de 1 años en trabajos afines.		

Elaborado por: La Autor

Gráfico N° 44
MANUAL DE FUNCIONES DEL OBRERO

Producción y Comercialización de Yogurt de Babaco “Yogurt Bak CIA LTDA”	MANUAL DE FUNCIONES 	CÓDIGO	SL 007
		FECHA DE APROBACIÓN	
		Junio 2015	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO		OBRERO	
UNIDAD DE DEPENDENCIA		GERENTE	
SUBALTERNOS		NINGUNO	
NIVEL JERÁRQUICO		OPERATIVO	
NATURALEZA DEL PUESTO			
Será la persona que estará ayudando continuamente al tecnólogo en alimentos a las labores del proceso de producción.			
FUNCIONES TÍPICAS			
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ordenar y almacenar la materia prima que ingresa a producción. ✓ Realizar la limpieza del equipo e instalaciones al finalizar las tareas. ✓ Custodiar y velar por la conservación, así como el buen uso del equipo y materiales asignados a su cargo. ✓ Realizar tareas que por disposición superior le sean requeridas. ✓ Ayudar a la fabricación del producto. ✓ Colocar los envases en la máquina envasadora, para que el producto terminado sea colocado en su respectivo envase ✓ Transportar el producto terminado de la zona de envasado al cuarto frío. ✓ Transportar el producto terminado a la zona de despacho cuando este sea requerido 			
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE			
Consolidar la imagen corporativa de la organización. Mejorar continuamente nuestros procesos productivos.			
REQUISITOS MÍNIMOS			
EDUCACIÓN	Título de Bachiller.		
EXPERIENCIA	Experiencia Mínima de medio año en trabajos afines.		

Elaborado por: La Autora

4. Estudio financiero

El estudio financiero tiene por objeto formular los presupuestos de ingresos y gastos, asegurando de manera efectiva cada uno de los recursos asignados, además comprende, el análisis de ingresos por ventas, los costos, gastos de inversión fijos, diferidos y capital de trabajo; el cálculo del periodo de recuperación de la inversión y de la rentabilidad esperada y la determinación de las fuentes de financiamiento que se utilizarán para la puesta en marcha del proyecto.

En este estudio se determinó cuál es la cantidad de recursos económicos que serán necesarios para que el proyecto se realice, es decir, cuánto dinero se necesita para que la planta opere.

a. Inversiones

Las inversiones corresponde a todos aquellos rubros que deben realizarse con el propósito de poner en marcha el negocio, la cálculo de esta información cuantifica la inversión en los activos que requiere el proyecto y el monto de capital de trabajo inicial para la puesta en marcha del mismo, esto con el propósito de obtener algún rendimiento a futuro.

Las inversiones que tendrá el proyecto son:

- Activos fijos
- Activos diferidos
- Activo circulante o capital de trabajo

ACTIVOS FIJOS

Son todos los bienes de propiedad que la empresa adquiere para la puesta en marcha del proyecto. En el siguiente cuadro se presenta el listado de los activos fijos:

Cuadro N° 47

ACTIVOS FIJOS	SUBTOTAL	TOTAL
Maquinaria y Equipos	\$ 12.440,00	
Herramientas	\$ 540,00	
Vehículos	\$ 13.000,00	
Muebles y Enseres	\$ 2.350,00	
Equipos de Oficina	\$ 111,10	
Equipos de Cómputo	\$ 1.715,00	
TOTAL ACTIVOS FIJOS		\$ 30.156,10

Fuente: Anexo 8, 20, 10, 15, 19,21

Elaboración: La Autora

ACTIVOS DIFERIDOS

Serán todos los gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados por la empresa en ningún momento. Tal como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 48

ACTIVOS DIFERIDOS	SUBTOTAL	TOTAL
Estudios de Factibilidad	\$ 1.200,00	
Constitución de la Empresa	\$ 802,50	
Adecuaciones del Local	\$ 350,00	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		\$ 2.352,50

Fuente: Anexo 13

Elaboración: La Autora

ACTIVOS CIRCULNTES O CAPITAL DE TRABAJO

Este activo se constituirá por todos los valores necesarios para la operación normal de la empresa, durante el ciclo productivo de un mes, luego la venta del producto generará ingresos para ir cubriendo las necesidades posteriores. En el siguiente cuadro se especifica los activos circulantes del proyecto:

Cuadro Nº 49

ACTIVOS DIFERIDOS O CAPITAL DE TRABAJO (Mes)	SUBTOTAL	TOTAL
Materia Prima Directa	\$ 4.146,25	
Materia Prima Indirecta	\$ 515,45	
Suministro de Trabajo	\$ 96,00	
Utensilios de Aseo	\$ 314,09	
Materiales de Oficina	\$ 70,45	
Publicidad y Propaganda	\$ 95,00	
Arriendo	\$ 700,00	
Servicios Básicos (Agua, Luz, Teléfono)	\$ 92,70	
Internet	\$ 20,00	
Mano de Obra Directa	\$ 914,79	
Sueldos y Salarios	\$ 1.682,04	
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		\$ 8.626,77

Fuente: Anexo 4, 5, 9, 18, 16, 17, 7, 11, 12, 6, 14

Elaboración: La Autora

Resumen de la Inversión Total Prevista:

El resumen de la inversión total se presenta en el siguiente cuadro, de acuerdo a los activos realizados anteriormente:

Cuadro Nº 50

RESUMEN DE LA INVERSIÓN		
DETALLE	SUBTOTAL	TOTAL
ACTIVOS FIJOS		
Maquinaria y Equipos	\$ 12.440,00	
Herramientas	\$ 540,00	
Vehículos	\$ 13.000,00	
Muebles y Enseres	\$ 2.350,00	
Equipos de Oficina	\$ 111,10	
Equipos de Cómputo	\$ 1.715,00	
TOTAL ACTIVOS FIJOS		\$ 30.156,10
ACTIVOS DIFERIDOS		
Estudios de Factibilidad	\$ 1.200,00	
Constitución de la Empresa	\$ 802,50	
Adecuaciones del Local	\$ 350,00	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		\$ 2.352,50
CAPITAL DE TRABAJO (Mes)		
Materia Prima Directa	\$ 4.146,25	
Materia Prima Indirecta	\$ 515,45	
Suministro de Trabajo	\$ 96,00	
Utensilios de Aseo	\$ 314,09	
Materiales de Oficina	\$ 70,45	
Publicidad y Propaganda	\$ 95,00	
Arriendo	\$ 700,00	
Servicios Básicos (Agua, Luz, Teléfono)	\$ 92,70	
Internet	\$ 20,00	
Mano de Obra Directa	\$ 914,79	
Sueldos y Salarios	\$ 1.682,04	
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		\$ 8.626,77
TOTAL DE LA INVERSIÓN		\$ 41.135,37

Fuente: Cuadro 44, 45, 46

Elaboración: La Autora

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

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

- **Fuentes internas.**

El 51% del total de la inversión que corresponde a 21.135,37 dólares será financiado con aportaciones de los socios, es decir con un total de \$ 7.045,12 por cada socio.

- **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, constituirá el 49% que corresponde a 20.000,00 dólares a cinco años plazo al 15% de interés anual con el objeto de su financiación, en consecuencia a los rubros de financiamiento se presentan así:

Cuadro N° 51

FINANCIAMIENTO		
CAPITAL PROPIO	\$ 21.135,37	51%
CAPITAL EXTERNO	\$ 20.000,00	49%
TOTAL	\$ 41.135,37	100%

Elaboración: La Autora

b. PRESUPUESTOS

El objetivo de la empresa además de brindar un buen producto a la colectividad será obtener rentabilidad, para lo cual primero es necesario conocer o determinar los costos totales del proyecto.

Presupuesto de Costos

Los costos totales representarán en términos generales toda la inversión que

será necesaria para producir y vender el producto. En este presupuesto se resumen todos los costos que la empresa tendrá durante los 5 años de vida del proyecto lo que respecta a costos de producción y gastos de operación, tomando en cuenta la inflación anual acumulada del año 2015 (4,55%).

Para calcular el presupuesto general de materia prima directa e indirecta se toma en cuenta la capacidad instalada, la inflación anual acumulada del año 2015 (4,55%), y el costo total de la misma. Ver anexo N° 4.1, anexo N° 5.1, cuadro N° 36.

Para calcular el segundo año se obtiene a través de una regla de tres:

Materia Prima Directa

(Capacidad Instalada 1er año) 101400 litros	X	49755,00 \$
(Capacidad Instalada 2do año) 108160 litros	X	X

$$=53,072.00*4.55\%+53,072=55,486.78 \$$$

Materia Prima Indirecta

(Capacidad Instalada 1er año) 101400 litros	X	6185.40 \$
(Capacidad Instalada 2do año) 108160 litros	X	X

$$=6,597.76*4.55\%+6,597.76=6,897.96 \$$$

Y así se proyecta sucesivamente para los demás años de vida útil del proyecto. Todos estos valores lo detallamos en el siguiente cuadro.

Cuadro Nº 52

PRESUPUESTO GENERAL					
COSTOS DE PRODUCCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo Primo					
Materia Prima Directa	\$ 49.755,00	\$ 55.486,78	\$ 61.637,14	\$ 68.232,31	\$ 75.300,04
Mano de Obra Directa	\$ 10.977,48	\$ 11.476,96	\$ 11.999,16	\$ 12.545,12	\$ 13.115,92
Total Costo Primos	\$ 60.732,48	\$ 66.963,73	\$ 73.636,30	\$ 80.777,43	\$ 88.415,96
Costos Generales de Fabricación (Producción)					
Materia Prima Indirecta	\$ 6.185,40	\$ 6.897,96	\$ 7.662,55	\$ 8.482,45	\$ 9.361,09
Suministro de Trabajo	\$ 1.152,00	\$ 1.204,42	\$ 1.259,22	\$ 1.316,51	\$ 1.376,41
Dep. Maquinaria y Equipo	\$ 1.119,60	\$ 1.119,60	\$ 1.119,60	\$ 1.119,60	\$ 1.119,60
Dep. Herramientas	\$ 48,60	\$ 48,60	\$ 48,60	\$ 48,60	\$ 48,60
Total Costo Generales de Fabricación	\$ 8.505,60	\$ 9.270,57	\$ 10.089,97	\$ 10.967,16	\$ 11.905,70
Total de Costo de Producción	\$ 69.238,08	\$ 76.234,31	\$ 83.726,27	\$ 91.744,59	\$ 100.321,66
GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS					
Gastos de Administración					
Sueldos y Salarios	\$ 20.184,48	\$ 21.102,87	\$ 22.063,05	\$ 23.066,92	\$ 24.116,47
Servicios Básicos (Luz, Agua, Teléfono)	\$ 1.112,40	\$ 1.163,01	\$ 1.215,93	\$ 1.271,26	\$ 1.329,10
Internet	\$ 240,00	\$ 250,92	\$ 262,34	\$ 274,27	\$ 286,75
Materiales de Oficina	\$ 297,71	\$ 311,26	\$ 325,42	\$ 340,22	\$ 355,70
Utensilios de Aseo	\$ 366,89	\$ 383,58	\$ 401,04	\$ 419,28	\$ 438,36
Arriendo	\$ 8.400,00	\$ 8.782,20	\$ 9.181,79	\$ 9.599,56	\$ 10.036,34
Dep. Muebles y Enseres	\$ 211,50	\$ 211,50	\$ 211,50	\$ 211,50	\$ 211,50
Dep. Equipos de Oficina	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Dep. Equipo de Computación	\$ 381,13	\$ 381,15	\$ 381,15	\$ 455,38	\$ 455,38
Dep. Vehículo	\$ 2.080,00	\$ 2.080,00	\$ 2.080,00	\$ 2.080,00	\$ 2.080,00
Total de Gasto de Administración	\$ 33.284,11	\$ 34.676,50	\$ 36.132,22	\$ 37.728,40	\$ 39.319,60
Gastos de Ventas					
Publicidad y Propaganda	\$ 1.140,00	\$ 1.191,87	\$ 1.246,10	\$ 1.302,80	\$ 1.362,07
Total de Gasto de Venta	\$ 1.140,00	\$ 1.191,87	\$ 1.246,10	\$ 1.302,80	\$ 1.362,07
GASTOS FINANCIEROS					
Interés del Crédito	\$ 2.893,97	\$ 2.437,45	\$ 1.909,88	\$ 1.300,21	\$ 595,66
Total de Gastos Financieros	\$ 2.893,97	\$ 2.437,45	\$ 1.909,88	\$ 1.300,21	\$ 595,66
OTROS GASTOS					
Amortización de Activos Diferidos	\$ 470,50	\$ 470,50	\$ 470,50	\$ 470,50	\$ 470,50
Total Otros Gastos	\$ 470,50	\$ 470,50	\$ 470,50	\$ 470,50	\$ 470,50
Total Costos de Operación	\$ 37.788,58	\$ 38.776,32	\$ 39.758,70	\$ 40.801,91	\$ 41.747,84
Costo Total de Producción	\$ 69.238,08	\$ 76.234,31	\$ 83.726,27	\$ 91.744,59	\$ 100.321,66
TOTALES	\$ 107.026,66	\$ 115.010,62	\$ 123.484,96	\$ 132.546,50	\$ 142.069,50

Fuente: Anexo 4.1, 6.1, 5.1, 9.1, 8.1, 20.1, 14.1, 11.1, 12.1, 16.1, 18.1, 7.1, 15.1, 19.1, 21.1, 21.3, 10.1, 17.1, 22, 13

Elaboración: La Autora

Costo unitario de producción

Constituye el valor del producto que se va a ofrecer en particular significando todas las operaciones desde la adquisición de materia prima hasta la elaboración del producto final, determinamos el costo unitario de la producción del Yogurt de Babaco mediante la siguiente fórmula.

$$\text{Costo Unitario} = \frac{\text{Costos de Producción}}{\text{Nº de Unidades Producidas}} =$$

Este procedimiento se utiliza para los 5 años de vida útil del proyecto.

Cuadro N° 53
Costo Unitario De Producción

AÑO	COSTOS	PRODUCCIÓN	COSTO UNITARIO
1	107.026,66	101400	1,06
2	115.010,62	108160	1,06
3	123.484,96	114920	1,07
4	132.546,50	121680	1,09
5	142.069,50	128440	1,11

Fuente: 52 y cuadro 36

Elaboración: La Autora

Para obtener el costo unitario de producción tomamos en cuenta los costos de operación, estos se los multiplica por las unidades producidas que se tomó de la capacidad utilizada del estudio técnico; y se obtiene el C.U.P.

Precio de Venta al Público

Será el precio fijado por la empresa el mismo que deberá ser pagado por el consumidor final, tomando siempre en cuenta al momento de fijar al mismo los precios de la competencia. Se lo obtiene del costo unitario de producción

de cada año más un margen de utilidad; en lo que respecta a este último el % se mantiene debido a que a la empresa lo que le interesa es mantener a sus clientes y por ende no le interesa subir los precios. Todos estos valores mencionados los presentamos a continuación mediante la siguiente fórmula.

P.V.P = Costo Unitario de Producción * Margen de Utilidad + Costo Unitario de producción

Cuadro Nº 54
Precio de Venta al Público

AÑO	COSTO UNITARIO DE PRODUCCION	PVP
		Marg. Util. 23%
1	1,06	1,30
2	1,06	1,31
3	1,07	1,32
4	1,09	1,34
5	1,11	1,36

Fuente: Cuadro nº 53

Elaboración: La Autora

INGRESOS TOTALES

Permitirá estimar los ingresos que la empresa generará en cierto periodo de tiempo, para poder proyectar los ingresos de cada año de la empresa multiplicamos la cantidad de producción anual por el precio de venta al público, estos valores lo detallamos en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 55
Ingresos Totales

AÑO	PRODUCCIÓN	PVP	INGRESOS TOTALES
		23%	
1	101400	1,30	131642,79
2	108160	1,31	141463,07
3	114920	1,32	151886,50
4	121680	1,34	163032,19
5	128440	1,36	174745,49

Fuente: Cuadro n° 54, y cuadro n° 34

Elaboración: La Autora

c. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias está conformado por los ingresos y los gastos, en donde los ingresos están representados por todas las diferentes partidas de ingresos monetarios (ventas) que en un período determinado tiene la empresa y los gastos se refieren a los desembolsos que ha tenido la empresa durante ese período.

Asimismo nos demuestra cual es la utilidad o perdida que se ha obtenido durante un periodo determinado y como se ha producido, cuyos resultados sirven para sacar conclusiones que permitan conocer cómo se está desarrollando la empresa económicamente.

En el siguiente cuadro se muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado, igualmente se muestra la proyección para los cinco años de vida útil del proyecto.

Cuadro Nº 56

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
DENOMINACIONES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
VENTAS	\$ 131.642,79	\$ 141.463,07	\$ 151.886,50	\$ 163.032,19	\$ 174.745,49
EGRESOS					
(-)Costos de Producción	\$ 69.238,08	\$ 76.234,31	\$ 83.726,27	\$ 91.744,59	\$ 100.321,66
Utilidad Bruta	\$ 62.404,71	\$ 65.228,76	\$ 68.160,24	\$ 71.287,60	\$ 74.423,82
(-)Costos de Operación	\$ 37.788,58	\$ 38.776,32	\$ 39.758,70	\$ 40.801,91	\$ 41.747,84
Utilidad Neta	\$ 24.616,13	\$ 26.452,44	\$ 28.401,54	\$ 30.485,69	\$ 32.675,99
(-)15 % de Utilidad a Trabajadores	\$ 3.692,42	\$ 3.967,87	\$ 4.260,23	\$ 4.572,85	\$ 4.901,40
Utilidad Antes del Impuesto a la Renta	\$ 20.923,71	\$ 22.484,58	\$ 24.141,31	\$ 25.912,84	\$ 27.774,59
(-)22% Impuesto a la Renta	\$ 5.230,93	\$ 5.621,14	\$ 6.035,33	\$ 6.478,21	\$ 6.943,65
Utilidad Antes de la Reserva Legal	\$ 15.692,78	\$ 16.863,43	\$ 18.105,98	\$ 19.434,63	\$ 20.830,94
(-)10 % de Reserva Legal	\$ 1.569,28	\$ 1.686,34	\$ 1.810,60	\$ 1.943,46	\$ 2.083,09
UTILIDAD LÍQUIDA	\$ 14.123,51	\$ 15.177,09	\$ 16.295,38	\$ 17.491,17	\$ 18.747,85

Fuente: Cuadro nº 53 y cuadro nº 56

Elaboración: La Autora

d. PUNTO DE EQUILIBRIO

Permite realizar un análisis de la empresa para ver si los ingresos son iguales a los egresos, cuando los egresos y los ingresos son iguales significa que no existe ni pérdidas ni ganancias, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades.

El punto de equilibrio se puede calcular mediante dos métodos:

- Matemáticamente (en función de las ventas y en función de la capacidad instalada)
- A través de un grafico

Para realizar este cálculo, es necesario clasificar los costos en Fijos y Variables, los mismos que detallamos en el siguiente cuadro para los años 1 y 5 de vida útil del proyecto.

COSTOS FIJOS Y VARIABLES.

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

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

Cuadro Nº 57

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS				
DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 5	
	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
COSTO PRIMO				
Materia Prima Directa		\$ 49.755,00		\$ 75.300,04
Mano de Obra Directa		\$ 10.977,48		\$ 13.115,92
Total Costo Primo		\$ 60.732,48		\$ 88.415,96
COSTO DE PRODUCCIÓN				
Materia Prima Indirecta		\$ 6.185,40		\$ 9.361,09
Suministro de Trabajo		\$ 1.152,00		\$ 1.376,41
Dep. Maquinaria y Equipo	\$ 1.119,60		\$ 1.119,60	
Dep. Herramientas	\$ 48,60		\$ 48,60	
Total Costo de Producción	\$ 1.168,20	\$ 7.337,40	\$ 1.168,20	\$ 10.737,50
GASTOS DE OPERACIÓN				
GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Sueldos y Salarios	\$ 20.184,48		\$ 24.116,47	
Servicios Básicos (Luz, Agua, Teléfono)		\$ 1.112,40		\$ 1.329,10
Internet	\$ 240,00		\$ 286,75	
Materiales de Oficina	\$ 297,71		\$ 355,70	
Utensilios de Aseo	\$ 366,89		\$ 438,36	
Arriendo	\$ 8.400,00		\$ 10.036,34	
Dep. Muebles y Enseres	\$ 211,50		\$ 211,50	
Dep. Equipos de Oficina	\$ 10,00		\$ 10,00	
Dep. Equipo de Computación	\$ 381,13		\$ 455,38	
Dep. Vehículo	\$ 2.080,00		\$ 2.080,00	
Total Gastos Administrativos	\$ 32.171,71	\$ 1.112,40	\$ 37.990,50	\$ 1.329,10
GASTOS DE VENTAS				
Publicidad y Propaganda	\$ 1.140,00		\$ 1.362,07	
Total Gastos de Ventas	\$ 1.140,00		\$ 1.362,07	
GASTOS FINANCIEROS				
Intereses por Préstamo	\$ 2.893,97		\$ 595,66	
Total Gastos Financieros	\$ 2.893,97		\$ 595,66	
OTROS GASTOS				
Amortización de Activos Diferidos	\$ 470,50		\$ 470,50	
Total Otros Gastos	\$ 470,50		\$ 470,50	
TOTAL COSTOS	\$ 37.844,38	\$ 69.182,28	\$ 41.586,94	\$ 100.482,56
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 107.026,66		\$ 142.069,50	

Fuente: Cuadro nº 52

Elaboración: La Autora

PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO 1

A. Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada

$$\text{P.E} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ingresos Totales}-\text{Costos Variables Totales}} *100$$

$$\text{P.E} = \frac{37.844,38}{62.460,51} *100$$

$$\text{P.E} = 60,59\%$$

B. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

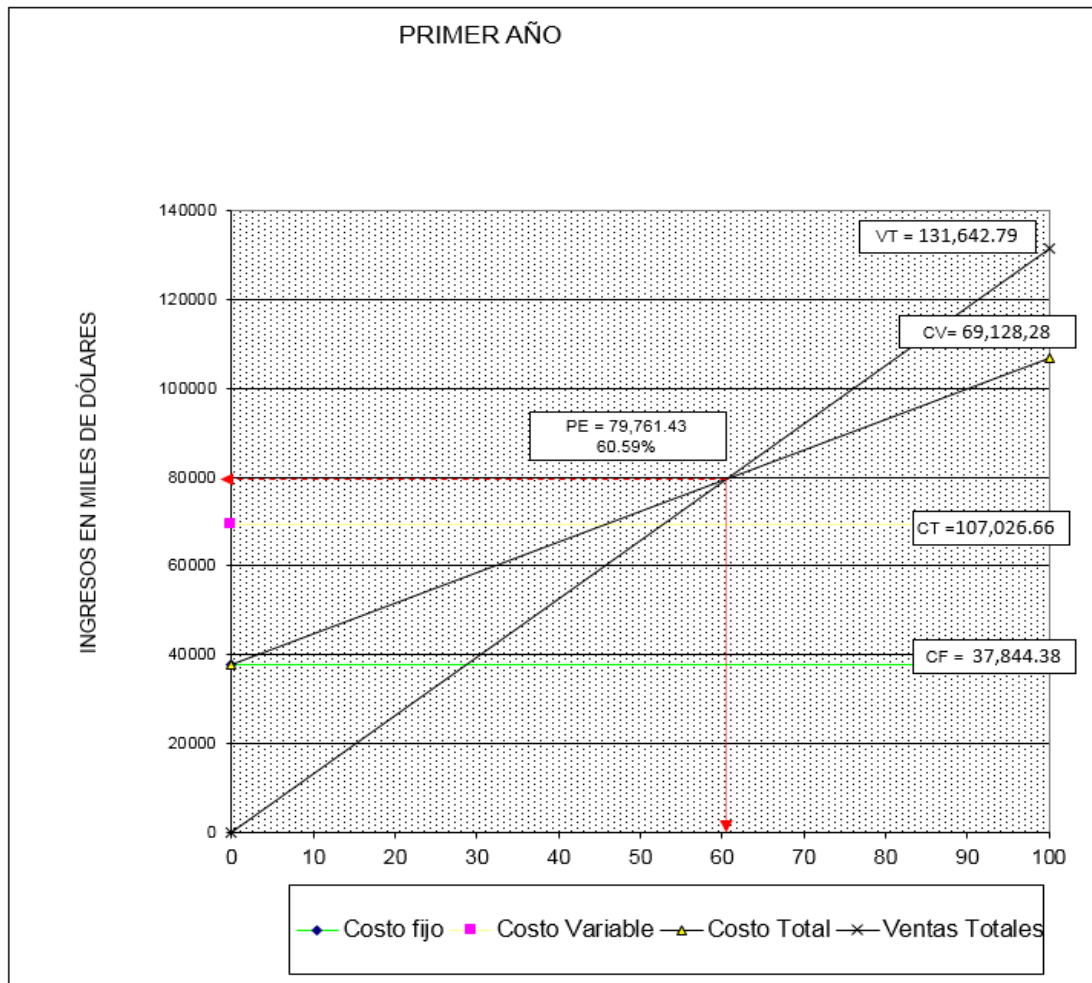
$$\text{P.E} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1- \text{Costo Variables}/\text{Ingresos Totales}}$$

$$\text{P.E} = \frac{37.844,38}{0,47}$$

$$\text{P.E} = 79.761,43 \$$$

Gráfico Nº 45

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y LA
CAPACIDAD INSTALADA



Elaboración: La Autora

Análisis: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 60,59% y con un ingreso en las ventas de 79.761,43 dólares, en este punto la empresa no gana ni pierde.

c. En función de las Unidades Producidas e Ingresos

$$Cvu = \frac{\text{Costo Variable}}{N^{\circ} \text{ de Unidades producidas}}$$

$$Cvu = \frac{69,128.28}{101,400.00}$$

$$Cvu = 0,68$$

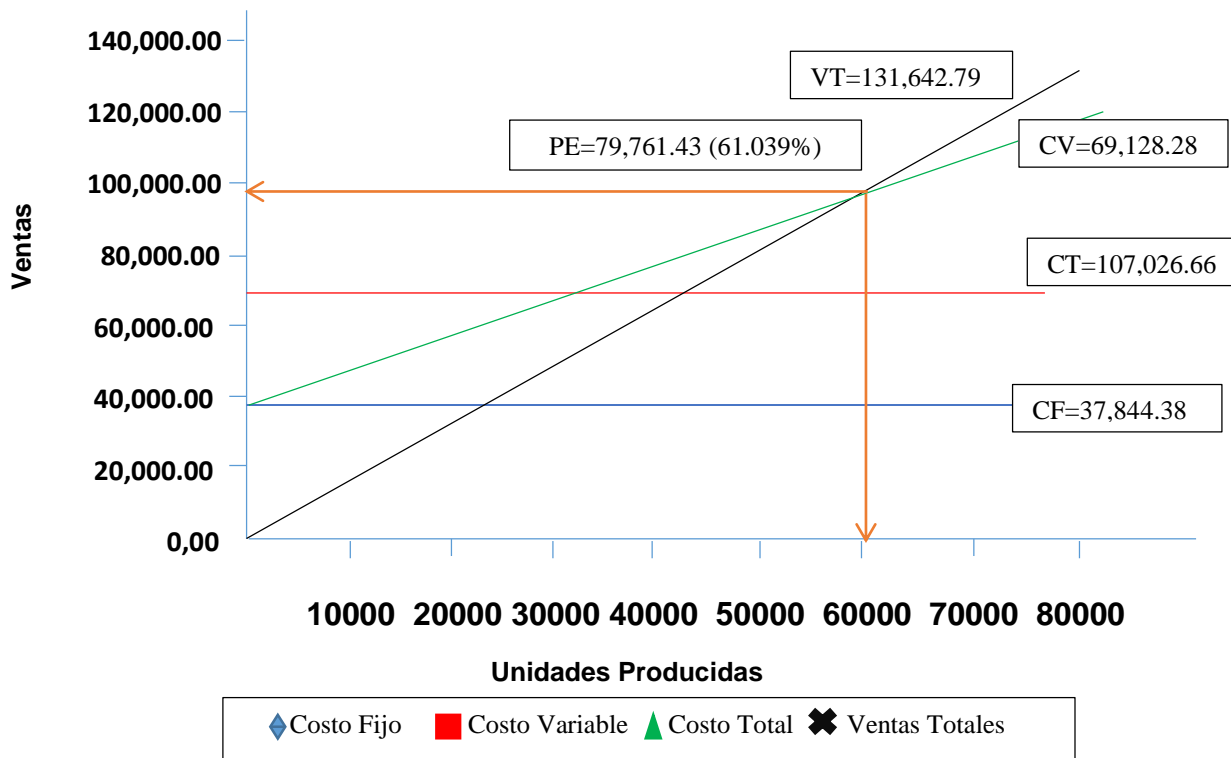
$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{Pvu - Cvu}$$

$$PE = \frac{37,844.38}{1.30 - 0,68}$$

$$PE = \frac{37,844.38}{0.62}$$

$$PE = 61,039 \text{ Litros}$$

Gráfico N°46
Punto De Equilibrio En Función de las Unidades Producidas



Análisis: El resultado determina que cuando la empresa produce 61,039 litros de yogurt de Babaco y tiene un ingreso de 79,761.43 dólares se produce el punto de equilibrio o punto muerto, donde no se obtiene ni perdida ni ganancias para la empresa.

AÑO 5
A. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA
CAPACIDAD INSTALADA

$$P.E = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\frac{\text{Ingresos Totales} - \text{Costos Variables Totales}}{\text{Totales}}} * 100$$

$$P.E = \frac{41.586,94}{74262,92} * 100$$

$$P.E = 56\%$$

B. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS
VENTAS

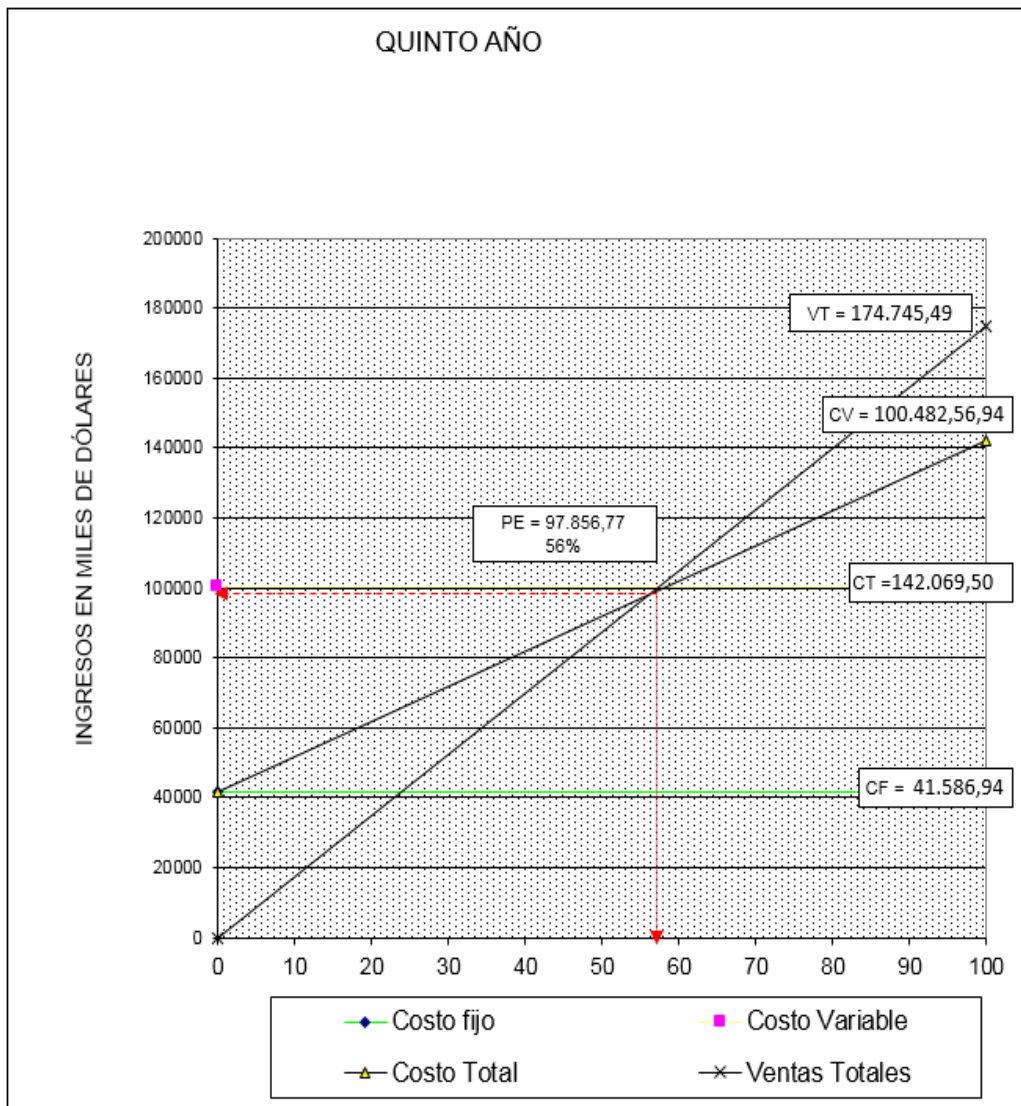
$$P.E = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \text{Costo Variables/Ingresos Totales}}$$

$$P.E = \frac{41.586,94}{0,42}$$

$$P.E = 97.856,77 \$$$

Gráfico N° 47

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y LA CAPACIDAD INSTALADA



Elaboración: La Autora

Análisis: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 56% y con un ingreso en las ventas de 97.856,77 dólares, en este punto la empresa no gana ni pierde.

c. En función de las Unidades Producidas e Ingresos

$$Cvu = \frac{\text{Costo Variable}}{N^{\circ} \text{ de Unidades producidas}}$$

$$Cvu = \frac{100,482.56}{128,440.00}$$

$$Cvu = 0,78$$

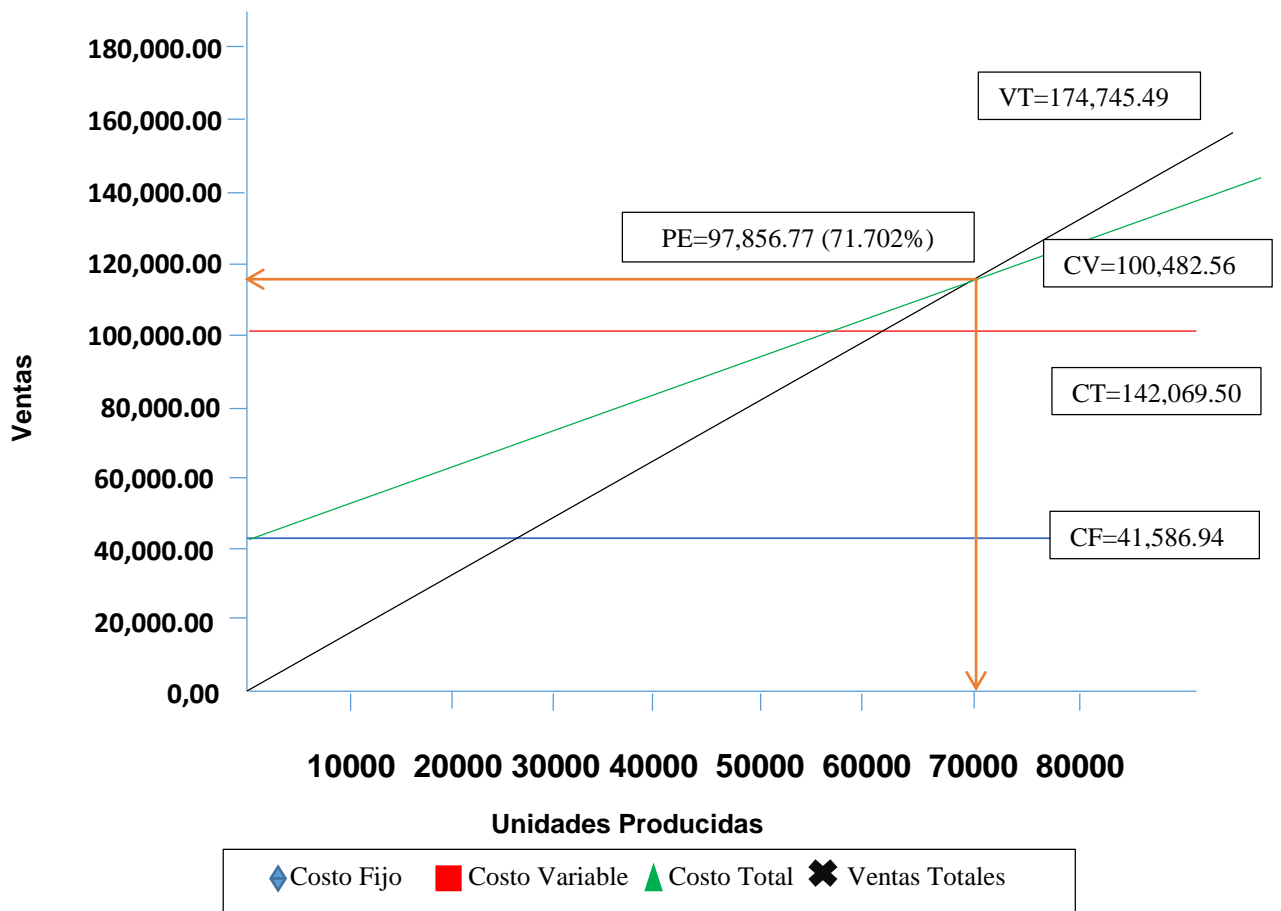
$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{Pvu - Cvu}$$

$$PE = \frac{41,586.94}{1.36 - 0,78}$$

$$PE = \frac{41,586.94}{0.58}$$

$$PE = 71,702 \text{ Litros}$$

Gráfico N° 48
Punto De Equilibrio En Función de las Unidades Producidas



Análisis: El resultado determina que cuando la empresa produce 71,702 litros de yogurt de Babaco y tiene un ingreso de 97,856.77 dólares se produce el punto de equilibrio o punto muerto, donde no se obtiene ni pérdida ni ganancias para la empresa.

e. FLUJO DE CAJA

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

La determinación del capital de trabajo y el rendimiento del proyecto se basa en los flujos de efectivo de ingresos y egresos que genere el proyecto, por ende es de vital importancia definir el flujo de efectivo a partir del análisis tanto del estado costos de producción como del estado de resultados.

El flujo de caja constituye uno de los instrumentos de planificación financiera más usados, este debe ser preparado adecuadamente, para así guiarse para las actividades futuras y que permita tomar decisiones oportunas y certeras respecto al manejo de efectivo de la empresa.

El flujo de caja está representado a continuación en un esquema donde se presenta sistemáticamente los costos e ingresos registrados año por año (o período por período).

**Cuadro N° 58
FLUJO DE CAJA**

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO						
VENTAS		131642,79	141463,07	151886,50	163032,19	174745,49
Crédito Banco De Loja	20000					
Capital Propio	21135,37					
VALOR DE RESCATE				571,61		12.230,94
TOTAL DE INGRESOS	41135,37	131642,79	141463,07	152458,11	163032,19	186976,43
EGRESOS						
Activo fijo	30156,1					
activo diferido	2352,5					
activo circulante	8626,77					
presupuesto de operación		107026,6592	115010,62	123484,96	132546,495	142069,50
(-) depreciación y amortización A. D.		4.321,33	4.321,33	4.321,33	4.321,33	4.321,33
15% de utilidad de los trabajadores		3692,42	3967,87	4260,23	4572,85	4901,40
22% de impuesto a la renta		5230,93	5621,14	6035,33	6478,21	6943,65
Amortización de capital		2893,97	2437,45	1909,88	1300,21	595,66
TOTAL DE EGRESOS	41135,37	114522,65	122715,75	131369,07	140576,44	150188,88
FLUJO DE CAJA	0,00	17120,14	18747,31	21089,04	22455,75	36787,55

Fuente: Cuadro n° 56
Elaboración: La Autora

f. EVALUACIÓN FINANCIERA

El objetivo de la Evaluación Financiera es conocer la conveniencia de la inversión en el proyecto general en base a la rentabilidad de la empresa productora de yogurt de Babaco.

La Evaluación Financiera, permite medir la rentabilidad de un proyecto es decir si este es rentable o no, a través de criterios de decisión, tales como: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Período del Recuperación del Capital y Análisis de Sensibilidad.

Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto (VAN), permite 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.

El van representa los valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es el retorno liquido 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.

En términos matemáticos el van es la sumatoria de los beneficios netos multiplicados por el factor de descuento o descontados de una tasa de

interés pagada por beneficiarse del préstamo a obtener. En este caso la tasa de interés es del 15% de acuerdo al préstamo obtenido en el Banco de Loja.

Cuadro Nº 59

Valor Actual Neto			
AÑOS	FLUJO DE CAJA	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUALIZADO
0	41.135,37	15,00%	
1	17.120,14	0,869565	14.887,08
2	18.747,31	0,756144	14.175,66
3	21.089,04	0,657516	13.866,39
4	22.455,75	0,571753	12.839,15
5	36.787,55	0,497177	18.289,92
			74.058,19
			41.135,37
VAN			32.922,82

Fuente: Cuadro nº 58
Elaboración: La Autora

Formula Del Factor De Actualización

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

❖ Formula del VAN

$$\boxed{VAN = ValorActualizado - Inversión} = 74.058,19 - 41.135,37 = \mathbf{32.922,82}$$

Análisis: El VAN de la empresa Yogurt Bak Cía. Ltda. Es 32.922,82 dólares lo que significa que es mayor a 1 por lo tanto el proyecto se puede ejecutar.

🌈 Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno es la tasa de descuento que hace que el valor

presente neto de la inversión sea igual a cero, es decir que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

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.

Cuando la TIR es mayor que la tasa de interés, el rendimiento que obtendrá el inversionista realizando la inversión es mayor que el que obtendrá en la mejor inversión alternativa, por lo tanto conviene realizar la inversión.

Cuadro Nº 60

Tasa Interna de Retorno					
AÑOS	FLUJOS DE CAJA	ACTUALIZACIÓN			
		FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
0	41.135,37	41,00%		42,00%	41.135,37
1	17.120,14	0,709219858	12.141,95	0,704225	12.056,44
2	18.747,31	0,502992807	9.429,76	0,495933	9.297,42
3	21.089,04	0,356732487	7.523,15	0,349249	7.365,32
4	22.455,75	0,253001764	5.681,34	0,245950	5.522,99
5	36.787,55	0,179433875	6.600,93	0,173204	6.371,76
			241,76		-521,45

Fuente: Cuadro nº 58

Elaboración: La Autora

❖ Formula de la TIR

$$\boxed{NTIR = Tm + DT \left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM} \right)} = 41 + 1 = \left(\frac{241,76}{241,76 - (-521,45)} \right) = 41,32\% \quad \text{TIR}$$

La TIR para el presente proyecto es de 41,32%, la misma que es mayor a la tasa de oportunidad en el mercado (15%), siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto.

🌈 Relación Beneficio Costo

La relación beneficio costo toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultados para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se invierte en el proyecto. Para esto se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

- ◆ Si la RBC es mayor a 1 se debe realizar el proyecto
- ◆ Si la RBC es igual a 1 es indiferente realizar el proyecto
- ◆ Si la RBC es menor a 1 se debe rechazar el proyecto.

Cuadro N° 61

Relación Beneficio Costo					
Años	Ingreso original	Costo original	Factor de actualización	Ingresos actualizados	Costos actualizados
1	131.642,79	107.026,66	0,869565217	114.471,99	93.066,66
2	141.463,07	115.010,62	0,756143667	106.966,40	86.964,55
3	151.886,50	123.484,96	0,657516232	99.867,84	81.193,37
4	163.032,19	132.546,50	0,571753246	93.214,18	75.783,89
5	174.745,49	142.069,50	0,497176735	86.879,39	70.633,65
				501.399,81	407.642,12

Fuente: Cuadro n° 52 y cuadro n° 55

Elaboración: La Autora

❖ **Fórmula RBC**

$$RBC = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}} = \frac{501.399,81}{407.642,12} = 1.23 \text{ RBC}$$

La relación beneficio costo del presente proyecto es mayor que uno (1,23) indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido, se recibirá 23 centavos de utilidad.

✚ **Periodo de recuperación de capital**

El período de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial. Para su cálculo se utiliza el flujo neto y la inversión.

Cuadro N° 62

Años	Inversión	Flujo neto
0	41.135,37	
1		17.120,14
2		18.747,31
3		21.089,04
4		22.455,75
5		36.787,55

56.956,50

Fuente: Cuadro n° 54

Elaboración: La Autora

❖ **Formula PRC**

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

$$= 3 + \left(\frac{41.135,37 - 56.956,50}{21.089,04} \right) = 2,25$$

Periodo de recuperación de capital

2,25	2	AÑOS
0,25*12=3,00	3	MESES
0,00*30=0,00	0	DIAS

Análisis: El capital de este proyecto se recupera en 2 años, 3 meses y 0 días.

🌈 **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 objetivo fundamental del análisis de sensibilidad de este proyecto es medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad del mismo frente al cambio imprevisto de una variable, asumiendo que el resto de variables permanezcan constantes.

El criterio de sensibilidad es el siguiente:

- ✚ Si el coeficiente es > 1 el proyecto es sensible.
- ✚ Si el coeficiente es < 1 el proyecto no es sensible.
- ✚ Si el coeficiente es $= 1$ no hay efectos sobre el proyecto.

Cuadro N° 63

Análisis de sensibilidad con un incremento en los costos del 9,40%

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACION				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		9,40%			29,00%		30,00%	
						-39.952,37		-39.952,37
1	107.026,66	117.087,17	131.642,79	14.555,63	0,77519	11.283,43	0,76923	11.196,64
2	115.010,62	125.821,62	141.463,07	15.641,44	0,60093	9.399,34	0,59172	9.255,29
3	123.484,96	135.092,55	151.886,50	16.793,95	0,46583	7.823,19	0,45517	7.644,04
4	132.546,50	145.005,87	163.032,19	18.026,32	0,36111	6.509,51	0,35013	6.311,52
5	142.069,50	155.424,03	174.745,49	19.321,45	0,27993	5.408,68	0,26933	5.203,83
						471,78		-341,06

Fuente: Cuadro 48 y cuadro n° 51

Elaboración: La Autor53, 56

TIR DEL PROYECTO = 41,32%

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right) = 29,58\%$$

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR = 11,74%

$$\% \text{ de Variación} = \frac{\text{Diferencia entre TIR}}{\text{TIR del Proyecto}} = 28,41\%$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ Variación}}{\text{Nueva TIR}} = 0,9602908$$

Análisis: La empresa Yogurt Bak Cía. Ltda. Soporta el incremento en los costos del 9,40%

Cuadro N° 64
Análisis de sensibilidad con la disminución de los ingresos del 7,60%

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACION				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			7,60%		29,50%		30,50%	
						-39.952,37		-39.952,37
1	107.026,66	131.642,79	121.637,94	14.611,28	0,7722	11.282,84	0,7663	11.196,38
2	115.010,62	141.463,07	130.711,87	15.701,25	0,5963	9.362,56	0,5872	9.219,62
3	123.484,96	151.886,50	140.343,13	16.858,17	0,4605	7.762,49	0,4500	7.585,41
4	132.546,50	163.032,19	150.641,74	18.095,25	0,3556	6.434,07	0,3448	6.239,11
5	142.069,50	174.745,49	161.464,83	19.395,33	0,2746	5.325,35	0,2642	5.124,42
						214,94		-587,43

Fuente: Cuadro n° 63
Elaboración: La Auto

TIR DEL PROYECTO =	41,32%
---------------------------	---------------

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right) = 29,77\%$$

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR = **11,55%**

$$\% \text{ de Variación} = \frac{\text{Diferencia entre TIR}}{\text{TIR del Proyecto}} = 27,95\%$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ Variación}}{\text{Nueva TIR}} = 0,9390008$$

Análisis: La empresa Yogurt Bak Cía. Ltda. Soportará un decremento en los ingresos del 7,60%

h. CONCLUSIONES

El presente proyecto desarrollado nos permitió presentar las siguientes conclusiones:

- ✖ Referente al estudio de mercado realizado, se resaltan que existe un gran volumen de demanda insatisfecha que es de 1, 128,826. Litros de yogurt para el año cero, en cuanto se refiere a un nuevo producto inexistente en el mercado de la ciudad de Loja.
- ✖ Se concluyó mediante encuestas aplicadas a demandantes que un 98% de las familias consumen yogurt, de las cuales un 94,62% están dispuestas a consumir el nuevo producto, lo cual resulta beneficioso para el proyecto.
- ✖ Se concluye que el costo unitario por cada litro de yogurt de babaco es de \$1,06 más el margen de utilidad que es de 23% (0,23) quedado un precio de venta al público de %1.30 centavos.
- ✖ Mediante el Estudio Técnico se concluyó que la empresa trabajara para el primer año con el 75% de la capacidad utilizada, produciendo así 101,400 litros de yogurt de babaco anual.
- ✖ Se concluyó que la empresa se ubicará en la ciudad de Loja, ya que en este lugar se tiene acceso a la principal materia prima y además se encuentra cerca al mercado objetivo.

- ✘ La empresa se conformará como una Cía. De Responsabilidad limitada y su razón social será “YOGURT BAK CÍA. LTDA.” el plazo de duración de la empresa es de 5 años de vida útil.
- ✘ Se concluyó a través del estudio financiero que el valor de la inversión inicial para la empresa “Yogurt Bak Cía. Ltda.” es de **41.135,37** dólares. Para financiar esta inversión se cuenta con el 51 % de capital propio y el 49% mediante financiamiento directo por el banco de Loja.
- ✘ El costo unitario por cada litro de yogurt de babaco es de \$1,06 más el margen de utilidad que es de 23% (0.23) quedando un precio de venta al público de \$1.30 ctvs.
- ✘ Los resultados obtenidos de la evaluación financiera del proyecto reflejan que el proyecto es rentable, por lo que el VAN del presente proyecto es de 32922,82 dólares, el cual es superior a 1, La TIR es del 41,32 %, por lo tanto se visualizan ingresos positivos y alta rentabilidad para los inversionistas. La RBC del proyecto es de 1,23; lo que representa que por cada dólar invertido se obtendrán 0,23 centavos. En cuanto al PRC será en dos años y tres meses; y en el análisis de sensibilidad el proyecto acepta un incremento en los costos del 9,40 % y resiste un decremento en los ingresos del 7,60 %.

i. RECOMENDACIONES

Una vez concluido el presente estudio de factibilidad se presenta las siguientes recomendaciones.

- ✘ Al establecer que el proyecto es factible de ejecutarse se recomienda poner el mismo en ejecución, dada su alta rentabilidad por los inversionistas y su importante aporte al desarrollo empresarial en la Ciudad de Loja.
- ✘ Producir nuevas líneas de productos lácteos como yogurt de otros sabores y así aprovechar al máximo toda la maquinaria que dispone la empresa, y de esta manera se estaría variando los productos que ofrece la misma.
- ✘ Desarrollar un plan operativo de marketing con la finalidad de dar a conocer la nueva marca de yogurt, esto con el fin de captar el mayor número de nuevos clientes y así posicionar la marca en el mercado.
- ✘ Realizar constantes evaluaciones de mercado para ratificar que se esté satisfaciendo las necesidades de los consumidores y cubriendo así la demanda insatisfecha.
- ✘ Vigilar y evaluar continuamente los procesos de producción con el fin

de realizar un control de calidad y verificar que todo se esté realizando según la planificación establecida.

- × Dar seguimiento continuo a los indicadores de evaluación financiera para de esta manera verificar si se están cumpliendo los objetivos del estudio financiero y evaluación financiera de la empresa “YOGURT BAK CÍA. LTDA.”

j. BIBLIOGRAFÍA

- Alberto, O. (2005). *Gerencia Financiera Y Diagnóstico Estratégico* . Bogotá Colombia: Editorial Mc Graw hill Ed. N°2.
- Alessio Ipinza, F. A. (Año 2008). *Gestión Organizacional, Guía Práctica Para El Diagnóstico Empresarial*. 2da. Edición.
- Alimento, D. d. (2003). *laboratorio de industrialización de productos lácteos*. Monterrey N, L, México.
- Amito. (1991). *Diccionario*.
- Camacho. (1982). *El cultivo comercial de babaco carica pentagona* . Ecuador.
- Chiavenato. (1984). *Iniciacion y tecnica Comercial (S.F)*.
- Diccionario de Contabilidad y Finanzas*. (1999). Madrid.
- Elio, Z. R. (2003). *Introducción a la Administración de Organizaciones*. Editorial Maktub Segunda Edición.
- Enrique., P. M. (2009). *Manual Para La Elaboración De Proyectos De Graduación A Nivel Superior*. Loja: 1era Edición.
- Fernandez. (2005). *Frutales Nativos Comestibles*.
- Fleitman, J. (2000). «*Negocios Exitosos*». Mc Graw Hill Interamericana Editores.
- GUSTAVO, L. P. (2008). *Gestión De Proyectos*. Buenos Aires: 1ra Edición.
- Hernandez. (2007). *Como extraer la enzima papaina de las papayas*.
- Howard, W. Y. (1974). *Rat Control Manual. Pest Control*. 42(8):D-U.
- JOSÉ, M. S. (2008). *Evaluación de Proyectos*. Bogotá-Colombia : 3ra Edición.
- Nassair., S. C. (2008). *Proyectos De Inversión – Formulación Y Evaluación*. México D.F: 2da Edición.
- Pedro, Z. (2003). *Contabilidad General* . Editorial MC Graw Hill.
- Proaño. (2007). *Agroindustrializacion de chamburo*.
- Ricardo, R. (2010). *Marketing*. Editora Palmir E.I.R.L., 1997.
- Ruegg, P. (1999).
- Urbina., G. B. (2010). *Evaluación De Proyectos, Análisis Administrativo Del Riesgo*. Segunda Edición.

Washintong, R. J. (1997). *Economía teoría y practica*. 1997.

William, S. P. (2002). *Economía*. Decimoséptima Edición.

Zehle, G. F. (1990). *como diseñar el plan de negocios coleccion finanzas y megocios* . tercera edicion .

k. ANEXOS

Anexo N° 1

TEMA:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE YOGURT DE BABACO EN LA CIUDAD DE LOJA”

PROBLEMÁTICA

Uno de los principales problemas dentro de la ciudad de Loja es el crecimiento de la demanda de productos naturales y limpios, ya que actualmente la mayoría de personas buscan adquirir productos que sean generados en base a frutas, en este caso el babaco que por el momento se lo consume solamente en estado bruto. Es por esto que se pretende elaborar un producto natural que sea de fácil acceso y que satisfagan las necesidades de los consumidores, generando un valor agregado dado en el proceso de industrialización.

Otro de los factores es la tendencia al procesamiento de frutas tropicales para su consumo directo, ya que se considera que las frutas procesadas son la forma más útil y sana de consumir alimentos por lo que con la producción de yogurt de babaco se pretende contribuir a la salud y alimentación de las personas ya que al momento de producir el yogurt se conserva por más

tiempo muchas de las vitaminas, proteínas y nutrientes de las frutas.

Del análisis realizado se ha delimitado el problema de la siguiente manera:

La no existencia de una empresa dedicada a la producción y comercialización de Yogurt de Babaco en la ciudad de Loja, es por esto que se busca generar un nuevo concepto de producción de babaco procesado y comercializado en éstos mercados que satisfaga las necesidades de los consumidores.

JUSTIFICACIÓN

En un mundo fuertemente inclinado hacia la oferta de nuevos productos, es importante tomar en cuenta que cada vez se requiere una mayor capacidad de satisfacer las necesidades de los consumidores y responder rápidamente a las exigencias de los mismos, ante esto nace la propuesta de ofertar un producto diferente, a partir de la identificación de la ventaja que nos brinda el procesar el Babaco creando una empresa productora y comercializadora de yogurt de Babaco en la ciudad de Loja.

a. Justificación académica

Las profundas transformaciones que el mundo ha experimentado, reclaman esfuerzos serios de orden académico e intelectual, es por ello que he considerado que el presente trabajo investigativo aportara tanto a las

presentes como futuras generaciones de los estudiantes universitarios con un nuevo modelo en el marco de los negocios en el que se desarrollaran nuevas inversiones. Por lo tanto los motivos que conllevaron a realizar la siguiente investigación surge como una idea que consiste en analizar los aspectos que intervienen en la producción y comercialización de yogurt de Babaco el cual se ofrece al mercado nacional y especialmente a la ciudad de Loja puesto que el yogurt es un alimento vital para el consumo humano. Por este motivo, el presente trabajo es justificable al significar un verdadero aporte de tipo académico, ya que permitirá reforzar todos los conocimientos adquiridos hasta la actualidad, y que serán complementados con la investigación y practica en el desarrollo de este proyecto.

Además, la elaboración de este trabajo constituye un requisito reglamentario para la obtención del título profesional como Ingeniera en Administración de Empresas.

b. Justificación social

El desarrollo dentro de las actuales organizaciones, se basa esencialmente en la forma en como elaboran y manipulan los alimentos para ser entregados al mercado consumidor, es por esto que la elaboración del yogurt de Babaco es de gran importancia para la colectividad en general por este motivo, he creído conveniente aportar a nuestra sociedad con el presente trabajo investigativo, el cual contribuirá al desarrollo institucional así como social, así mismo se generan fuentes de trabajo para nuestra ciudad.

Tanto la sociedad como las residencias familiares que se beneficiaran del presente trabajo estarán en capacidad de conocer y aprovechar los beneficios que se brindará al momento de ofrecer el producto, de tal manera que puedan satisfacer sus necesidades o deseos.

c. Justificación económica

Con este proyecto se busca alcanzar objetivos claros con los cuales se pretende ayudar a la reactivación económica de la ciudad y por ende del país, tomando en cuenta que el Babaco por sus excelentes condiciones de sabor, contenido nutricional, presencia, usos y aplicaciones lograra la aceptación del consumidor local y externo, a ello se suma que esta fruta tiene un potencial de desarrollo interesante en el mercado.

La ciudad de Loja ha obtenido un crecimiento económico importante en los últimos años, es por esto que consideramos ésta ciudad como un buen nicho de mercado para la implantación del negocio. Ya que esta ofrece una buena rentabilidad y se presenta como una excelente alternativa para no desperdiciar materia prima, dando un valor agregado para una obtención de ingreso.

OBJETIVOS

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de yogurt de Babaco en la ciudad de Loja.

Objetivos Específicos

- × Realizar un estudio de mercado y determinar la demanda y oferta existente.
- × Elaborar la ingeniería del proyecto a través de un estudio técnico, que permita identificar la ubicación más adecuada para la planta y además verificar los procesos, aspectos técnicos y recursos necesarios para la implantación del negocio.
- × Determinar la Estructura Legal Administrativa de la empresa.
- × Realizar un estudio Financiero que determine la inversión para crear esta empresa productora y comercializadora de Yogurt de Babaco.
- × Realizar la evaluación financiera del proyecto, con los índices: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación beneficio costo (RBC), Periodo de recuperación del capital (PRC) y análisis de Sensibilidad.

Anexo N° 2



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
Área Jurídica Social y Administrativa
Carrera de Administración de Empresas

Encuesta a Consumidores

Yo como estudiante de la Universidad Nacional de Loja, carrera de Administración de Empresas, modulo 10 me dirijo a usted, con la finalidad de solicitarle de la manera más comedida se digne proporcionar su valiosa colaboración y conocimiento, dando contestación al siguiente cuestionario, con el objetivo de recopilar información para el desarrollo de mi trabajo de tesis el cual se trata de un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE YOGURT DE BABACO EN LA CIUDAD DE LOJA”**

Datos Generales

Parroquia:

1. ¿En su familia acostumbra a consumir Yogurt?

Si ()
No ()

2. ¿Qué Marca de Yogurt consume habitualmente?

Toni	()	Kiosko	()
Parmalat	()	Ranchito	()
Alpina	()	Otra, Especifique	()

3. ¿Qué sabores de yogurt prefiere? (Marque una sola opción)

- Fresa ()
- Mora ()
- Durazno ()
- Frutilla ()

4. ¿En que se fija usted al momento de comprar el Yogurt?

- Sabor ()
- Presentación ()
- Precio ()
- Salud ()
- Calidad ()

5. ¿Con que frecuencia y en qué cantidad consume Yogurt? (Escoja solo una opción)

Frecuencia	Cantidad			
	1 litro	2 litros	3 litros	Más de tres litros
Semanal				
Quincenal				
Mensual				

6. Si se implementara una empresa que elabore yogurt de Babaco ¿Le gustaría probar este Yogurt entre cuyos beneficios destacan el contenido de vitamina A y C, a más de ser una fuente de enzimas digestivas?

- Si ()
- No ()

7. ¿En dónde prefiere comprar su yogurt de babaco?

- Supermercados ()
- Despensas ()
- Tiendas ()
- Ferias Libres ()

8. ¿Cómo le gustaría adquirir el yogurt de babaco?

- Directamente de la empresa productora ()
A través de intermediarios ()

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el litro de Yogurt de babaco?

- 0,85 usd a 1,30 ()
1,31 usd a 1,90 ()
1,91 usd a 2,50 ()

10. El precio que paga por el litro de Yogur de babaco cree usted que es:

- Alto ()
Regular ()
Bajo ()

11. ¿Qué envase prefiere al adquirir el Yogurt de babaco? (Marque una sola opción)

- Vidrio ()
Plástico ()
Funda ()

12. Por qué medios de comunicación le gustaría informarse sobre la existencia del yogurt de babaco

- Televisión ()
Radio ()
Volantes ()
Periódico ()
Internet ()
Otros.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N° 3



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

ENCUESTA APLICADA A LOS OFERENTES

Estimado Sr. (a) le solicitamos de la manera más comedida contestar el siguiente cuestionario cuyo objetivo es recopilar información acerca de la producción y comercialización de Yogurt en la Ciudad de Loja. La información es confidencial y servirá únicamente con fines académicos.

1. Que sabores de yogurt tienen más acogida por el cliente

- Fresa ()
- Durazno ()
- Mora ()
- Vainilla ()

2. Que cantidad de yogurt vende cada mes

- 2000 a 4000 litros ()
- 4001 a 6000 litros ()
- 6001 a 8000 litros ()
- Más de 8000 litros ()

3. Cuál es el porcentaje de incremento de las ventas de yogurt en el año 2014 a 2015

- 10 % ()
- 15% ()
- 20% ()

25% ()

Más de 25% ()

4. Que marcas de yogurt vende con mayor frecuencia

Toni ()

Ecolac ()

Ranchito ()

Alpina ()

kiosko ()

Otros, Especifique ().....

5. ¿Las marcas del yogurt que ofrece su empresa, considera usted que son?

Excelentes ()

Buenas ()

Muy buenas ()

Malas ()

6. ¿Considera usted que los precios de los productos que usted vende son?

Elevados ()

Normales ()

Económicos ()

7. Que medios de publicidad utiliza para promocionar su producto

Televisión ()

Radio ()

Volantes ()

Periódico ()

8. Que horario utiliza para dar a conocer su producto

En la Mañana ()

Al medio día ()

Tarde ()

Noche ()

9. Cuál es el tipo de presentación del producto que prefiere el cliente

Vidrio ()
Plástico ()
Funda ()
Polietileno ()

10. A que sectores distribuye su empresa el yogurt.

Local ()
Provincial ()
Regional ()

GRACIAS POR SU COLABORCIÓN

Anexo Nº 4

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA				
DENOMINACIÓN	UNID.	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Leche	Litros	50700	0,40	20280,00
Leche en Polvo	Kilos	3042	1,00	3042,00
Conservantes	Kilos	500	5,00	2500,00
Azúcar	Kilos	9126	1,00	9126,00
Cultivo	Sobre	2080	5,90	12272,00
Babaco	Kilos	5070	0,50	2535,00
Total 1re año	101.400,00 litros.			49755,00
Total 2do año	108.160,00 litros.			55486,78

Elaboración: La Autora

Nota: El segundo año se obtiene a través de una regla de tres.

101.400

49.755,00

108.160 X

$$=53.072*4,55\%+53.072=$$

Anexo 4.1

PROYECCION PARA MATERIA PRIMA DIRECTA	
AÑOS	VALOR TOTAL
	4,55%
1	49755,00
2	55486,78
3	61637,14
4	68232,31
5	75300,04

Elaboración: La Autora

Anexo 5

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA				
DENOMINACIÓN	UNID.	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Etiquetas	Unidades	101400	0,021	2129,4
Envases	Unidades	101400	0,04	4056,00
Total 1er año	101.400,00 litros			6185,4
Total 2do año	108.160,00 litros.			6897,96

Elaboración: La Autora

Nota: El segundo año se obtiene a través de una regla de tres.

101.400 6.185,40

108.160 X

$$=6.597,76*4,55\%+6.597,76=6.897,96$$

Anexo 5.1

PROYECCIÓN PARA MATERIA PRIMA INDIRECTA INC. 4,55%	
AÑOS	VALOR TOTAL
1	6185,4
2	6897,96
3	7662,55
4	8482,45
5	9361,09

Elaboración: La Autora

Anexo Nº 6

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA		
DENOMINACIÓN	OBRERO	TECNÓLOGO EN ALIMENTOS
Salario Básico Unificado	\$ 354,00	\$ 400,00
Décimo Tercer Sueldo 1/12	\$ 29,50	\$ 33,33
Décimo Cuarto Sueldo 1/12	\$ 29,50	\$ 29,50
Fondos de Reserva (8, 33%)	\$ 0,00	\$ 0,00
Vacaciones 1/24	\$ 14,75	\$ 16,67
IECE 0.5%	\$ 1,77	\$ 2,00
SECAP 0.5%	\$ 1,77	\$ 2,00
TOTAL REMUNERACION	\$ 431,29	\$ 483,50
TOTAL MEN.	\$ 431,29	\$ 483,50
TOTAL ANUAL	\$ 5.175,48	\$ 5.802,00
TOTAL SUELDO DE OPERCIÓN	10.977,48	

Elaboración: La Autora

Anexo 6.1

PROYECCION PARA MANO DE OBRA DIRECTA	
AÑOS	VALOR TOTAL
	INC. 4,55%
1	10.977,48
2	11476,96
3	11999,16
4	12545,12
5	13115,92

Elaboración: La Autora

Anexo Nº 7

PRESUPUESTO PARA ARRIENDO			
DENOMINACIÓN	CANT.	V/MENSUAL	VALOR ANUAL
Local para el funcionamiento de la Empresa	1	700,00	8400,00
TOTAL			8400,00

Elaboración: La Autora

Anexo Nº 7.1

PROYECCION PARA ARRIENDO	
AÑOS	VALOR TOTAL
	4,55%
1	8400,00
2	8782,20
3	9181,79
4	9599,56
5	10036,34

Elaboración: La Autora

Anexo Nº 8

PRESUPUESTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO			
DENOMINACIÓN	CANT.	V/UNITARIO	VALOR TOTAL
Tanque de recepción	1	1200	1200
Envasadora, Etiquetadora, y selladora	1	3125	3125
Pasteurizadora	1	2150	2150
Homogeneizador	1	1820	1820
Lactodensímetro	1	50	50
Acidómetro	1	95	95
Cámara Fría	1	4000	4000
TOTAL		12440	12440

Elaboración: La Autora

Anexo 8.1

DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPOS				
VALOR DEL ACTIVO		\$ 12.440,00		
DEPRECIACIÓN		10%		
VIDA ÚTIL		10 AÑOS		
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	\$ 12.440,00	\$ 1.244,00		\$ 11.196,00
1	\$ 11.196,00		\$ 1.119,60	\$ 10.076,40
2	\$ 10.076,40		\$ 1.119,60	\$ 8.956,80
3	\$ 8.956,80		\$ 1.119,60	\$ 7.837,20
4	\$ 7.837,20		\$ 1.119,60	\$ 6.717,60
5	\$ 6.717,60		\$ 1.119,60	\$ 5.598,00
6	\$ 5.598,00		\$ 1.119,60	\$ 4.478,40
7	\$ 4.478,40		\$ 1.119,60	\$ 3.358,80
8	\$ 3.358,80		\$ 1.119,60	\$ 2.239,20
9	\$ 2.239,20		\$ 1.119,60	\$ 1.119,60
10	\$ 1.119,60		\$ 1.119,60	\$ 0,00

Elaboración: La Autora

Anexo Nº 9

PRESUPUESTO PARA SUMINISTRO DE TRABAJO				
DENOMINACIÓN	CANT. MENSUAL	V/UNITARIO	VALOR MENSUAL	VLOR TOTAL
Guantes (pares)	12	3,00	36,00	432
Delantales	2	6,00	12,00	144
Mascarillas	24	2,00	48,00	576
TOTAL		11,00	96,00	1152

Elaboración: La Autora

Anexo 9.1

PROYECCION PARA SUMINISTRO DE TRABAJO	
AÑOS	VALOR TOTAL
	4,55%
1	1152,00
2	1204,42
3	1259,22
4	1316,51
5	1376,41

Elaboración: La Autora

Anexo Nº 10

PRESUPUESTO PARA VEHÍCULO			
DENOMINACIÓN	CANT.	V/UNITARIO	VALOR TOTAL
Camioneta Mazda B2200 Gasolina de Medo Uso	1	13.000,00	13000,00
TOTAL			13000,00

Elaboración: La Autora

Anexo Nº 10.1

DEPRECIACIÓN DE VEHÍCULO				
VALOR DEL ACTIVO		\$ 13000,00		
DEPRECIACIÓN		20%		
VIDA ÚTIL		5 AÑOS		
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	\$ 13.000,00	\$ 2.600,00		\$ 10.400,00
1	\$ 10.400,00		\$ 2.080,00	\$ 8.320,00
2	\$ 8.320,00		\$ 2.080,00	\$ 6.240,00
3	\$ 6.240,00		\$ 2.080,00	\$ 4.160,00
4	\$ 4.160,00		\$ 2.080,00	\$ 2.080,00
5	\$ 2.080,00		\$ 2.080,00	\$ 0,00

Elaboración: La Autora

Anexo N° 11

PRESUPUESTO DE SERVICIOS BÁSICOS				
DENOMINACIÓN	CANT.	V. UNITARIO	VAL. MENSUAL	VAL. ANUAL
Agua m3	30	0,7	21,00	252,00
Luz kW/h	630	0,09	56,70	680,40
Teléfono	1	15,00	15,00	180,00
TOTAL			92,70	1112,40

Elaboración: La Autora

Anexo N° 11.1

PROYECCION PARA SERVICIOS BÁSICOS	
AÑOS	VALOR TOTAL
	4,55%
1	1112,40
2	1163,01
3	1215,93
4	1271,26
5	1329,10

Elaboración: La Autora

Anexo 12

PRESUPUESTO DE INTERNET				
DENOMINACIÓN	CANT.	V. UNITARIO	V.MENSUAL	V.ANUAL
Internet	1	20	20	240
TOTAL			20	240

Elaboración: La Autora

Anexo 12 .1

PROYECCION PARA INTERNET	
AÑOS	VALOR TOTAL
	4,55%
1	240,00
2	250,92
3	262,34
4	274,27
5	286,75

Elaboración: La Autora

Anexo N° 13

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS							
ACTIVOS	VALOR DEL ACTIVO	VIDA ÚTIL	1 AÑO	2 AÑOS	3 AÑOS	4 AÑOS	5 AÑOS
Activo Diferido	\$ 2.352,50	5 Años	\$ 470,50	\$ 470,50	\$ 470,50	\$ 470,50	\$ 470,50
TOTAL	\$ 2.352,50	5 Años	\$ 470,50	\$ 470,50	\$ 470,50	\$ 470,50	\$ 470,50

Elaboración: La Autora

Anexo N° 14

PRESUPUESTO PARA SUELDOS ADMINISTRATIVOS			
REMUNERACIONES	GERENTE	SECRETARIA-CONTADORA	CHOFER-VENDEDOR
Salario Básico Unificado	\$ 600,00	\$ 450,00	\$ 354,00
Décimo Tercer Sueldo 1/12	\$ 50,00	\$ 37,50	\$ 29,50
Décimo Cuarto Sueldo 1/12	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,50
Fondos de Reserva (8,33%)	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Vacaciones 1/24	\$ 25,00	\$ 18,75	\$ 14,75
IECE (0,50%)	\$ 3,00	\$ 2,25	\$ 1,77
SECAP (0,50%)	\$ 3,00	\$ 2,25	\$ 1,77
TOTAL MENSUAL	\$ 710,50	\$ 540,25	\$ 431,29
TOTAL ANUAL	\$ 8.526,00	\$ 6.483,00	\$ 5.175,48
TOTAL SUELDOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 20.184,48		

Elaboración: La Autora

Anexo 14.1

PROYECCION PARA SUELDO ADMINISTRATIVO	
AÑOS	VALOR TOTAL
	4,55%
1	20.184,48
2	21102,87
3	22063,05
4	23066,92
5	24116,47

Elaboración: La Autora

Anexo 15

PRESUPUESTO PARA MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA			
DENOMINACIÓN	CANT.	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorio tipo Gerente con Sillón	1	210	210
Escritorio tipo Secretaria con Sillón	2	180	360
Sillas Plásticas	4	10	40
Muebles de Espera x 3 personas	5	150	750
Archivadores Metálicos de 4 Gavetas	3	250	750
Perchas Metálicas 5 Bandejas	3	80	240
TOTAL			2350,00

Elaboración: La Autora

Anexo 15.1

DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES				
VALOR DEL ACTIVO		\$ 2350,00		
DEPRECIACIÓN		10%		
VIDA ÚTIL		10 AÑOS		
AÑOS	10%	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	\$ 2.350,00	\$ 235,00		\$ 2.115,00
1	\$ 2.115,00		\$ 211,50	\$ 1.903,50
2	\$ 1.903,50		\$ 211,50	\$ 1.692,00
3	\$ 1.692,00		\$ 211,50	\$ 1.480,50
4	\$ 1.480,50		\$ 211,50	\$ 1.269,00
5	\$ 1.269,00		\$ 211,50	\$ 1.057,50
6	\$ 1.057,50		\$ 211,50	\$ 846,00
7	\$ 846,00		\$ 211,50	\$ 634,50
8	\$ 634,50		\$ 211,50	\$ 423,00
9	\$ 423,00		\$ 211,50	\$ 211,50
10	\$ 211,50		\$ 211,50	\$ 0,00

Elaboración: La Autora

Anexo 16

PRESUPUESTO DE MATERIALES DE OFICINA				
DENOMINACIÓN	CANT.	V. UNITARIO	TOTAL. MENSUAL	V.TOTAL
Cajas de Grapas ALEX 26/6 500 PCS	3	0,69	2,07	24,84
Microminas FABER CASTELL 0.5 2B	10	0,21	2,10	2,10
Portaminas STAEDTLER Tradición 0.5 mm 763	7	0,85	5,95	71,4
Hojas de Papel Carbón Pelícan Azul	200	0,06	12,00	144
Cajas de Esferos BIC Punta Gruesa x 24	2	0,32	0,64	7,68
Borradores BESTER BT BT-20 Blanco	9	0,11	0,99	0,99
Correctores BIC	6	1,31	7,86	7,86
Notas Adhesivas BOSS 75*75	5	0,54	2,70	2,70
Juegos Geométricos Carioca 30 cm N°	3	0,88	2,64	2,64
Resmas de Papel Bond A4 Copi Láser	10	3,35	33,50	33,50
TOTAL			70,45	297,71

Elaboración: La Autora

Anexo 16.1

PROYECCION PARA SERVICIOS BÁSICOS	
AÑOS	VALOR TOTAL
	4,55%
1	297,71
2	311,26
3	325,42
4	340,22
5	355,70

Elaboración: La Autora

Anexo Nº 17

PRESUPUESTO PARA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA				
DENOMINACIÓN	CANT.	V. UNITARIO	V. MENSUAL	V. ANUAL
Spots Televisivos	3	20,00	60,00	720,00
Spots Radiales	5	2,00	10,00	120,00
Clasificados en el Periódico	4	5,00	20,00	240,00
Hojas Volantes	500	0,01	5,00	60,00
TOTAL			95,00	1140,00

Elaboración: La Autora

Anexo 17.1

PROYECCION PARA SERVICIOS BÁSICOS	
AÑOS	VALOR TOTAL
	4,55%
1	1140,00
2	1191,87
3	1246,10
4	1302,80
5	1362,07

Elaboración: La Autora

Anexo Nº 18

PRESUPUESTO DE ÚTILES DE ASEO				
DENOMINACIÓN	CANT.	V. UNITARIO	V. MENSUAL	V. TOTAL
Escoba Cerda Suave	2	2,62	5,24	5,24
Recogedor	2	3	6,00	6,00
Recipiente de Basura	4	45	180,00	180,00
Toalla de Mano	4	5,31	21,24	21,24
Franelas	7	4,03	28,21	28,21
Papel Higiénico Familiar x 12 Rollos	1	4,8	4,80	57,60
Jabón Tocador	6	3,21	19,26	19,26
Escobilla para Baño	2	3,83	7,66	7,66
Fundas de Basura Ambientales	250	0,1	25,00	25,00
	6	2,78	16,68	16,68
TOTAL			314,09	366,89

Elaboración: La Autora

Anexo 18.1

PROYECCION PARA SERVICIOS BÁSICOS	
AÑOS	VALOR TOTAL
	4,55%
1	366,89
2	383,58
3	401,04
4	419,28
5	438,36

Elaboración: La Autora

Anexo N° 19

PRESUPUESTO DE EQUIPOS DE OFICINA			
DENOMINACIÓN	CANT.	V. UNITARIO	V. TOTAL
Sumadora Casio Dr-120n	1	40,00	40,00
Teléfono Inalámbrico Panasonic	1	45,00	45,00
Organizador de Archivos	3	1,10	3,30
Portalápices	3	3,30	9,90
Grapadora MilanMet. GOE. (Gris/Negro)	2	6,45	12,90
TOTAL			111,10

Elaboración: La Autora

Anexo N° 19.1

DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE OFICINA				
VALOR DEL ACTIVO		\$ 111,10		
DEPRECIACIÓN		10%		
VIDA ÚTIL		10 AÑOS		
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	\$ 111,10	\$ 11,11		\$ 99,99
1	\$ 99,99		\$ 10,00	\$ 89,99
2	\$ 89,99		\$ 10,00	\$ 79,99
3	\$ 79,99		\$ 10,00	\$ 69,99
4	\$ 69,99		\$ 10,00	\$ 59,99
5	\$ 59,99		\$ 10,00	\$ 50,00
6	\$ 50,00		\$ 10,00	\$ 40,00
7	\$ 40,00		\$ 10,00	\$ 30,00
8	\$ 30,00		\$ 10,00	\$ 20,00
9	\$ 20,00		\$ 10,00	\$ 10,00
10	\$ 10,00		\$ 10,00	\$ 0,00

Elaboración: La Autora

Anexo N° 20

PRESUPUESTO DE HERRAMIENTAS			
DENOMINACIÓN	CANT.	V. UNITARIO	V. TOTAL
Bandejas	15	20	300,00
Kit de Herramientas	2	120	240,00
TOTAL			540,00

Elaboración: La Autora

Anexo 20.1

DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTAS				
VALOR DEL ACTIVO		\$ 540,00		
DEPRECIACIÓN		10%		
VIDA ÚTIL		10 AÑOS		
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	\$ 540,00	\$ 54,00		\$ 486,00
1	\$ 486,00		\$ 48,60	\$ 437,40
2	\$ 437,40		\$ 48,60	\$ 388,80
3	\$ 388,80		\$ 48,60	\$ 340,20
4	\$ 340,20		\$ 48,60	\$ 291,60
5	\$ 291,60		\$ 48,60	\$ 243,00
6	\$ 243,00		\$ 48,60	\$ 194,40
7	\$ 194,40		\$ 48,60	\$ 145,80
8	\$ 145,80		\$ 48,60	\$ 97,20
9	\$ 97,20		\$ 48,60	\$ 48,60
10	\$ 48,60		\$ 48,60	\$ 0,00

Elaboración: La Autora

Anexo N° 21

PRESUPUESTO PARA EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DENOMINACIÓN	CANT.	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computador	2	820,00	1640,00
Impresora	1	75,00	75,00
TOTAL			1715,00

Elaboración: La Autora

Anexo 21.1

DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				
VALOR DEL ACTIVO		\$ 1.715,00		
DEPRECIACIÓN		33%		
VIDA ÚTIL		3 AÑOS		
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	\$ 1.715,00	\$ 571,61		\$ 1.143,39
1	\$ 1.143,39		\$ 381,13	\$ 762,26
2	\$ 762,26		\$ 381,13	\$ 381,13
3	\$ 381,13		\$ 381,13	\$ 0,00

Elaboración: La Autora

Anexo 21.2

REINVERSIÓN DEL EQUIPO DE COMPUTO			
AÑOS	COSTO	VALOR INCREMENTADO	INCREMENTO NUAL
1	\$ 1.715,00	78,03	1.793,03
2	1.793,03	81,58	1.874,62
3	1.874,62	85,30	1.959,91
4	1.959,91	89,18	2.049,09

Elaboración: La Autora

Anexo 21.3

DEPRECIACIÓN DE LA REINVERSIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				
VALOR DEL ACTIVO		\$ 2.049,09		
DEPRECIACIÓN		33%		
VIDA ÚTIL		3 AÑOS		
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	\$ 2.049,09	\$ 682,96		\$ 1.366,13
1	\$ 1.366,13		\$ 455,38	\$ 910,75
2	\$ 910,75		\$ 455,38	\$ 455,38
4	\$ 455,38		\$ 455,38	\$ 0,00

Elaboración: La Autora

Programación de la amortización de préstamo

Especificar valores	
Importe del préstamo	\$ 20.000,00
Tasa de interés anual	15,00 %
Plazo del préstamo en años	5
Número de pagos al año	2
Fecha inicial del préstamo	01/12/2015
Pagos adicionales opcionales	

Resumen del préstamo	
Pago programado	\$ 2.913,72
Número de pagos programado	10
Número de pagos real	10
Total de pagos anticipados	\$ 0,00
Interés total	\$ 9.137,19

Nombre de entidad de crédito:

N° Pago	Fecha de pago	Saldo inicial	Pago programado	Pago adicional	Pago total	Capital	Interés	Saldo final	Interés acumulativo
1	01/06/2016	\$ 20.000,00	\$ 2.913,72	\$ 0,00	\$ 2.913,72	\$ 1.413,72	\$ 1.500,00	\$ 18.586,28	\$ 1.500,00
2	01/12/2016	\$ 18.586,28	\$ 2.913,72	\$ 0,00	\$ 2.913,72	\$ 1.519,75	\$ 1.393,97	\$ 17.066,53	\$ 2.893,97
3	01/06/2017	\$ 17.066,53	\$ 2.913,72	\$ 0,00	\$ 2.913,72	\$ 1.633,73	\$ 1.279,99	\$ 15.432,81	\$ 4.173,96
4	01/12/2017	\$ 15.432,81	\$ 2.913,72	\$ 0,00	\$ 2.913,72	\$ 1.756,26	\$ 1.157,46	\$ 13.676,55	\$ 5.331,42
5	01/06/2018	\$ 13.676,55	\$ 2.913,72	\$ 0,00	\$ 2.913,72	\$ 1.887,98	\$ 1.025,74	\$ 11.788,57	\$ 6.357,16
6	01/12/2018	\$ 11.788,57	\$ 2.913,72	\$ 0,00	\$ 2.913,72	\$ 2.029,58	\$ 884,14	\$ 9.758,99	\$ 7.241,31
7	01/06/2019	\$ 9.758,99	\$ 2.913,72	\$ 0,00	\$ 2.913,72	\$ 2.181,79	\$ 731,92	\$ 7.577,20	\$ 7.973,23
8	01/12/2019	\$ 7.577,20	\$ 2.913,72	\$ 0,00	\$ 2.913,72	\$ 2.345,43	\$ 568,29	\$ 5.231,77	\$ 8.541,52
9	01/06/2020	5231,77	2913,72	0,00	2913,72	2521,34	392,38	2710,44	8933,90
10	01/12/2020	2710,44	2913,72	0,00	2710,44	2507,15	203,28	0,00	9137,19

Fuente: Banco de Loja
Elaboración: La Autora

ÍNDICE

CONTENIDOS	PÁGINAS
CARATULA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
• SUMMARY.....	4
c. INTRODUCCIÓN.....	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA	10
• Marco Referencial.....	10
• Yogurt.....	10
• Babaco.....	12
• Marco Teórico.....	17
• Empresas.....	17
• Proyectos de Inversión.....	24
• Estudio de Mercado.....	24
• Estudio Técnico.....	25

• Estudio Administrativo.....	28
• Estudio Financiero.....	30
• Evaluación financiera.....	36
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	38
• Materiales.....	38
• Métodos.....	38
• Técnicas y Procedimientos.....	39
f. RESULTADOS.....	45
g. DISCUSIÓN.....	67
• Estudio de Mercado.....	67
• Estudio Técnico.....	82
• Estudio Organizacional.....	110
• Estudio Financiero.....	133
• Evaluación Financiera.....	154
h. CONCLUSIONES.....	165
i. RECOMENDACIONES.....	167
j. BIBLIOGRAFÍA.....	169
k. ANEXOS.....	171
INDICE.....	196